

MHKC

TUR-204

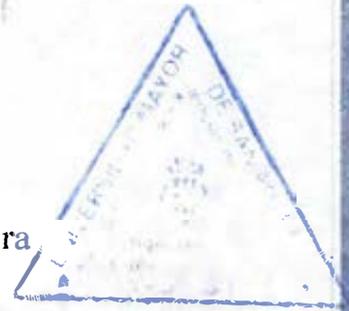
T-2066

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

Nº 2169

PROYECTO DE GRADO

Para la obtención al Título de Licenciatura



“PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE EL ALTO”

POSTULANTES: HUARACHI TAPIA SANDRA
VALENCIA CALA SAHARA

TUTOR: MSc. LIC. DANTE CAERO MIRANDA

Tesis
1848 20 ref.

La Paz - Bolivia
2008

HUMT-2066
K-85670

186h



Agradecimientos.

*Profundamente a Dios, a nuestras familias, a nuestro Tutor Lic.
MSc. Dante Paero Miranda, a la Carrera de Turismo y cada
una de las personas que contribuyeron con el presente Proyecto.*

Sandra y Sahara

Agradezco de Todo corazón primeramente a Dios por permitirme culminar mis estudios para ser Profesional, al apoyo incondicional de mi querida mamá por su paciencia y que sin su apoyo no hubiera podido llegar a estas instancias, a toda mi familia, a la carrera de Turismo en donde forjaron mi enseñanza a lo largo de este tiempo, al Lic. Dante Paero por su apoyo y enseñanza incondicional. Y muy especialmente a mi querida compañera Sandra por su paciencia a lo largo de la elaboración del presente proyecto y a todos mis amigos por sus aportes y apoyo.

Sahara Valencia Pala.

Agradezco de corazón en principio a Dios por brindarme la oportunidad de culminar mis estudios Profesionales, al apoyo de toda mi familia y a Sergio mi compañero en la vida por su paciencia y su apoyo, a la carrera de Turismo en donde nos inculcaron enseñanza a lo largo de este tiempo, al Lic. Dante Paero por su apoyo y enseñanza desinteresada.

Agradezco a mi compañera, amiga y por sobre todo Casi hermana Sahara por ser tan paciente a lo largo del proceso del presente proyecto y a todos mis amigos.

Sandra Huacachi Torres

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	I
ANTECEDENTES.....	I
JUSTIFICACIÓN.....	VI
OBJETIVOS.....	VIII
Objetivo General.....	VIII
Objetivos Específicos.....	VIII
METODOLOGÍA.....	VIII
Tipo de Estudio.....	IX
Diseño de la Investigación.....	IX
Determinación de las Fuentes de Información.....	IX

CAPÍTULO I MARCO CONCEPTUAL

1.1. Turismo.....	2
1.1.1. Concepto de Turismo.....	2
1.1.2. Clasificación del Turismo.....	2
1.1.2.1. Turismo Según el Lugar de Residencia del Turista y el Ámbito de su Desplazamiento.....	2
1.1.2.1.1. Turismo Interno o Nacional.....	2
A. Miniturismo Nacional.....	3
B. Turismo Nacional Receptivo.....	3
C. Turismo Nacional Reversal.....	3
1.1.2.1.2. Turismo Externo o Internacional.....	3
1.1.2.2. Turismo Según el Motivo de Viaje.....	3
1.1.2.2.1. Turismo Convencional o de Tipo Vacacional.....	3
A. Turismo Cultural.....	3
B. Turismo de Sol y Playa.....	3
C. Turismo de Salud.....	4
1.1.2.2.2. Turismo Especializado.....	4
A. Turismo de Montaña.....	4
B. Turismo de Ríos.....	4
C. Turismo Científico.....	4
1.1.2.2.3. Turismo de Afinidad o de Interés Común.....	4
A. Turismo de Congresos y Convenciones.....	4
B. Turismo Religioso.....	4
C. Turismo de Incentivos.....	4
1.1.2.3. Turismo Según la Forma de Viaje.....	4
1.1.2.3.1. Turismo Individual.....	5
1.1.2.3.2. Turismo de Grupo.....	5
1.1.2.4. Turismo Según el Tipo de Viaje.....	5
1.1.2.4.1. Turismo Independiente.....	5
1.1.2.4.2. Turismo Organizado.....	5
1.1.2.5. Turismo Según el tipo de Operación.....	5
1.1.2.5.1. Turismo Receptivo.....	5
1.1.2.5.2. Turismo Emisivo.....	5
1.1.2.6. Turismo Según la Permanencia en el Lugar de Destino.....	6
1.1.2.6.1. Turismo Itinerante.....	6
1.1.2.6.2. Turismo Residencial o de Estadía.....	6
1.1.2.7. Turismo Según su Naturaleza o Relación de Gastos.....	6
1.1.2.7.1. Turismo de Masas.....	6
1.1.2.7.2. Turismo Popular.....	6

	1.1.2.7.3. Turismo Selectivo.....	6
	1.1.2.7.4. Turismo Social.....	6
1.2.	Marketing.....	7
	1.2.1. Marketing Turístico.....	8
	1.2.2. Mezcla del Marketing.....	8
	1.2.2.1. Producto.....	8
	1.2.2.2. Precio.....	8
	1.2.2.3. Plaza o Distribución.....	8
	1.2.2.4. Promoción.....	9
	1.2.3. Merchandising.....	9
1.3.	Promoción.....	9
	1.3.1. Promoción Turística.....	9
	1.3.1.1. Promoción de Ventas.....	10
	1.3.1.2. Venta Personal.....	10
	1.3.1.3. Relaciones Públicas.....	10
	1.3.1.4. Marketing Directo.....	10
	1.3.2. Mezcla Promocional.....	10
	1.3.3. Las Actividades de Promoción o Herramientas.....	11
	1.3.3.1. Marca Turística.....	11
	1.3.3.2. Imagen Turística.....	11
	1.3.3.3. Identidad Corporativa.....	11
	1.3.3.4. Folleto Turístico.....	11
	1.3.3.5. Posters.....	12
	1.3.3.6. Guías Turísticas.....	12
	1.3.3.7. Mapas y Planos.....	12
	1.3.3.8. Página Web.....	12
	1.3.3.9. Materiales Audiovisuales.....	12
	1.3.3.10. Oficinas de Información Turística Local.....	12
	1.3.4. Proceso de Comunicación.....	13
1.4.	Recursos Turísticos.....	14
1.5.	Administración Local de la Promoción Turística.....	15

CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO

2.1.	Marco Histórico.....	17
2.2.	Análisis de Contexto.....	19
	2.2.1. Aspectos Espaciales.....	19
	2.2.1.1. Ubicación Geográfica.....	19
	2.2.1.2. Límites Territoriales.....	19
	2.2.1.3. División Político – Administrativa.....	19
	2.2.1.4. Latitud y Longitud.....	22
	2.2.2. Aspectos Fisiográficos.....	22
	2.2.2.1. Altura.....	22
	2.2.2.2. Relieve.....	22
	2.2.2.3. Condiciones Geológicas.....	22
	2.2.3. Aspectos del Ecosistema.....	24
	2.2.3.1. Temperatura y Precipitación Pluvial.....	24
	2.2.3.2. Clima.....	24
	2.2.3.3. Fauna.....	25
	2.2.3.4. Flora.....	25
	2.2.3.5. Hidrografía.....	25
	2.2.3.5.1. Cuencas, Subcuencas y Ríos.....	25
	2.2.3.6. Características del Ecosistema.....	25
	2.2.3.6.1. Pisos Ecológicos.....	25

2.2.4.	Aspecto Socio – Cultural.....	26
2.2.4.1.	Población.....	26
2.2.4.1.1.	Densidad de la Población del Municipio de El Alto y sus Distritos.....	27
2.2.4.1.2.	Migración.....	27
2.2.4.2.	Origen Étnico.....	28
2.2.4.3.	Idioma.....	28
2.2.4.4.	Educación.....	29
2.2.4.4.1.	Estructura Institucional.....	29
2.2.4.4.2.	Educación Inicial, Primaria y Secundaria.....	30
2.2.4.4.3.	Educación Superior Universitaria.....	30
2.2.4.4.4.	Educación Alternativa.....	30
2.2.4.5.	Salud.....	31
2.2.4.5.1.	Medicina Tradicional.....	32
2.2.4.6.	Religión y Creencias.....	32
2.2.4.6.1.	Calendario Festivo.....	32
2.2.4.7.	Ocupación.....	33
2.2.5.	Aspecto Socio – Económico.....	34
2.2.5.1.	Principales Actividades Económicas.....	34
2.2.5.2.	Abastecimiento.....	35
2.2.5.3.	Sistema de Producción Artesanal y/o Microempresarial... 36	
2.2.5.3.1.	Principales Productos.....	37
2.2.5.3.2.	Principales Insumos Utilizados.....	37
2.2.5.3.3.	Sistema de Producción Industrial.....	37
2.2.5.3.4.	Sistema de Comercialización.....	38
2.2.5.4.	Transporte y Acceso.....	38
2.2.5.4.1.	Terminales de Transporte (Pasajero y Carga). 39	
2.2.5.4.1.1.	Parada de Flotas o Buses.....	40
2.2.5.4.1.2.	Parada de Transporte de Carga.....	40
2.2.5.5.	Sistema de Comunicación.....	41
2.2.5.5.1.	Red de Comunicación.....	41
2.2.5.5.2.	Medios de Comunicación.....	42
2.2.5.6.	Servicios Básicos.....	42
2.2.5.6.1.	Servicio de Agua Potable.....	42
2.2.5.6.2.	Servicio de Energía Eléctrica.....	43
2.2.5.6.3.	Disponibilidad de Principal Combustible para Cocinar.....	43
2.2.5.6.4.	Disponibilidad de Servicios Sanitarios.....	43
2.2.5.6.5.	Recojo de los Residuos Sólidos.....	44
2.2.6.	Aspectos Medioambientales.....	44
2.2.6.1.	Principales Riesgos Ambientales.....	44
2.2.7.	Aspectos Organizativos Institucionales.....	45

**CAPÍTULO III
ESTUDIO DE MERCADO**

3.1.	Oferta Turística.....	48
3.1.1.	Atractivos Turísticos del Municipio de El Alto.....	48
3.1.1.1.	Sitios Naturales.....	48
3.1.1.2.	Patrimonio Urbano Arquitectónico.....	50
3.1.1.3.	Etnografía y Folklore.....	61
3.1.1.4.	Realizaciones Técnicas Científicas.....	64
3.1.1.5.	Acontecimientos Programados.....	65
3.1.2.	Actividades posibles a realizarse en el Municipio.....	71
3.1.3.	Planta Hotelera.....	72

3.1.4.	Agencias de Viaje.....	74
3.1.5.	Servicio de Alimentación.....	75
3.1.6.	Servicio de Recreación.....	76
3.1.7.	Servicio de Entretenimiento.....	77
3.1.8.	Servicio de Transporte.....	77
3.1.9.	Servicio de Asistencia al Turista.....	78
3.1.10.	Servicios Complementarios.....	78
3.2.	Demanda Turística.....	79
3.2.1.	Demanda Extranjera y Nacional.....	79
3.2.2.	Registro de Visitantes del Control Turístico "Chacaltaya".....	85
3.3.	Selección de los Mercados y Segmentos Turísticos.....	85
3.4.	Balance Oferta – Demanda.....	86
3.5.	Breve Conclusión del Estudio de Mercado.....	87

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS Y SUTENTO DE LOS PROBLEMAS

4.1.	Planteamiento del Problema.....	90
4.1.1.	Estructura de Problemas.....	91
4.1.1.1.	Árbol de Problemas.....	91
4.1.1.2.	Árbol de Objetivos.....	91
4.2.	Matriz del Marco Lógico.....	92
4.3.	Análisis de la Entrevista y las Encuestas.....	94
4.3.1.	Entrevista a la Dirección de Promoción Turística del Gobierno Municipal de El Alto.....	95
4.3.2.	Encuesta a Turistas Extranjeros.....	97
4.3.3.	Encuesta a Turistas Nacionales.....	104
4.3.4.	Encuesta a la Población Local.....	111
4.3.5.	Encuesta a Tour Operadoras y a Agencias de Viaje.....	115
4.4.	Conclusiones del Capítulo.....	119

CAPÍTULO V
PROPUESTA

5.1.	Introducción a la Propuesta.....	121
5.2.	Desarrollo de la Propuesta.....	122
5.2.1.	Conceptualización Turística de El Alto.....	122
5.2.1.1.	Concepto.....	122
5.2.1.2.	Diseño de la Identidad Corporativa.....	122
5.2.1.3.	Constitución de la Identidad Corporativa.....	123
5.2.1.3.1.	Símbolo o Isotipo.....	123
5.2.1.3.2.	Marca o Logotipo.....	124
5.2.1.3.3.	Eslogan o Baseline.....	124
5.2.1.4.	Diseño y Contenido del Manual de Aplicaciones de la Identidad Corporativa.....	125
5.2.1.4.1.	Retícula de Construcción.....	125
5.2.1.4.2.	Reductibilidad.....	126
5.2.1.4.3.	Impresión a Color.....	126
5.2.1.4.4.	Impresión a una Tinta.....	126
5.2.1.4.5.	Tipografías Corporativas.....	126
5.2.1.4.6.	Aplicaciones y Prohibiciones.....	127
5.2.1.4.7.	Diseño del Material de Oficina.....	128
5.2.1.5.	Presupuesto de la Identidad Corporativa.....	129
5.2.2.	Aplicación de la Identidad Corporativa en Materiales	

de Merchandising.....	129
5.2.2.1. Presupuesto del Merchandising.....	133
5.2.3. Elaboración del Material Promocional.....	133
5.2.3.1. Material Informativo Impreso.....	134
5.2.3.1.1. Guía Turística General de El Alto.....	134
5.2.3.1.2. Trípticos Turísticos.....	135
5.2.3.1.3. Posters Turísticos.....	138
5.2.3.1.4. Mapa y Plano Turísticos de El Alto.....	140
5.2.3.1.5. Miniguía Turística de El Alto.....	142
5.2.3.1.6. Guía de Actividades Turísticas de El Alto..	142
5.2.3.1.7. Guía Folklórica de El Alto.....	153
5.2.3.1.8. Presupuesto del Material de Apoyo Impreso.....	162
5.2.3.2. Material de Apoyo Audiovisual.....	162
5.2.3.2.1. Banco de Imágenes.....	162
5.2.3.2.2. CD-ROM interactivo.....	163
5.2.3.2.3. Presupuesto del Material de Apoyo Audiovisual.....	164
5.2.3.3. Medios al Aire Libre.....	165
5.2.3.3.1. Carteles o Vallas.....	165
5.2.3.3.2. Banners.....	166
5.2.3.3.3. Rotulación de Vehículos.....	168
5.2.3.3.4. Presupuesto de Medios al Aire Libre.....	169
5.2.4. Establecer Canales de Difusión.....	169
5.2.4.1. Punto de Información Turística.....	169
5.2.4.1.1. Presupuesto del Punto de Información Turística.....	172
5.2.4.2. Portal Web.....	172
5.2.4.2.1. Presupuesto del Portal Web.....	176
5.2.5. Otros Instrumentos de Promoción.....	176
5.2.5.1. Invitaciones a los Representantes del Sector Turístico.....	176
5.2.5.1.1. Fam Trips o Viajes de Familiarización.....	176
5.2.5.1.2. Press Trip o Viajes de Prensa.....	177
5.2.5.2. Asistencia a Ferias o Eventos Turísticos.....	178
5.3. Presupuesto General.....	179
5.3.1. Aporte y Financiamiento.....	179
5.4. Cronograma de Actividades.....	180
Conclusiones.....	182
Recomendaciones.....	185
Bibliografía	
Anexos	
Anexo 1	Entrevista a la Dirección de Promoción Turística del Gobierno Municipal de El Alto
Anexo 2	Encuesta a Turistas Extranjeros (Español).
Anexo 3	Encuesta a Turistas Extranjeros (Inglés).
Anexo 4	Encuesta a Turistas Nacionales
Anexo 5	Encuesta a la Población Local.
Anexo 6	Encuesta a Agencias de Viaje.
Anexo 7	Mapa: Región Metropolitana, Región Intermedia y Región Micro Metropolitana del Municipio de El Alto.
Anexo 8	Mapa: Límites Territoriales del Municipio de El Alto.
Anexo 9	Mapa: Mancha Urbana de la Ciudad de El Alto (Año 2007).

RESUMEN DEL PROYECTO

El Proyecto de Grado "Promoción Turística del Municipio de El Alto" está compuesto por los siguientes capítulos

En la primera parte se observa un breve preámbulo introductorio concerniente al proyecto, mientras que en los antecedentes se describe y analiza el desenvolvimiento del turismo en el municipio de El Alto. Por otro lado la justificación detalla la problemática que aborda esta iniciativa.

El desarrollo del proyecto está sujeto al objetivo general y a los específicos los cuales encaminan las actividades propuestas, la metodología denota el método aplicado justificando las técnicas utilizadas y analizadas que son requeridas para el presente proyecto.

El capítulo I hace referencia al Marco Conceptual, en el cual se expone el glosario, cimentando los conceptos para una mejor comprensión del proyecto, extractados de distintas fuentes que permitan discernir sobre la temática del proyecto.

El capítulo II corresponde al diagnóstico exponiendo una amplia descripción sobre el municipio de El Alto fundamentando nuestra información extractada de la revisión bibliográfica y de trabajo de campo, relacionada con aspectos espaciales, aspectos fisiográficos, aspectos del ecosistema, aspectos socio-culturales, aspectos socio – económicos, aspectos medio ambientales y los aspectos organizativos e institucionales.

En el capítulo III se describe la oferta y la demanda, tomando en cuenta los recursos turísticos recientemente inventariados clasificados en 5 categorías que son: Sitios naturales, Patrimonio urbano arquitectónico, etnografía y folklore, Realizaciones técnicas científicas y Acontecimientos programados. Se hace mención de los servicios turísticos como el hospedaje, agencias de viaje, alimentación, recreación, entretenimiento, transporte, asistencia al turista y servicios complementarios.

La demanda está compuesta por nacionales e internacionales determinando la afluencia de éstos al municipio de El Alto en los últimos periodos.

El capítulo IV contempla el Análisis y sustento de problemas, identificando los principales problemas que afectan el desarrollo del turismo en el municipio de El Alto, presentando la estructura del árbol de problemas, causas, efectos y el árbol de objetivos, haciendo un intenso análisis mediante la matriz del Marco Lógico se determinan las posibles soluciones a realizarse.

El sustento de los problemas se da mediante el análisis de la entrevista y las encuestas realizadas a entidades públicas, agencias de viaje, población en general, visitantes nacionales y extranjeros, mostrando de esta manera resultados favorables para éste proyecto.

La propuesta se encuentra en el capítulo V, en la cual se plantea la establecer acciones promocionales turísticas en el Municipio de El Alto, a través del diseño de la Identidad Corporativa, la aplicación de la misma en elementos del "merchandising", diseñando y preparando el material de apoyo impreso y audiovisual, proponiendo lugares estratégicos para la ubicación de puntos de información turística y el diseño de un Portal web para una mejor difusión de la información, todas estas actividades serán reforzadas a través de la realización de el "press trip" (viajes de prensa), el "fam trip" (viajes de familiarización) y participaciones en ferias.

La parte final contempla las conclusiones y recomendaciones finales del proyecto.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto contiene información concerniente al municipio de El Alto y las potencialidades turísticas tanto naturales como culturales con las que cuenta y puede ofrecer este joven municipio.

El Alto hoy en día es considerado como una de las ciudades más pobladas a causa de la migración campo – ciudad, convirtiéndola así en capital andina del departamento de La Paz como es ahora conocida.

Por su ubicación topográfica, rodeada de montañas, El Alto posee un hermoso paisaje natural asombrando a propios y extraños e invitándolos a conocer sus atractivos turísticos. El Alto se constituye desde el borde de la Ceja hasta la planicie altiplánica, donde el único resguardo de vientos fríos viene a ser paradójicamente los nevados Chacaltaya y Huayna Potosí ubicados al noreste del municipio.

Con esta investigación se pretende demostrar la inadecuada promoción turística con la que cuenta el municipio de El Alto y como consecuencia inmediata la poca efectividad sobre la demanda turística.

La utilidad práctica que tiene este trabajo es de aplicar varias herramientas de promoción como propuesta para mejorar la imagen actual y posicionar a El Alto dentro del mercado turístico, en pro al desarrollo de la actividad turística en el área.

ANTECEDENTES

Los nuevos procesos a los que se enfrenta el mundo, más particularmente el ámbito económico, han marcado connotaciones muy importantes para el desarrollo de un país. Con la disminución y la eliminación de las barreras y fronteras en los flujos económicos se ha dado paso a un nuevo modelo económico de libre mercado que no solo afecta a la disciplina de la economía sino también a la tecnología, sociología, política, turismo entre otras. Es en tal sentido que el turismo mundial ha desarrollado nuevas perspectivas frente a estos modelos, tal es el tema de la competitividad, calidad, promoción entre otras cosas.

"El turismo es una actividad muy importante en la industria mundial porque da empleo a más de 207 millones de personas lo que equivale al 8% del empleo mundial". (Gómez 2006)

Las proyecciones ofrecidas por la OMT, en las últimas décadas muestran que la industria del turismo está entre las actividades económicas más florecientes y dinámicas del mundo, pese a la incertidumbre existente por las tensiones geopolíticas, existen signos de recuperación significativos de la confianza en el turismo.

El último quinquenio arroja los siguientes datos: "[...] en el año 2000 la cifra fue de 699 millones de visitantes con un ingreso de 476.000 millones de dólares, en el 2001 se alcanzó la cifra de 692 millones de visitantes con un ingreso de 462.000 millones de dólares". (Viceministerio de Turismo 2004: 8)

Este descenso se dio a consecuencia de los atentados terroristas en Estados Unidos el 11 de septiembre de 2001 que asentaron un golpe terrible al turismo.

"En el año 2002 la cifra vuelve a subir a 914 millones de visitantes con un ingreso de 474.000 millones de dólares". (Viceministerio de Turismo 2004: 9)

"Otros atentados terroristas influyeron efectivamente en el turismo el año 2002 sus efectos más importantes fueron los producidos en Túnez, además de los atentados en Mombasa, Kenia y Bali en Indonesia afectando el turismo asiático". (Gómez 2006)

El año 2003 las cifras muestran solamente 694 millones de visitantes con un decrecimiento del 1.2 % sacudido por graves problemas, ésta caída fue concurrida por tres factores negativos: el conflicto de Irán, SRAS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo) y la persistente debilidad de la economía, provocaron que las llegadas de visitantes disminuyeran a la mitad a la del número de visitantes. (Organización Mundial del Turismo 2007)

"En la reactivación de 2004 alcanzó a 760 millones de visitantes con un aumento del 10 % respecto al 2003, a la existencia de una importante demanda retenida de viajes". (El Mundo en Línea 1999)

"El mantenimiento de la buena marcha evolutiva del turismo mostró el 2005 un crecimiento en el sector, crecerá a una tasa promedio del 4.1 % anual previsto a largo plazo hasta el 2020

antes del estancamiento del 2001". (Organización Mundial del Turismo 2007)

El 2006 con 842 millones de visitantes y un crecimiento de 4.5 %, estas cifras superaron todas las expectativas, el turismo ha seguido obteniendo resultados superiores a la media y se ha convertido en un nuevo año record para el sector. Las últimas cifras según la OMT, el turismo mundial parecen indicar que el 2007 consolidará esa evolución y se convertirá en el cuarto año de crecimiento sostenido, en los primeros cuatro meses. La OMT indica un crecimiento de 3 % superando el mismo período de 2006. (Foro por el Turismo Sostenible 2007)

El turismo en Bolivia es una actividad económica y cultural que viene impulsando desde hace muchos años el desarrollo turístico nacional, basado en la diversidad de su Patrimonio cultural y natural. Según el Viceministerio de Turismo, la actividad turística genera 67.000 empleos entre directos e indirectos, representando un 27 % de las exportaciones tradicionales y no tradicionales respectivamente.

El turismo presenta un efecto multiplicador favoreciendo de esta manera la economía en su conjunto, éste se constituye en un importante medio para equilibrar la balanza de pagos, generar empleo y apoyar el desarrollo regional. Por ser uno de los sectores más dinámicos de la economía, el turismo tiene una función decisiva entre los instrumentos de lucha contra la pobreza y se convierte en una herramienta primordial para el desarrollo sostenible; además de ello impulsa al desarrollo social, genera divisas, atrae capitales, propicia el adelanto tecnológico y promueve el comercio, dinamiza la construcción y alienta el transporte, artesanía, tradiciones y la gastronomía.

Bolivia está formada por tres regiones en su territorio región Andina, subandina o valle y la región de llanos, regiones que son habitadas por personas de diferentes culturas formando así un país multiétnico y pluricultural.

Entre los destinos más importantes con los que cuenta Bolivia identificados a nivel internacional tenemos: Lago Titicaca, Salares y Lagunas, Cordillera Real, Madidi, Pantanal, Chaco, Sucre – Potosí, Misiones Jesuíticas, Trópico Cochabambino y Triángulo Amazónico. (Viceministerio de Turismo 2006: 15)

"Entre los principales mercados emisores para Bolivia tenemos a: Perú, Brasil, Alemania, Chile, Argentina, Francia, Inglaterra, Estados Unidos, Canadá y otros". (Viceministerio de Turismo 2006: 10)

La actividad turística en Bolivia pese a su alta sensibilidad y a factores ajenos, atravesó por una de sus mayores crisis, debido a los acontecimientos político – sociales ocurridas en el país que afectaron de manera contundente las proyecciones del turismo. Actualmente la actividad turística se recupera poco a poco por su efecto multiplicador y su vinculación con aspectos sociales, culturales, históricos, naturales y un gran potencial como destino nuevo y emergente para el desarrollo de productos y servicios turísticos, considerando que la tendencia actual se inclina más por tener experiencias de carácter cultural y natural.

Los registros de ingresos de visitantes durante el periodo 2000 – 2005 muestran la siguiente serie histórica: [...] en el periodo 2000 las llegadas internacionales alcanzaron a 1.038.863 visitantes con una tasa de crecimiento de -7.0 % anual, el 2001 se alcanzó una cifra de 1.051.607 de visitantes donde se registro un crecimiento en la tasa anual de 1.2%.

El número de visitantes al país alcanzó a 1.122.026 en el año 2002 con una tasa de crecimiento anual de 6.7%, el 2003 pese a ser éste el año más conflictivo socialmente para la actividad turística boliviana, se registro 1.142.025 visitantes con una tasa de crecimiento de 1.7% los últimos años se dio un incremento notorio de 1.262.347 visitantes mostrando una tasa anual de crecimiento de 10.5 % en el 2004 y finalmente el 2005 registro 1.346.604 de visitantes. Este paulatino crecimiento muestra signos positivos de la reactivación turística de una perspectiva con un promedio de 6.6%, para el 2006 se registro 1.573.851 visitantes con una tasa de crecimiento de 16.8% y para el 2007 la llegada de visitantes fue de 1.673.192 con una tasa de crecimiento del 6.3%. (Viceministerio de Turismo 2008: 71-72)

"El Alto es la cuarta sección municipal de la provincia Murillo del departamento de La Paz ubicada a 4000 metros de altura s.n.m., geográficamente se encuentra aledaña a la ciudad de La Paz, creada por ley del 6 de Marzo de 1985". (Ramos 2004)

"Los originarios llamaban al lugar "Alaj Pacha" (tierra en el cielo) y después "Alturpata Marka" (Pueblo de arriba)". (Directorio Nacional de Medios de Comunicación 1997)

Esta ciudad joven cuenta con 649.958 habitantes según el último censo de población y vivienda 2001; El Alto está distribuido en 562 juntas vecinales o "unidades vecinales 4 barriales de base". Estas juntas o unidades están agrupadas en once distritos municipales. Debido a que la ciudad de El Alto es considerada hoy en día una de las más pobladas por la migración campo - ciudad, convirtiéndose en una ciudad capital de los pueblos andinos del país. (Ramos 2004)

Por su ubicación el municipio de El Alto se encuentra rodeado de montañas desde el borde de la cuenca o "Ceja", es el altiplano paceño, cuyo único resguardo de vientos fríos viene a ser paradójicamente los contrafuertes Nevados Chacaltaya y Huayna Potosí que están ubicados al noreste de la ciudad. Hoy en día la ciudad de El Alto se constituye en una ciudad productora de servicios en donde el Recurso humano en su mayoría está proyectado a ofrecer sus habilidades de trabajo a la ciudad de La Paz y al interior del país. No obstante el municipio de El Alto cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos de características naturales y culturales, con gran potencial para atraer turistas nacionales e internacionales como ser: El nevado Huayna Potosí, miradores, fiestas, museo Antonio Paredes Candia, plazas, expresiones espirituales y ferias.

Entre los principales mercados emisores para el municipio de El Alto están: Perú, Chile, Argentina, Brasil, Ecuador, Colombia, Estados Unidos y Suiza. La temporada alta para el turismo receptivo se concentra en los meses de agosto a septiembre que caracterizan a la temporada alta, mientras que la temporada baja en los meses de abril, mayo y junio. (Viceministerio de Turismo 2008: 109)

Según el periodo 2000 - 2005 de visitantes a la ciudad de El Alto se aprecia la siguiente serie histórica:

En el año 2000 las llegadas alcanzaron la cifra de 47.348 visitantes con una tasa de -4.0 % anual, el 2001 disminuyó alcanzando una cifra de 47.228 de llegadas de visitantes, donde se registro un decrecimiento en la tasa anual de -0.3 %.
El año 2002 las cifras llegaron a 51.877 con un incremento anual de 9.8 %, el 2003 pese a los conflictos sociales para la actividad turística, se registro 81.084 visitantes con una tasa de crecimiento

de 56.3 %, el 2004 empieza a tener un progreso paulatino con 88.110 visitantes con una tasa de crecimiento de 8.7 %, el 2005 se registro 109.982 visitantes con una tasa anual de 24.8% sobreponiéndose de esta manera a los conflictos político - sociales sucedidos en años pasados, en el 2006 se registro la llegada de 138.244 visitantes y llegando a registrar una tasa de crecimiento de 25.7% y finalmente el 2007 disminuyo alcanzando una cifra de 124.670 visitantes donde se registro un decrecimiento en la tasa anual de -9.8%. (Viceministerio de Turismo 2008: 72-73)

JUSTIFICACIÓN

El turismo es una actividad dinámica, cuyo desarrollo como factor de progreso, generación de divisas e integración social, se da solamente cuando se lo enfoca con un sentido de planificación coherente y se convierte en una herramienta primordial para el desarrollo turístico sostenible. En los países altamente desarrollados, el estado de vida permite a sus habitantes la posibilidad económica de una mayor calidad de vida.

En su gran mayoría el Municipio de El Alto se caracteriza por su movimiento comercial, dejando de lado a otras actividades, tal es el caso del turismo.

El Municipio de El Alto es considerado en la actualidad como un punto estratégico para el desplazamiento de turistas hacia otros destinos turísticos por la presencia del Aeropuerto Internacional y una Terminal de buses.

Se identifica una baja afluencia turística de los visitantes debido a la falta de difusión y promoción del potencial turístico y desconocimiento de los ciudadanos, lo que a la vez ocasiona bajos ingresos por turismo.

La promoción turística es considerada como una de las funciones más importantes de la gestión del turismo cuya responsabilidad recae principalmente en el Viceministerio de Turismo a nivel nacional y en la Dirección de Turismo a nivel local y/o municipal, la promoción desde el punto de vista sectorial se constituye en una inversión destinada a mejorar la situación del municipio debiendo lograr o conseguir vender el producto turístico.

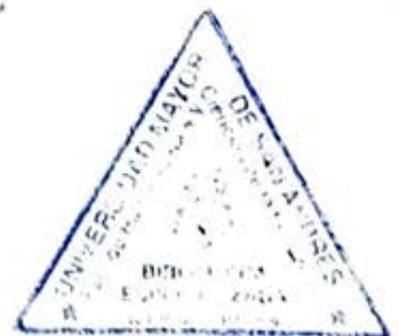
Además la promoción consiste en establecer los lineamientos básicos para determinar cuales deben ser los aspectos a tomarse en cuenta para dar a

conocer al municipio de El Alto a nuevos segmentos de mercado de Bolivia y el mundo.

La inadecuada promoción y difusión de los atractivos turísticos de este municipio, no cumple con las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros. La motivación hacia la demanda nacional y extranjera se ve limitada debido al escaso material promocional con la que cuenta la Dirección de Promoción del Gobierno Municipal de El Alto, el cual no llega de forma estratégica a los turistas nacionales y extranjeros.

La existencia de la Terminal de buses y el aeropuerto como puntos estratégicos de información no son aprovechados de forma adecuada por existir solamente un Centro de Información Turística (CIT) al interior del aeropuerto no siendo suficiente para la promoción de sus atractivos turísticos, es necesario difundir y promocionar el turismo a través de Puntos de Información, dirigidos a satisfacer las expectativas del turista. En ese contexto el Centro de Información Turística es un lugar físico que se caracteriza por asistir e informar al turista, difundir y promocionar todos los atractivos turísticos de la ciudad de El Alto y todo el territorio nacional, es también considerado una estrategia para el fortalecimiento de la actividad turística en la ciudad de El Alto.

En este sentido el presente proyecto pretende demostrar la importancia de la Promoción Turística de los atractivos turísticos del municipio de El Alto que en la actualidad son muy poco conocidos, mucho menos *valorados* ni incursionados como debieran por las autoridades en turno ni agencias de viaje, los cuales pueden ser aprovechados en gran medida, para la economía de esta ciudad mejorando la calidad de vida, incrementando más empleos directos e indirectos, a través de la incorporación del municipio de El Alto como parte de la actividad turística que en gran medida se desarrolla en la ciudad de La Paz.



OBJETIVOS

Objetivo General

"Diseñar y ejecutar Acciones Promocionales a través de la Promoción y difusión turística, a fin de incrementar la afluencia turística hacia el Municipio de El Alto reflejando al turismo como una oportunidad de crecimiento".

Objetivos Específicos

- ☺ Posicionar al municipio de El Alto con una imagen sólida que identifique sus atractivos turísticos, a través del Diseño de una Identidad Corporativa, apoyada con un concepto que fortalezca esa Imagen Turística.
- ☺ Elaborar artículos de viaje mediante el "Merchandising".
- ☺ Elaborar material de apoyo (impreso y audiovisual) que muestre los atractivos turísticos naturales y culturales que posee el municipio de El Alto.
- ☺ Proponer lugares estratégicos donde se puedan habilitar puntos de información turística y el diseño de un Portal Web como canales de difusión de la existencia de los atractivos turísticos del Municipio de El Alto.

METODOLOGÍA

En la primera parte, vale decir el capítulo I, II y III se recurrió a la recopilación de información bibliográfica, datos estadísticos, sociodemográficos, para elaborar el marco conceptual, diagnóstico y estudio de mercado.

En una segunda parte que consiste en el análisis y sustento de los problemas, se recurrió a técnicas de recolección de datos como: entrevistas, encuestas a fin de justificar el problema principal.

Una vez concluido el trabajo de campo, se recurrió al método de análisis del Marco Lógico lo que permitió finalmente en una tercera etapa, plantear las propuestas para la factibilidad y aplicación.

Tipo de Estudio

El presente proyecto utiliza el tipo de estudio **Descriptivo**. Se considera que es Descriptivo por que "[...] *se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga*". (Hernández et al. 2003: 60)

Los estudios descriptivos "[...] *miden de manera más bien independiente los conceptos o variables a las que se refieren, aunque desde luego, puedan integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es como se manifiesta el fenómeno de interés*". (Hernández et al. 2003: 61)

Diseño de la Investigación

El proyecto realizado contiene un diseño no experimental.

Tiene estas características debido a los siguientes motivos. La presente investigación es no experimental porque "[...] *no se manipula ninguna variable. El estudio no experimental consiste en observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos, y en la que resulta imposible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones*". (Hernández et al. 2003: 184)

Determinación de las Fuentes de Información

La Técnica como parte del método, es la forma, el medio que utilizamos para recolectar datos y alcanzar los objetivos trazados.

Fuentes de Información Primaria

Para la recolección de la información de primera mano, se realizó entrevistas a Autoridades Locales, Operadores y comercializadores de Turismo, a través del contacto directo. Seguidamente se realizó Encuestas a los visitantes extranjeros, nacionales y población, finalmente se empleó la observación estructurada con el propósito de verificar los datos del Municipio de El Alto obtenidos del material bibliográfico.

Se emplearon tres fuentes de información:

La entrevista

Es la técnica que nos permitió obtener mayores datos e información verbal de manera espontánea y directa de los responsables de la actividad turística y Autoridades locales y regionales.

De acuerdo al punto de vista de Koría indica que *"La Entrevista; permite obtener mayores datos e información que la Encuesta, por la interacción que se produce entre el entrevistador y el entrevistado, lo que facilita que puedan tocarse temas que no estaban previstos plantearse"*. (2007: 106-109,115)

La selección de los entrevistados fue en función a algunos criterios como son: el conocimiento y vivencia relacionados a la actividad turística, para lo cual se realizó entrevistas a Autoridades de la Dirección de Turismo del Gobierno Municipal de El Alto, a los Gerentes de las Agencias de viaje.

La encuesta

Para la recopilación de datos se recurrió a la elaboración de encuestas, con la finalidad de obtener información de los mismos visitantes extranjeros, nacionales y población local, para conocer sus inquietudes y preferencias.

Según Koría *La Encuesta; consiste en obtener información de fuente directa de los sujetos de estudio, a través de formularios expresamente estructurados que los encuestados llenan por sí mismos. La ventaja es que permite que puedan ponerse en circulación, simultánea, muchos ejemplares, en diferentes lugares, simplificando la labor del investigador en el tiempo.* (2007: 114-115)

Las preguntas que se llevaron a cabo fueron de dos tipos:

- **Abiertas:** El individuo puede responder con una línea o frase.
- **Cerradas:** Solo puede responder con un sí o con un no.

Observación estructurada

Esta es una técnica que consiste en la planificación y visita al área de estudio, conocida también como Trabajo de Campo, con la finalidad de verificar los datos obtenidos en la primera instancia, también sirve para plantear y elaborar la propuesta que ayude al impulso de la actividad turística.

Fuentes de Información Secundaria

"Son aquellas que resultaran del trabajo de recolección y procesamiento, de las de primera mano". (Mendioca 2003: 22)

Para la obtención de esta clase de información, se tiene dos tipos de fuente:

- **Fuentes de información general:** Atlas Estadístico de Municipios INE, Plan de Desarrollo Municipal de El Alto 2003.
- **Fuentes de información específicas:** consulta a libros relacionados al Turismo, Marketing, Promoción turística, Manual de Gestión Municipal, folletos cívicos de El Alto, periódicos históricos (suplemento) del Municipio de El Alto, Boletines Informativos de Gobierno Municipal de El Alto y la Prefectura del departamento de La Paz, Folletos Turísticos, Tesis y Proyectos de Grado de Turismo.

Fase de Análisis

La información seleccionada fue procesada de acuerdo a las expectativas del proyecto de grado. Analizando las situaciones negativas que afectan a las situaciones positivas que contribuyen al destino turístico de El Alto. Para esta fase fue necesario realizar el Árbol de problemas y objetivos para luego hacer un análisis en la Matriz del Marco Lógico del Municipio de El Alto y su relación con la actividad turística.

Técnica Marco Lógico

El Marco lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su propósito es brindar estructura al proceso de planificación y comunicar información esencial relativa al proyecto.

Identificación de la Muestra de Estudio

Determinación del Universo

El **Universo** ha sido definido como "[...] *el segmento global hacia el cual se dirigirá el proceso de investigación, para obtener los elementos del análisis requerido. El segmento total, hacia el que se dirigirán las encuestas y entrevistas, con el propósito de obtener la información deseada*". (Korla 2007: 100)

El Universo está constituido por: el personal de la Dirección de Turismo del Gobierno Municipal de El Alto, Agencias de Viaje que operan y comercializan en el Huayna Potosí, Turistas nacionales y extranjeros, Población local.

Para la realización de la investigación se efectúa un muestreo de los elementos que componen el Universo de estudio, en este caso citado anteriormente.

- Dirección de Turismo 2
- Agencias de Viaje 19
- Turistas nacionales 73.247
- Turistas extranjeros 11.530
- Población 864.575

La Muestra "[...] determina una porción de esta población que, a través de un método de muestreo, nos permite realizar el estudio requerido y obtener los elementos de análisis de la población o del universo total del que forman parte". (Koria 2007: 100)

A partir de estas definiciones puede afirmarse que: La Muestra es la representación del Universo o población.

En caso de ser una cantidad superior a 30, se aplicará el muestreo probabilístico para obtener conclusiones válidas sobre toda la población de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * (p) * (q)}$$

Donde:

n = Tamaño de la Muestra	
z = Niveles de Confianza	90% (1,645)
q = Probabilidad de Éxito	50% (0,5)
p = Probabilidad de Fracaso	50% (0,5)
N = Tamaño de la Población	?
e = Nivel de error	10% (0,1255)

CAPÍTULO I

MARCO CONCEPTUAL

CAPÍTULO I MARCO CONCEPTUAL

El presente proyecto aplica un conjunto de conceptos y definiciones breves vinculadas entre sí, con el objetivo de explicar, aclarar y orientar conceptualmente la propuesta de Promoción Turística de el Municipio de El Alto.

1.1. Turismo

1.1.1. Concepto de Turismo

El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia voluntaria y temporal de la persona fuera de su entorno habitual; determinados por causas ajenas al lucro; es decir que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal. (Arias 1997: 12)

El turismo se lo interpreta como un producto socio-cultural, como un derecho que tienen los seres humanos a disponer de su tiempo libre en la búsqueda de su satisfacción personal y el disfrute de los bienes que proporciona la naturaleza y la sociedad.

Según Doris Arias (1997: 16 - 22) el turismo presenta la siguiente clasificación:

1.1.2. Clasificación del Turismo

1.1.2.1. Turismo Según el Lugar de Residencia del Turista y el Ámbito de su Desplazamiento

1.1.2.1.1. Turismo Interno o Nacional

Denominado también Doméstico o Circuito Cerrado: realizado por:

"Toda persona, cualquiera que sea su nacionalidad, que reside en un país y que se traslada a un lugar situado en ese país, pero distinto de aquel en que tiene su residencia habitual; por una duración de al menos 24 horas o por una pernoctación mayor y, por motivos diferentes del de ejercer una profesión remunerada en el lugar visitado".

Este tipo de turismo se clasifica a su vez en:



A. Miniturismo Nacional

Es el que se realiza dentro de un país por parte de los habitantes del propio país pero, solo en fines de semana.

B. Turismo Nacional Receptivo

Es el que se realiza dentro de un país por parte de los habitantes del propio país cuando una gran masa de ellos o de la población se desplaza a los mismos lugares de expansión vacacional.

C. Turismo Nacional Reversal

Es el que se realiza dentro de un país por parte de los habitantes del propio país pero con sentido contrario, donde los del interior se desplazan a las capitales y éstos hacia el interior.

1.1.2.1.2. Turismo Externo o Internacional

"Son los desplazamientos que realizan los residentes de un país distinto de aquel en el cual tienen su domicilio habitual, es decir los viajes que realizan los nacionales y residentes de un determinado país hacia otro distinto del suyo; hagan o no desplazamientos por el interior del país visitado"

1.1.2.2. Turismo Según el Motivo de Viaje

Consiste en identificar al turismo según el motivo principal del viaje o por el propósito de la visita a un determinado destino. De acuerdo a éste criterio; el turismo puede ser clasificado en tres categorías; las cuales a su vez se dividen en tipos:

1.1.2.2.1. Turismo Convencional o de Tipo Vacacional

Obedece a motivaciones relacionadas con la educación, el placer, descanso o recreación; dividiéndose a su vez en:

A. Turismo Cultural

Es aquél realizado por quienes esperan del viaje un acrecentamiento de su acervo cultural.

B. Turismo de Sol y Playa

Es aquél realizado por quienes esperan del viaje beneficios de descanso y recreación climática, veraneante en playas; buscando el "sol, arena y mar".

C. Turismo de Salud

Es aquél realizado por quienes buscan la recuperación de la salud perdida. Estos conglomerados se dirigen a centros de beneficios climáticos o por las virtudes de aguas termales o medicinales que tienen.

1.1.2.2.2. Turismo Especializado

Este tipo de turismo es el que responde a motivaciones ligadas con las expectativas de emoción de aventura o de interés científico, se divide a su vez en:

A. Turismo de Montaña

Se le denomina técnicamente como montañismo, es realizado por quienes esperan emoción y aventura a través de la realización de diferentes deportes (alpinismo, trekking, etc);

B. Turismo de Ríos

Es aquel realizado por quienes esperan emoción y aventura a través de la realización de deportes en agua (pesca, deportes acuáticos, etc.).

C. Turismo Científico

Es aquél realizado por quienes buscan interés científico referido a la fauna, flora, arqueología y otros.

1.1.2.2.3. Turismo de Afinidad o de Interés Común

A. Turismo de Congresos y Convenciones

Es aquél realizado por quienes asisten o participan en algún tipo de reuniones o eventos (congresos, convenciones, conferencias, etc.).

B. Turismo Religioso

Es aquél realizado por quienes se desplazan o viajan por motivos religiosos y de Fe.

C. Turismo de Incentivos

Es aquél realizado por quienes se desplazan incentivados por algún tipo de acontecimiento (asistencia a espectáculos deportivos, artísticos, etc.).

1.1.2.3. Turismo Según la Forma de Viaje

Según la forma de viaje, en este caso, independientemente al tipo de arreglo efectuado por el turista para realizar el viaje, se clasifica en:

1.1.2.3.1. Turismo Individual

Lo realiza una persona que organiza su viaje temporal por sí misma o por conducto de otra especializada y se desplaza a otro lugar fuera de su domicilio habitual.

1.1.2.3.2. Turismo de Grupo

Esta clasificación tiene como propósito fundamental, identificar la manera cómo se efectúa el viaje, es decir, si éste se lleva a cabo en forma individual o en conjunto de turistas.

1.1.2.4. Turismo Según el Tipo de Viaje

En consideración a la forma cómo se efectúan los arreglos relativos al viaje, el turismo puede ser clasificado en:

1.1.2.4.1. Turismo Independiente

Éste tipo de turismo se refiere cuando el propio turista compra en forma directa y además por separado cada uno de los componentes necesarios para su traslado, es decir: transporte, alojamiento, alimentación, distracción, etc.

1.1.2.4.2. Turismo Organizado

En éste tipo de viaje, el turista adquiere en un solo acto de compra, todos los servicios por un precio global, es conocido también con el nombre de "Paquete Turístico".

1.1.2.5. Turismo Según el tipo de Operación

Las empresas que integran la "Industria de Viajes" para efectos de una mejor identificación del campo de los negocios turísticos en el que se encuentran involucradas; clasifican al Turismo en:

1.1.2.5.1. Turismo Receptivo

Es aquél producido por la llegada de extranjeros de un país determinado, es decir, cuando el turista y turismo llega al destino donde las empresas de viaje están asentadas prestando sus servicios y bienes.

1.1.2.5.2. Turismo Emisivo

Es aquél producido por la salida de nacionales hacia otro país, es decir que el turismo se dirige hacia el exterior, en la cual están establecidas las empresas de la industria de viajes.

1.1.2.6. Turismo Según la Permanencia en el Lugar de Destino

De acuerdo con el tiempo que dure la permanencia del turista en el lugar de destino, el turismo puede ser clasificado en:

1.1.2.6.1. Turismo Itinerante

Se caracteriza por mantener una permanencia muy corta en el lugar de destino y normalmente está relacionado con en "Tour" o "Circuito" aunque, de hecho puede dirigirse solamente a un único destino.

1.1.2.6.2. Turismo Residencial o de Estadía

Se caracteriza por mantener una mayor permanencia en el lugar de destino y generalmente está asociado al uso de sistemas de alojamientos extra hoteleros: residencias, apartamentos y condominios; de donde se deriva precisamente denominación de "Turismo Residencial" y no se su calidad migratoria.

1.1.2.7. Turismo Según su Naturaleza o Relación de Gastos

1.1.2.7.1. Turismo de Masas

Es el que se caracteriza por el volumen de personas que participan en el turismo, es decir, por la participación de la gran "masa de las corrientes turísticas" constituido por aquellos que pueden realizar el turismo aunque éstos no tengan un alto poder económico "Clase Media".

1.1.2.7.2. Turismo Popular

Es el que cuenta con una gran aceptación por parte de la población de "escasos ingresos". Cuando éste aumenta en grandes proporciones, se convierte en "Turismo Masivo".

1.1.2.7.3. Turismo Selectivo

Se identifica al turismo aplicado o practicado por "estratos selectos" o "estratos de altos ingresos económicos".

1.1.2.7.4. Turismo Social

"Conjunto de relaciones y fenómenos que se originan por la participación en el turismo de las capas de población económicamente más débiles, por lo cual dicha participación se hace posible y se facilita, mediante medidas especiales, fáciles de distinguirse y que no persiguen ningún lucro".

Se considera entre las "capas económicamente débiles" a:

- Estudiante.
- Ancianos.
- Niños.
- Obreros.
- Familias pobres.
- Campesinos.
- Asalariados.
- Trabajadores Públicos.
- Etc.

Las medidas especiales para la participación en el turismo social se las establece con el apoyo de:

- **Estado.-** Cuyo apoyo económico puede ser total o parcial.
- **Subvenciones a Sindicatos, Asociaciones.-** Cuando el Estado puede donar fondos a determinados organismos.
- **Sindicatos Laborales o Partidos Políticos.-** Viajes de miembros de sindicatos a través de fondos recaudados y, familiares de partidos políticos a través de subvenciones.
- **Grupos de empresas.-** Pueden ser industrias o empresas comerciales que operan en grupos y que se organizan y recaudan fondos comunes.

1.2. Marketing

En la actualidad varios países han intensificado sus esfuerzos para concentrar un mayor flujo turístico nacional e internacional, convirtiendo así al Turismo en una de las principales actividades altamente competitivas y dando lugar no sólo a la competencia entre destinos sino también entre regiones dentro de un mismo país, este hecho ha conducido a que el mercado internacional sea guiado por el **MARKETING**, el cual es considerado como:

"Un sistema total de actividades de negocios diseñado para planear, fijar precios, promover y distribuir productos que satisfacen necesidades en el mercado objetivo con el fin de alcanzar las metas de una organización". (Stanton 1994: 702)

1.2.1. Marketing Turístico

Por lo que conceptualmente el **MARKETING TURÍSTICO** se entiende como "[...] *la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de ciertos grupos determinados de consumidores y lograr de esta forma un beneficio apropiado*". (Acerenza 1996: 42)

1.2.2. Mezcla del Marketing

De acuerdo a Stanton (1994: 14, 705) se entiende por **MEZCLA DEL MARKETING** al diseño, la instrumentación y la combinación de los cuatro elementos primarios que componen el programa de marketing de una compañía.

Los cuatro elementos del marketing son:

1.2.2.1. Producto

La administración del ingrediente del producto incluye la planeación y el desarrollo de los bienes y/o servicios apropiados a ser comercializados por la compañía. Se necesitan estrategias para cambiar los productos ya existentes, añadir otros nuevos y llevar a cabo otras acciones que afecten el surtido de productos que se trabajan. Se necesitan también decisiones estratégicas con relación a la fijación de marcas, envasado y diversas otras características del producto.

1.2.2.2. Precio

La administración tiene que determinar el precio base apropiado para sus productos. Después tiene que decidir sobre estrategias relacionadas con descuentos, pagos de fletes y muchos otros factores que se relacionan con el precio

1.2.2.3. Plaza o Distribución

A pesar de que los intermediarios de marketing, en particular los mayoristas y los detallistas, son en gran parte un factor de medio ambiente no controlable, el ejecutivo tiene bastante libertad al trabajar con ellos. La responsabilidad de la administración es: 1) seleccionar y administrar los canales comerciales a través de los cuales los productos llegarán al mercado adecuado en el momento

correcto y 2) desarrollar un sistema de distribución para el manejo y transporte físico de los productos a través de estos canales

1.2.2.4. Promoción

La administración necesita informar y persuadir al mercado con relación a los productos de la compañía. La publicidad, la venta personal, la promoción de ventas y la propaganda son las principales actividades promocionales.

1.2.3. Merchandising

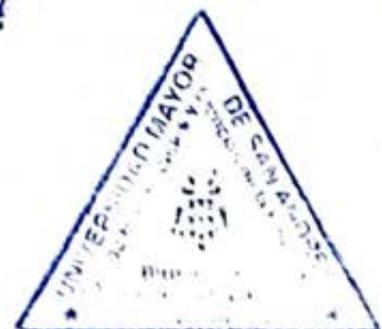
El "MERCHANDISING" (*literalmente del inglés "mercancía"*), o Micromercadotécnica es la parte del marketing que tiene por objeto aumentar la rentabilidad en el punto de venta. Son actividades que estimulan la compra en el punto de venta. Objetivos del merchandising: llamar la atención, llevar al cliente al producto, facilitar la acción de compra. Es el conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten presentar el producto o servicio en las mejores condiciones al consumidor final. En contraposición a la presentación pasiva, se realiza una presentación activa del producto o servicio utilizando una amplia variedad de mecanismos que lo hacen más atractivo: colocación, presentación, etc. (Bustamante 2002)

1.3. Promoción

La PROMOCIÓN es considerada como el elemento en la mezcla del marketing de una organización, que se utiliza para informar, persuadir y recordar al mercado con relación a la organización y/o sus productos.

1.3.1. Promoción Turística

Por ende la PROMOCIÓN TURÍSTICA "Comprende todos los instrumentos de la combinación de marketing cuya función principal es la comunicación persuasiva. (Información – persuasión – influencia cliente) se incluyen actividades como publicidad, promoción de ventas, ventas personales, también relaciones públicas.



1.3.1.1. Promoción de Ventas

Todas las actividades de comercialización que no incluyen ventas personales y la publicidad, tienden a estimular las compras del consumidor y la efectividad de los intermediarios. (Exhibiciones, representaciones, demostraciones y otros).

1.3.1.2. Publicidad

Actividades comprendidas con objetivos de presentar a un grupo un mensaje impersonal, oral o visual, con respecto a un producto, servicio o idea patrocinado y diseminado por medios de difusión.

1.3.1.3. Venta Personal

Proceso personal o impersonal de ayudar y/o persuadir a un cliente potencial a comprar un producto o servicio o actuar favorablemente respecto a una idea que tiene una significación para el vendedor

1.3.1.3. Relaciones Públicas

Función de mercadotecnia que evalúa las actitudes públicas, identifica áreas en la empresa en las que el público estaría interesado y lleva un programa de acción con el fin de ganarse el conocimiento y la aceptación del público. (Lamb 1998: 462).

1.3.1.4. Marketing Directo

"Consiste en establecer una comunicación directa con los consumidores individuales, cultivando relaciones directas con ellos mediante el uso del teléfono, el fax, el correo electrónico, entre otros, con el fin de obtener una respuesta inmediata". (Kotler y Amstrong 1990: 470)

1.3.2. Mezcla Promocional

Para la **MEZCLA PROMOCIONAL** se toman como *"Combinación las herramientas de promoción que incluye la publicidad, relaciones públicas, ventas personales y promoción de ventas, las cuales se utilizan a fin de incluir en el mercado meta y lograr las metas globales de la empresa". (Lamb 1998: 461)*

Esta mezcla promocional es también conocida como el mix de promoción, mezcla total de comunicaciones de marketing, mix de comunicación o mezcla promocional, es parte fundamental de las estrategias de mercadotecnia porque la diferenciación del producto, el posicionamiento, la segmentación del mercado y el

manejo de marca, entre otros, requieren de una promoción eficaz para producir resultados. (Stanton 1994: 457)

De acuerdo al Manual de Gestión Turística a Nivel Local se consideran las siguientes herramientas:

1.3.3. Las Actividades de Promoción o Herramientas

LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN O HERRAMIENTAS que tienen como fin persuadir al turista, para que adopte una decisión de compra a favor de un determinado producto, en el presente trabajo tomaremos en cuenta a las siguientes herramientas.

1.3.3.1. Marca Turística

La **MARCA TURÍSTICA**, es la identificación comercial de un producto. Para ser recordada con facilidad, el nombre que se elige para el producto va acompañado de un símbolo, con unos colores y un tipo de letra característico.

1.3.3.2. Imagen Turística

La **IMAGEN TURÍSTICA** toma en cuenta los siguientes elementos: eslogan, logotipo, simbología gráfica e identidad cromática que le permiten diferenciarse y posicionarse en el mercado turístico y así poder reconocerlo y recordarlo con facilidad.

1.3.3.3. Identidad Corporativa

Entenderemos por **IDENTIDAD CORPORATIVA** a "la personalidad de la empresa, lo que se la simboliza, dicha identidad tiene que estar impresa en todo lo que involucre a la empresa para repetir su imagen y posicionar ésta en la conciencia del mercado".

1.3.3.4. Folleto Turístico

Es el recurso de promoción más popular, más accesible y también más atractivo para los clientes. Este instrumento de información está elaborado en forma escrita y complementada gráficamente, específicamente es un medio publicitario o información turística que permite presentar el producto o servicio turístico.

1.3.3.5. Posters

Es un elemento de exposición gráfica, destinado a demostrar fotográficamente al producto turístico.

1.3.3.6. Guías Turísticas

Son pensadas para explicar el detalle los recorridos que se pueden hacer en lugar, proporcionando información en detalle del producto turístico.

1.3.3.7. Mapas y Planos

Son básicos e indispensables para orientar al turista dentro de un espacio geográfico, informando la ubicación de los sitios turísticos, carreteros, ciudades o pueblos y servicios que pueden ser de utilidad. (Viceministerio de Turismo 2005: 201-204)

1.3.3.8. Página Web

El avance de la tecnología ha cambiado las acciones de promoción en los diferentes sectores de la actividad económica, principalmente por los costes de inversión a futuro son menores que los que se utiliza en la impresión de material escrito.

La publicidad por Internet ha crecido con rapidez a medida que los anunciantes modernos se unen a los innovadores en busca de una manera más eficiente de llegar a sus consumidores meta, a través de la promoción. (Mc Carthy 2000: 424)

Actualmente es a través de la página web que se promociona al destino, siendo este uno de los instrumentos de información mas utilizados en la actualidad.

1.3.3.9. Materiales Audiovisuales

Los **MATERIALES AUDIOVISUALES**, son también una herramienta publicitaria cada vez más común. A través de la cual puede hacerse un recorrido por la zona que queremos promocionar, utilizando CD interactivo, banco de imágenes, etc.

1.3.3.10. Oficinas de Información Turística Local

Las **OFICINAS DE INFORMACIÓN TURISTICA LOCAL**, éstas no son un instrumento de promoción, sino que es el instrumento básico con que debe contar cualquier municipio que pretenda ser turístico.

No importa que la oficina de información turística sea pequeña y cuente con pocos medios, lo importante es que cuente y cumpla con su principal misión. (Viceministerio de Turismo 2005: 201, 207)

1.3.4. Proceso de Comunicación

Dentro del PROCESO DE COMUNICACIÓN, la promoción es un ejercicio de comunicación donde ésta realiza la transmisión verbal y no verbal de información entre un transmisor y un receptor. Una conversación, un anuncio e incluso un encogimiento de hombros son ejemplos de ella.

Fundamentalmente, el proceso de comunicación requiere de sólo cuatro elementos: un mensaje, una fuente del mensaje, un canal de comunicación y un receptor. Sin embargo, en la práctica entran en función componentes adicionales importantes.

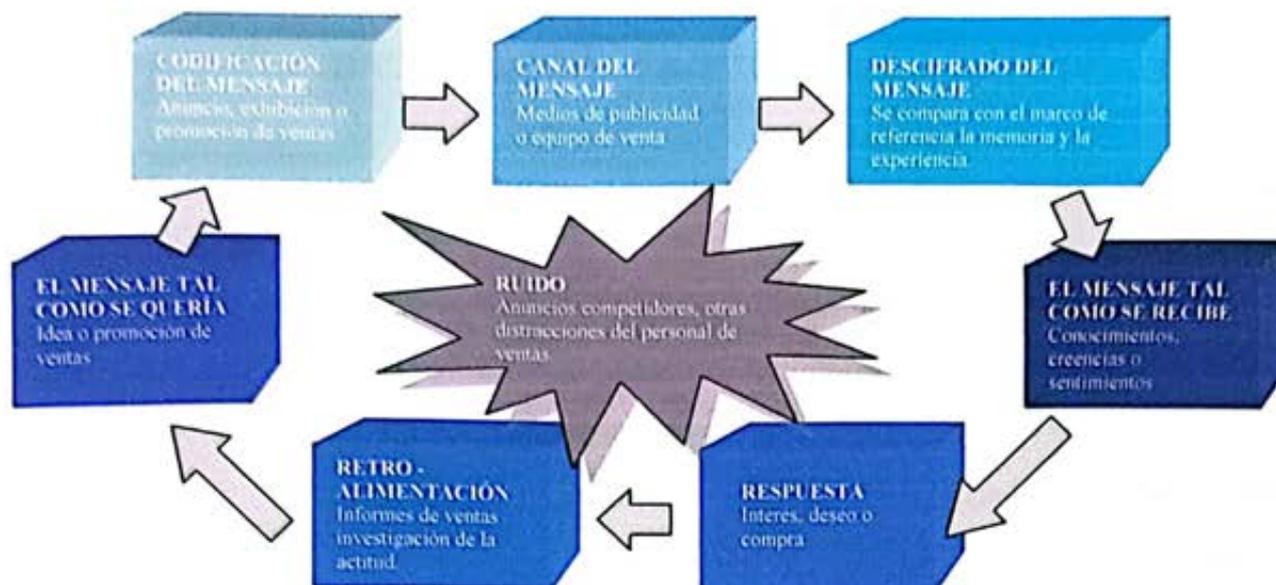
La información que la fuente transmisora quiere compartir primero se tiene que codificar en una forma transmisible.

En Marketing esto significa cambiar una idea en palabras, imágenes, o ambas cosas. Una vez que el mensaje se ha transmitido a través de un canal de comunicación, el receptor tiene que dar algún significado a los símbolos, o sea, descifrarlos.

Si el mensaje se ha transmitido con éxito se produce algún cambio en los conocimientos, creencias sentimientos del receptor.

Como resultado de este cambio, la retroalimentación, le dice al transmisor si se recibió el mensaje y como lo percibió el receptor. Mediante la retroalimentación, el transmisor aprende a mejorar la comunicación.

El ruido puede afectar todas las etapas del proceso; es decir, cualquier factor externo que interfiera con la comunicación exitosa. (Stanton 1994: 145-146)



1.4. Recursos Turísticos

Los **RECURSOS TURÍSTICOS** son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística. Son aquellos recursos que en el contexto de un destino, puede generar un interés entre el público, determinar la elección y motivar el desplazamiento o la visita. Podemos distinguir tres grandes grupos de recursos:

- Recursos relacionados con la naturaleza: Aquellos que tienen que ver con el agua tales como mares, playas, lagos, ríos, cascadas, fondos marinos, o los relativos a la tierra y su ecosistema: paisajes, valles, montañas, desiertos, flora, fauna, etc.
- Recursos relacionados con la historia: Vestigios históricos y patrimonio cultural: iglesias, abadías, catedrales, palacios, castillos, fortalezas, ciudades monumentales, puentes acueductos, conjuntos arqueológicos o artísticos obras de arte, música, etc.
- Recursos relacionados con la cultura viva: Están formados por las diferentes manifestaciones propias de un modelo cultura: formas de vida tradiciones, gastronomía, folklore, manifestaciones técnicas, artísticas, culturales, contemporáneas, fiestas, celebraciones, etc

1.5. Administración Local de la Promoción Turística

Desde la ADMINISTRACIÓN LOCAL LA PROMOCIÓN TURISTICA consiste en:

- Preparar productos turísticos diferentes y atractivos, para centrar el esfuerzo en darlos a conocer.
- Ofrecer el máximo de información a los turistas en el propio destino, tanto a su llegada al país, como al encontrarse en nuestro municipio, las oficinas de información turística son esenciales.
- Transmitir un mensaje a los posibles clientes con todo lo que necesitan saber para tomar una decisión, a través de sencillos folletos o material publicitario.
- Coordinar acciones con la administración central, para que nuestra promoción se enmarque en las prioridades turísticas a nivel nacional.
- Mantener una estrecha colaboración con el sector empresarial, para asegurar la coherencia entre la promoción de los productos turísticos y la facilidad de los servicios prestados.
- Conocer los canales de comercialización a nuestro alcance y mantener una buena relación con ellos, para dar a conocer nuestros productos.
- Conocer a nuestros clientes, sus motivaciones de viaje y sus preferencias para hacer una promoción efectiva, capaz de influir en sus decisiones de viaje. (Viceministerio de Turismo 2005: 98,192)



CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO

2.1. Marco Histórico.

El Alto es la cuarta sección municipal de la provincia Murillo del departamento de La Paz, geográficamente se encuentra aledaña a la ciudad de La Paz, capital administrativa de Bolivia.

La urbanización de la ciudad del El Alto se inicia a partir de 1940, fundándose en esta década la primera zona de Villa Dolores con 1.087 manzanos. A partir de los cambios sociales de 1953 con la Reforma Agraria se produce una migración del campo a la ciudad de La Paz poblándose de una forma desorganizada y con múltiples problemas de urbanización.

En sus inicios la ciudad de EL Alto era el espacio de comunicación con la ciudad de La Paz, al transcurrir los años se van poblando por personas que se reubican al no encontrar espacio para habitar en la hoyada, Por otro lado, la crisis económica que vivía el país repercute en el área rural empujando a sus habitantes hacia la migración del campo a la ciudad desde la provincias Ingavi, Pacajes, Los Andes, Omasuyos y Manco Kapac predominantemente. La calda del estaño tuvo también repercusiones en los habitantes de las minas de los departamentos de La Paz, Oruro y Potosí, que también migraron a esta ciudad. El Alto obtuvo su certificado de nacimiento el 6 de marzo de 1975, con la declaración de Capital de la cuarta sección de la Provincia Murillo. Los originarios llamaban al lugar "Alaj Pacha" (tierra en el cielo), posteriormente, se denominó "Cruz Pata" (con la cruz arriba) por el monumento al corazón de Jesús y después "Alturpata Marka" (Pueblo de Arriba), finalmente en 1988, por la ley 561, El Alto tuvo rango de Ciudad.

Después de la guerra del Chaco (1933 - 1935) y de la segunda guerra mundial (1938 - 1945) aparecieron los primeros asentamientos en la Ceja, lugar que adquirió importancia con la construcción de la Av. Naciones Unidas, el poblamiento de Alto Lima y el Faro Murillo.

Los ferrocarriles La Paz - Guaqui (1904), La Paz - Arica (1904), y la Bolivia Railway pasaban por El Alto; fijaron como su estación y última parada la zona

16 de Julio. Los trabajadores que cambiaban el curso de los rieles y el jefe de estación, vivían en el lugar.

Con la aviación y la construcción de la pista de aterrizaje en El Alto, los aviadores también frecuentaban el lugar. En 1935 ya operaban las empresas de aviación Braniff y Panagra.

En el gobierno de Enrique Peñaranda se desarrolló la primera parada militar en terrenos de la base Aérea; entonces la gente de La Paz subió a El Alto para presenciar la demostración.

A partir de ese acontecimiento, Julio Téllez García propietario de terrenos de la Ceja, comenzó a vender cada lote en 0.50 centavos de boliviano. El problema principal era la carencia de agua potable, que se trasladaban en latas desde la zona de Munaypata (La Paz) o bien la obtenían a cambio de una tasa de café en la estación de ferrocarriles, zona 16 de Julio en Enero de 1945, a pocos meses de las elecciones, Hertzog, candidato por el PURS subió hasta la Ceja donde le pidieron agua potable. Cuando fue elegido presidente mando un carro aguatero.

En 1952 cuando los fabriles de La Paz se alzaron contra el régimen de la junta militar encabezado por Hugo Ballivián y eran rodeados por los militares, los mineros de Milluni Pasaron por la Ceja y derrotaron al ejército, logrando consolidar la revolución del 1952 en 1957 apoyaron la conformación del Consejo Central de Vecinos, que impulso la creación de la cuarta sección de la provincia Murillo, con su capital El Alto.

En 1963 se fundo la SubFederación de Juntas Vecinales a la cabeza de Manuel Chávez. Posteriormente, plantearon la necesidad de convertirse en federación autónoma, propósito que fue logrado en 1978 con le congreso nacional de juntas vecinales. Raúl Urquiso, fue el presidente de la FEJUVE de El Alto.

La Diócesis de El Alto que fue creada por disposición del Papa Juan Pablo II el 28 de Agosto de 1994, fija como su jurisdicción a las provincias Los Andes, Ingavi, Manco Kapac, Omasuyos, Camacho, Muñecas y parte de Murillo y convierte a la ciudad más joven del País en la capital de los pueblos Andinos".

(Ramos 2004)

2.2. Análisis de Contexto

2.2.1. Aspectos Espaciales

2.2.1.1. Ubicación Geográfica

El Departamento de La Paz, creado el año de 1826, bajo la presidencia del Mariscal Antonio José de Sucre, con una superficie territorial de 133.985 Kilómetros cuadrados, se encuentra dividida en 20 provincias, 75 secciones de provincia (Municipios), y 482 cantones.

A partir del 6 de marzo de 1985, el Congreso de la República aprobó la creación del Municipio de El Alto, como la Cuarta Sección de la Provincia Murillo del Departamento de La Paz, con su capital El Alto, ubicada entre el municipio de La Paz, las localidades de Pucarani, Viacha, Achocalla y Laja. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 12)

2.2.1.2. Límites Territoriales

El Municipio de El Alto limita al norte con el cantón Zongo, de la Tercera Sección de la Provincia Murillo; al este con el Municipio de La Paz; al sur con el Cantón Viacha de la Provincia Ingavi; al oeste con el Cantón Laja de la Segunda Sección de la Provincia Los Andes. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 13)

2.2.1.3. División Político - Administrativa

La Cuarta Sección de la Provincia Murillo del Departamento de La Paz, tiene una extensión aproximada de de 387.56 Km². (38.756 Has) que representa alrededor del 7.58 % de la superficie total de la Provincia Murillo: el 40.24% (15.596 Has.) corresponde al área urbana y el 59.76%(23.160 Has.) corresponde al área rural.

La tendencia de extensión territorial del área urbana, se expande hacia el área rural, donde cada Distrito cuentan con Sub Alcaldías dependientes del Gobierno Municipal de El Alto y Subalcaldes democráticamente elegidos. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 14)

Cuadro N° 1
EL ALTO: PARTICIPACIÓN DE LA EXTENSIÓN TERRITORIAL

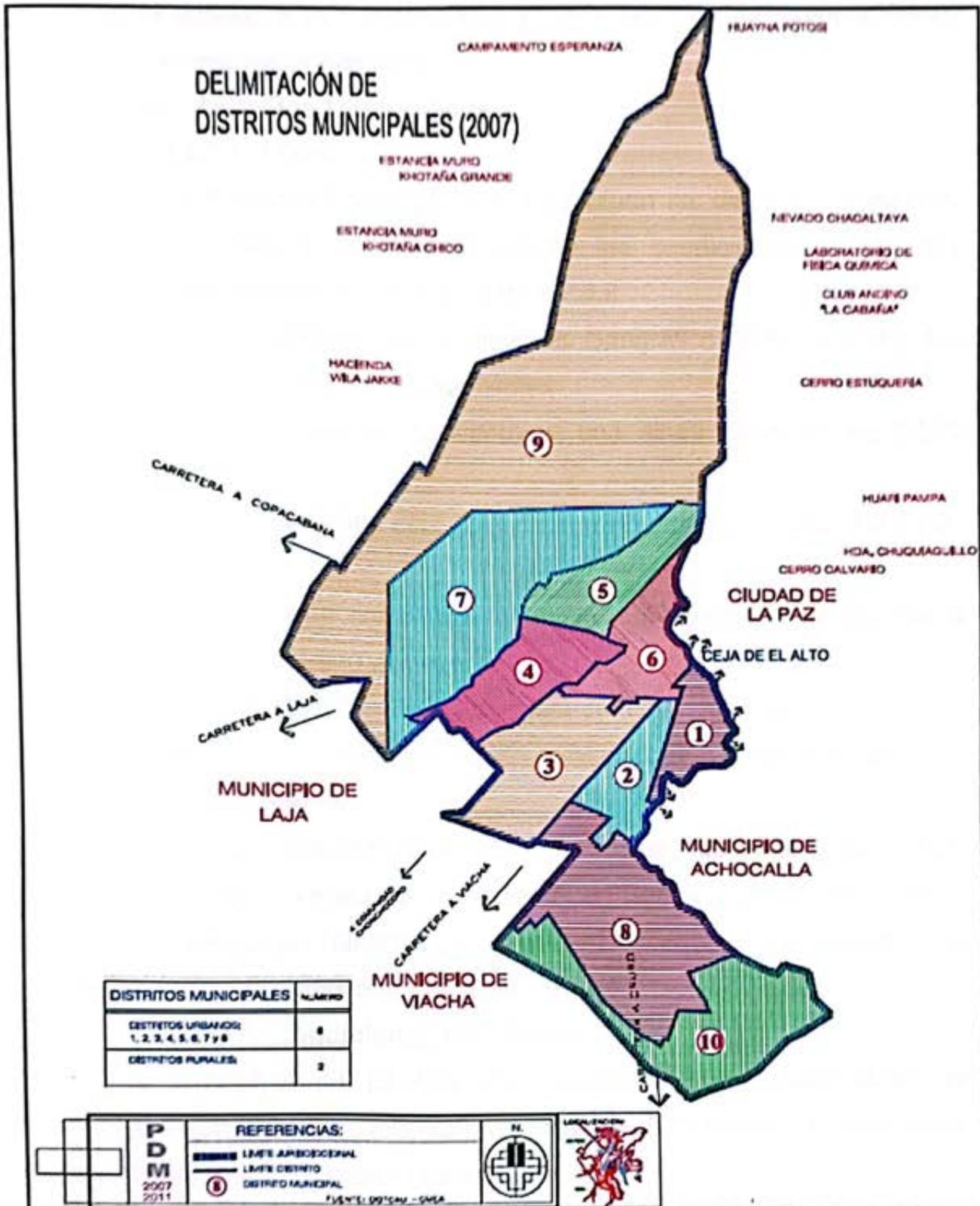
DISTRITOS	HECTÁREAS
Distrito 1	1.008,8
Distrito 2	1.200,1
Distrito 3	2.679,4
Distrito 4	1.806,9
Distrito 5	1.583,3
Distrito 6	1.540,8
Distrito 7	4.914,3
Distrito 8	4.090,7
Distrito 9	16.565,3
Distrito 10	3.366,4
TOTAL MUNICIPAL	38.756,0

Fuente: Dirección de Ordenamiento Territorial y Catastro Urbano GMEA

El Municipio de El Alto, cuenta, actualmente, con 10 distritos: 8 urbanos y 2 rurales. (Mapa N° 1), con la siguiente relación de superficies:



Mapa N° 1
EL ALTO: DELIMITACIÓN DE 8 DISTRITOS URBANOS Y 2 RURALES



FUENTE: PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE EL ALTO

2.2.1.4. Latitud y Longitud

El Municipio de El Alto se encuentra localizado en la Meseta del Altiplano Norte, al noreste de Bolivia, a 16 ° 30' de latitud Sur y 68 ° 12' de longitud Oeste. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 12)

2.2.2. Aspectos Fisiográficos

2.2.2.1. Altura

La altura sobre el nivel del mar, en la que se sitúan las diferentes zonas del Municipio de El Alto, permite contextualizar las condiciones en las que desarrollan sus actividades productivas y de hábitat.

De acuerdo a datos emitidos por el Instituto Geográfico Militar (I.G.M.), los referentes más distinguidos son los siguientes:

- El Municipio poblado se encuentra a una altura promedio de 3.800 m.s.n.m.
- La zona sur de la ciudad está ubicada aproximadamente sobre los 3.800 m.s.n.m.
- La zona oeste que comprende el límite con la ciudad de La Paz y Achocalla está a 4.000 m.s.n.m.
- El nevado de Chacaltaya tiene una altura de 5.395 m.s.n.m.
- El Aeropuerto Internacional de El Alto se encuentra a 4.080 m.s.n.m.

2.2.2.2. Relieve

Se encuentra en la superficie del Altiplano, la misma que es una llanura alta entre (3800 a 4050 m.s.n.m.) que se extiende en Bolivia y una parte del Perú, entre las Cordilleras Oriental y Occidental, cuyas direcciones son aproximadamente paralelas a la Costa del Pacífico.

2.2.2.3. Condiciones Geológicas

El territorio Municipal de El Alto, de acuerdo a sus características de asentamiento geológico, cuenta con terrenos de formaciones sedimentarias propias del territorio altiplánico Boliviano.

La formación del Altiplano de Bolivia resulta de una o varias cuencas endorreicas (regiones cuya red hidrográfica no llegan al mar) situadas al pié de la Cordillera Real.

El depósito glacial de la formación Milluni Inferior o formación Kaluyo se encuentra situada debajo del cuarto nivel de erosión. al Norte del descenso del acueducto de Achachicala, esta formación Kaluyo corresponde a un till compuesto de depósitos glaciales en los cuales se encuentran (quebradas Patapatani, Sopani y Aguatiña) unos niveles fluvio-glaciales que corresponden probablemente a depósitos de torrentes debajo del glacial. El espesor de esta formación parece ser de 100 o 150 m. Promedio.

Estos depósitos se acuñan al Sur de El Alto, porque son cortados por el cuarto nivel de erosión.

El depósito glacial de la formación Milluni Superior o formación Chacaltaya, el depósito lacustre de la formación Ballivián y el depósito fluvial del techo del Altiplano se encuentran ubicados al norte de Patapatani, la formación Chacaltaya corresponde a morrenas que se ubican directamente sobre el nivel de cuarto de erosión. Estas morrenas forman las colinas que se observan en el Norte del Altiplano.

Al Sur de Patapatani se encuentra un till gris o negro, que parece corresponder a sedimentos del glacial de Chacaltaya removido por una lava de barro.

En El Alto (quebrada de El Alto, trinchera de la Autopista y del Ferrocarril) se puede observar que el techo de esta lava de barro peri-glacial, está un poco alterada.

Encima de este nivel de alteración se ha depositado gravas fluviales que cubren la mayor parte de la superficie del Altiplano con un espesor entre 20 ó 25 cm máximo. Estos depósitos de gravas constituyen el techo del Altiplano.

Los depósitos lacustres de la formación Ballivián que afloran en la región de Viacha y de Laja, son equivalentes de la parte final de los depósitos glaciales de Chacaltaya.

En la parte Sur-Oeste del Altiplano, cerca de Amachuma y de Viacha, se puede observar una erosión de algunos metros de las gravas del techo del Altiplano o de los sedimentos lacustres de la formación Ballivián. Esta erosión produjo una superficie baja que puede ser tomada por un quinto nivel de erosión aunque su extensión sea limitada.

En el Municipio de El Alto, durante los períodos recientes, los ríos que vienen de la cordillera han depositado gravas en forma de abanicos aluviales de las gravas del techo del Altiplano afectando al Río Seco, socavándolo con abanicos y depositando gravas en su lecho. Gobierno Municipal de El Alto 2007: 16)

2.2.3. Aspectos del Ecosistema

2.2.3.1. Temperatura y precipitación pluvial

La información emitida por el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, refleja que la precipitación pluvial media anual en el Municipio es de 42.9 milímetros, la temperatura ambiente de 7.1 °C y una humedad media de 54.1 %, con variaciones durante el transcurso del año. En el Municipio de El Alto, las temperaturas son menores a los que se registran en el Municipio de La Paz y comparativamente, de toda la región, como muestra una comparación de las temperaturas medias a lo largo del año, en toda la región de La Paz.

La estación húmeda se extiende generalmente durante cuatro meses, de diciembre a marzo, con el 70 % de las precipitaciones anuales. La estación lluviosa se acentúa durante los meses de diciembre a febrero, con el 20 por ciento de lluvia anualmente.

La sequedad es casi absoluta de mayo a agosto y se interrumpe por algunos periodos lluviosos, con precipitaciones que varían de 300 a 600 mm.

La radiación solar es pronunciada, debido a la proximidad con la zona tórrida ecuatorial y la baja densidad atmosférica. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 18)

2.2.3.2. Clima

De acuerdo a datos emitidos por el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, el Municipio de El Alto, tiene un clima que asemeja a áreas geográficas de puna, una temperatura promedio variables de 0°C a 15°C, con masas de aire frío provenientes del norte, que causan olas de frío principalmente en verano e invierno, con una velocidad de 7 a 77 kilómetros por hora. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 17)

2.2.3.3. Fauna

De acuerdo al estudio realizado por la Comisión Impulsora de la Lucha Contra la Pobreza (Plan Regulador-El Alto), en el área rural del Municipio, las principales actividades dedicadas a la fauna es predominantemente de especies domésticas productivas relacionadas con la crianza de ganado, porcino, ovino, camélido y vacuno, que se constituyen en apoyo a las actividades agrícolas, en alimentos de consumo y de industrialización.

2.2.3.4. Flora

Según datos recabados por el Comité Impulsor del PDM en El Alto/2000, los bosques naturales del Municipio de la cuarta sección de provincia, se encuentran en los Distritos Rurales, que tienen campos de nieve, ambientes periglaciares, praderas, bofedales y turberas, las que se constituyen en bosques de ceja de monte y bosques húmedos bajo montaña. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 18)

2.2.3.5. Hidrografía

2.2.3.5.1. Cuencas, subcuencas y ríos

Los principales cursos de ríos que atraviesan el Municipio son: el río Seco, río Seque, río Kantutani y río Hernani. La cuenca hidrográfica a la que desembocan las aguas de estos principales ríos que cruzan el Municipio son: el río Katari, el río Desaguadero y el río Choqueyapu.

2.2.3.6. Características del Ecosistema

2.2.3.6.1. Pisos ecológicos

De acuerdo a estudios realizados por el Plan Regulador de El Alto en 1999, se han determinado los siguientes tipos de pisos ecológicos:

- **Piso nival**, considerado al espacio geográfico ubicado a una altura superior a los 4800 m.s.n.m. que se encuentra al noreste del Municipio y corresponde a las cumbres y laderas glaciales de la Cordillera Real.
- **Piso subnival**, considerado a los espacios geográficos que tiene una altura de 4600 a 4800 m.s.n.m., donde crecen gramíneas en pequeñas matas, hierbas perennes y líquenes.

- **Piso altoandino**, son espacios geográficos entre 4100 a 4700 m.s.n.m.; donde existen "grassland", lliquenes, gramíneas, graminoides, hierbas pequeñas, subarbustos, hierbas arrossetadas, tubérculos.
- **Piso de puna**, espacio geográfico situado entre los 3500 a los 4200 m.s.n.m.; donde crecen árboles bajos, arbustos perennes, subarbustos, gramíneas, hierbas, algas, tubérculos, leguminosas. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 19)

2.2.4. Aspecto Socio – Cultural

2.2.4.1. Población

Estos datos, muestran que la población de El Alto se encuentra conformada predominantemente por personas jóvenes, por que el 32 % de los mismos oscilan entre 20 y 39 años de edad, de los cuales 53 por ciento son mujeres y 47 por ciento hombres; mientras que el grupo de los adolescentes, constituida por hombres y mujeres que se encuentran entre los 10 a 19 años de edad, hacen en conjunto un 23 por ciento de la población total de El Alto, los mismos que se reparten de manera coincidente en un 50 ciento, tanto hombres como mujeres.

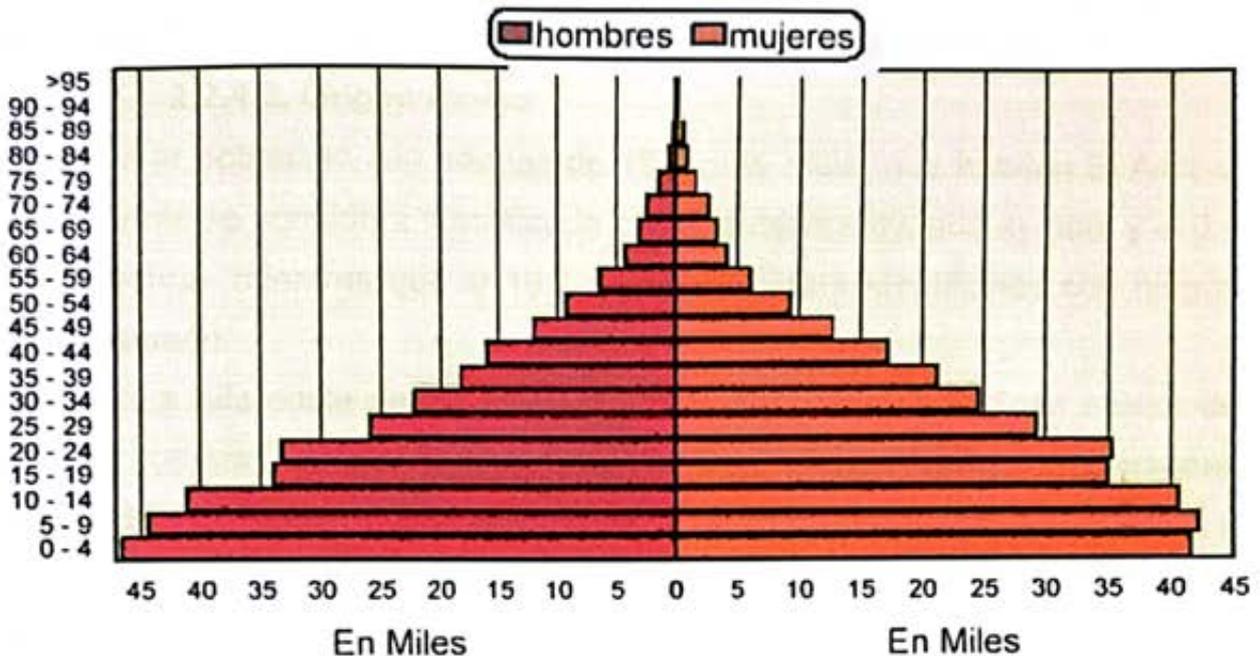
El 27 por ciento de la población está constituida por niños de edades que oscilan entre 0 a 9 años, de los cuales el 48 por ciento son mujeres y el 52 por ciento son hombres; como se observa en estos tres tramos de edad manifiestan la mayor mortalidad de los hombres con respecto a las mujeres, ya que si bien a temprana edad son más numerosos los hombres, sin embargo a medida que transcurren las edades pasan a ser más numerosas las mujeres.

La gráficas de la pirámide de edades siguiente, muestran la distribución poblacional por tramos de edad quinquenales de hombre y mujeres en cada uno de los 9 distritos en los que se encuentra dividida el municipio de El Alto, mediante la misma se determina la existencia de una sobresaliente mayoritaria de mujeres de 51 a 49, más precisamente el índice de masculinidad, muestra que por cada 100 mujeres existen 98 mujeres, siendo los distritos 1, 2, 3, 5, 6 y 9, en los que se presentan un índice mayoritariamente favorable a las mujeres en el siguiente orden 96, 94, 94, 99, 96 y 98 hombres por cada 100 mujeres

respectivamente, mientras que en los distritos 4, 7 y 8, muestran una mayor cantidad de hombres respecto a las mujeres en el orden de 105, 109 y 110 hombres por cada 100 mujeres. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 90)

Gráfico N° 1

Pirámide de Edad de Población del Municipio de El Alto



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2007 – 2011

2.2.4.1.1. Densidad de la población del Municipio de El Alto y sus distritos

La población del Municipio, según los datos del Instituto Nacional de Estadística, suma un total de 864.575 habitantes, con una extensión territorial calculada en los 10 distritos de 35.237.595 Has., por lo tanto, su densidad demográfica actual, se calcula en 18.45 habitantes por Hectárea. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 97)

2.2.4.1.2. Migración

El Alto conjuntamente a los de Santa Cruz y Cochabamba, son los que mayormente atraen a inmigrantes de otros municipios y cuya población de inmigrantes corresponden al 37.4 % de toda la población con residencia habitual en el municipio.

Los principales orígenes de los migrantes hacia El Alto, determinándose que estos provienen principalmente del municipio de La Paz, Achacachi, Viacha, Puerto Acosta, Oruro, Pucarani, y Coro Coro, mostrándose que de cada mil habitantes, 10 y más habitantes son originarios de estos municipios, dándose el caso mayormente del municipio de La Paz, la misma que muestra que de cada mil residentes habituales de El Alto, 72 son originarios de La Paz, 25 de Achacachi y 17 de Viacha. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 98)

2.2.4.2. Origen étnico

Del total de la población con edades de 15 y más años, que habitan El Alto, el 74.2 por ciento se considera identificado con el pueblo originario aymara y el 6,4 con el quechua, mientras que el 18.7 no se considera identificado con ningún pueblo originario.

El distrito 1 a diferencia de los restantes muestra una composición menor de originarios aymaras, ya que estos hacen un 60 por ciento del total de personas mayores de 15 años, mientras que el 27,9 por ciento no se considera pertenecer a ningún pueblo originario, este distrito también muestra que cuenta con la mayor cantidad de originarios quechuas ya que un 11.1 por ciento de las 64.230 personas tienen esta consideración.

Los distritos 4, 5, 6, 7, 8 y 9 cuentan entre sus habitantes con más del 75 por ciento de originarios aymaras, y de manera inversa a esta presencia, se encuentran aquellos que se consideran quechuas, los mismos que llegan a ser entre 1 a 6 por ciento. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 123)

2.2.4.3. Idioma

El 67.4 por ciento de la población del municipio de El Alto, habla el idioma Castellano, siendo los distritos 7 y 9, los que en menos del 50 por ciento aprendieron a hablar en este idioma; en tanto que el 30.5 por ciento de los mayores de 4 años de edad, aprendieron a hablar en el idioma aymaré.

Mientras que menos del 2 % de esta población (mayores de 4 años), ha aprendido a hablar en el idioma quechua, los restantes idiomas no son nada significativos. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 124)

2.2.4.4. Educación

La cantidad de Unidades Educativas existentes en el Municipio, suman un total de 384, de los cuales 346 ofertan servicios dentro el Sistema Educativo Formal y 38 dentro el Sistema de Educación No Formal.

Las unidades educativas ofertan servicios de educación formal en los Niveles inicial, primario, secundario humanístico y secundario técnico, para alumnos del Nivel Superior, con nivel universitario, técnico y con nivel de licenciatura universitaria.

2.2.4.4.1. Estructura Institucional

La coordinación de actividades, entre las instituciones que permiten el quehacer educativo en el Municipio, tiene definidas sus funciones en el marco de la promulgación de la Ley de Reforma educativa, la Ley de Descentralización y la Ley de Participación Popular.

La Dirección Distrital de Educación en El Alto, es la encargada de velar el cumplimiento de las actividades pedagógicas y curriculares definidas para la región, asimismo, es la que contrata a los recursos humanos necesarios para este fin; el Gobierno Municipal de El Alto, a través de la Oficialía de Desarrollo Humano y su Dirección de educación debe velar por la infraestructura y los insumos en las unidades educativas públicas, mientras la sociedad Organizada debe controlar el cumplimiento de las demandas educativas en el Municipio.

Las instituciones encargadas de efectivizar el desarrollo del sistema educativo en el marco de las acciones que permitan dotar de conocimientos a los pobladores del Municipio, como eje tiene la siguiente estructura de funcionamiento institucional.

El equipamiento para la educación, se distingue de acuerdo a la estructura vigente del Sistema Educativo Nacional, la que se divide en educación Inicial Primaria y Secundaria, Educación Superior y Educación Alternativa.

La infraestructura educativa disponible en el Municipio, es utilizada de acuerdo a las posibilidades de oferta posibles, por los niveles educativos que el Sistema Educativo prevé. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 102)

2.2.4.4.2. Educación Inicial, Primaria y Secundaria

El Municipio de El Alto cuenta con 269 locales educativos, en los que funcionan 384 unidades educativas brindando servicios para la enseñanza del nivel inicial, primario y secundario de la educación formal; cada local educativo alberga en promedio 1.3 unidades educativas.

De acuerdo a la información recabada del Ministerio de Educación gestión 2002, en todos los distritos se refleja que el uso de los locales educativos permite el funcionamiento de más de una unidad educativa.

El 67.2 % de los establecimientos son de administración estatal, mientras que el 23.4 % es de tipo privado (pagante), y un 9.1 % es por convenio. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 105)

2.2.4.4.3. Educación Superior Universitaria

Para que los alumnos puedan continuar estudios superiores, dentro del sistema de la educación formal, el Municipio cuenta con predios destinados a la educación técnica universitaria pública, administrada por el Comité Ejecutivo de La Universidad Boliviana y tres unidades académicas de universidades privadas. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 121)

Cuadro N° 2
EL ALTO: NOMBRE Y ZONA DE UBICACIÓN DE UNIVERSIDADES

UNIVERSIDAD	UBICACIÓN	DISTRITO
Universidad Publica del El Alto	Villa Esperanza	5
Universidad Salesiana de Bolivia	1ro. de Mayo	3
Universidad Aquino	12 de Octubre	1
Universidad Franz Tamayo	12 de Octubre	1
Universidad Santo Tomás	Av. 6 de Marzo	1
Universidad Tecnológica Boliviana	16 de Julio	6

Fuente: Comisión Impulsora de Lucha contra la Pobreza- Gobierno Municipal de El Alto.

2.2.4.4.4. Educación Alternativa

Educación Alternativa

Respecto a las unidades educativas dispuestas para la educación de adultos, denominado y aglutinados en los denominados Educación Alternativa, suman un total de 18, de los cuales todos se encuentran dedicados a otorgar conocimientos básicos de aprendizaje y a formar y mejorar habilidades

manuales así como dedicados a complementar la formación secundaria de quienes han dejado o están continuando estudios del nivel primario.

Educación Técnica No Universitaria

Entre las unidades educativas que prestan servicios con educación técnica no universitaria, se encuentra el Instituto Nacional de Formación y Capacitación Productiva (INFOCAL), institución dependiente de la empresa privada, dedicada a la capacitación y formación de mano de obra calificada, junto a ella existen nueve institutos, todos ubicados en inmediaciones del Distrito 1.

C.E.F.I. - INSTITUTO BERLIN - INST. TEC. AUTOMOTRIZ BOLIVIA - CENTRO DE ESPEC. EN INFORMATICA - CENTRO DE FORMACION INTEGRAL - INST. FORM. COMER. AMERICA - INS. PROT. DENT. SOUTH AMERICAN - INST. ATS y H - INSTITUTO SAN PABLO. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 119)

Educación Especial

La educación especial, brinda servicios a personas con algún tipo de discapacidad, atendidas en el Centro de Rehabilitación (CEREFE), ubicada en Villa Dolores, dependiente del Viceministerio de Educación Alternativa y la Organización No Gubernamental SIGLO XXI, ubicada en el Distrito 6. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 122)

2.2.4.5. Salud

Actualmente el Municipio cuenta 72 unidades de salud, de las cuales 59 brindan servicios de atención de primer nivel, o sea que prestan servicios de atención primaria de salud con la modalidad de consulta ambulatoria y medicina general; mientras 11 unidades de salud brindan servicios de segundo nivel, atendiendo cirugías, servicios de ginecología, pediatría y medicina interna.

La mayor cantidad de los establecimientos de salud se encuentran concentrados en los distritos 5 y 6, con 24 establecimientos, en tanto que el Distrito 1 denominado Alto Sur, cuenta con 14 centros de salud; en tanto que los distritos 2 y 3 denominados Alto Centro cuentan con 23 establecimientos; finalmente el denominado Alto Nor Este distrito 4, tiene 8 establecimientos de salud.

El 51 % de los establecimientos de salud, que prestan servicios en el área urbana del Municipio, dependen de instituciones estatales como el Ministerio de Salud y Previsión Social, y la Seguridad Social, el 16 % de instituciones religiosas, el 21 % de Organizaciones No Gubernamentales y el 12 % del Sector Privado, de acuerdo a datos recabados por el Plan Estratégico de Salud/1998.

2.2.4.5.1. Medicina Tradicional

En El Alto, la medicina tradicional tiene importancia, a partir de las características culturales de la población, y por lo tanto, sus representaciones que cumplen con el requisito de continuar las características culturales que deviene de sus ancestros.

Según la Sociedad Boliviana de Medicina Tradicional (SOBOMETRA), la cantidad de personas dedicadas a la medicina tradicional, son los Kallawayas, los Yatiris, Amautas, Iyapes, Chamanes y los Naturistas, asociadas a esta entidad suman un total de 172, sin embargo existen muchos que no se encuentran asociados, pero que trabajan junto a ellos en inmediaciones de la Ceja de El Alto y en Villa Ballivián. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 135)

2.2.4.6. Religión y Creencias

En el Municipio de El Alto, el 70,5 % de la población profesaba la religión católica, el 11,6 % la religión evangélica, el 1,8 % otro tipo de religiones, el 5,4 % no profesaba religión y el 10,4 % prefirió no responder, sobre el tema, tal como refleja la información emitida por el Instituto Nacional de Estadística.

Por el origen étnico predominante en la población y además por las características culturales mantenidas a través del tiempo, la población de la ciudad de El Alto, practica sus creencias ancestrales, combinando con tradiciones de religiones, para ello existe el Mercado de Brujos, en la Ceja de El Alto.

2.2.4.6.1. Calendario festivo

Las festividades que celebran los ciudadanos urbanos en el Municipio de El Alto, están relacionadas a creencias religiosas, entre otras se describen a continuación las más importantes: (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 125)

Cuadro N° 3
EL ALTO: CALENDARIO FESTIVO POR MES

MES	MOTIVO	ZONA
Febrero	Fiesta en honor a la Virgen de la Candelaria	Kollpani
Mayo	Fiesta en honor al señor de la Cruz	Villa Pacajes
Julio	Fiesta en honor a la Virgen del Carmen	16 de Julio
Julio	Fiesta en honor al señor Santiago	Villa Bolívar "D"- Villa
Agosto	Fiesta en honor a la Virgen de las Nieves	Villa Dolores "F" -Alto
Septiembre	Fiesta en honor al señor de la Exaltación	Villa Dolores
Octubre	Fiesta en honor a la virgen del Rosario	12 de Octubre
Diciembre	En honor a la Virgen de la Concepción	Villa Bolívar-municipal

Fuente: Comisión Impulsora de Lucha contra la Pobreza - Plan Regulador/1999

2.2.4.7. Ocupación

El Cuadro n° 4, muestra en detalle la cantidad de la población económicamente activa ocupada por rama de actividad en cada uno de los o distritos.

Se observa que la fuerza laboral ocupada en el período de referencia del 2001, alcanzaba a 212.813 trabajadores, el 28 % de los trabajadores está compuesto por los dedicados a las actividades de comercio al por menor y mayor sumados los que se dedican a los servicios de reparación de vehículo automotores, motocicletas y efectos personales así como enseres domésticos; se exceptúa de este grupo al comercio de vehículos o automotores y motocicletas; a este grupo de trabajadores le sigue los dedicados a la industria manufacturera con un 23 %, en este grupo se considera a aquéllos que elaboran productos alimenticios y bebidas, productos del tabaco, fabricación de textiles, fabricación de prendas de vestir, adobo y teñido, curtido y adobo de cueros, fabricación de maletas, bolsos de mano, artículos de talabartería y guarnicionería además de fabricación de calzados, aquellos que producen artículos de madera y corcho, exceptuando los muebles, fabricación de paja y materiales trenzables; los que fabrican papel y productos de papel, actividades de edición e impresión y reproducción de grabaciones, fabricación de concreto, productos refinados del petróleo, fabricación de sustancias y productos químicos, fabricación de caucho y plástico, fabricación de productos metálicos y no metálicos, exceptuando maquinarias y equipos.

La tercera fuerza laboral los constituyen los que se encuentran trabajando en el ámbito del transporte o de las comunicaciones, los mismos que hacen un 10 % de la fuerza laboral del municipio.

De acuerdo a los datos emitidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y UDAPE la situación económica en la que se encontraba la población durante el año 2001, señala que el gasto promedio de los hogares en consumo en general (gasto en comida, movilidad, vestimenta, pago de servicios, educación y otros) es de 240 bolivianos mensuales. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 36)

Cuadro N° 4
EI ALTO: FUERZA LABORAL POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

RAMAS DE ACTIVIDAD	Distrito 1	Distrito 2	Distrito 3	Distrito 4	Distrito 5	Distrito 6	Distrito 7	Distrito 8	Distrito 9	Total
Agricultura	513	613	1088	772	1023	633	470	643	329	6084
Pesca	8	2	1	4	6	4	7	3	1	36
Minería	104	130	165	74	89	94	20	63	14	753
Industria manufacturera	5800	5001	9138	6828	7406	8757	1356	2147	72	46505
Electricidad Gas y Agua	128	65	137	70	61	111	8	42	2	624
Construcción	1259	1586	3372	2329	3150	2108	1002	1701	67	16574
Comercio	10407	6991	11024	7380	7085	10165	1117	3254	65	57488
Hoteles y Restaurantes	2371	1522	2627	1557	1412	2372	237	576	2	12676
Transporte y almacenamiento	3908	2723	4256	2954	2360	3022	446	1214	38	20921
Finanzas	241	69	136	70	36	127	9	11	0	699
Actividades empresariales	1332	637	1040	601	426	772	68	166	4	5046
Administración Pública	1994	428	920	608	985	1005	79	164	10	6193
Enseñanza	2582	1413	2239	1766	1035	1583	166	303	15	11102
Servicios Sociales	971	522	737	434	302	509	42	88	4	3609
Actividades comunitarias	1410	867	1485	904	785	1089	141	357	7	7045
Hogar privado	1073	665	1167	876	883	957	179	333	6	6139
Organismos Extraterritoriales	2	3	5	6	7	9	9	10	10	60
Sin especificar	352	569	910	1116	1382	1624	1687	1808	1811	11259
TOTAL	34454	23805	40446	28349	28433	34940	7043	12882	2456	212813

Fuente: Elaborado en base a Censo de Población y Vivienda 2001, cálculos de J. Chumacera

2.2.5. Aspectos Socio – Económicos

2.2.5.1. Principales Actividades Económicas

La población de El Alto, en su mayoría se dedica a actividades relacionadas con el sector manufacturero y de servicios; de acuerdo a datos emitidos por el

Proyecto Bol/88, la superficie espacial utilizada por las industrias representan el 5 % del total; a esta superficie se la deben agregar, las viviendas destinadas a otras actividades productivas y comerciales que representa el 12 % de la superficie.

Las fábricas más grandes de la región, situadas en espacios urbanos del Municipio, son: MOLINO ANDINO, HILTEX, FADERPA, CASCADA, EMBOL, ORBOL, LAMINADORA ANDINA, FÁBRICA DE VIDRIOS, PIL ANDINA-LA PAZ, FABOCA, METALMECANICA MOPAR y otras.

Según datos del Comité Impulsor del PDM/2000, el uso del suelo del área rural del Municipio, está dedicada a actividades agropecuarias y su producción depende de la altitud en que se encuentran.

Los suelos agrícolas del Municipio están ubicados en el Distrito 9, en ella se generan actividades eminentemente agrícolas, como la siembra y el pastoreo, sin embargo, por el crecimiento vertiginoso del área urbana del Municipio, el suelo agrícola de la región se encuentra en proceso de reducción. Los principales productos agrícolas que se cosechan en el área rural del Municipio son la papa y oca, la cebada y la avena, esta última utilizada como forraje para la alimentación del ganado vacuno, entre otros cultivos se encuentran la quinua, el maíz, la walusa, racacha, papaliza, locoto y zapallo, respecto a la producción pecuaria, en este Municipio se crían ganado vacuno para las labores agrícolas, la producción de leche y carne, mientras el ganado ovino y camélido se cría con fines de consumo familiar. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 41)

2.2.5.2. Abastecimiento

El Alto, considerado como el Municipio de la integración, por su ubicación geográfica que comunica al Departamento de La Paz con el resto del país y con las regiones vecinas, denominado industrial por las características de ocupación de su población, tanto en la producción de bienes manufacturados, artesanales y su dedicación al comercio, diseminados en todo su territorio urbano, con diferentes espacios destinados al abastecimiento de bienes como: la Zona Franca Industrial, Zona Franca Comercial, fábricas, depósitos, galerías comerciales, Matadero Municipal, mercados, tambos, tiendas de barrio y otros

que se sitúan especialmente en inmediaciones de la Ceja de El Alto, la zona 16 de Julio, Villa Dolores, Villa Adela, carretera a Viacha, las principales avenidas (6 de marzo, Av. Juan Pablo II y la Av. Periférica).

Las principales ferias, en las que se realizan transacciones para el abastecimiento de bienes y servicios de variado tipo son: Feria 6 de Agosto Zona Tahuantinsuyo, Feria Senkata Zona Sensata, Feria 16 de julio Zona 16 de Julio, Feria Ballivián Zona Villa Ballivián, Feria La Paz Zona Av. La Paz, Feria Río Seco Zona Río Seco, Feria de la zona Brasil Río Seco, Feria Ex tranca Río Seco Zona Ex tranca Río Seco, Feria Alto Lima Zona Alto Lima-Av. Adrián Castillo.

El abastecimiento de productos agropecuarios en el Municipio, proviene del área rural del mismo, de Municipios aledaños, de otros departamentos del país y de la República del Perú, mientras los productos manufacturados son abastecidos por la producción realizada en el Municipio, en otros lugares del país y además de productos importados y de contrabando que ingresan por las diferentes vías de acceso al Municipio. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 59)

2.2.5.3. Sistema de producción artesanal y/o microempresarial

En el área urbana del Municipio, las actividades de producción artesanal y/o microempresarial son variadas; desde la confección de prendas de vestir hasta la producción de maquinaria agrícola.

Los sistemas de producción varían de acuerdo al rubro y los bienes de capital utilizados, estos últimos tienen características de haber sido readecuadas, con fines organizativos para una producción controlada. En el Municipio se han situado empresas industriales como la cervecería, planta industrializadora de leche, de gaseosas, de diversificación industrial de oro, de producción industrial de alimentos y otros, cada uno de ellos utilizan diferentes sistemas de producción, acorde a los bienes de capital disponibles. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 53)

2.2.5.3.1. Principales productos

Entre otros productos artesanales y/o microempresariales de El Alto, identificados por la Asociación Departamental de Pequeños Industriales (ADEPI-La Paz), se encuentran los textiles de diverso orden como: tejido de telas, confección de prendas de vestir y confección de productos de abrigo (alfombras, frazadas, etc.), productos de cuero; productos realizados en madera, muebles, tallados, puertas y ventanas; productos metal mecánicos, desde repuestos de autos, hasta bisutería.

2.2.5.3.2. Principales insumos utilizados

Para la producción de textiles, tiene como insumos principales a el cuero, la lana de oveja, alpaca, llama y vicuña, para la cual se utilizan desde la rueca hasta curtiembres industriales, con ellas aseguran el insumo necesario que permitirá la confección de prendas de vestir y de abrigo. La producción de artículos realizados en madera, requieren de insumos que no produce el municipio demandando los mismos a otros municipios y países vecinos como: madera en sus diferentes especies como el cedro, mara, ochoo, etc.; elementos químicos como el barniz, pintura y otros; maquinarias de corte y cepillado; si bien estos últimos insumos se importa, en este Municipio también se construyen, acorde al tamaño de producción que el artesano o pequeño industrial requiere. Para la producción de bienes metal mecánico, los insumos básicos son importados, pues en el país no se producen, incluyendo los químicos para abrillantar los metales. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 59)

2.2.5.3.3. Sistema de producción industrial

En el Municipio se han situado empresas industriales como la cervecera, planta industrializadora de leche, de gaseosas, de diversificación industrial de oro, de producción industrial de alimentos y otros, cada uno de ellos utilizan diferentes sistemas de producción, acorde a los bienes de capital disponibles. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 60)

2.2.5.3.4. Sistema de comercialización

El sistema de comercialización de la producción agrícola, artesanal, microempresarial e industrial, se realiza en las tiendas especializadas, tiendas de barrio, mercados y ferias (agrícolas, artesanales e industriales).

Las modalidades varían desde la cantidad, hasta la calidad, unas venden bajo la modalidad de subcontratación de empresas comercializadoras más grandes, como intermediarias y otras como productores directos. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 59)

2.2.5.4. Transporte y Acceso

Si bien, la ubicación estratégica del Municipio, como paso obligado para comunicar a la ciudad de La Paz con otros municipios, departamentos o países, las inmediaciones de la Ceja de El Alto, se han convertido en el espacio de encuentro de casi todos los medios de transporte.

Los espacios físicos dentro de la circunscripción urbana del Municipio, destinados para el transporte de carga y de pasajeros, están estructurados sobre tres tipos de vías:

1. Vías Ferrocarrileras

Con una frecuencia de uso esporádico; una de ellas cubre el tramo Oruro-El Alto y está ubicada de manera paralela a la avenida 6 de Marzo e inmediaciones de la zona 16 de julio, la otra que une Guaqui y El Alto, en inmediaciones de la Zona 16 de Julio.

2. Vías Camineras

Diferenciadas por el tipo de uso y la intensidad del flujo vehicular:

- **De primer orden**, para la vinculación interdepartamental e internacional, como son las carreteras a Oruro, Viacha, Chonchocoro, Laja y Tiquina. Por estas vías transitan además las movilidades que se comunican a los diferentes distritos del Municipio pero también, las que comunican al Municipio y la ciudad de La Paz como ser Av. 6 de Marzo, Av. Juan Pablo II y la Av. Ladislao Cabrera; estas vías tienen un parque automotor autorizado para transportar pasajeros y carga de 1880 minibuses y 1100

colectivos, de acuerdo a estimaciones realizadas por la Unidad de Tráfico y Vialidad del Gobierno Municipal de El Alto.

- **De segundo orden**, que vinculan los diferentes distritos del Municipio y que asemejan anillos estructurantes al interior del área urbana, estas *vías consideradas secundarias* son de alto tráfico vehicular, como la Av. Estructurante, Av. Río Seco, Av. Tupac Katari o Santa Vera Cruz, Av. Antofagasta, Av. Periférica, Av. Bolivia, Av. Tiahuanacu, Av. Panorámica, Av. Alfonso Ugarte, Av. Franco Valle, Av. Cívica, Av. Litoral, Av. Tahuantinsuyo, Calle Raúl Salmón, Jorge Carrasco y algunas calles de la Zona 12 de octubre, se encuentran enlocetadas, otras empedradas y la mayoría son de tierra, condiciones que evitan una adecuada circulación vehicular, por otra parte no cuentan con señalización adecuada. Por las vías denominadas de segundo orden que comunican los distritos, transitan 77 líneas de minibuses con 1925 movilidades, 24 líneas de colectivos con 480 movilidades y 43 líneas de taxis con 430 móviles, transportan pasajeros y carga, hacia diferentes destinos finales dentro el Municipio.
- **De tercer orden**, que estructuran la comunicación al interior de las urbanizaciones en cada distrito, son las calles que unen los manzanos y en las que no siempre puede circular una movilidad, son utilizadas por la población para dirigirse exactamente a su domicilio.
- **Vías menores o callejones**, que comunican el interior de las urbanizaciones.

3. Vía Aérea

El aeropuerto de comunicación nacional e internacional, se encuentra en la ciudad de El Alto y se denomina "Aeropuerto Internacional de El Alto", ubicado entre los límites de los Distritos 1, 2, 3, 4 y 5 y el Transporte Aéreo Militar (TAM) ubicado en el Distrito 6, cubren vuelos nacionales e internacionales, tanto para el traslado de pasajeros, como de carga.

2.2.5.4.1. Terminales de transporte (pasajero y carga)

El Alto no cuenta con predios destinados a terminales de transporte de pasajeros, ni terminales de transporte de carga, sin embargo, se puede señalar

las paradas autorizadas provisionalmente, tanto para las flotas o buses, como para camiones de alto tonelaje:

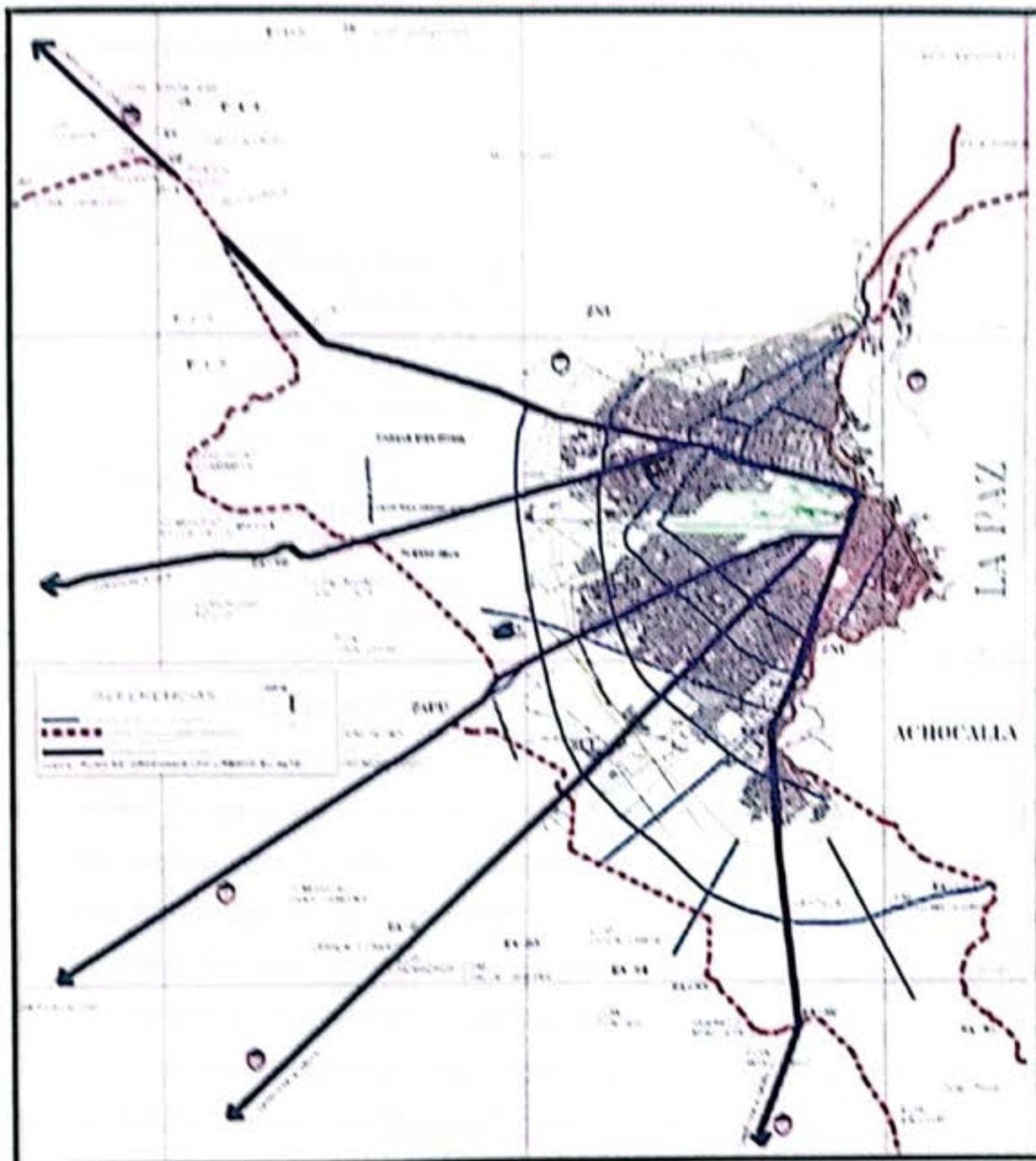
2.2.5.4.1.1. Parada de flotas o buses

Se encuentra ubicada en la Zona Villa Bolívar "A", esta parada es momentánea, se la utiliza en el traslado de pasajeros que realizarán viajes interdepartamentales, sin embargo la próxima construcción de la moderna Terminal, se ubicará en esta misma zona y solucionará este problema mayor.

2.2.5.4.1.2. Parada de transporte de carga

Se encuentra ubicada en la final Av. Tiahuanacu, altura calle 13 de la Zona 12 de octubre, parada de camiones de Alto tonelaje con destino al interior y exterior del país. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 165-167)

**MAPA N° 2
EL ALTO: ESTRUCTURA DE LAS VIAS CARRETERAS
EN EL ÁREA URBANA**



2.2.5.5. Sistema Comunicación

2.2.5.5.1. Red de comunicación

De acuerdo al total de hogares que habita la ciudad de El Alto, sólo el 23 por ciento cuenta con medios de comunicación telefónica, según datos del Instituto Nacional de Estadística.

2.2.5.5.2. Medios de comunicación

Los medios de comunicación que tienen sus oficinas administrativas en el Alto, clasificadas en radioemisoras, teledifusoras e instituciones dedicadas a elaborar programas de radio son: (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 168)

Teledifusora

Canal 24 UHF

Canal 33

Canal 15

Radioemisoras:

Radio FM100 Radio Infinita FM102.1

Radio Chuquisaca AM Radio Méndez-Agricultura AM

Radio Integración AM Radio Jiménez AM

Radio Mar AM Radio Chacaltaya FM 93.5

Radio Pachamama FM 105.9 Radio Sol AM

Radio Compañera FM 91.7 Radio Perfección FM 94.5

Instituciones que elaboran Programas de Radio

Centro de Investigación y Acción Educativa (CEBIAE)

Escuelas Radiofónicas FIDES

Centro de Promoción de la Mujer "Gregoria Apaza"

Centro de Reporteros Populares

2.2.5.6. Servicios Básicos

2.2.5.6.1. Servicio de Agua Potable

Las fuentes de agua de la población alteña, se abastecen de la represa Tunl-Condoriri, de acueductos alimentados por los deshielos y pozos de explotación de aguas subterráneas. La población que no cuenta con los servicios de agua potable, satisface su necesidad con aguas no potables de: pozos, ríos y vertientes naturales, con las que cuenta el Municipio.

La atención de los servicios de agua potable y alcantarillado para El Alto, está a cargo de EPSAS (Empresa Pública Social del Agua y Saneamiento S.A.). Los datos muestran que en el municipio de El Alto aproximadamente 9 de cada 10 hogares, tienen el servicio de agua por cañería de red, el distrito con mayor cobertura de este servicio es el distrito 1, seguido por los distritos 2 y 6, sin embargo los distritos 7 y 9 son los que presentan la menor cantidad de hogares con este tipo de servicio de, en el primero con aproximadamente 4 de cada 10 viviendas con conexión de cañería de red, mientras que en segundo no se llega ni a 2 de cada 10 viviendas que tenga conexión a este servicio, lo que se

observa en este último distrito es que la mayoría de los hogares recolectan agua de pozo o noria y estos son sacados manualmente, este es el caso de cerca de 8 de cada 10 viviendas, mientras que 1 de cada 10, recolectan agua de río, vertiente o acequia.

En los distritos 7 y 8 el agua se recolecta mediante un carro repartidor o aguatero este es el caso de 3 hogares de cada 10 que habitan en estos distritos.

2.2.5.6.2. Servicio de Energía Eléctrica

En el municipio de El Alto, más de 8 hogares de cada 10 cuentan con servicio de energía eléctrica para alumbrar sus viviendas, siendo el distrito 1 el que mayor cobertura de este servicio tienen en sus hogares, en el otro extremo nos encontramos con el distrito 7, el mismo muestra que menos de la mitad de los hogares cuentan con el servicio eléctrico, mientras que los distritos 8 y 9 apenas superan a la mitad de hogares que si cuentan con este servicio.

2.2.5.6.3. Disponibilidad de principal Combustible para Cocinar

El principal combustible usado en el municipio de El Alto es el gas, ya que un poco más de 9 de cada 10 hogares usan este tipo de combustible para cocinar, siendo los distritos 1, 2, 3 y 6, los mismos que alcanzan a cubrir a casi todos los hogares con este tipo de uso, en tanto que el distrito 9 perteneciente mayoritariamente al área rural en más de la mitad de sus hogares usa el guano, taquia o bosta, para cocinar sus principales comidas.

2.2.5.6.4. Disponibilidad de Servicios Sanitarios

Esta característica del componente de Saneamiento básico, está conformada por la existencia de baño, inodoro, letrina o excusado, y si este es de uso privado o compartido con otros hogares y además el sistema de desagüe (alcantarilla, cámara séptica).

De los hogares que cuentan con acceso a un baño, water, letrina o excusado, seis de cada 10 ellos cuentan con baño de uso privativo del hogar, mientras que un poco más de 3 hogares de cada 10, usan de manera compartida con otros hogares; el caso del distrito 1, merece una análisis especial, ya que habiéndose

definido que la misma contaba con un porcentaje mayor de cobertura de este servicio, sin embargo en este aspecto, cuenta con un menor porcentaje de uso privativo del hogar de dicho servicio, en comparación con los otros distritos, similar al caso del distrito 6, esto podría deberse a la gran cantidad de viviendas o habitaciones en alquiler que existen en estos distritos.

2.2.5.6.5. Recojo de los residuos sólidos

El sistema de recolección y disposición final de basuras de la ciudad de El Alto, se encuentra actualmente a cargo de la Empresa de Aseo Urbano (EMAU). Esta empresa clasifica sus actividades, en dos sistemas, uno que se dedica a la limpieza de avenidas, calles y vías, y de la recolección y transporte de desechos sólidos que las familias eliminan (basura).

De acuerdo a datos de la Asociación Boliviana de Entidades de Aseo Municipal la ciudad de El Alto, los desechos sólidos en el año 1999, pesaban en promedio 6.300 toneladas por mes, el promedio mes de recolección de residuos sólidos es de 9602 toneladas métricas, la misma que equivale a 315 toneladas métricas recogidas diariamente. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 170-87)

2.2.6. Aspectos Medioambientales

2.2.6.1. Principales riesgos ambientales

El crecimiento no planificado de la ciudad, está provocando alteraciones en el medio ambiente, los gases tóxicos producto de las actividades industriales o artesanales que trabajan con químicos y materiales contaminantes son lanzados al aire sin ningún tipo de tratamiento, la carencia de una reglamentación normativa para evitar la contaminación atmosférica, afecta a la salud de los pobladores.

La falta de sistemas de alcantarillado y una adecuada recolección de basura, determina que las aguas servidas y heces humanas diseminadas al aire libre, por efecto de los vientos y el sol, afectan constantemente los problemas de salud de la población alteña.

El elevado número de automotores y la falta de aplicación de la normativa en el uso de combustibles, el ruido del tránsito congestionado en la Ceja de El Alto y el ruido de los locales públicos como bares y cantinas, ante las cuales si bien se

han reglamentado su funcionamiento a través de normas, mantienen irregularidades, causando daño y provocando niveles de contaminación.

El ruido provocado por el tráfico aéreo, debido a la ubicación del aeropuerto en el área central de la ciudad de El Alto. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 207)

2.2.7. Aspectos Organizativos Institucionales

Las actividades administrativas y de gestión que se realizan en la ciudad, responden a las necesidades tanto de las organizaciones sociales, instituciones Estatales, Organizaciones No Gubernamentales y de otra naturaleza, para ofertar bienes y servicios, tienen instaladas oficinas en diferentes zonas del Municipio.

Con el objetivo de facilitar las acciones administrativas que deben desarrollar los pobladores, las oficinas de estas instituciones se encuentran ubicadas en inmediaciones de la Ceja de El Alto, aledañas a las avenidas Juan Pablo II, Avenida 6 de Marzo y Antofagasta, lugar de encuentro de casi todos los medios de transporte público. (Gobierno Municipal de El Alto 2007: 238)



Cuadro N° 5

EI ALTO: ASPECTOS ORGANIZATIVOS INSTITUCIONALES

ORGANIZACIONES SOCIALES	INSTITUCIONES ESTATALES	ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES	OTRA NATURALEZA
Central Obrera Regional El Alto	Policía Técnica Judicial	República descentralizada y comunitaria de salud (RDPC)	Bancos, mutuales y entidades financieras de desarrollo
Asociación Departamental de Empresarios de la Pequeña Industria (ADEPI)	Oficina de identificación personal	Obra Kolping de Bolivia (OKB)	Cooperativa de Teléfonos (COTEL)
Sociedad Boliviana de Medicina Tradicional (SOBOMETRA)	Retenes policiales	Centro Asociado de Estudios Económicos y Sociales (CAES)	Aguas del Illimani
Defensoría del Pueblo	Servicio de Impuestos Internos	ENDA Bolivia	
Federación de Juntas Vecinales (FEJUVE)	Oficina Distrital de Educación	Fundación Pro centro del Quemado	Vicaría de El Alto
Federación de Trabajadores Gremialistas, Artesanos, Comerciantes minoristas, Vivanderas y Ramas Anexas	Unidad desconcentrada de Salud	Servicio Integral para el Desarrollo de la Mujer (SIPADEM)	Cruz Roja Boliviana
Centro de Reporteros Populares	Prefectura del Departamento de La Paz	Centro de Investigación Social y Trabajo Social en equipos multidisciplinares (SISTEM)	Instituto Nacional de Formación y Capacitación Productiva (INFOCAL)
Asamblea distrital de Derechos Humanos	Centro de rehabilitación CERFE	Centro de fomento a Iniciativas Económicas (FIE)	ELECTROPAZ
Comité de trabajadores de la comunicación popular	Juzgados distritales de la Corte Superior de Justicia	Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza	ENTEL
Comité Cívico Pro ciudad el Alto	Alcaldía	Centro Interdisciplinario de Estudios Comunitarios (CIEC)	Correos ECOBOL
Federación de padres de Familia	Tránsito	Defensa de los niños Internacional (DNI)	Telefonía Rural (DITER)
Sindicato de Trabajadores de la Educación urbana	Policía	Escuelas radiofónicas FIDES	Planta de YPFB
Comité Sindical de Trabajadores de la Información y la comunicación	Radiopatrullas	Fundación Contra el Hambre	
Federación de Mujeres de la ciudad e El Alto	Derechos Reales	Fundación para Alternativas de desarrollo	
Federación Sindical Unica de Trabajadores Campesinos del radio Urbano y Suburbano	Defensor del Pueblo	Instituto Para la Pequeña unidad productiva (IDEPRO)	
Sindicatos de Transporte		Misión Alianza Noruega	
Sindicato de Hombres		INTERVIDA	
Sindicato de Telefonía Móvil		INCATEM	
	Red	Hábitat	
	PUEBLO		
		Plan Internacional Altiplano	

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Oferta Turística

3.1.1. Atractivos Turísticos del Municipio de El Alto

La Dirección de Promoción Turística dependiente del Gobierno Municipal de El Alto ya cuenta con una inventariación de atractivos turísticos, mismos que se encuentran registrados en el Plan de "Políticas y Estrategias de Turismo 2007".

El municipio de El Alto presenta cuatro de las cinco categorías predispuestas por el Viceministerio de Turismo, las cuales detallaremos a continuación:

3.1.1.1. Sitios Naturales

En esta categoría se registran aquellos lugares tales como montañas, ríos, cascadas, bosques, y muchos otro más tomando como criterios el representar un hermoso paisaje.

Paisaje Borde Alto Lima	
Categoría	1. Sitios Naturales
Tipo	1.2. Puna, Altiplano y Valles
Subtipo	1.2.1. Mesetas
Aspectos	Características
Descripción	El borde de la ciudad de El Alto ofrece una vista espectacular de la ciudad de La Paz, en una noche clara parece que el cielo se encuentra a nuestros pies o que se estuviera reflejando en la urbe paceña. Durante el transcurso de la caminata se pudo observar en su plenitud el paisaje, que paso a paso va adquiriendo una nueva perspectiva panorámica.
Muestra Fotográfica	

Nevado Huayna Potosí	
Categoría	1. Sitios Naturales
Tipo	1.1. Montañas y Cordilleras
Subtipo	1.1.2. Picos / Nevados
Aspectos	Características
Descripción	Este nevado tiene la forma de un pico piramidal gigante de hielo, con tres caras, que pueden ser admiradas desde varios ángulos. En el imponente atractivo se desarrollan actividades como: andinismo, caminatas y observación de paisajes, actividades que también son de mucho riesgo consideradas de aventura para turistas expertos. Atractivo consolidado en la oferta turística internacional. Es la montaña más popular de Bolivia por su cercanía a la ciudad de El Alto con 56km, por una carretera regular que se recorre en hora y media y por ser el nevado con más de 6000 m.s.n.m.
Muestra Fotográfica	

Laguna Milluni	
Categoría	1. Sitios Naturales
Tipo	1.4. Lagos
Subtipo	1.4.1. Lagos
Aspectos	Características
Descripción	Esta hermosa laguna fue contaminada por las emisiones de las minas, sin embargo con la inactividad minera se ha recuperado su belleza natural convirtiendo a esta laguna en un lugar hermoso para visitar.
Muestra Fotográfica	

Valle de los Loros "Kaqué Marka"	
Categoría	1. Sitios Naturales
Tipo	1.2. Puna, Altiplano y Valles
Subtipo	Caminos y sendas pintorescas
Aspectos	Características
Descripción	<p>El Valle de Kaqué Marka también llamado de loros, es uno de los más conservados del departamento de La Paz, además del panorama se logra apreciar la vida silvestre del lugar como: loros, viscachas, halcones, lechuzas y golondrinas, es un valle hermoso que es similar a lo que es el Valle de la Luna de La Paz, es el Valle turístico de Kaqué Marka o el "Valle de los Loros" en este espacio no se cuenta con servicios lamentablemente. El servicio de transporte nos permite llegar hasta ventilla y posteriormente desviar hacia Kaqué Marka desde donde se debe caminar 10 minutos para acceder a este atractivo.</p>
Muestra Fotográfica	

3.1.1.2. Patrimonio Urbano Arquitectónico:

Esta categoría registra todas las expresiones relacionadas con la arquitectura, tales como edificios, monumentos y plazas obras de arte y expresiones artísticas. El Alto posee una muestra de esta categoría de las cuales explicamos a continuación:

Museo Antonio Paredes Candia

Categoría 2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.

Tipo 2.3. Museos y Salas de Exposición

Subtipo 2.3.9 Salas de Exposición

Aspectos

Características

Descripción

En la ciudad de El Alto, cobra un importante lugar, la existencia del primer museo, propio de este municipio, cuya infraestructura lleva el nombre del escritor e investigador Boliviano, Antonio Paredes Candia, quien después de una larga lucha para la apertura de este museo, se consolida un sueño anhelado.

Homenaje a Don Antonio Paredes Candia, escritor, poeta, etc., fue un personaje boliviano de corazón puro cuya obra adquiere una gracia narrativa que solo él tuvo, su estilo propio, su picardía, lo insólito y otros elementos fueron bien coordinados, de manera de que cada narración encerró innumerables ideas para el lector, ciudad Satélite guarda un legado literario tradicional y permite imaginar las tradiciones y leyendas de la ciudad de La Paz y el Alto.

El museo fue inaugurado el 29 de mayo de año 2002, ubicado en la zona de Satélite, su infraestructura está construida sobre la base de la que un tiempo fue un estanque de agua para abastecer a la zona, pero cuando esta fue concluida ya existía suministro de agua, aprovechando la infraestructura se la adopto para el museo.

En cuanto al personal del museo, cuenta con: una recepcionista, un guardia, un jardinero, un cuidador, tres guías encargados para la exposición en cada sala.

El ingreso a este museo es gratuito de Martes a Domingo. En su interior presenta cuatro salas de exposición.

La obras expuestas en este museo son donaciones de colecciones personales del señor Antonio Paredes Candia, de las cuales se encuentran cerámica, pinturas, esculturas y algunas fotos.

Muestra
Fotográfica



Mirador Tejada Alpacoma

Categoría 2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.

Tipo 2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva

Subtipo 2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura.

Aspectos **Características**

Descripción

La zona de Ciudad Satélite cuenta con el mirador de final Alpacoma interesante lugar que brinda una vista espectacular de la ciudad de La Paz y el nevado Illimani, también es un lugar de recreación para los niños y paseos familiares, pues cuenta con bastante afluencia de visitantes sobre todo los fines de semana.

Muestra Fotográfica



Mirador Turístico Ciudad Satélite

Categoría 2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.

Tipo 2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva

Subtipo 2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura.

Aspectos **Características**

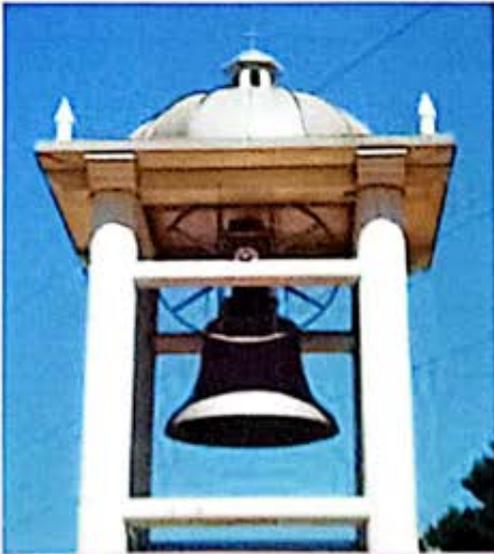
Descripción

Este mirador posee áreas verdes y canchas que permiten el esparcimiento y diversión además de una hermosa vista de la ciudad de La Paz que llega a absorber el pensamiento de los visitantes y perderse en el espléndido paisaje es frecuentado por habitantes de la ciudad de El Alto y La Paz para pasar hermosos momentos el fin de semana.

Muestra Fotográfica



Plaza Juana Azurduy de Padilla	
Categoría	2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.
Tipo	2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva
Subtipo	2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura
Aspectos	Características
Descripción	Es la plaza central de El Alto cuenta con una hermosa infraestructura y es muy concurrida, los días que está abierta en ella se realizan distintos actos de suma importancia por ser centro de reunión y tránsito de todo habitante de la urbe alteña, sobre todo los recién casados además de contar en su alrededor con diferentes instituciones.
Muestra Fotográfica	

Campanario	
Categoría	2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.
Tipo	2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva
Subtipo	2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura
Aspectos	Características
Descripción	Este monumento tiene bastante relevancia por encontrarse en la entrada de la ciudad de El Alto, fue construido en ocasión al Jubileo 2000 promocionado por la Iglesia Católica, campana de Bronce da la bienvenida a los que visitan la ciudad de El Alto.
Muestra Fotográfica	

Mirador Sagrado Corazón de Jesús	
Categoría	2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.
Tipo	2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva
Subtipo	2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura
Aspectos	Características
Descripción	<p>Es un sitio que brinda una vista espectacular de la ciudad de La Paz, cubierta de una magnificencia casi mágica pues se encuentra ubicada muy cerca del mercado de los brujos, yatiris, kallawayas, etc., mostrando el armonioso contraste de la tradición aymará y la religión católica. El hermoso Cristo con los brazos extendidos, invita a propios y extraños, es visitado por habitantes de la ciudad de El Alto y La Paz.</p> <p>Ubicado en la zona Alto Sagrado Corazón de Jesús a 4 cuadras de la ceja de El Alto, colindando con la avenida panorámica. El mirador fue remodelado en 1994, tiene una vista a lo alto de la cordillera real, el bosquecillo de la ladera Nor-este, la cuchilla Chuquiaguillo y a lo bajo se observa el centro de la ciudad de La Paz, en la parte posterior del mirador se encuentran ubicadas casetas de yatiris y en las cercanías existe una feria permanente de venta de elementos para realizar ritos andinos, a estas se las denomina Chifleras. Además se encuentra una pequeña instalación en donde se puede fletar larga vistas por un precio módico, esta instalación se encuentra en la parte posterior del mirador.</p>
Muestra Fotográfica	

Plaza del Minero	
Categoría	2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.
Tipo	2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva
Subtipo	2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura
Aspectos	Características
Descripción	La zona Santiago II en la que se encuentra la Plaza del Minero, tiene residentes mineros, por ello su nombre, esta plaza es muy frecuentada los miércoles y domingos en la feria barrial, donde se pueden adquirir distintos tipos de productos. Además brinda un excelente espacio de esparcimiento y tranquilidad a sus visitantes, contemplando la vida cotidiana de los alteños.
Muestra Fotográfica	

Plaza Rotonda	
Categoría	2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.
Tipo	2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva
Subtipo	2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura
Aspectos	Características
Descripción	La Plaza Rotonda específicamente es frecuentada por motivos religiosos ya que está cerca de la Iglesia Santuario de la Cruz, justamente sobresale de las demás plazas e Iglesias por poseer un majestuoso Cristo crucificado dorado en su centro lo que hace de ésta plaza un lugar agradable de reflexión y esparcimiento. (Universidad La Salle)
Muestra Fotográfica	

Catedral de Collpani

Categoría 2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.

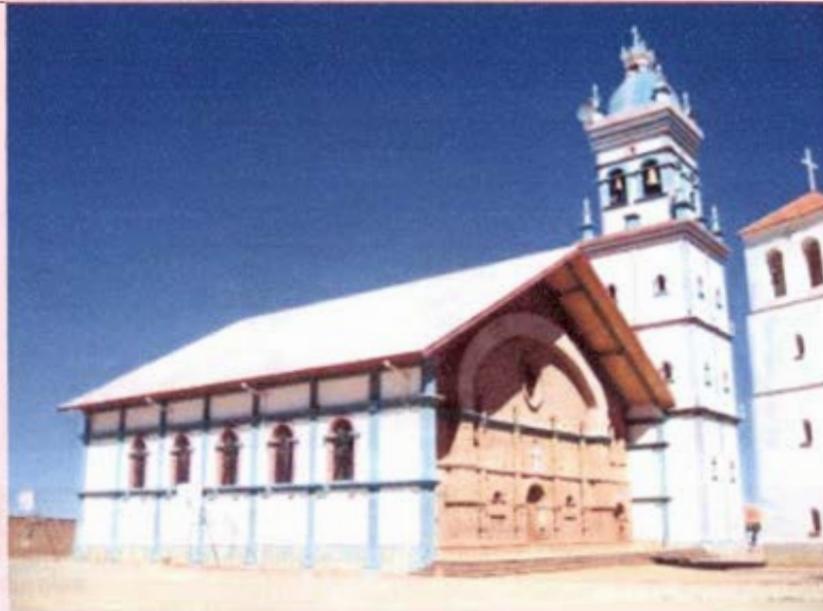
Tipo 2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva

Subtipo 2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura

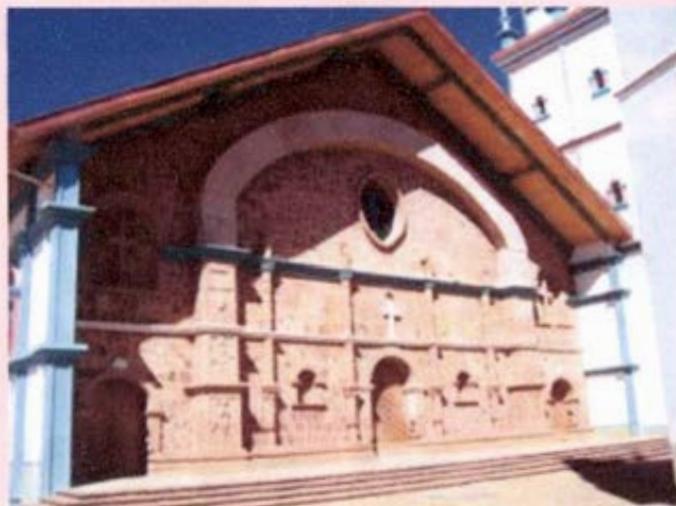
Aspectos **Características**

Descripción

La Catedral de Collpani también llamada Cosmos 79 es en honor a la Virgen de la Candelaria, su arquitectura ha rescatado algunos símbolos andinos que son parte de la decoración, posee una peculiar fachada construida de piedra. Su fiesta patronal es el 2 de febrero, en honor a la Virgen de la Candelaria es una fiesta muy importante donde se realizan actividades folklóricas.



Muestra Fotográfica



Iglesia del Rosario

Categoría 2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.

Tipo 2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva

Subtipo

Aspectos

Características

Descripción

La Iglesia del Rosario de halla ubicada en la zona de Villa Adela, su arquitectura es espectacular empleando una combinación de puntillismo artístico y una arquitectura islámica que la hace peculiar de las demás Iglesias.

Muestra
Fotográfica



Iglesia Cuerpo de Cristo

Categoría 2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.

Tipo 2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva

Subtipo 2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura

Aspectos

Características

Descripción

La Iglesia Cuerpo de Cristo es una hermosa obra arquitectónica de la que se puede destacar su hermosa torre, características de las Iglesias de la ciudad de El Alto construidas por la Fundación Cuerpo de Cristo además de ser un punto de partida de la Ruta Santa que se realiza cada año en época de Semana Santa.

Muestra
Fotográfica



Cementerio Zona Mercedario

Categoría 2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.

Tipo 2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva

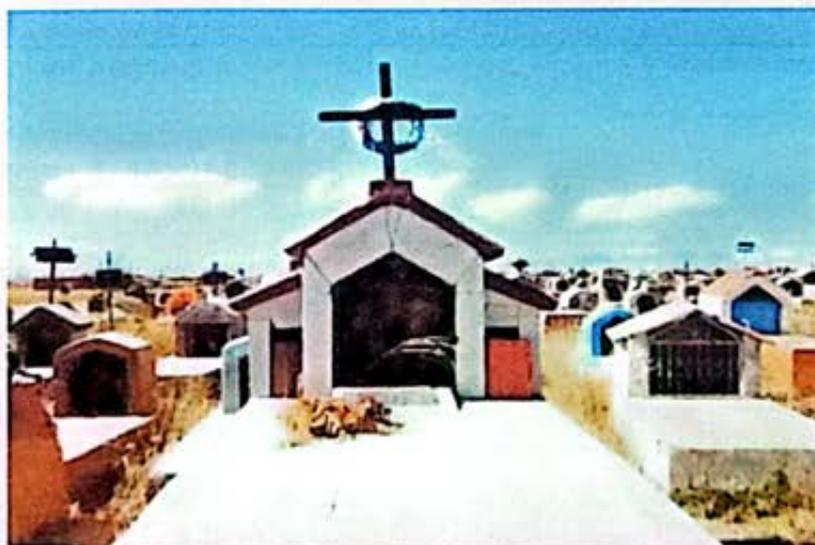
Subtipo 2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura.

Aspectos **Características**

Descripción

Este cementerio posee una gran tradición entre los pobladores del Distrito 4 que se constituye en un sitio de valor histórico cultural, por sus historias de fantasmas y de entierros no autorizados, además de disfrutar del hermosos paisaje con plantas, aves y sembradíos de distintos tipos de cereales.

**Muestra
Fotográfica**



Cementerio Villa Ingenio

Categoría	2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.
Tipo	2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva
Subtipo	2.2.3. Monumentos, edificios, obras de arquitectura
Aspectos	Características
Descripción	El Cementerio de Villa Ingenio hasta un tiempo fue considerado como clandestino, el más concurrido por los habitantes del distrito norte, especialmente en las fechas de Todos los Santos y San Juan, se encuentra en los límites de la ciudad de El Alto, los nichos son construidos por los propios familiares de los difuntos. Existe un mausoleo donde se encuentran los restos de los fallecidos en Octubre Negro, que es el más resaltante en el cementerio.
Muestra Fotográfica	

Mirador Atipiris

Categoría	2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.
Tipo	2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva
Subtipo	2.2.4 Lugares de interés histórico
Aspectos	Características
Descripción	El mirador tiene como ideal el tener un lugar importante para el recorrido de los novios que se casan en la Iglesia Urkupiña. Éste presenta como los demás miradores una ruta fantástica para ver el Valle de Achocalla, este atractivo tiene un valor para la zona pues es incorporada en los proyectos de la Dirección de Promoción Turística
Muestra Fotográfica	

Cementerio de Mina Milluni

Categoría 2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.

Tipo 2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva

Subtipo 2.2.4. Lugares de interés histórico

Aspectos **Características**

Descripción En él se encuentran los restos de los habitantes y de los mineros de Milluni que perdieron la vida en las minas que por cierto no son pocos, representa un importante potencial como oferta turística de minas ya que posee un importante legado cultural.

Muestra Fotográfica



Mirador de Kaque Marka

Categoría 2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.

Tipo 2.2. Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva

Subtipo 2.2.1. Regiones de interés

Aspectos **Características**

Descripción Este atractivo se constituye como el inicio del valle de Kaque Marka ya que desde este mirador natural se obtiene una bella vista de todo el valle como también parte de la cordillera real, viéndose importantes muestras como el Huayna Potosí, Mururata y el Majestuoso Illimani, los atardeceres son fascinantes ya que uno puede hacer juegos de fotografías que sin duda cautivan el espíritu de los visitantes.

Muestra Fotográfica

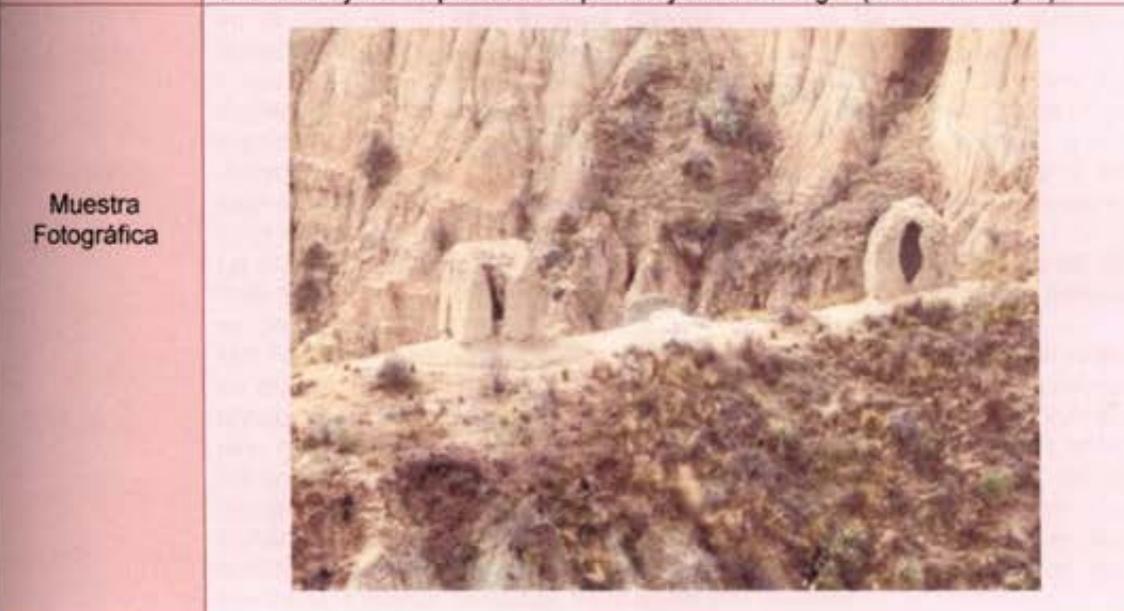


Sitio Arqueológico de Kaque Marka (chullpares)

Categoría	2. Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales.
Tipo	2.1. Legado Arqueológico
Subtipo	2.1.1 Sitios o conjuntos

Aspectos	Características
----------	-----------------

Descripción	Esta es una de las atracciones mas importantes de El Alto ya que se constituye como un legado arqueológico de gran valor histórico cultural, además de disfrutar del hermoso valle de loros (Kaque Marka), al este se encuentran mas de tres chullpares (Torres funerarias) y por el área se ven importantes muestras de pedazos de cerámica regadas por todo el lugar. Además de ser un espacio arqueológico también es motivo de ritos y ofrendas aymaras practicadas por los yatitris del lugar (Médicos brujos).
-------------	--



3.1.1.3. Etnografía Y Folklore

Esta categoría se subdivide en otras manifestaciones de folklóricas y espirituales complementadas en folklore material, social y espiritual – mental, las diversas expresiones de esta categoría se manifiestan en este municipio de la siguiente manera.

Mercado Callawayas, Yatiris, Curanderos, Amautas.

Categoría 3. Etnografía y Folklore.
Tipo 3.3. Folklore Espiritual Mental
Subtipo 3.4.5. Medicina Popular

Aspectos

Características

Descripción

La magia y el misticismo se encuentran reflejados plenamente en este mercado de brujas, donde se pueden adquirir distintos tipos de artefactos e ingredientes, para los rituales y ceremonias efectuados por amautas, yatiris y callawayas, que dejan asombrados aun a los visitantes locales. Por la identidad fuertemente arraigada de los alteños, es muy visitado y concurrido.

En la ciudad de El Alto existen al rededor de 6 a 7 organizaciones de médicos tradicionales los cuales se encuentran distribuidos en su mayoría en la Ceja de El Alto, la zona Sagrado Corazón de Jesús, la avenida Ballivián y la calle 11 de la zona 16 de Julio.

Antes del descubrimiento de América por Cristóbal Colón, el territorio de Bolivia era el Kollasuyo del Incario, es decir el país de los médicos y medicamentos: "Qolla significa planta medicinal en lengua aymará, y se deriva de esta palabra qollana -curar, Qollerí = médico, Qollana = lo sagrado, Kallawayá o Qollawayu = el portador de medicinas, Kullawa = etnis de farmacéuticos itinerantes"

La cultura Qolla tiene rasgo de ser una cultura intrínsecamente medicinal. El dato más aproximado en cuanto a medicina tradicional existente en Bolivia se dio de 800 a 1000 años antes de Cristo

Los Kallawayas es un grupo étnico importante de América, tanto como lo es en Bolivia, por su manera sistemática de curar. Así también los kallawayas conocieron y utilizaron los caminos precolombinos de los incas, a su vez se dice que los kallawayas fueron médicos de los incas. A pesar de los años transcurridos aun los médicos tradicionales siguen persistiendo en el tiempo, así también se los requiere para curación de males o enfermedades por medio de hierbas e instrumentos que ellos utilizan, sin embargo surgieron varios tipos de médicos tradicionales como son las hierveras, materas, amautas, kallawayas y la chifleras.

Muestra Fotográfica



Feria Mercado Av. Tiahuanaku

Categoría	3. Etnografía y Folklore.
Tipo	3.4. Folklore Social
Subtipo	3.4.1 Ferias y Mercados
Aspectos	Características
Descripción	La feria de la Avenida Tiwanacu va creciendo todos los años, los mismos productores van diversificándose lo que permite que se encuentren ofertas para todo tipo de consumidor, ello invita a muchas personas a asistir a este tipo de ferias. Además de observar regateo y las gangas de los productos ofrecidos convertidos en todo un arte por las amas de casas y las vendedoras.
Muestra Fotográfica	

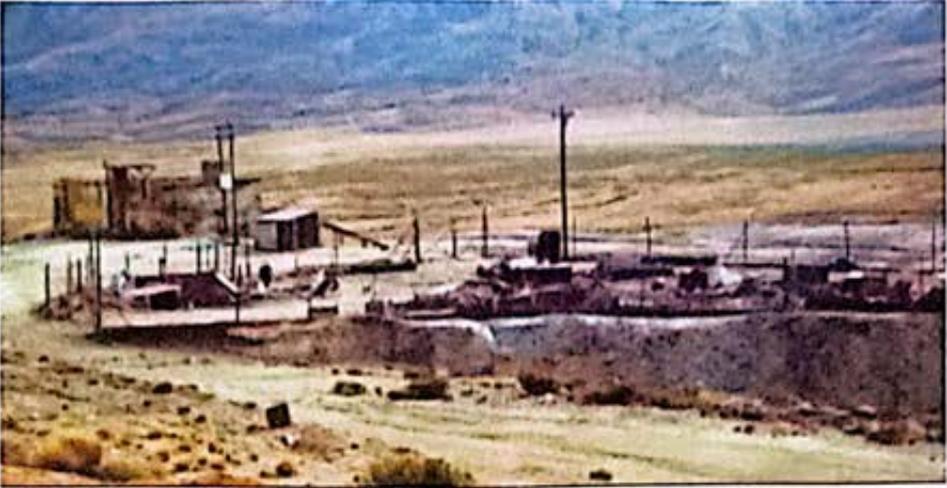
Comunidad Milluni

Categoría	3. Etnografía y Folklore.
Tipo	3.6. Grupo Agrario
Subtipo	
Aspectos	Características
Descripción	Milluni se encuentra a 4100 metros sobre el nivel del mar y se encuentra ubicado en el trayecto hacia Chacaltaya – Huayna- Potosí. Esta población tiene una laguna artificial que baja de las minas del lugar. En la tranca camino a Zongo quedan restos de una mina abandonada conocida como "La mina Milluni". Este complejo ex minero, distante a 30 Km. Aproximadamente de la ciudad de El Alto. Esta población se caracteriza por tener un cementerio con nichos en forma de casitas o de botes que fueron elaborados por los mismos mineros.
Muestra Fotográfica	

Año Nuevo Andino	
Categoría	3. Etnografía y Folklore.
Tipo	3.3. Folklore Espiritual Mental
Subtipo	3.3.3 Manifestaciones y creencias populares.
Aspectos	Características
Descripción	El solsticio de invierno o Año nuevo Aymará, se efectúa el 21 de Junio, de acuerdo a la cosmovisión andina, en diferentes lugares, regiones, departamentos, al igual que en el municipio de El Alto, además en las primeras horas de la mañana se realiza una entrada de danzas autóctonas en la Avenida Juan Pablo II hasta la Ceja de El Alto.
Muestra Fotográfica	

3.1.1.4. Realizaciones Técnicas Científicas

Esta categoría se subdivide en Explotaciones mineras, agropecuarias, industriales, Obras de ingeniería, arquitectónicas actuales y por último centros científicos y técnicos.

Mina Milluni	
Categoría	4. Realizaciones Técnicas y Científicas
Tipo	4.1. Explotaciones mineras
Subtipo	4.1.1. Minas
Aspectos	Características
Descripción	En este ex centro minero, se encuentran varios tipos de construcción en diferente estado, bocaminas. Representa un importante potencial como oferta turística del municipio ya que posee un importante legado mineralógico.
Muestra Fotográfica	

3.1.1.5. Acontecimientos Programados

Esta categoría se subdivide en acontecimientos artísticos, deportivos y en espectáculos congresos y otros.

Entrada Folklórica de Villa Dolores (Sr. De la Exaltación)	
Categoría	5. Acontecimientos Programados.
Tipo	5.1 Artísticos
Subtipo	5.1. 6 Fiestas populares y Religiosas
Aspectos	Características
Descripción	<p>Una de las fiestas principales de nuestra ciudad, expresión de la cultura e identidad, alegría y gracia de los habitantes alteños, expresadas en coloridas danzas, inspiradas en la devoción al Sr. de la Exaltación se realiza los días 14, 15 de Septiembre desde la plaza central de la ciudad de El Alto (Plaza Juana Azurduy de Padilla) continua por la avenida Antofagasta y culmina en la plaza del Obelisco, cuenta con una importante afluencia de personas, tanto de la ciudad de El Alto como de la ciudad de La Paz.</p> <p>Entrada folklórica en la Av. Antofagasta de la zona Villa Dolores, el 14 de septiembre de cada año, fecha que puede ser recorrida a la semana más próxima donde se puede observar mas de 20 conjuntos folklóricos como ser: caporales, tinkus, tobas, morenada, suri sicuri, llamerada, negritos, etc.</p>

Muestra
Fotográfica



Entrada Folklórica 12 de Octubre (Virgen del Rosario)

Categoría 5. Acontecimientos Programados.

Tipo 5.1 Artísticos

Subtipo 5.1.6 Fiestas populares y Religiosas

Aspectos

Características

Descripción

Otra de las manifestaciones folclóricas de la ciudad de El Alto, se realiza en la misma fecha 12 de Octubre recordando la fundación de la zona, los residentes en su mayoría comerciantes, rinden su homenaje en las fraternidades de bailarines con distintos tipos de danzas.

Muestra
Fotográfica



Elección Cholita Alteña	
Categoría	5. Acontecimientos Programados.
Tipo	5.3. Espectáculos, Congresos y otros.
Subtipo	5.3. 1 Concursos de Belleza
Aspectos	Características
Descripción	La Importancia de la Cholita Alteña va tomando importancia año tras año, auspiciado por el Gobierno Municipal de El Alto, se realiza con el objetivo de promover y preservar la participación y vestimenta de la mujer de pollera, se realiza en el mes de Marzo y la ganadora participa en distintos eventos.
Muestra Fotográfica	

Festival del Sol	
Categoría	5. Acontecimientos Programados.
Tipo	5.1. Artísticos
Subtipo	5.1.1 Expresiones de música y danza contemporánea
Aspectos	Características
Descripción	Festival de Música Clásica que recorre diferentes municipios de La Paz donde se presentan una variedad de orquestas, nace interpretando obras clásicas de arte musical, se presenta en Iglesias de Importancia de carácter colonial. Se lleva a cabo entre los meses de septiembre y octubre aproximadamente.
Muestra Fotográfica	

Entrada Folklórica 16 de Julio (Virgen del Carmen)

Categoría	5. Acontecimientos Programados.
Tipo	5.1 Artísticos
Subtipo	5.1.6 Fiestas populares y Religiosas

Aspectos	Características
----------	-----------------

Descripción

Entrada folclórica en la zona 16 de julio es la festividad más grande de la ciudad de El Alto, en la que participan más de 30 comparsas en la cual se puede observar una diversidad de danzas típicas como ser: quena quena, cullawada, llamerada, morenada, caporales, negritos, tinkus y otros, con la participación de las asociaciones de la zona 16 de julio, matadero de El Alto, sindicato de automóviles, etc. y es considerado como patrimonio cultural más importante de la región junto a la de Villa Dolores.

Muestra
Fotográfica



Feria 16 de Julio	
Categoría	5. Acontecimientos Programados.
Tipo	5.3. Espectáculos, Congresos y otros.
Subtipo	5.3.5 Ferias Nacionales e Internacionales
Aspectos	Características
Descripción	<p>Los días jueves y domingos en gran parte de la zonas 16 de Julio y Panorámica se realiza la famosa feria de la 16 de julio, la cual se caracteriza por reunir a miles de vendedores y compradores al encontrarse en ella una gran variedad de productos, desde los mas esenciales hasta los más innovadores.</p> <p>La feria es bastante reconocida por su gran tamaño a nivel Sudamericana, se divide por sectores de acuerdo al producto de venta como ser artefactos eléctricos, textiles, comidas, productos alimenticios variados, automóviles y repuestos, ropa, juguetes, línea blanca, material de construcción, maquinaria comercial e industrial, entre otros.</p>
Muestra Fotográfica	

Feria de Ramos	
Categoría	5. Acontecimientos Programados.
Tipo	5.3. Espectáculos, Congresos y otros.
Subtipo	5.3.5 Ferias Nacionales e Internacionales
Aspectos	Características
Descripción	<p>La Feria de Ramos es tradicional del Distrito 7 que se realiza en semana Santa, en el Domingo de Ramos con la participación de las comunidades agrarias circundantes a la urbe alteña y habitantes de la ciudad de El Alto, donde se puede adquirir ganados, artículos, cereales y toda la producción del altiplano, además se realizan trueques. A esta feria asisten visitantes no solo del municipio sino también de otros municipios hasta de paises hermanos.</p>
Muestra Fotográfica	

Festival de la Cueca

Categoría	5. Acontecimientos Programados.
Tipo	5.1. Artísticos
Subtipo	5.1.1 Expresiones de música y danza contemporánea

Aspectos	Características
----------	-----------------

Descripción	La cueca es una danza de pareja que se ha consolidado, con el transcurso de los años, como un baile popular; está presente en todo acontecimiento social y se ha adueñado de las preferencias mestizo criollas de las diferentes regiones de donde se baila. En este Festival se puede apreciar el trabajo de reconocidas instituciones en el campo de la danza, que a lo largo de varios años, han logrado poner en escena los diferentes estilos que caracterizan a la cueca, en aproximadamente 4 días del mes de junio.
--------------------	---

Muestra Fotográfica



Feria de las Alasitas

Categoría	5. Acontecimientos Programados.
Tipo	5.1. Artísticos
Subtipo	5.1.4 Exposiciones de artes

Aspectos	Características
----------	-----------------

Descripción	El 24 de enero se celebra la fiesta tradicional de la "Alasita" (comprame), donde se realizan ferias artesanales, que incluyen exposición de trabajos en miniatura, objetos artísticos y de uso cotidiano, comidas tradicionales así como prácticas culturales. Se lleva a cabo en diferentes puntos de El Alto como ser en: la plaza La Paz, zona 12 de octubre (La Ceja) que son las más grandes y otros puntos barriales.
--------------------	--

Muestra Fotográfica



3.1.2 Actividades Turísticas posibles a realizarse en el Municipio

Si bien el municipio de El Alto ya cuenta con una inventariación de atractivos turísticos, esto nos permite delinear o sugerir las actividades turísticas que pueden desarrollarse a través de estos atractivos ya identificados.

ATRATIVOS	ACTIVIDADES
Paisaje Borde Alto Lima	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación paisajística ✓ Toma de Fotografías
Nevado Huayna Potosi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Climbing ✓ Trekking de montaña ✓ Observación paisajística
Laguna Milluni	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paseos en bicicleta ✓ Toma de fotografías ✓ Observación paisajística ✓ Observación de camélidos
Valle de los Loros "Kaque Marka"	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de fauna y flora ✓ Observación de formaciones geológicas ✓ Paseos en bicicleta ✓ Ciclismo (Biking) ✓ Trekking ✓ Camping ✓ Vuelos en parapente (corta distancia) ✓ Paseos en Globos aerostáticos (corta distancia)
Museo Antonio Paredes Cándia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Visita a museos ✓ Toma fotográfica
Mirador Tejada Alpacota	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación paisajística ✓ Toma de Fotografías
Mirador Ciudad Satélite	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación paisajística ✓ Toma de Fotografías
Plaza Juana Azurduy de Padilla	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Toma de Fotografías ✓ Visita a sitios históricos
Campanario	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Toma de Fotografías ✓ Visita a sitios culturales
Mirador Sagrado Corazón de Jesús	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación paisajística ✓ Toma de Fotografías ✓ Visita a sitios históricos
Plaza del Minero	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Visita a sitios históricos ✓ Toma de fotografías
Plaza Rotonda	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paseos familiares
Catedral de Collpani	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Peregrinación ✓ Visita a sitios históricos ✓ Toma de fotografías ✓ Visita a la Catedral
Iglesia del Rosario	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Peregrinación ✓ Toma de fotografías ✓ Visita a la Iglesia
Iglesia Cuerpo de Cristo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Peregrinación ✓ Toma de fotografías ✓ Visita a la Iglesia
Cementerio Zona Mercedario	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación paisajística ✓ Observación y participación en la celebración de Todos los Santos
Cementerio Villa Ingenio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación paisajística ✓ Observación y participación en la celebración de Todos los Santos ✓ Visita a sitios históricos
Mirador Atipiris	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación paisajística ✓ Toma de Fotografías

Cementerio de Mina Milluni	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación paisajística ✓ Observación y participación en la celebración de Todos los Santos ✓ Visita a sitios históricos ✓ Toma de Fotografías ✓ Observación de camélidos
Mirador que Kaque Marka	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación paisajística ✓ Toma de Fotografías ✓ Observación de Chullpares ✓ Observación de formaciones geológicas
Sitio Arqueológico de Kaque Marka (Chullpares)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de restos arqueológicos ✓ Trekking hacia ruinas arqueológicas ✓ Toma de fotografías ✓ Observación paisajística ✓ Observación de formaciones geológicas
Mercado Kallawayas, yatiris, curanderos y amautas.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación y participación en ceremonias y rituales ✓ Toma fotográfica
Feria Mercado Av. Tiahuanacu	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paseo y compra de artesanías ✓ Observación vivencial del comercio
Comunidad Milluni	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Convivencia cotidiana ✓ Observación paisajística ✓ Toma de fotografías ✓ Trekking ✓ Paseos de bicicleta
Año Nuevo Andino	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación y participación en la realización de ceremonias y rituales. ✓ Observación de Danzas Autóctonas ✓ Toma de fotografías
Mina Milluni	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Visita a sitios históricos ✓ Visita a la mina ✓ Toma de fotografías
Entrada Folklórica Villa Dolores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de manifestaciones culturales ✓ Toma de fotografías
Entrada Folklórica 12 de Octubre	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de manifestaciones culturales ✓ Toma de fotografías
Elección Cholita alteña	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de manifestaciones culturales ✓ Toma de fotografías
Festival de Sol	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de eventos artísticos musicales (Sinfónica)
Entrada Folklórica 16 de Julio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de manifestaciones culturales ✓ Toma de fotografías
Feria 16 de Julio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paseo y compra de artesanías ✓ Observación vivencial del comercio ✓ Paseo por sectores de la Feria
Feria de Ramos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación y participación en manifestaciones religiosas ✓ Paseo y compra de artesanías tradicionales (palma y cerámica)
Festival de la Cueca	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de eventos artísticos musicales (danza) ✓ Toma de fotografías
Feria de las Alasitas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paseo y compra de miniaturas ✓ Observación y participación en la realización de ceremonias y rituales. (Yatiris) ✓ Toma de fotografías

3.1.2. Planta Hotelera

Es necesario destacar que en la ciudad de El Alto existen dos instituciones que aglutinan a las empresas prestadoras de servicios de hospedaje, éstas son la

Cámara de Hotelería La Paz y la Asociación de hospedajes turísticos de la ciudad de El Alto sin embargo ambas operan de forma independiente.

En cuanto a los servicios de hospedaje se tienen legalmente establecidos 2 Hoteles, 1 residencial y 37 Alojamientos todos estos con registro de funcionamiento.

Según los registros a nivel Bolivia, las llegadas de visitantes a establecimientos de hospedaje del municipio de El Alto muestran que los visitantes nacionales son un 12.3% y los turistas extranjeros en un 1.7% utilizan éste servicio.

(Viceministerio de Turismo 2006: 17)

ALOJAMIENTOS

Nº	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	16 de Julio	16 de Julio Av. Alfonso Ugarte C. 2
2	Alamos	Villa Tejada Calle Cono Nº 113
3	Bronco	Camino a Viacha Z. Villa Avaroa Nº 113
4	Capricornio	16 de Julio Av. Alfonso Ugarte C. 2
5	Chacaltaya	Calle Luis Torrez 16 de Julio Nº 158
6	Del Norte	Av. 16 de Julio La Paz Nº 258
7	Dulce Sueño	Calle 4 Nº 55 Villa Dolores
8	Eden	12 de Octubre Raúl Salmón Nº 73
9	El Soñador	Av. 6 de Marzo C. 2 Zona Rosas Pampa
10	Galaxi	Villa Dolores Calle 12 Nº 55
11	Gaviotas	Calle 1 Villa Bolívar A Nº 120
12	Gladys	Av. Juan Pablo II - Av. 14 Nº 2024
13	Hispano	Villa Dolores Calle 12 Nº 70
14	Huaycheño I	16 de Julio Calle V. Gutiérrez Nº 2992
15	Huaycheño II	Calle Rural Padre Nº 50 Z. Ballivian
16	Iván	Calle 2 Zona 12 de Octubre Nº 70
17	La Ceja	12 de Octubre Av. J. Carrasco Nº 18
18	La Choza	Kilómetro 7 frente Aeropuerto Nº 557
19	La Perla	Villa Dolores Av. Tihuanacu Nº 80
20	Lenus	Av. F. Zona Pacajes Caluyo Nº 354
21	Los Pinos	Av. Oleoducto Z. Villa Bolívar Municipal
22	Mace	16 de Julio René Dorado Nº 36
23	Madre Selva	Calle 9 Villa Dolores Nº 220
24	Milenio	Villa Dolores Calle 12 Nº 59
25	Montagne	Calle 5 Villa Dolores Nº 33
26	Montagne Suc.	Calle 1 Villa Bolívar A Nº 62
27	Orquídea	Calle 2 esq. Carrasco Nº 80 Z. 12 de Octubre
28	Panamericano	16 de Julio Av. Juan Pablo II Nº 9042
29	Potosí	12 de Octubre Av. Jorge Carrasco Nº 100
30	Rinconcito	Tejada Triangular
31	Tunari	Av. 6 de Marzo Nº 1
32	Turaqueño	Av. A. Ugarte esq. S. Carrasco Nº 10
33	Unicornio I	Av. Jorge Carrasco Calle 3 Nº 38
34	Unicornio II	Av. Jorge Carrasco Calle 2 Nº 43
35	Universo	12 de Octubre Av. Jorge Carrasco Nº 24
36	Vermont	Av. Bolivia Z. Bolívar Municipal Nº 1104
37	Virgen de Copacabana	Carretera Viacha Nº 2054

RESIDENCIAL

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	Gaviotas	calle C. Medina n° 175 Villa Dolores

HOTELES

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	Alexander Los Andes	Av. Jorge Carrasco n° 61 esquina calle 3 zona 12 de Octubre
2	Edison	Av. Raúl Salmón n°. 36 entre c. 2 y 3 zona 12 de Octubre

3.1.4. Agencias de Viaje

En el Municipio de El Alto no se cuenta con Agencias de Viaje que operen el Paquete "Huayna Potosí", todas estas agencias se encuentran concentradas en la ciudad de La Paz, las mismas que a continuación detallaremos:

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN	OPERADOR O INTERMEDIARIO
1	Huayna Potosí Tours	Illampu y Sagárnaga s/n	Tour Operador
2	Akapacha Tour Operador	Calle Sagárnaga # 308	Tour Operador
3	Andes Expediciones	Av. Camacho # 1377 Edf. Saenz P. 3 of. 1	Tour Operador
4	Travel Track Adventure	Calle Sagárnaga, Galería Chuquiago	Tour Operador
5	Andean Base Camp	Illampu # 863	Tour Operador
	Albert Bolivia Tours	Illampu # 742	Tour Operador
7	Elma Tours	J.M.Linares #888 Hotel Fuentes	Tour Operador
8	El Solarío	Calle Murillo # 776	Tour Operador
9	Zigzag	Calle Illampu # 850	Tour Operador
10	Mountain Jungla	Calle Sagárnaga # 392	Tour Operador
11	Sky Bolivia	Calle Sagárnaga # 367	Intermediario
12	Expirience Bolivia	Calle Illampu	Intermediario
13	Andes Amazonia Adventures	Calle Sagárnaga # 339	Intermediario
14	Kurmyland	Calle Sagárnaga # 189 P3 Of. 34	Intermediario

15	Tayca Tours	Calle Sagárnaga # 369	Intermediario
16	Servimaster Tours	Calle Sagárnaga # 271	Intermediario
17	Trekking	Calle Sagárnaga # 392	Intermediario
18	Viacha tours	Calle Sagárnaga # 315	Intermediario
19	Adventure Bolivia	Calle Illampu	Intermediario
20	Buho's	Calle Sagárnaga # 242	Intermediario

3.1.5. Servicios de Alimentación

Existen dos asociaciones que agrupan a los miembros del rubro gastronómico, estas son: ASPREBREK (Asociación de Propietarios de Peñas, Restaurantes, Bares pensiones, Broasterías, Confeiterías, Snack, Fondas, Discotecas y a fines) y ASOGREPENBAR que cuentan con 107 miembros afiliados.

Se encuentra una gran variedad en cuanto al servicio de alimentación se refiere, que principalmente están ubicadas en las zonas: 12 de octubre, Villa dolores, Ballivián y 16 de Julio. Entre las más recomendables se encuentran las siguientes:

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN	ZONA
1	Pollos Broaster "Diego's Snack"	Calle 1 entre Av. Franco Valle y calle Raúl Salmón s/n	Zona 12 de Octubre
2	Pollos Broster "Vlady Snack"	Calle 1 entre Av. Franco Valle y calle Raúl Salmón s/n	Zona 12 de Octubre
3	Pollos Broster "Kimbys Snack Chifa"	Calle 1 entre Av. Franco Valle y calle Raúl Salmón s/n	Zona 12 de Octubre
4	Confeitería Oasis	Calle 1 Esq. Raúl Salmón # 10	Zona 12 de Octubre
5	Restaurante "Esperanza"	Calle 2 Dr. David Cazas Esq. Franco Valle s/n	Zona 12 de Octubre
6	La Cabaña Snack	Av. Franco Valle s/n entre calles 2 y 3	Zona 12 de Octubre
7	Parrillas Los Tajibos	Calle 2 esq. Av. Franco Valle # 9	Zona 12 de Octubre
8	El Palacio del Caldo de Cardán	Av. Franco Valle s/n entre calles 1 y 2	Zona 12 de Octubre
9	Café Shop El Alto	Calle 1 esq. Av. Franco Valle # 201 Shopping El Alto 2do nivel	Zona 12 de Octubre
10	Café Shop	Calle 1 entre Av. Franco Valle y Jorge Carrasco	Zona 12 de Octubre

11	Pastelería "Victorias"	Av. Franco Valle casi Esq. Calle 1 s/n	Zona 12 de Octubre
12	Salón de Té "Emmanuel"	Av. Franco Valle casi Esq. Calle 1 # 31	Zona 12 de Octubre
13	Los Tajibos Restaurant	Av. Jorge Carrasco entre calle 2 y 3 # 82	Zona 12 de Octubre
14	Churrasquería "La Sorateña"	Av. Jorge Carrasco	Zona 12 de Octubre
15	Snack Broastería "Century Food"	Av. La Paz Esq. Fournier # 246	Zona 16 de Julio
16	Restaurant Vegetariano "Bethel"	Av. Franco Valle entre calles 2 y 3 # 49	Zona 12 de Octubre
17	Confitería "Palm's"	Av. Franco Valle esq. Calle 3 # 53	Zona 12 de Octubre
18	Chicharronería "El Carmen"	Villa Adela detrás del ex-cine Ross # 25	Zona Villa Adela
19	Recreo Familiar "Sabor a Llaña"	Av. Juan Pablo II 1ra sección s/n	Zona 16 de Julio
20	Restaurante Okkaso Discoteca	Av. Juan Pablo II 1ra Sección C5 # 12 Frente al Sindicato de Prensa El Alto	Zona 16 de Julio
21	Restaurante "Los Cactus"	Av. Juan Pablo II 1ra sección # 1285 Frente a Tránsito de El Alto	Zona 16 de Julio
22	Comedor Popular "El Ceibo"	Av. Juan Pablo II 1ra Sección s/n Lado tránsito de El alto	Zona 16 de Julio
23	Restaurante "Las Palmeras"	Av. Juan Pablo II 1ra sección # 256	Zona 16 de Julio

3.1.6. Servicios de Recreación

La ciudad de El Alto posee en su mayoría centros recreacionales zonales este aspecto nos lleva a considerar que la mayor ubicación de los establecimientos de hospedaje se encuentran ubicados en la zona 12 de Octubre y 16 de Julio en donde se identificaron los siguientes centros recreacionales de mayor capacidad y facilidad de ubicarlos:

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN	ZONA
1	Centro Deportivo "Bracan"	Calle 5 entre Av. Franco Valle y Raúl Salmón # 357	Zona 12 de Octubre
2	Centro de Billar "Roma"	Calle 4 Entre Av. Franco Valle y Jorge Carrasco # 324	Zona 12 de Octubre
3	Salón de Billar "Flores" (Juegos en Red, Café, Internet, canchitas)	Calle 2 Centro Comercial Flor de Arena # 123	Zona 12 de Octubre

4	Gimnasio del Hotel Alexander (natación, gimnasio, aeróbicos, sauna seco y vapor).	Calle 3 esq. Jorge Carrasco # 61	Zona 12 de Octubre
5	Súper Sauna (Saunas Seco, vapor, piscinas, duchas, solarium, wally)	Av. Alfonso Ugarte Calle # 583	Zona 16 de Julio
6	Centro Cultural AKAPANA	Calle 4 entre Av. Franco Valle y Raúl Salmón centro Comercial Marsella Bloque A # 322	Zona 12 de Octubre
7	Salón de Billar "Las Flores"	Calle 4 Centro comercial Marsella Bloque A # 322	Zona 12 de Octubre

3.1.7. Servicios de Entretenimiento

Es verdad que este tipo de servicio no cuenta con una buena organización mostrando una mala calidad para el visitante nacional y/o extranjero. Las discotecas, Karokes y Centros Culturales más recomendables son las que conforman la asociación de Peñas y restaurantes de El Alto:

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN	ZONA
1	Centro Cultural "El Portal" (Cafetería, pastelería, Karaoke, heladería)	Tt.C.V.L. de la Vega Esq. Fournier # 3096	Zona 16 de Julio
2	Peña restaurante "El Bodegón"	Calle Jorge Carrasco Esq. Calle 3 # 345	Zona 12 de Octubre
3	Alexander Disco Show (Hotel Alexander)	Calle 3 Esq. Jorge Carrasco # 61	Zona 12 de Octubre

3.1.8. Servicio de Transporte

El municipio de El Alto cuenta con una diversidad en cuanto al transporte público se refiere, como son: buses, minibuses, taxis, en los cuales se pueden desplazar a las diferentes poblaciones entre las cuales tenemos:

- Sindicato Villa remedios con salidas a Cruce Ventilla, Villa remedios y Pocota.
- En la zona 12 de Octubre está ubicada la Terminal de Buses Departamentales.

- Los transportes para Zongo y el Nevado Huayna Potosí se los pueden encontrar en la zona de Ballivián, a muy tempranas horas de la mañana, pero también se puede contratar alguna movilidad particularmente.
- La parada de buses y minibuses sobre la Av. Chacaltaya presta los servicios hacia distintas poblaciones con salidas a: Sorata, Achacachi, Copacabana, Tiwanacu, Guaqui, Jesús de Machaca, Corpa, Batallas, Pucarani, etc. Y desde la Av. La Paz sale hacia el Desaguadero.
- Desde el Cruce a Villa Adela salen hacia la provincia Pacajes.

3.1.9. Servicio de Asistencia al Turista

Este servicio de Asistencia Turística está compuesto por la caseta de información, la cual brinda el servicio de información al turista. Solo se pudo evidenciar la existencia de una Caseta de Información Turística, ubicada en el Aeropuerto Internacional de El Alto, esta instalación cuenta con personal capacitado (tres personas), que atienden desde las 05:00 a.m. hasta las 22:00 p.m. horario continuo, este horario está dividido por tres turnos, brindando información en español, inglés, francés y portugués, estos dos últimos idiomas (mas o menos).

Es una instalación de 2 x 3 en donde se distribuye material promocional escrito, el mismo es distribuido por el Viceministerio de Turismo (anualmente), la Dirección de Promoción Turística (cada vez que sacan impresiones), el Gobierno Municipal de El Alto mediante la Prefectura (anual) y el Gobierno Municipal de La Paz (Mensualmente).

3.1.10. Servicio Complementarios

La ciudad de El Alto por concentrar una mayor población presenta una gran variedad de negocios y comercio al alcance del visitante extranjero y nacional tales como:

Red de Farmacia, centros médicos, Internets, la FELCC, Entidades Financieras como ser: mutual la Primera, BNB, Mercantil Santa cruz, Banco Sol, Banco de Crédito, Money Gram, Cajeros Automáticos, centros y galerías comerciales, estudios fotográficos y servicios digitales, Papelería y librerías, salón de peinados, peluquerías, fotocopias, Centros médicos dentales, Clínica Virgen del

Carmen, Clínica San Martín de Porres, Clínica de Urgencias Candelaria, Hospital Agramont, Hospital Holandés, Transporte Aéreo Militar T.A.M., Clínica Prosalud, Pasaje Comercial El Ceibo.

En cuanto a Artesanía se refiere podemos mencionar diferentes rubros como son: Calzados de cueros, plantas ornamentales, textiles tejidos, madera arte popular, metal mecánica, alimentos, infraestructura productiva.

Están asociados dentro del Consejo Central de Federaciones y Asociaciones de Artesanos de El Alto el cual cuenta con 15 miembros.

3.2. Demanda Turística

3.2.1. Demanda Extranjera y Nacional

Las llegadas de visitantes internacionales a Bolivia que se registraron hasta el 2007 fueron de 861.336 siendo el transporte aéreo el más empleado registrando un índice de 407.784 llegadas con diferencia a los demás modos de transporte.

Debido a la cercanía entre la ciudad de La Paz y El Alto la afluencia de turistas nacionales y extranjeros es relativamente alta. La accesibilidad del municipio promueve al traslado de las personas hacia diferentes destinos importantes. De hecho, el Gobierno Municipal de El Alto es el centro distribuidor que más turistas recibe a nivel nacional debido a la presencia de el Aeropuerto Internacional.

Según los datos del Instituto Nacional de estadísticas INE el año 2007 se registro la llegada de 97.998 turistas por vía aérea (nacionales y extranjeros), de los cuales solamente se tomara en cuenta las pernoctaciones en establecimientos de hospedaje en la ciudad de El Alto, considerando que esta es la demanda objetivo que nos permitirá medir con más precisión la realización de la actividad turística en éste Municipio.

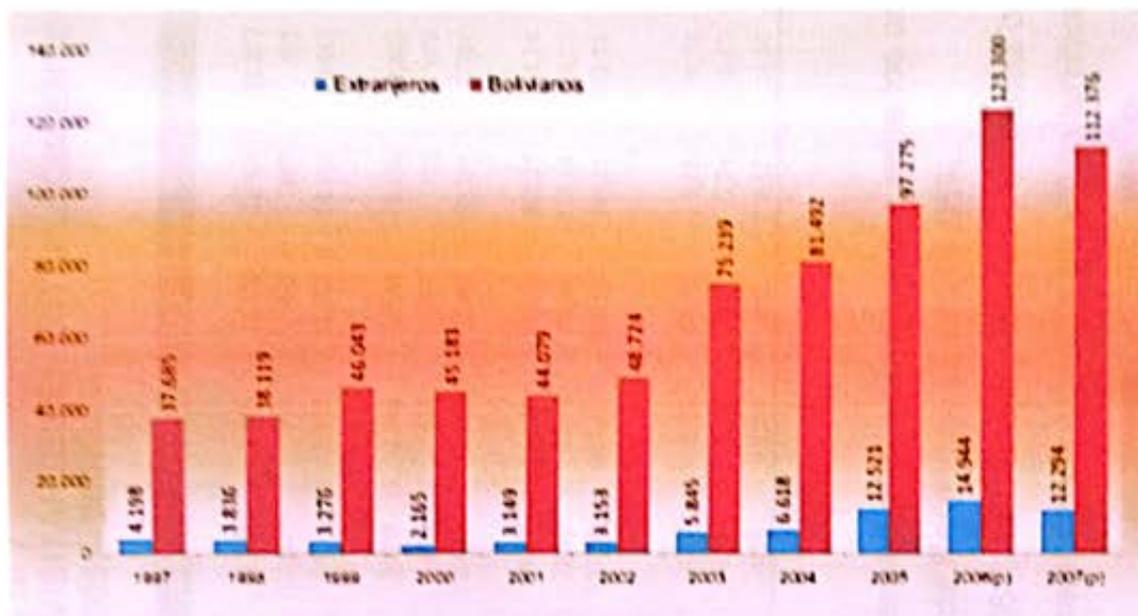
Cuadro N° 6
EL ALTO: PERNOCTACION DE VISITANTES A ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
Serie 1998-2007

Año	Extranjeros	Tasa Anual de Crecimiento (%)	Bolivianos	Tasa Anual de Crecimiento (%)	Total	Tasa Anual de Crecimiento (%)
1998	6.555	1,60	46.191	6,20	52.746	5,60
1999	4.411	-32,71	50.332	8,96	54.743	3,79
2000	2.854	-35,30	51.492	2,30	54.346	-0,73
2001	4.089	43,27	51.585	0,18	55.674	2,44
2002	3.867	-5,43	53.517	3,75	57.384	3,07
2003	7.171	85,44	81.938	53,11	89.109	55,29
2004	9.186	28,10	90.932	10,98	100.118	12,35
2005	14.864	61,81	106.166	16,75	121.030	20,89
2006(p)	7.471	-49,74	31.265	-70,55	38.736	-67,99
2007(p)	11.907	59,38	115.293	268,76	127.200	228,38

Fuente: VICEMINISTERIO DE TURISMO

Podemos observar en el cuadro N° 6 que entre los años 1998 hasta el 2007 presenta un comportamiento de altas y bajas para la demanda internacional, alcanzando índices negativos de hasta -35.30 % (2000), posteriormente este comportamiento cambia de forma abrupta incrementándose positivamente en los últimos cinco años teniendo como mayor tasa de crecimiento anual un 85.44 % en el 2003 siendo el más alto registrado en esta serie. Para la demanda nacional esta tasa de crecimiento muestra un incremento positivo en esta serie, mostrando un mayor incremento el año 2007 con un 268.76%.

Gráfico N° 2
El Alto 1997 - 2007: Llegada de visitantes a establecimientos de hospedaje según nacionalidad



Fuente: Administración de Turismo

El 2007 la llegada de visitantes a establecimientos de hospedaje mostró un decrecimiento del -9.82% a comparación del 2006, alcanzando un total de 124.670 turistas, de los cuales 112.376 fueron nacionales y el resto extranjeros (Ver gráfico N° 2).

El comportamiento histórico de visitantes a la región muestra una tendencia decreciente en los últimos años. El 2007 el mercado nacional presentó una tasa de crecimiento anual del orden del -8.86% respecto al 2006, al igual que el turismo receptivo con un decrecimiento del -17.73%.

Cuadro N° 7
EL ALTO: COMPORTAMIENTO DE PERNOCTACIÓN DE VISITANTES EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
POR MES 2006 – 2007

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL LLEGADAS 2007(p)	9.585	8.131	8.849	8.889	9.730	6.531	9.809	11.126	11.318	11.277	11.418	11.425	118.088
Extranjeros	1.205	1.167	1.102	943	996	620	898	863	887	815	1.534	877	11.907
Nacionales	8.380	6.964	7.747	7.946	8.734	5.911	8.911	10.263	10.431	10.462	9.884	10.548	106.181
TOTAL LLEGADAS 2006(p)	4.623	3.705	3.590	3.185	2.841	3.438	2.689	2.844	2.776	3.462	2.631	2.952	38.736
Extranjeros	740	681	499	737	619	805	628	457	422	678	730	475	7.471
Nacionales	3.883	3.024	3.091	2.448	2.222	2.633	2.061	2.387	2.354	2.784	1.901	2.477	31.265
TOTAL CRECIMIENTO	107,33	119,46	146,49	179,09	242,49	89,97	264,78	291,21	307,71	225,74	333,98	287,03	204,85
Extranjeros	62,84	71,37	120,84	27,95	60,90	-22,98	42,99	88,84	110,19	20,21	110,14	84,63	59,38
Nacionales	115,81	130,29	150,63	224,59	293,07	124,50	332,36	329,95	343,12	275,79	419,94	325,84	239,62
TOTAL PARTICIPACIÓN	7,92	6,72	7,31	7,34	8,04	5,40	8,10	9,19	9,35	9,32	9,43	9,44	97,56
Extranjeros	1,00	0,96	0,91	0,78	0,82	0,51	0,74	0,71	0,73	0,67	1,27	0,72	9,84
Nacionales	6,92	5,75	6,40	6,56	7,22	4,88	7,36	8,48	8,62	8,64	8,17	8,71	87,72

Fuente: VICEMINISTERIO DE TURISMO

Dentro del comportamiento de la demanda nacional y extranjera se puede observar que entre los años 2006 y 2007 se tuvo un incremento en las pernoctaciones en establecimientos de Hospedaje de un 204,85%.

Los meses que presentaron mayor flujo turístico en el año 2006 fueron enero y febrero a diferencia del 2007 que a partir del mes de agosto hasta el mes de diciembre presentan un incremento considerable en el flujo turístico.

Cuadro N° 8
EL ALTO: PERNOCTACIÓN DE VISITANTES EXTRANJEROS EN
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR MES Gestión 2006 (P)

NACIONALIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
LATINOAMERICA	876	827	939	1.185	1.517	749	1.264	1.429	1.387	1.477	1.474	1.349	14.473
ARGENTINA	14	14	55	46	38	15	13	9	31	73	52	21	381
BRASIL	48	43	101	59	68	24	4	7	12	26	12	17	421
COLOMBIA	9	2	6	13	5	6	0	2	4	4	9	7	67
CHILE	107	80	90	195	188	61	268	268	273	257	219	293	2.299
ECUADOR	13	8	10	13	13	9	0	3	16	19	19	7	130
PARAGUAY	1	3	3	2	2	0	0	5	4	5	11	0	36
PERU	669	674	669	852	1.200	626	978	1.134	1.043	1.091	1.150	999	11.085
URUGUAY	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	3
VENEZUELA	0	0	5	0	0	2	0	0	1	0	0	0	8
MEXICO	2	0	0	1	1	4	1	0	0	1	0	3	13
Otros América	13	3	0	4	0	1	0	1	3	1	2	2	30
NORTEAMERICA	3	42	14	7	1	9	0	4	7	15	25	6	133
CANADA	2	0	3	2	0	0	0	2	0	0	6	0	15
EEUU	1	42	11	5	1	9	0	2	7	15	19	6	118
EUROPA	40	13	12	14	56	25	1	17	5	19	11	2	215
ALEMANIA	2	6	0	3	12	7	0	2	1	0	8	0	41
ESPAÑA	1	0	7	1	5	1	0	1	3	8	0	0	27
FRANCIA	6	2	0	0	14	2	0	5	0	3	0	2	34
INGLATERRA	1	0	2	0	3	2	0	0	0	1	1	0	10
ITALIA	0	2	2	0	1	3	0	3	1	0	0	0	12
SUIZA	4	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	9
HOLANDA	2	1	1	0	9	0	0	0	0	1	0	0	14
SUECIA	14	0	0	1	1	4	0	0	0	0	0	0	20
Otros Europa	10	1	0	9	10	6	1	5	0	5	1	0	48
ASIA	0	0	0	0	0	8	5	0	0	0	0	0	13
JAPON	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ISRAEL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Asia	0	0	0	0	0	8	5	0	0	0	0	0	13
OCEANIA	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	9
AFRICA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EXTRANJEROS	740	681	499	737	619	805	628	457	422	678	730	475	7.471

Fuente: VICEMINISTERIO DE TURISMO

En el cuadro anterior nos permite conocer que el mayor flujo turístico que presenta el Municipio de El Alto proviene del continente Latinoamericano, siendo los países de Perú y Chile los mayores visitantes registrados en los

establecimientos de hospedaje de este municipio y siendo los continentes de Oceanía y África los que presentan menor afluencia y pernoctación en este municipio.

3.2.2. Registro de visitantes del Control turístico "Chacaltaya"

Con relación al segmento del mercado extranjero se tienen datos proporcionados por el puesto de control turístico "Chacaltaya" (Milluni Zongo) a cargo del registrador designado Estanislao Poma Ramos y elaborado durante los 5 meses finales del 2006 y los 3 primeros meses de 2007.

Datos de empresas turísticas de transporte y visitantes cruce Chacaltaya – Milluni 2006 – 2007

Datos de visitantes

Empresas turísticas registradas en la zona	Mar	Feb	Ene	Dic	Nov	Oct	Sep	Agost
	20	23	21	21	27	34	35	45
Taxis y minibuses	39	42	48	48	28	28	182	199
Nº de personas extranjeras	494	656	27	431	611	758	1677	1815

Fuente: Puesto de control Turístico "Chacaltaya" (Milluni Zongo)

Se puede evidenciar que la mayor parte de la cantidad de turistas que pasan por el puesto de control "Chacaltaya" (Milluni – Zongo) proceden del país vecino Brasil con un 23%, en segundo lugar tenemos a Alemania con un 9,3% y un tercer lugar a EE.UU. con 8,3% cabe resaltar que el segmento procedente del Perú que en las estadísticas de hospedaje representa la mayor cantidad de visitantes extranjeros; en el caso del punto de control apenas representa el 0,2%. Esto debido a que la mayor parte de la demanda peruana viene por motivos de comercio y un porcentaje más reducido para realizar actividades recreativas.

3.3. Selección de los mercados y segmentos turísticos

Del mercado potencial total al cual pretendemos atraer o llegar con la aplicación de esta promoción turística subdividiremos ciertos mercados y segmentos homogéneos posibles, con la principal finalidad de permitir y dar la oportunidad a las agencias operadoras de adoptar diferentes políticas de comercialización a cada uno de los mercados y segmentos para así reforzar y consolidar la promoción turística de El Alto.

Se identificaron los siguientes mercados y segmentos turísticos de acuerdo a la investigación de mercado realizada:

1. **Mercados prioritarios:** Alemanes, franceses, chilenos, norteamericanos, argentinos e italianos.

Este mercado está formado por jóvenes profesionales entre 20 a 40 años, con intereses en desarrollar turismo de aventura, turismo de naturaleza, etnografía y turismo clásico (city tours).

2. **Mercados secundarios:** Bolivianos, austriacos, españoles, peruanos, canadienses, mexicanos, israelitas y ecuatorianos

Este mercado está formado por jóvenes, adultos, comprendidos entre las edades de 18 a 60 años, con intereses en desarrollar turismo cultural, con el principal motivo de fotografiar, observar la naturaleza, las culturas vivas a través de las celebraciones místicas y religiosas.

3. **Mercados de Oportunidades:** Formado por nuevos turistas potenciales como ser austriacos, japoneses, venezolanos, españoles, norteamericanos y nacionales potenciales, interesados en realizar visitas guiadas a sitios arqueológicos e históricos además de centros comerciales como ser la feria 16 de julio y mucho más.

3.4. Balance Oferta - Demanda

Actualmente toda la demanda que recibe el municipio de El Alto poco conoce de los recursos turísticos con los que cuenta pues solamente es considerado como centro distribuidor hacia otros destinos o simplemente un lugar de paso.

En lo que hace a la oferta del municipio de El Alto, los recursos turísticos con los que se cuenta tienen capacidad para cubrir demandas frecuentes como ser turismo de aventura, histórico, recreativo y otros. Entre los recursos priorizados destacan el Nevado Huayna Potosí, la Feria 16 de Julio, la Entrada folklórica de la zona 16 de Julio, el Museo Antonio Paredes Candía y sus miradores andinos entre otros.

A pesar de la ubicación estratégica del municipio topográficamente muy pocos de estos recursos turísticos anteriormente citados son conocidos por la demanda extranjera. Si bien existe turismo interno en este municipio aun es de

forma muy deficiente a diferencia de la demanda local la cual aun no se establece como un flujo turístico.

Por tanto hay una oferta de atractivos competitiva en el destino turístico El Alto y aun no existe una demanda capaz de equilibrar el otro componente del mercado. La capacidad de oferta turística aun está insatisfecha por la escasez de demanda turística.

Este desequilibrio puede ser subsanado atrayendo demanda sobre todo externa a través de actividades promocionales bien estructuradas, que es el punto central de esta propuesta.

3.5. Breve Conclusión del Estudio de Mercado

En el departamento de La Paz, la actividad turística se conceptualiza como uno de los sectores económicos más dinámicos, siendo éste el departamento que muestra una mayor concentración histórica de flujo turístico abarcando el 58.4% del total de visitantes extranjeros al país en el último año. De este importante flujo turístico el 15.3 % de visitantes ingresan principalmente por vía aérea y el 43.1 % por vía terrestre, la presencia del Aeropuerto Internacional de El Alto se ha constituido en un punto clave para el desarrollo del turismo dentro del departamento más aun para el municipio de El Alto, presentando una demanda de al menos un 10.124 de visitantes extranjeros y un 53.156 de visitantes nacionales en establecimientos de hospedaje.

Los principales mercados emisores para El Alto según los registros hoteleros son el mercado latinoamericano conformados por Perú, Chile, Brasil y Argentina, registrando el 2005 unos 11.085 visitantes en el primero, 2299 visitantes para el segundo y 381 visitantes para el tercero respectivamente. La Demanda nacional también muestra índices mayores de 106.166 visitantes por pernoctación en los establecimientos de hospedaje.

Asimismo se puede observar que el flujo turístico que ingresa al departamento de La Paz lo hace a través del Aeropuerto Internacional de El Alto, representándose en un punto clave, lo cual permite que la demanda turística se constituya en una importante oportunidad para el desarrollo turístico de este municipio.

En su gran mayoría los recursos turísticos de este municipio, se encuentran distribuidos próximos a la ciudad de El Alto, teniendo así una fácil accesibilidad a los servicios turísticos de alimentación, hospedaje, recreación, transporte y otros.

La poca información que los turistas extranjeros, nacionales y locales obtienen o conocen acerca de los recursos turísticos con los que cuenta El Alto, pone en evidencia la poca gestión que se realiza con respecto al turismo más aun en cuanto a su promoción turística se refiere, los pocos medios tradicionales con los que se promocionan estos recursos están calificados entre malo y regular, tomando en cuenta que este material escrito es muy escaso, haciendo que este sea un factor limitante para la actividad turística en El Alto.



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y SUSTENTO

DE LOS PROBLEMAS

CAPÍTULO IV ANÁLISIS Y SUSTENTO DE LOS PROBLEMAS

4.1. Planteamiento del Problema

Para un análisis detallado, se desarrolla el Árbol de problemas en el cual se puede observar el problema principal y los problemas causa - efecto identificados en el diagnóstico del proyecto, mismos problemas que se presentan de forma positiva en el Árbol de objetivos y que conllevarán al desarrollo y análisis del Marco Lógico.

Problema Principal

- ⊗ Inadecuada Promoción y Difusión de los atractivos turísticos del Municipio de El Alto

Problemas Causa

- ⊗ No cuenta con una Identidad Corporativa que posicione e identifique a los atractivos del Municipio de El Alto.
- ⊗ El Municipio de El Alto no cuenta con artículos de viaje que pueda llevarse el turista como recuerdo.
- ⊗ Escaso Material de Promoción (impreso y audiovisual) de los atractivos turísticos del Municipio de El Alto.
- ⊗ No cuenta con suficientes puntos de Información turística, ni un portal Web para difundir a turistas nacionales y extranjeros.

Problemas Efecto

- ⊗ Débil desarrollo de la Actividad Turística

4.1.1. Estructura de problemas

4.1.1.1. Árbol de Problemas



4.1.1.2. Árbol de Objetivos



4.2. Matriz del Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN.- Contribuir al desarrollo de la actividad turística en el departamento de La Paz mediante la promoción de los atractivos turísticos del Municipio de El Alto.	La actividad turística se incrementará en el departamento de La Paz con la estadía de más del 90% de turistas nacionales y extranjeros en 5 años a través de la promoción turística del Municipio de El Alto.	- Estadísticas obtenidas por el Viceministerio de Turismo sobre el flujo de visitantes.	El Viceministerio de Turismo del departamento de La Paz apoya directamente para la elaboración del material de apoyo mediante la Dirección de Promoción turística del Gobierno Municipal de El Alto.
PROPÓSITO.- Promocionar y difundir adecuadamente los atractivos turísticos del municipio de El Alto a través de acciones promocionales a fin de incrementar la permanencia de los turistas.	A partir del 2009 se realizarán campañas de difusión a nivel local, nacional e internacional sobre los atractivos turísticos del municipio de El Alto esto atraerá a más del 80% de la demanda nacional y extranjera además de un 50% de Agencias de viaje y tour operadoras.	- Registros - Estadísticas obtenidas del servicio de hospedaje de El Alto.	La estabilidad político-social y económica del municipio de El Alto. Apoyo de la gestión administrativa de El Alto. Ejecución y financiamiento de proyectos a cargo del municipio de El Alto.
COMPONENTES. 1.- Posicionar al Municipio de El Alto con una imagen sólida que identifique sus atractivos turísticos.	Se diseñará una Identidad Corporativa del municipio de El Alto aplicando elementos culturales y naturales que lo identifiquen.	- Diseño de la Identidad Corporativa	La Identidad Corporativa diseñada debe de identificar al municipio de El Alto mediante sus elementos más importantes.
2.- Elaborar artículos de viaje mediante el Merchandising	Se elaborará el Merchandising plasmando la Identidad Corporativa.	- Artículos de viaje o recuerdo como poleras, llaveros, gorras, etc.	El Merchandising será la mejor manera de dar a conocer la identidad del Municipio.
3.- Elaborar material de apoyo (impreso y audiovisual) que muestre los atractivos turísticos del municipio de El Alto.	Utilizando los servicios de un Diseñador Gráfico se preparará el material de apoyo (material informativo, ayuda de ventas) aprovechando los atractivos turísticos.	- Contrato con el Diseñador Gráfico - Diseños del material de apoyo	La Imprenta rebaja costos en un 5% por grandes cantidades.

<p>4.- Proponer lugares estratégicos donde se puedan habilitar puntos de información turística y el diseño de un Portal Web como canales de difusión.</p>	<p>Se realizarán varias inspecciones a los lugares estratégicos de los cuales se seleccionarán 5 para su habilitación como puntos de información turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Inspecciones del Sitio. - Documentos notariales de la adquisición del terreno por parte de la Honorable Alcaldía de El Alto. - Maqueta 	<p>El Gobierno Municipal de El Alto se encargará de todos los trámites para su ubicación.</p>
<p>ACTIVIDADES.- 1.1. Diseñar una Identidad corporativa.</p>	<p>Bs. - 1200 \$us.- 162</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Facturas de compra de rollos y revelado. - Pago del Diseñador Gráfico. 	<p>El Diseñador Gráfico que realice el material promocional realizará también la Identidad Corporativa.</p>
<p>2.1. Elaborar el Merchandising 2.1.1. Compra del Material. 2.1.2. Preparación del material</p>	<p>Bs.- 10500 \$us.- 1419</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos de viaje. - Facturas y recibos - Contrato con la empresa Serigráfica. 	<p>Los artículos de viaje serán distribuidos en la Dirección de Promoción Turística y en los Puntos de Información Turística.</p>
<p>3.1. Preparar el material de apoyo 3.1.1. Material Informativo 3.1.2. Ayuda de ventas</p>	<p>Bs. - 29140 \$us.- 3942</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contrato escrito. - Currículo Vitae del Diseñador Gráfico - Pago del Diseñador Gráfico 	<p>El Diseñador Gráfico es experto en este tipo de trabajos y tardará menos tiempo de lo estimado.</p>
<p>4.1. Proponer lugares estratégicos 4.1.1. Identificar lugares estratégicos para la habilitación de puntos de Información Turística. 4.1.2. Diseñar la estructura de los puntos de información Turística. 4.2. Diseñar un Portal Web</p>	<p>Bs. - 21174 \$us.- 8382,7</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografías de los lugares - Especificaciones Técnicas. - El Documento mismo. - Maquetas - Contrato con el Técnico de Informática. 	<p>Los lugares serán Identificados con ayuda del Gobierno Municipal de El Alto. El Portal Web tendrá el respaldo del Gobierno Municipal de El Alto y estará dentro de su Página Web.</p>

4.3. Análisis de la Entrevista y las Encuestas

El Universo de estudio está compuesto por el personal de la Dirección de Promoción Turística, 20 Agencias de Viaje (Operadoras e Intermediarias de la calle Sagárnaga e Illampu) que operan y comercializan uno de los atractivos más importantes del municipio de El Alto, 73.247 turistas nacionales, 11.530 turistas extranjeros y 229.216 habitantes económicamente activa.

La determinación de la muestra se la realizará a turistas nacionales, extranjeros y población del municipio de El Alto por tener un número demasiado grande, se empleará la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + z^2 (p) \cdot (q)}$$

Donde:
datos:

Para la Muestra se tomarán los siguientes

n = Tamaño de la Muestra	
z = Niveles de Confianza	90% (1,645)
q = Probabilidad de Éxito	50% (0,5)
p = Probabilidad de Fracaso	50% (0,5)
N = Tamaño de la Población	?
e = Nivel de error	10% (0,1255)

Remplazando en la formula tendremos:

a) Turistas Nacionales: 73.247

$$n = \frac{1,645^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 73,247}{0,1255^2 \cdot (73,247 - 1) + 1,645^2 (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = 95,91$$

$$n = 96$$

b) Turistas Extranjeros: 11.530

$$n = \frac{1,645^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 11,530}{0,1255^2 \cdot (11,530 - 1) + 1,645^2 (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = 42,7$$

$$n = 43$$

c) Población: 229.216

$$n = \frac{1,645^2 * 0,5 * 0,5 * 229,216}{0,1255^2 * (229.216 - 1) + 1,645^2 (0,5) * (0,5)}$$

n= 219,8

n= 220

Para fines de la investigación la muestra estará compuesta por 43 personas que serán encuestadas. A diferencia de las entrevistas que se realizarán a personas específicas.

Toda la información obtenida en este análisis del universo de estudio en cuanto a Promoción Turística del Municipio de El Alto, se enfoca básicamente a medir si los esfuerzos de promoción turística que actualmente se realizan son efectivos. Para medir esta efectividad se realizó diferentes encuestas a turistas extranjeros, turistas nacionales y población local además de realizar una entrevista a personal de la Dirección de Promoción del Gobierno Municipal de El Alto, obteniendo como resultados lo siguiente:

4.3.1. Entrevista a la Dirección de Promoción Turística del Gobierno Municipal de El Alto.

La siguiente entrevista se la realizó al Señor Ernesto Patty García responsable de la Unidad de Gestión Turística.

1. ¿De qué manera promociona la Dirección de Turismo los destinos prioritarios del Municipio de El Alto, lo hace de manera conjunta o cada una de manera diferente?

R. Por lo pronto estamos promocionándolo de manera conjunta porque no tenemos agencias de viaje ni operadoras aquí en la ciudad de El Alto, como única instancia tenemos esta Dirección de Promoción Turística y de manera conjunta se hace la promoción, vamos llevando adelante los atractivos que ya tenemos identificados y los que nos van a entregar el consultor.

2. ¿Con que tipo de iniciativas cuenta el Municipio de El Alto en materia de Promoción?

R. Nuestro material es de gestiones ya pasadas, no actualizada entonces estamos esperando a que salga este proyecto que es diseño de Políticas y estrategias de turismo en la ciudad de El Alto para el primer quinquenio y en base a ello vamos a tener un documento actualizado además de unos planos que son de hace dos años y no están actualizados.

3. ¿Qué acciones se han estado desarrollando actualmente después de los conflictos sociales sucedidos?

R. Hemos empezado por la Primera Feria de Sensibilización turística, tenemos que sensibilizar, concienciar a la gente que el turismo es un factor importante para el desarrollo de cualquier región, ciudad o departamento o país en el mundo, estamos empezando, hemos iniciado con una primera feria y tenemos que continuar con esto, tenemos programado hacer ferias de sensibilización por distritos ya no una sola feria a nivel El Alto, visitar por cada sub alcaldía e informar a la gente las bondades que tiene el turismo para con la sociedad y de cómo la sociedad puede sacarle beneficios a lo que tiene el turismo a nivel nacional e internacional.

4. ¿Qué más puede ofrecer el Municipio de El Alto en cuanto a atractivos y servicios turísticos se refiere?

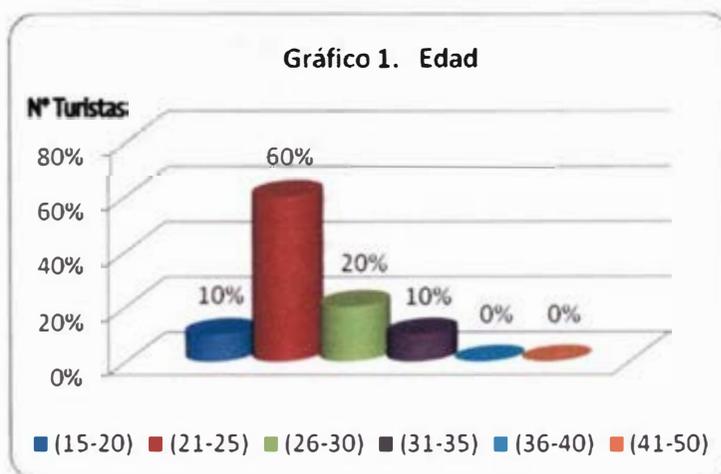
R. Nuestros atractivos lamentablemente no cuentan con servicios turísticos, en el Huayna Potosí por ejemplo tenemos un majestuoso Nevado el cual no cuenta con servicios adecuados, tenemos un proyecto el cual es la construcción del Complejo Turístico de Mina Milluni, ahí estamos poniendo todo nuestro empeño veremos que hasta la siguiente gestión tengamos minimamente un 50 o 70 % avanzado ya en el proyecto y obra, ahí se va implementar todos los servicios hotelería, gastronomía y todo lo que corresponde al turismo. En el Distrito 10 Amachuma Kaque Marka se tienen Chullpares éste lugar es un valle hermoso que es similar o mejor a lo que es el Valle de la Luna de La Paz, es el Valle turístico de Kaque Marka o el "Valle de los Loros" ahí tampoco tenemos

servicios lamentablemente, estamos trabajando en ese aspecto, para que con los comunarios y el Subalcalde se pueda llevar adelante proyectos en la cual podemos implementar servicios, necesitamos los servicios por que el turista minimamente pregunta aquello, si no hay servicios no aceptan visitar el lugar, estamos trabajando en ello. Ahora acá en el centro tenemos por ejemplo la feria 16 de Julio que es a nivel internacional una de las ferias más grandes a campo abierto, en Latinoamérica es catalogada como la primera y única feria mas grande, en ese aspecto nos hemos reunido con la futura Cámara Hotelera de la ciudad de El Alto, con ellos queremos trabajar porque en la 16 de julio hay Alojamientos que no son de buena calidad y que ellos vayan mejorando este servicio hay que darles el apoyo también como municipio y en base a ello tener unos dos o tres hoteles en la zona norte de tres estrellas minimamente para que el visitante pueda ser recibido de una manera acogedora. Sólo tenemos dos hoteles de tres estrellas el Alexander y el Edison.

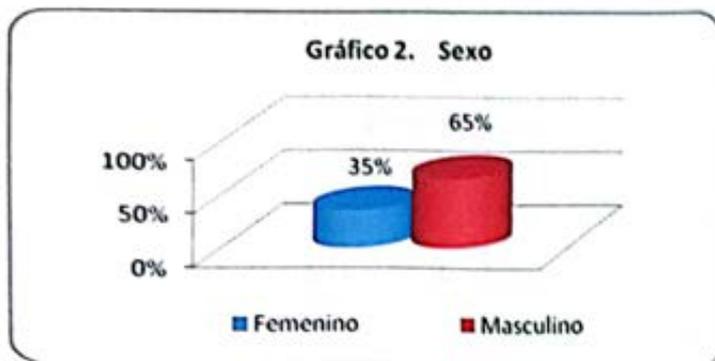
4.3.2. Encuesta a Turistas Extranjeros

Las encuestas se realizaron a 43 Turistas Extranjeros como parte de la muestra obtenida.

Se toma como primera referencia la opinión de los turistas extranjeros donde se pudo identificar sobre todo el perfil del turista, mostrando los siguientes indicadores: las edades comprendidas entre 15 – 20 años alcanzan un 10%, mostrando las edades de 21 – 25 años de edad que

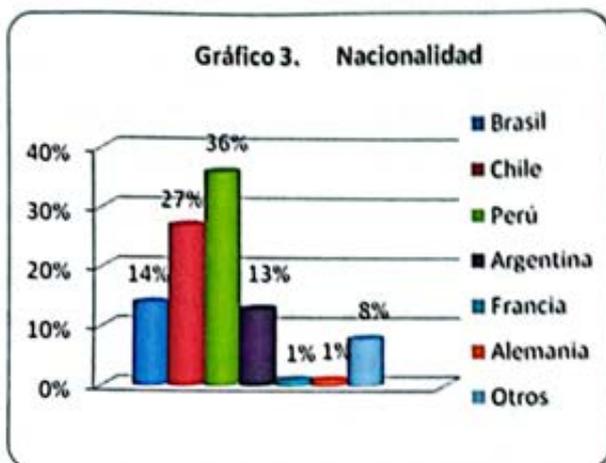


mayormente frecuentan este municipio alcanzando un 60%, en un menor rango se observa las edades de 26 – 30 años con un 20%, entre el parámetro de 31 – 35 años con un 10% y un 0% para las edades de 36 – 40 y 41 – 50. **Gráfico 1**



En su gran mayoría con un 65% los visitantes son de sexo masculino y un 35% de los visitantes pertenecen al género femenino. **Gráfico 2**

De acuerdo al gráfico se puede apreciar claramente que la mayor cantidad de encuestados fueron latinoamericanos dando como resultados: un 36% del Perú, un 14% de Brasil, Chile con un 27% y Argentina con un 13%, entre otros países se tiene a Francia con 1%, Alemania con 1% y otros con un 8%. **Gráfico 3**



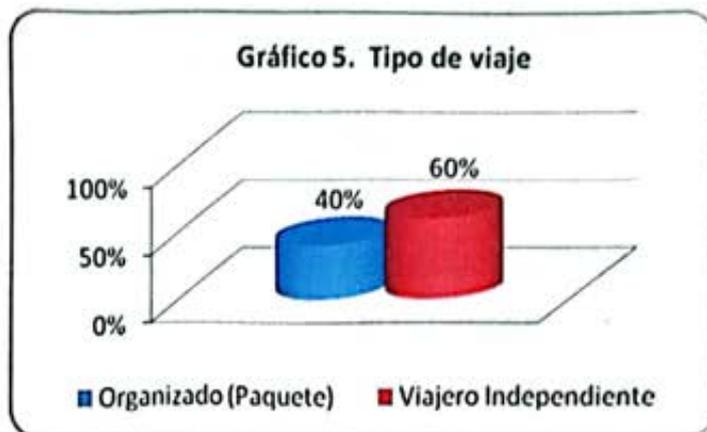
La estadía promedio de los visitantes extranjeros en el Municipio de El Alto muestra que un 40% solo se queda un día debido a que la gran mayoría de los turistas que llegan a éste municipio solo lo consideran como un lugar de tránsito para acceder a otros destinos, permitiendo así solo realizar visitas cortas a iglesias, miradores, museo, plazas ubicados dentro del centro urbano de la ciudad de El Alto, mientras que el 5% y 1% restantes permanecen de dos a tres días, habilitando al visitante a realizar actividades como el



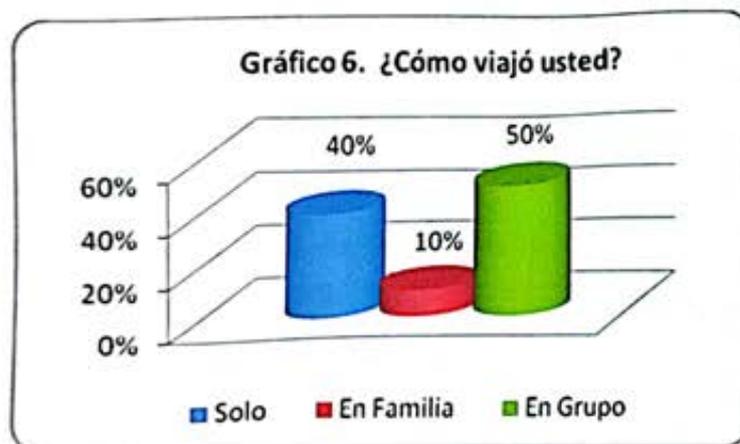
ascenso al Nevado Huayna Potosí a través de Agencias de Viaje quienes comercializan éste paquete organizado. **Gráfico 4**

ascenso al Nevado Huayna Potosí a través de Agencias de Viaje quienes comercializan éste paquete organizado. **Gráfico 4**

La condición de viaje de los turistas se acentúa más en la modalidad de turismo independiente con un 60% comportamiento que se explica por la preferencia de los turistas jóvenes quienes son los que organizan sus



propios viajes a diferentes lugares, mientras que el turismo organizado alcanzó un 40% el mismo que es empleado por turistas que realizan la actividad del turismo de montaña y se ven en la necesidad de contactar a una Agencias de Viaje que ofrezca el paquete Huayna Potosí. **Gráfico 5**

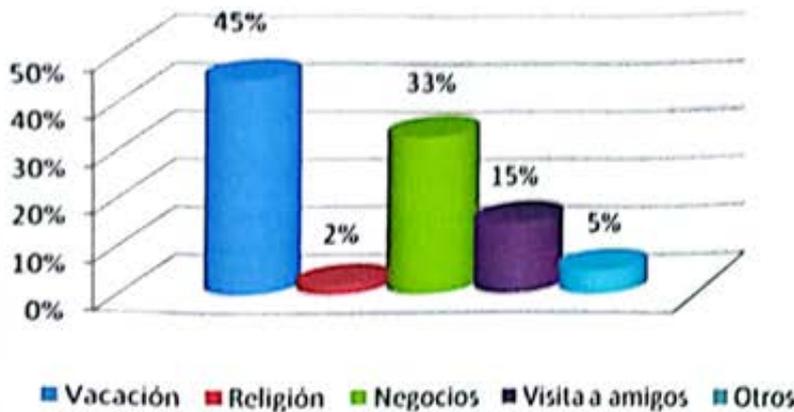


De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que la situación de viaje de los visitantes extranjeros muestra un comportamiento concentrado en viajes individuales 40%, mientras que los que realizan sus viajes en familia alcanzan a 10% y en grupo 50%. **Gráfico 6**

El número promedio de miembros que llegan al país en grupo muestra que de 2 - 5 alcanzan un 70%, mientras que de 6 - 10 miembros un 20% y de 11 - 15 miembros sólo un 10%, lo cual indica que los grupos que mayormente ingresan o llegan a El Alto lo componen un grupo de 2 - 5 personas ya sean familiares o amigos. **Gráfico 7**



Gráfico 8. ¿Cuál es la principal motivación de su viaje?

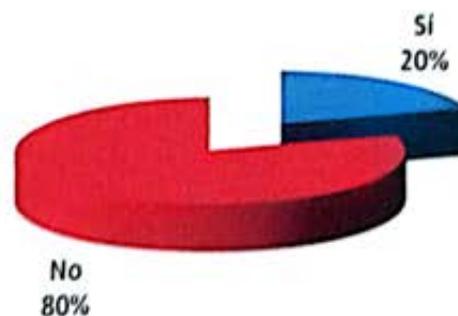


De acuerdo a los datos obtenidos, se observa que los principales motivos de viaje de los turistas extranjeros que permanecen en el Municipio de El Alto son: las vacaciones con un 45%, siendo esta la principal

motivación que presenta un mayor porcentaje en relación a las demás motivaciones, luego se encuentra con un 33% los negocios, mientras que las visitas a amigos alcanzó un 15%, religión con un 2% y un 5% en otros, considerando motivaciones tales como trabajos eventuales, deportes, estudios entre otros. **Gráfico 8**

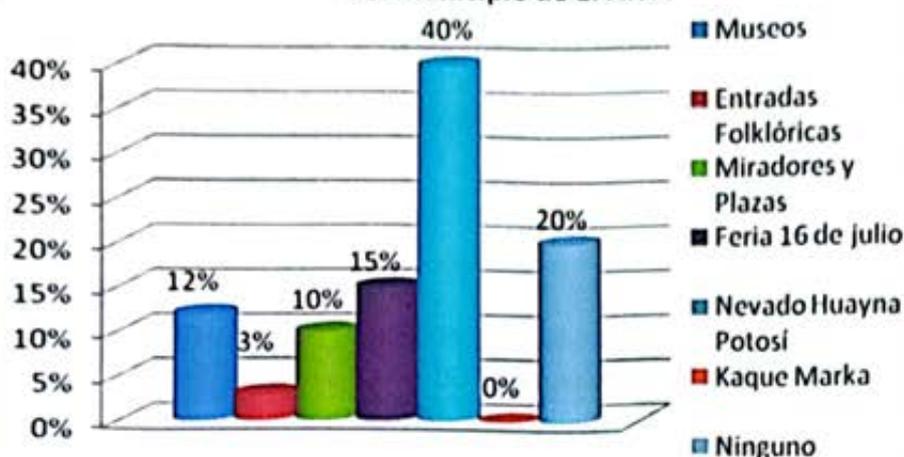
Los turistas declararon en un 80% no haber recibido ningún tipo de información acerca del Municipio de El Alto cuando llegaron al mismo y solamente un 20% declaró que le brindaron información a través de familiares, amigos, establecimientos de hospedaje y agencias de viaje. **Gráfico 9**

Gráfico 9, ¿Le brindaron algún tipo de información turística acerca de El Alto a su llegada?



Esta opinión se constituye en un importante referente del cual nos dará a conocer la efectividad de la promoción actual en el Municipio de El Alto, donde se obtuvo los siguientes resultados: un 12% conoce la existencia del Museo Antonio Paredes Candia, mientras que un 3% conoce la realización de entradas

Gráfico 10. ¿Conoce usted algún Atractivo turístico del Municipio de El Alto?



folklóricas aprovechando su estadía en el Municipio de El Alto, el 10% de los turistas encuestados declararon conocer algunos miradores y

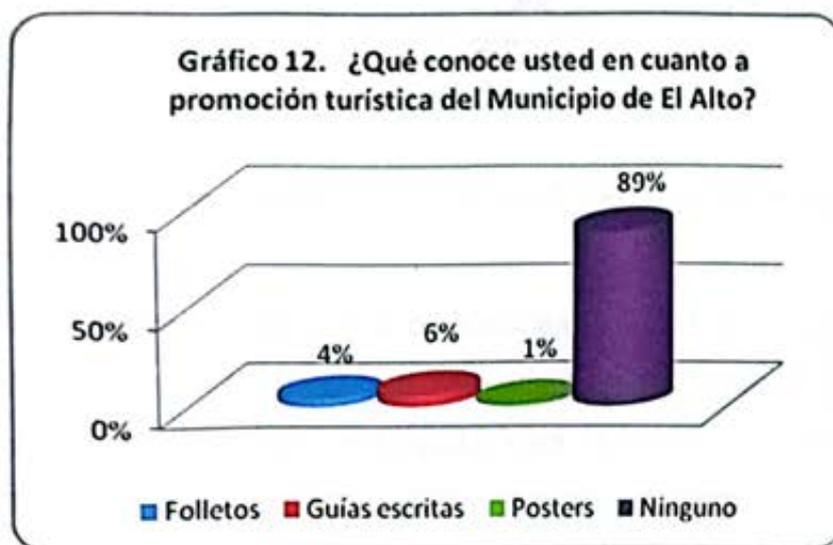
plazas, con un 15% se tiene el conocimiento de la Feria 16 de Julio. En el caso del recurso turístico Huayna Potosí el porcentaje alcanzó un 40%, ésto debido a que mayormente este recurso es empleado para el andinismo y ofertado por agencias de viajes. Para el recurso del Valle de Kaque Marka se obtuvo un porcentaje negativo de 0%, esto debido a que este recurso aun no es promocionado además de ser recientemente identificado. Algunos de nuestros encuestados dieron un 20% por la opción ninguno refiriéndose a que estos turistas desconocen la existencia de algún atractivo turístico existente en este Municipio. **Gráfico 10**

Se pudo apreciar con respecto a que tipo de información les gustaría contar, que una gran mayoría es decir un 55% le gustaría contar con todas las opciones, se repitieron con el

Gráfico 11. ¿Con qué tipo de Información le gustaría contar para visitar este Municipio?



1% las opciones, revistas, artículos y posters, el 10% les gustaría contar con planos o mapas, un 2% con folletos, un 7% respondió que con guía escrita, a esto se suma un 8% que prefiere contar con CD's interactivos, un 11% prefirió contar con una página Web y un 3% restante seleccionó los calendarios festivos. **Gráfico 11**



Con relación a cuanto conocen sobre la promoción turística del Municipio de El Alto, los resultados fueron: un 4% conoce folletos, un 6% respondió conocer guías escritas, en menor cantidad un 1% posters y un 89% que no conoce

ninguna promoción turística. **Gráfico 12**

Claramente se puede apreciar que los turistas que requirieron algún tipo de información turística creen en su mayoría con un 100% que no es suficiente un solo punto de Información situado en el aeropuerto. **Gráfico 13**





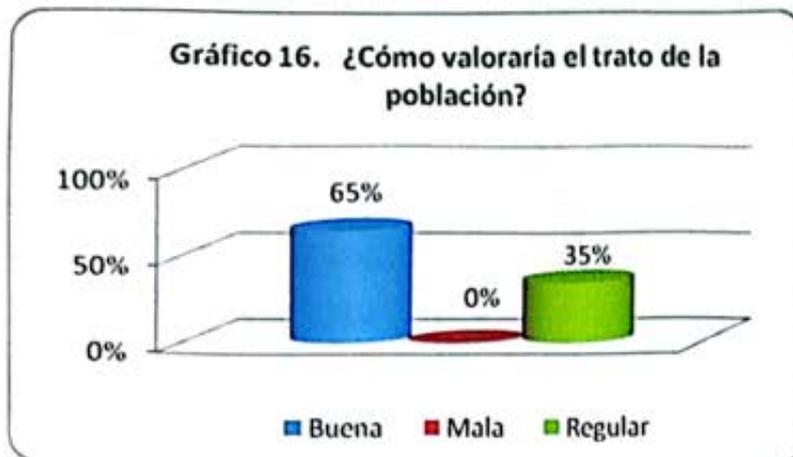
Con la anterior pregunta se comprueba que el Centro de Información Turística existente en el Municipio de El Alto no es suficiente, se consulto a los turistas si creían importante incrementar Puntos de Información, teniendo una

abrumadora respuesta positiva del 100% de los encuestados. **Gráfico 14**

Se les pregunto a los turistas extranjeros que fue lo que más les llamó la atención la primera vez que visitaron El Alto, teniendo como respuestas lo siguiente: un 38% respondió que le llamó la atención La Altura s.n.m. del Municipio de El Alto puesto que mayormente ellos provienen de una menor altitud s.n.m., el 27% respondió que le llamó la atención su paisaje , haciendo notar la topografía plana y concentración urbana – rural además de que este municipio permite apreciar una vista panorámica hacia la



ciudad de La Paz y la cadena cordillerana, un 15% declaró que le llamó la atención su gente y un 20% manifestó que le llamó la atención el comercio que se realiza en esta urbe como primera actividad. **Gráfico 15**



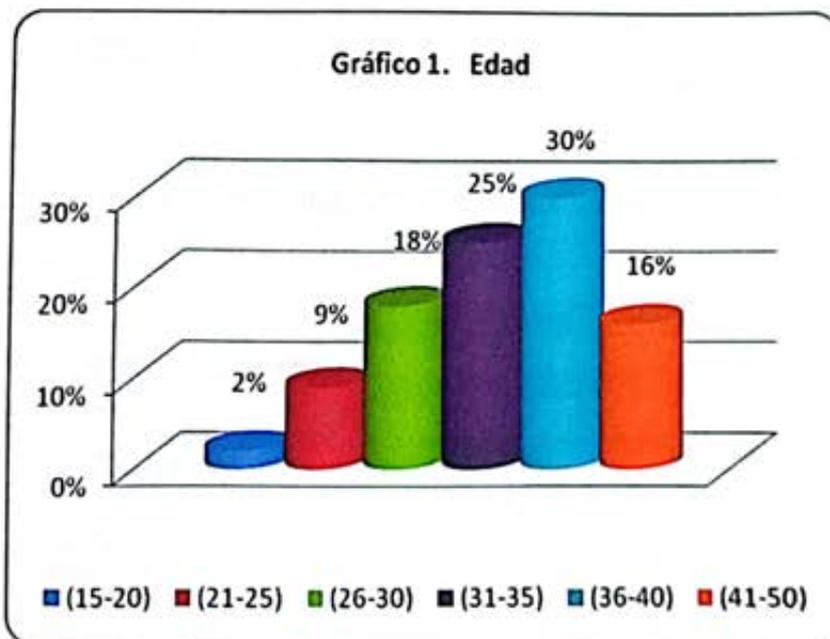
En cuanto a cómo valora el turista extranjero el trato que le brinda la población el 65% respondió que le parece buena, mientras que un 0% respondió que mala y un 35% regular. Cabe aclarar que cuando

se le consultó esta pregunta ellos dieron a notar que la mayor información que reciben es a través de la población. **Gráfico 16**

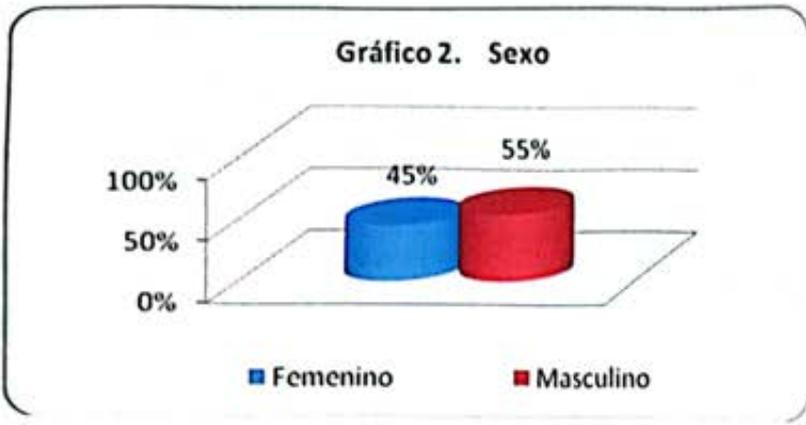
4.3.3. Encuesta a Turistas Nacionales

Las encuestas se realizaron a 96 turistas nacionales como parte de la muestra en donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Las edades de mayor rango que visitan el Municipio de El Alto están comprendidas entre los 36 a 40 años de edad con un 30%, seguidas por las de 31 a 35 con un 25% y un 18% entre las edades de 26 a 30 años, éstos resultados muestran

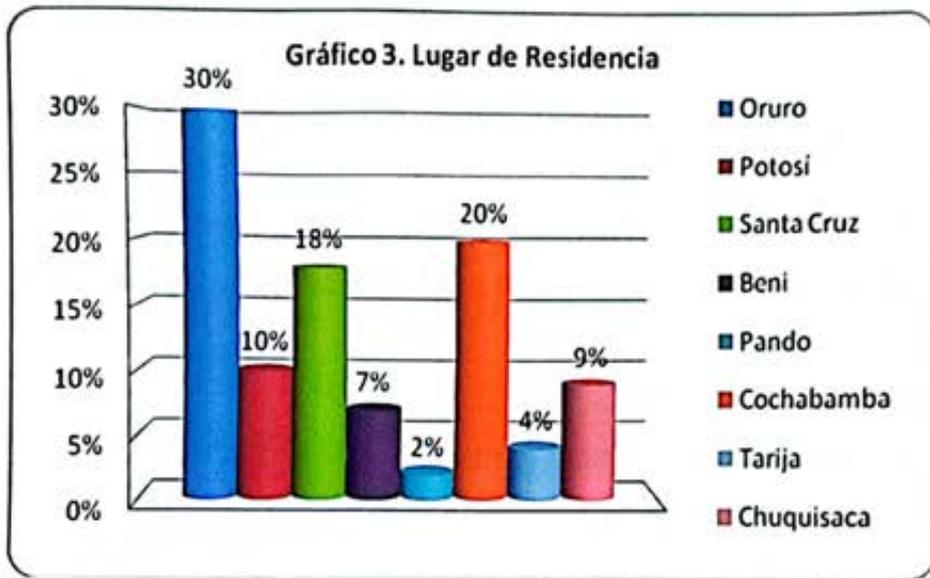


que el mayor grupo de visitantes que llegan a éste municipio están conformados por personas adultas quienes se desplazan por motivos comerciales, familiares o vacacionales. Mientras que para los tres últimos rangos su motivación principal es la vacación. **Gráfico 1**



En su gran mayoría con un 55% los visitantes son de sexo masculino y un 45% de los visitantes pertenecen al género femenino. **Gráfico 2**

En el gráfico 3 se puede apreciar que la mayor parte de los encuestados provienen de los departamentos de Oruro con un 30%, Cochabamba



con un 20% y Santa Cruz con un 18% mientras que el 32% restante provienen de los demás departamentos.



La estadía promedio de los visitantes nacionales en el Municipio de El Alto muestra que un 20% solo se queda un día debido a que la gran mayoría no conoce los lugares que podría visitar

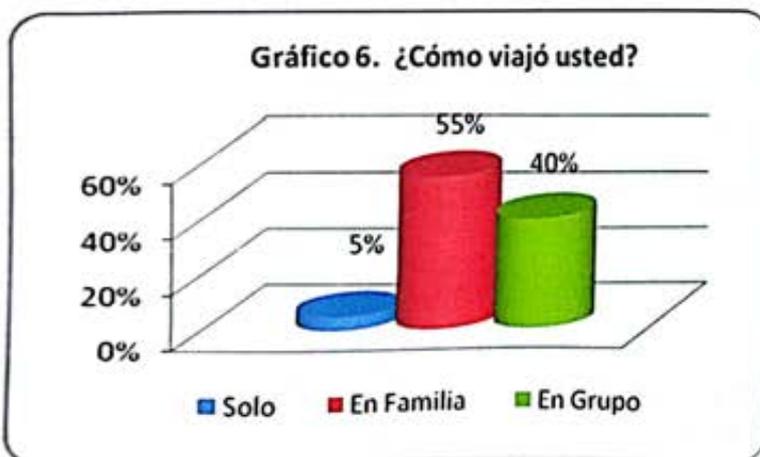
considerándolo solo como un lugar de tránsito para acceder a otros destinos, mientras que el 35% presenta un promedio de dos días permitiéndole realizar visitas a iglesias, miradores, museo, plazas ubicados dentro del centro urbano

de la ciudad de El Alto y el 45% restantes permanecen tres días, habilitando al visitante a realizar actividades y visitas a otros atractivos más alejados del centro de la ciudad. **Gráfico 4**

La condición de viaje de los turistas nacionales se acentúa más en la modalidad de turismo independiente con un 98%, mientras que el turismo organizado alcanzó un 2% el mismo que es empleado

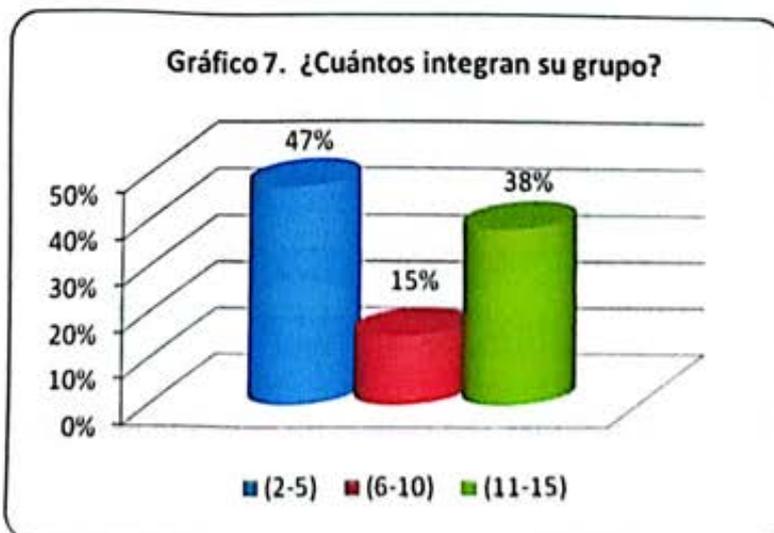


ocasionalmente por turistas que realizan la actividad del turismo de montaña y se ven en la necesidad de contactar a una Agencias de Viaje que ofrezca el paquete Huayna Potosí. **Gráfico 5**



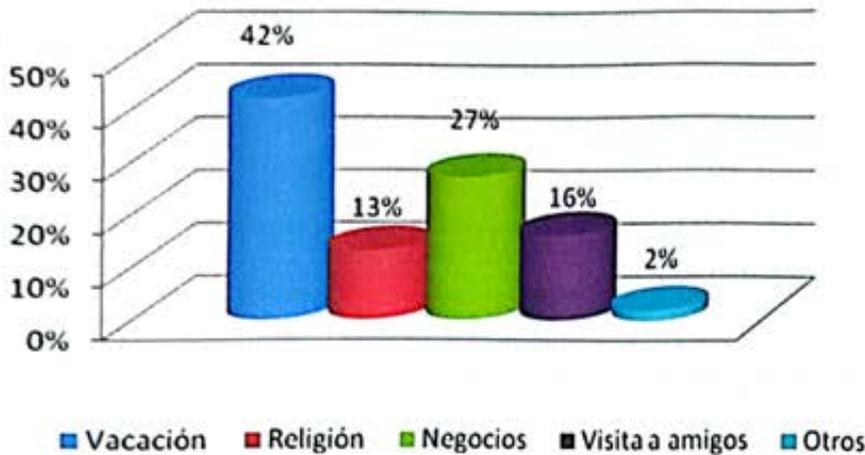
En el gráfico 6 se observa claramente que los turistas nacionales prefieren viajar en familia representado por un 55%, seguido por la preferencia de viajar en grupo con un 40% y un 5% que viajan solos.

El número promedio de miembros que integran el grupo muestra que de 2 - 5 alcanzan un 47%, mientras que de 6 - 10 miembros un 15% y de 11 - 15 miembros un 38%, lo cual indica que los grupos



que mayormente ingresan o llegan a El Alto lo componen un grupo de 2 - 5 personas ya sean familiares o amigos. **Gráfico 7**

Gráfico 8. ¿Cuál es la principal motivación de su viaje?



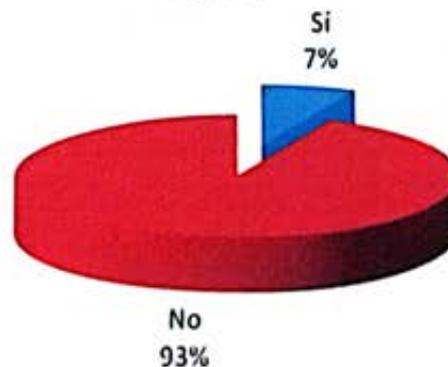
De acuerdo a los datos obtenidos, se observa que los principales motivos de viaje de los turistas nacionales que permanecen en el Municipio de El Alto son: las vacaciones con un 42%, siendo ésta la principal motivación

que presenta un mayor porcentaje en relación a las demás motivaciones, luego se encuentra con un 27% los negocios, mientras que las visitas a amigos alcanzó un 16%, religión con un 13% y un 2% en otros, considerando motivaciones tales como trabajos eventuales, deportes, estudios entre otros.

Gráfico 8

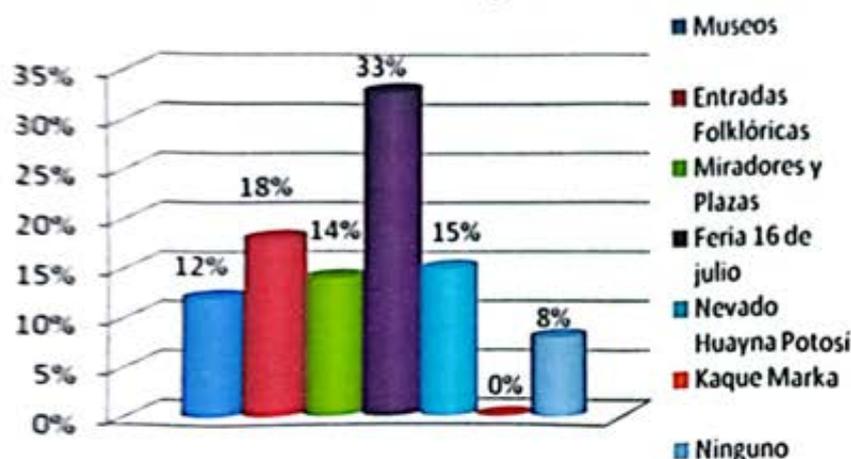
Los turistas declararon en un 93% no haber recibido ningún tipo de información acerca del Municipio de El Alto cuando llegaron al mismo y solamente un 7% declaró que le brindaron información a

Gráfico 9, ¿Le brindaron algún tipo de información turística acerca de El Alto a su llegada?



través de familiares, amigos y establecimientos de hospedaje. **Gráfico 9**

Gráfico 10. ¿Conoce usted algún Atractivo turístico del Municipio de El Alto?

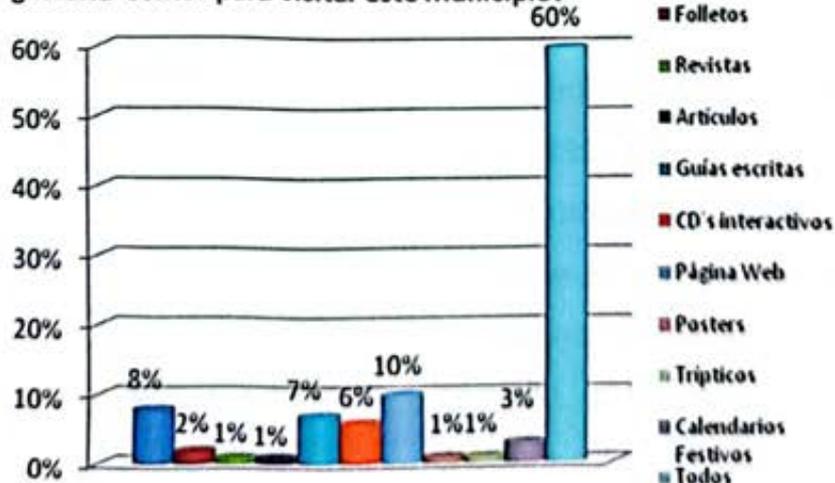


Esta pregunta se constituye en un importante referente para medir la promoción actual en el Municipio de El Alto, donde se obtuvo los siguientes resultados: un 12% conoce la existencia

del Museo Antonio Paredes Candia, mientras que un 18% conoce la realización de entradas folklóricas aprovechando su estadía en el Municipio de El Alto, el 14% de los turistas encuestados declararon conocer algunos miradores y plazas, con un 33% se tiene el conocimiento de la Feria 16 de Julio. En el caso del recurso turístico Huayna Potosí el porcentaje alcanzó un 15%. Para el recurso del Valle de Kaque Marka se obtuvo un porcentaje negativo de 0%, esto debido a que este recurso aun no es promocionado además de ser recientemente identificado. Algunos de nuestros encuestados dieron un 8% por la opción ninguno refiriéndose a que estos turistas desconocen la existencia de algún atractivo turístico existente en este Municipio. Gráfico 10

Claramente se puede apreciar que una gran mayoría es decir un 60% le gustaría contar con todas las opciones, se repitieron con el 1% las opciones, revistas, artículos,

Gráfico 11. ¿Con qué tipo de Información le gustaría contar para visitar este Municipio?



posters y trípticos, al 8% les gustaría contar con planos o mapas, un 2% con folletos, un 7% respondió que con guía escrita, a esto se suma un 6% que prefiere contar con CD's interactivos, un 10% prefirió contar con una página Web y un 3% restante seleccionó los calendarios festivos. **Gráfico 11**



Los resultados muestran que un 8% conoce folletos, un 2% respondió conocer guías escritas, en menor cantidad un 4% posters y un 86% que no conoce ningún material promocional. **Gráfico 12**

Claramente se puede apreciar que los turistas nacionales que requirieron algún tipo de información turística creen en su mayoría con un 100% que no es suficiente un solo punto de Información situado en el aeropuerto. **Gráfico 13**



Con la anterior pregunta se comprueba que el Centro de Información Turística existente en el Municipio de El Alto no es suficiente, se consulto a los turistas si creían importante

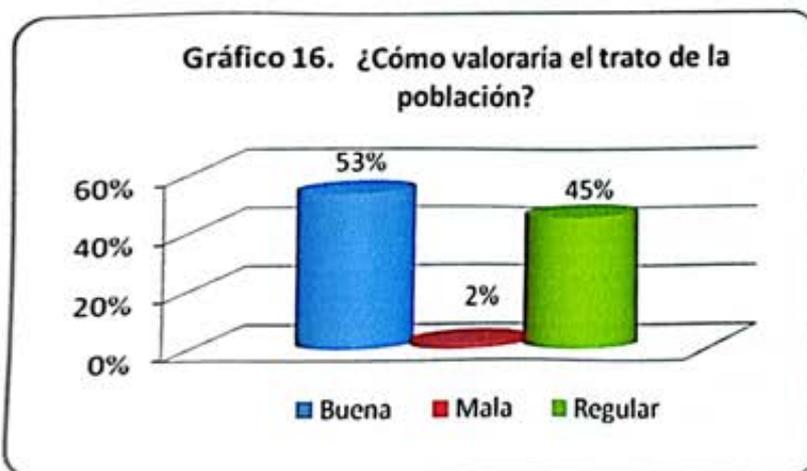
incrementar Puntos de Información, teniendo una abrumadora respuesta positiva del 100% de los encuestados. **Gráfico 14**

Se les pregunto a los turistas nacionales que fue lo que más les llamó la atención la primera vez que visitaron El Alto, teniendo como respuestas lo siguiente: un 22% respondió que le llamó la



atención La Altura, el 28% respondió que le llamó la atención su paisaje, un 17% declaró que le llamó la atención su gente y un 33% manifestó que le llamó la atención el comercio que se realiza en esta urbe como primera actividad.

Gráfico 15



En cuanto a cómo valora el turista nacional el trato que le brinda la población el 53% respondió que le parece buena, mientras que un 2% respondió que mala y un 45% regular.

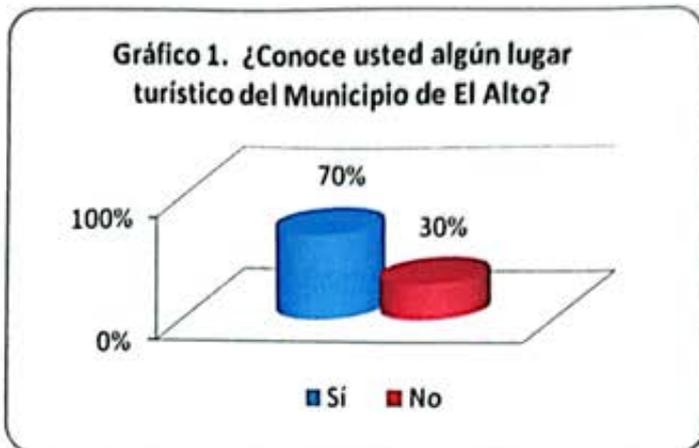
Gráfico 16

4.3.4. Encuesta a Población Local

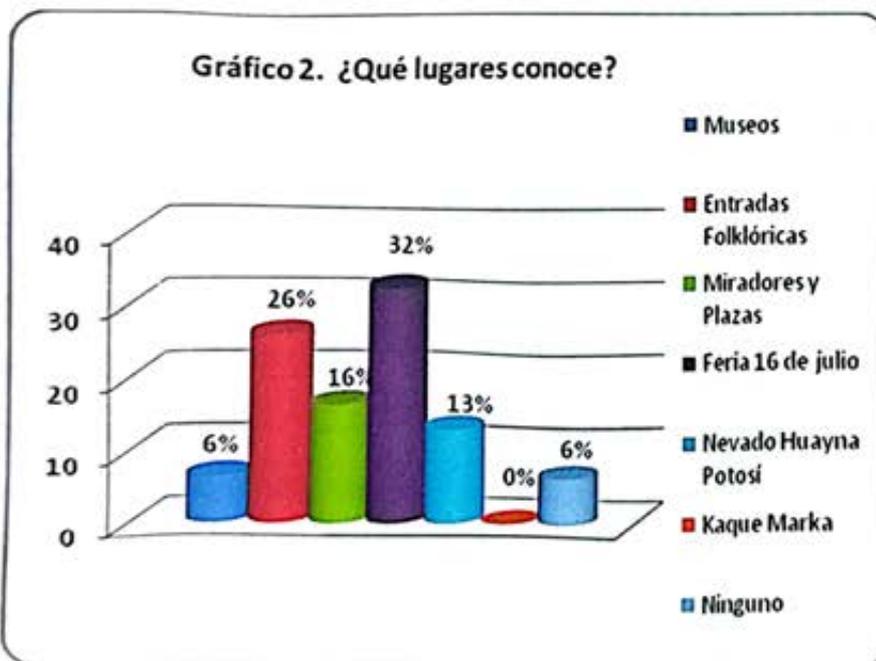
Se realizaron 220 encuestas a la población local como parte de la muestra.

La encuesta realizada a la población local, dio como resultado los siguientes aspectos en cuanto a la Promoción Turística del Municipio de El Alto:

Se le consultó a la población local si conocía algún lugar



turístico de El Alto obteniendo como respuestas: un 70 % respondió afirmativamente que sí conocía y el 30% restante respondió que no conocían o no identificaban ningún recurso turístico. **Gráfico 1**



Para determinar que recurso turístico conoce la población local se obtuvo los siguientes resultados: un 6% respondió conocer el museo Antonio Paredes Candía, el 26% dijo que las entradas folklóricas, un 16% contestó conocer los

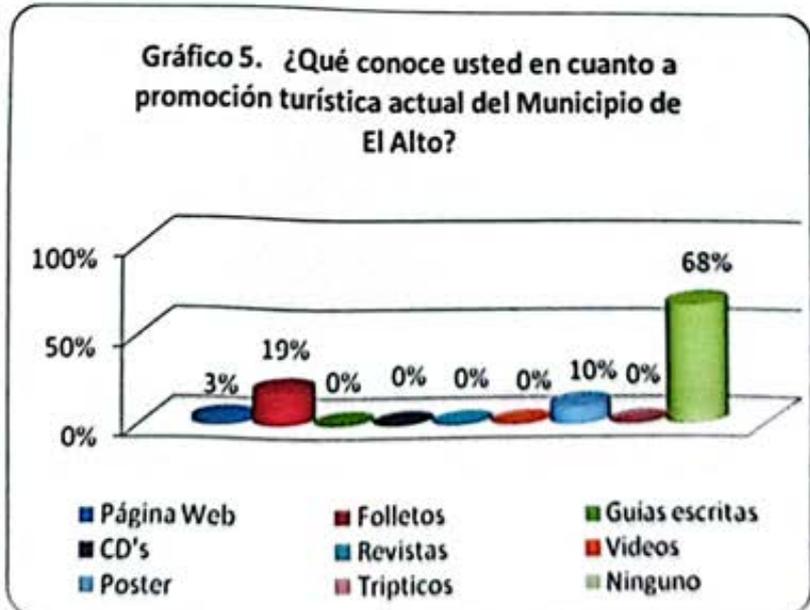
miradores y plazas, el mayor porcentaje de 32% afirmó conocer la feria 16 de Julio, un 13% conoce la existencia del Nevado Huayna Potosí, el recurso de Kaque Marka a un no es conocido por la población registrando un 0% y un 6% que respondió que no conoce ninguna de las opciones. **Gráfico 2**

Para la consulta de que si El Alto puede llegar a ser considerada como un destino turístico más del 90% respondió afirmativamente y sólo un 10% respondió que no lo cree, este aspecto se considera importante para el desarrollo de la actividad turística en el Municipio. **Gráfico 3**

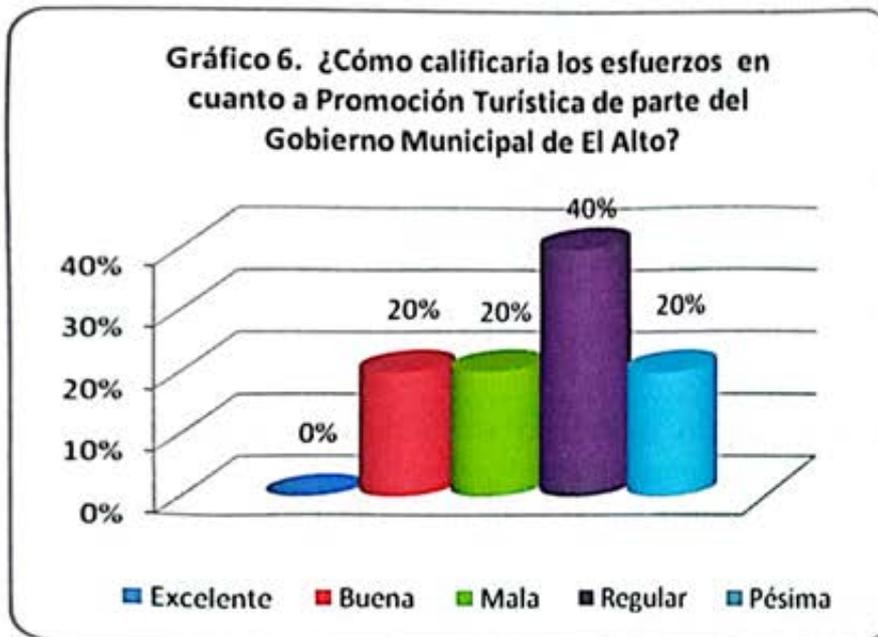


Es inminente el entusiasmo y predisposición de la población local en cuanto a turismo se refiere, en su totalidad el 100% de los encuestados respondieron que sí creen que la actividad turística podría mejorar su calidad de vida. **Gráfico 4**

Con relación a cuánto conoce sobre la promoción turística de El Alto los resultados fueron: un 3% respondió que página Web, el 19% conoce folletos, un 10% conoce los posters y un 68% respondió no conocer ninguna de las opciones quedando al



margen con un 0% las opciones de CD's, revistas, trípticos, guías escritas y videos. **Gráfico 5**



Para poder medir el alcance de la promoción actual se consultó a la población local como calificaría los esfuerzos en cuanto a promoción turística del Gobierno Municipal de El Alto, teniendo como resultado: un 0% lo

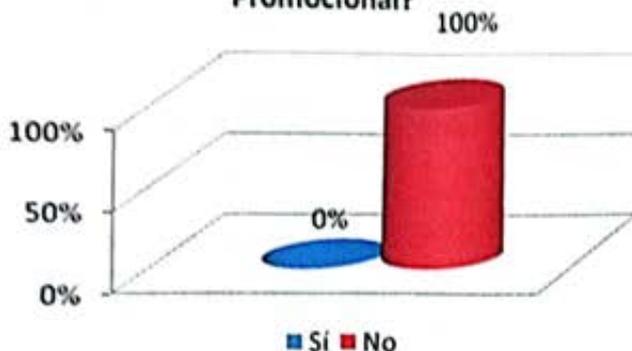
calificó como excelente, el 20% dijo que buena, otro 20% lo calificó como mala, un 40% dijo que regular y un 20% lo calificó como pésima. **Gráfico 6**

Se les consultó a la población local que propondría para dar a conocer turísticamente al municipio de El Alto, las respuestas fueron las siguientes: un 27% respondió la Participación en ferias, el 53%



consideró que la Promoción y un 20% indicó que la señalización. Claramente se puede apreciar que la opción de promoción es algo importante para la población. **Gráfico 7**

Gráfico 8. ¿Cree usted que el Municipio de El Alto cuenta con suficientes Material Promocional?



En cuanto a si el Municipio de El Alto cuenta con suficiente material promocional se obtuvo como resultado: que un 100% de la población encuestada cree que no es suficiente, considerando que si este

fuera suficiente su alcance permitiría mayor presencia de turista hacia los recursos turísticos. **Gráfico 8**

La totalidad de los encuestados es decir un 100% considera que los puntos de información son factores importantes para dar a conocer los recursos turísticos con los que cuenta este Municipio.

Gráfico 9. ¿Cree usted importante incrementar más Puntos de Información Turística en este Municipio?

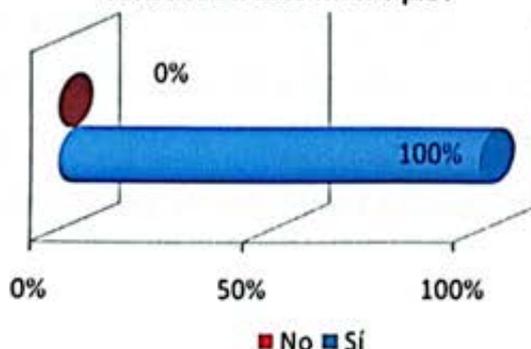
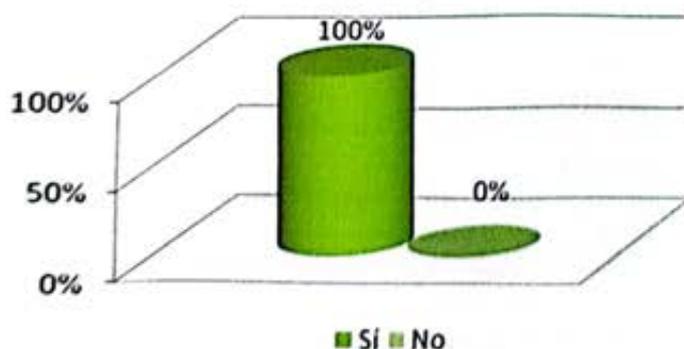


Gráfico 9

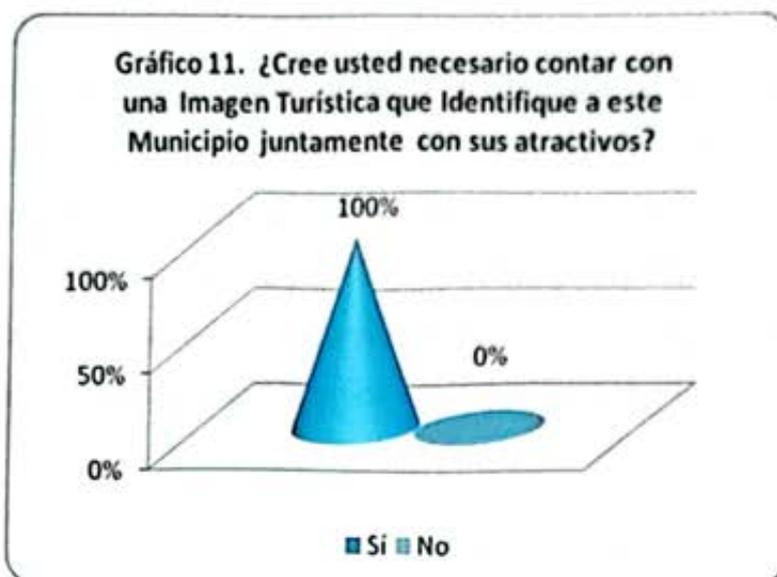
Gráfico 10. ¿Cree usted que con más Puntos de Información Turística y Promoción, incrementaría la llegada de visitantes nacionales y extranjeros?



El 100% de los encuestados de la población local cree que sí se incrementaría la llegada de visitantes a este Municipio con una buena estrategia y una mayor presencia de puntos de información para los turistas nacionales y extranjeros.

Gráfico 10

La población local dijo en cuanto a la consulta de que si creían necesario contar con una Imagen turística que identifique propiamente a todos los recursos turísticos con los que cuenta El Alto, obteniendo un 100% de totalidad afirmaron que si es necesario contar con esta imagen. **Gráfico 11**



Como una pregunta complementaria se consulto a la población que elemento propondría para esta Imagen Corporativa, considerando que esta fue una pregunta abierta se tomó cuatro tipos de respuesta que se repitieron con frecuencia, una de ellas fue textiles tradicionales, otra de ellas sugirió incorporar símbolos patrios, otra de ellas fue incorporar la imagen de lugares históricos o monumentos y por último también se sugirió colocar la imagen del Huayna Potosí.

4.3.5. Encuesta a Tour Operadoras y a Agencias de Viaje

Las encuestas son realizadas a 20 Gerentes Generales de cada Agencia de Viaje sean estas Operadoras o comercializadoras.



Con relación a cuanto conocen sobre la promoción turística actual de El Alto los resultados fueron los siguientes: claramente se puede observar que en la mayoría de las

empresas consultadas un 82% de ellas respondieron que no conocen ningún material de promoción turística sobre el municipio de El Alto, mientras que un 9% simultáneo respondió conocer solamente los posters y folletos, quedando lamentablemente las demás opciones con un 0%. Se puede observar que el material promocional que se tiene y se utiliza para promocionar a El Alto no es suficiente ya que es de poco alcance y no permite crear nuevos servicios turísticos organizados para ser comercializados por las empresas de turismo receptivo. **Gráfico 1**

Se consultó a las agencias de viaje y operadoras, como calificaría los esfuerzos de parte de la Dirección de Promoción del Gobierno Municipal de El Alto: obteniendo como



resultados: un 27% calificó como pésima, otro 27% dijo que era regular, un 45% dijo que mala, mientras que las opciones de buena y excelente dieron un resultado de 0%. **Gráfico 2**



Las empresas turísticas respondieron a la consulta, en cuanto a que si creen que la promoción actual incentiva al turista a visitar El Alto obteniendo un 18% mientras que el restante 82%, de las empresas

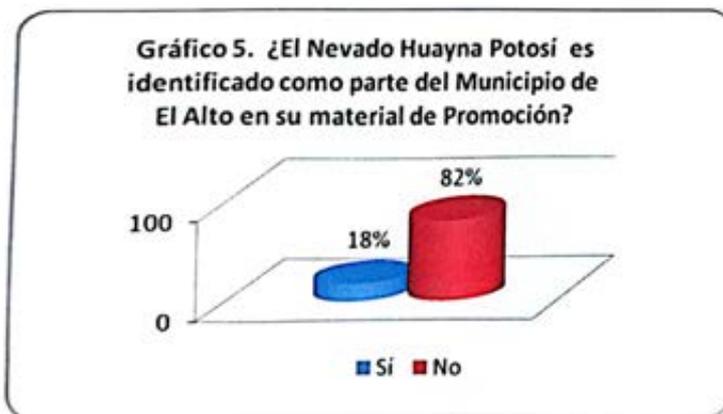
afirmaron que no creen que la promoción actual incentive al turista a desarrollar actividad turística alguna. Como pregunta complementaria se quiso saber el

porque de su respuesta, pero por ser una pregunta abierta se tomo para la tabulación las dos respuestas repetidas frecuentemente como ser: Por no contar con un material publicitario adecuado y no contar con Puntos de Información turística ubicados estratégicamente. **Gráfico 3**

Se les consultó a las empresas turísticas si su empresa ayudaba en la promoción turística de El Alto como destino turístico potencial, un 55% respondió negativamente y un 45% dijo que sí ayudaba a la promoción de El Alto. De



igual manera se hizo una pregunta complementaria y abierta del porqué y cómo de esa anterior respuesta, todas las respuestas que respondieron que no ayudaban a la promoción turística de El Alto coincidieron a que se debía a la poca o casi nada de información con la que cuentan para promocionarla y las empresas que respondieron afirmativamente dijeron que la promoción se la hace de forma indirecta por ofertar el paquete turístico Huayna Potosí y alguna otra vez los miradores andinos pero de una forma general. **Gráfico 4**



Dentro de las diferentes empresas operadoras y agencias de viaje que cuentan con el producto turístico Huayna Potosí se consulto si se identificaban a tal como recurso de El Alto en su material de promoción, un

82% respondió que no, mientras que sólo un 18% dijo que sí lo identificaba. Para complementar la anterior pregunta se quiso saber el porque de la anterior respuesta, por ser una pregunta abierta se tomo para su tabulación las dos

respuestas frecuentes: el 82% respondió que no la identificaban por no conocer de esta información, mucho menos el saber que pertenecían al Municipio de El Alto, las empresas que respondieron que si promocionaban este recurso dijeron que sólo se hacia una mención general del municipio pero sin mucho hincapié de este aspecto. **Gráfico 5**

En cuanto a qué opina acerca de acciones promocionales, la implementación de nuevos atractivos y una imagen corporativa que identifique turísticamente a El Alto todas las empresas encuestadas respondieron



que sí, un 100% creen que el aspecto promocional permitirá ofertar nuevos paquetes turísticos del Municipio de El Alto, puesto que en la actualidad solo se ofrece el paquete "Huayna Potosí". **Gráfico 6**



Se puede notar que las empresas tour operadoras y agencias de viaje utilizan diferentes herramientas como material promocional es por eso que se les consultó que tipo de promoción utilizan para promocionar al recurso

turístico Huayna Potosí, dando los siguientes resultados: un 30% utiliza folletería, el 10% utiliza fotografías, un 15% posters y el 45% restante utilizas paginas web de su empresa para promocionar este recurso. **Gráfico 7**

Para este análisis se consideró importante conocer el punto de vista de las diferentes empresas turísticas tomando como parámetro sus sugerencias en cuanto al tema de promoción turística del Municipio de El Alto, por tratarse de una pregunta abierta se tomo cuatro tipos de respuestas que fueron las que más se repitieron con frecuencia: la primera sugerencia tomada en cuenta fue la de ofertar a los recursos turísticos en páginas Web, la segunda fue la de promocionar a El Alto con nuevos atractivos cercanos, la tercera sugerencia se centro en realizar city tours en la Feria 16 de Julio y miradores, la cuarta sugerencia fue la de dar a conocer los recursos turísticos de El Alto a través de una mayor y mejor información turística.

4.4. Conclusiones del Capítulo

Dentro de la investigación y dada la información obtenida en este capítulo, se puede indicar que el desarrollo que hasta ahora se ha empleado en cuanto a Promoción Turística se refiere, no muestra el alcance deseado para el desarrollo de la Actividad Turística en el municipio de El Alto.

Inicialmente se ha identificado y corroborado la inadecuada Promoción y Difusión Turística que atañe al municipio de El Alto, evitando el conocimiento e información de los visitantes y empresas turísticas. Para el visitante extranjero, nacional y local, el contar fácilmente con medios y puntos de información se constituye en un importante eje de la Promoción Turística más aun para dar a conocer los recursos turísticos con los que cuenta y así poder incrementar la demanda hacia este municipio satisfaciendo una de las necesidades del visitante.

La promoción se aboca a la *persuasión* en la adquisición del producto, es por eso que las acciones y medios tradicionales actuales no permiten esta finalidad, la investigación demuestra que la evaluación a la promoción actual no cubre con todas las necesidades, es por esta razón que la propuesta de incorporar instrumentos alternativos de promoción a través de Acciones que logren el *alcance* y la *finalidad* de la Promoción Turística.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

CAPITULO V PROPUESTA

5.1. Introducción a la Propuesta

La actividad turística en la actualidad permite un desarrollo socioeconómico por su efecto multiplicador y su vinculación con aspectos culturales, históricos y naturales, además de integrar de una manera sólida al turismo emisor, receptivo e interno.

En estos últimos años el turismo en el municipio de El Alto se ha desarrollado de una forma lenta y poco conocida, tal es el caso del recurso de sitio el Nevado Huayna Potosí que actualmente está siendo operado por agencias de viaje de la Ciudad de La Paz para realizar actividades como trekking de montaña, andinismo entre otros.

La promoción es un instrumento muy importante dentro de la actividad turística, puesto que el visitante debe formarse una imagen de los atractivos y sentir la necesidad de visitarlos siguiendo una forma de comunicación persuasiva; es por ello que el presente estudio está orientado a promover y posicionar una imagen positiva de los atractivos turísticos del municipio de El Alto considerando que uno de los principales propósitos de la promoción es difundir información y la persuasión para obtener una imagen positiva, para ello se empleará varias herramientas de la promoción para así poder incrementar el flujo turístico al municipio de El Alto y lograr mejores beneficios para la población local, empresa pública y privada y sobre todo al turista en general.

El Alto cuenta con grandes atractivos turísticos pero sin embargo la investigación realizada en este proyecto, permitió apreciar que poco o nada son conocidos estos atractivos y poniendo en descubierto la ausencia de una buena y adecuada promoción de alto impacto visual que permita reconocer a El Alto como un destino turístico potencial.

La imagen negativa que hasta hoy tiene El Alto afecta a esta actividad turística, debido a la constante convulsión social y la imagen negativa que vive el país, es en este sentido que se propone mostrar una nueva imagen de El Alto con la finalidad principal de dar a conocer a los atractivos del municipio y así poder

incrementar la demanda de turistas que hoy en día recibe y consolidar mercados locales, nacionales y extranjeros con esta imagen turística propuesta, la cual a su vez posicionará a El Alto como destino turístico potencial en el mercado turístico. Con el propósito de consolidar una planificación y desarrollo adecuado de la promoción turística de El Alto, esta propuesta de promoción turística se basa principalmente en la comercialización del producto turístico del municipio de El Alto, desde la perspectiva pública tomando en cuenta que la propuesta está sujeta a la planificación del ente pertinente que en este caso será la Dirección de Promoción Turística la cual es dependiente del Gobierno Municipal de El Alto.

El material promocional para el destino turístico de El Alto contará con material impreso y audiovisual además de presentar la Identidad Corporativa que representará a El Alto turístico.

5.2. Desarrollo de la Propuesta

5.2.1. Conceptualización turística del Municipio de El Alto

5.2.1.1. Concepto

Desafiando la Altura

5.2.1.2. Diseño de la Identidad Corporativa

Se considera importante el diseño de una Identidad Corporativa Turística que permitirá posicionar de manera creativa y estratégica las ventajas competitivas del lugar con relación a otros destinos turísticos, dándole así un valor agregado al destino turístico potencial y así crear un mensaje claro y diferenciado dirigido al turista potencial, real, directo e indirecto del interior del país e internacional.

Para lograr el posicionamiento del municipio de El Alto como destino turístico se empleará la respectiva Identidad Corporativa en todo el material promocional impreso y audiovisual propuesto.

El reflejo del espíritu del destino se verá trascendido en la Identidad Corporativa propuesta la misma que empleará un estilo de comunicación e identidad visual

de símbolos, marca y colores basados en tres ejes: naturaleza, histórico arqueológico y culturas vivas.

5.2.1.3. Constitución de la Identidad Corporativa

5.2.1.3.1. Símbolo o Isotipo



Aguayo + Mujer de pollera + Huayna Potosí + Kaque Marka

Elementos Simbólicos:

a. **Naturaleza**, representada por el Nevado Huayna Potosí.

Lo que el Illimani es para La Paz, el Huayna Potosí es para El Alto, un símbolo muy representativo en cuanto a nevados cordilleranos se refiere en este municipio.

b. **Culturas Vivas**, representadas por la mujer de pollera aymara y por los tejidos.

Es conocido el talento de la mano de obra de los alteños, pero es poco comentada la capacidad de organización y liderazgo de miles de mujeres, quienes generan progreso económico para la familia y la comunidad, tal es el caso de la mujer de pollera que no se rinde ante nada y que trata de seguir sus costumbres como es la utilización del aguayo de colores y figuras inimaginables.

c. **Histórico Arqueológico**, representada por Cámaras funerarias (Chullpares) de Keque Marka (Valle de Amachuma).

El cálido valle alteño de Kaque Marka, alberga a siete cámaras funerarias de las cuales solo cuatro están conservadas considerado el mayor tesoro arqueológico e histórico que guarda este municipio.

Designación de la Identidad cromática:

- Azul intenso que refleja el cielo claro y las aguas cristalinas que corren por las cordilleras.
- Rojo intenso muestra el color de la bandera de este municipio y la cultura.
- Verde justifica los valles casi escondidos de El Alto.



5.2.1.3.2. Marca o Logotipo

Un elemento importante que forma parte de la Identidad Corporativa es el nombre del mismo municipio "El Alto", coadyuvando a que sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida para esto debe ser simple o limpia, práctico para ser utilizado en todo tipo de medios y por sobre todo único.

Se utiliza además los textiles como complemento en este caso el Aguayo como fondo por ser identificado como parte de la cultura y un elemento representativo de este municipio.

El Alto

5.2.1.3.2. Eslogan o Baseline

Un elemento característico de la Identidad Corporativa también es el Eslogan por ser un elemento verbal con la función de atraer, captar la atención y llevar a leer, escuchar o mirar el resto del mensaje e incitar a probarlo.

Tal es el caso del Turismo que es posible realizarlo *desde la cordillera a los valles* denotando los nevados como el Huayna Potosí y los valles de Amachuma (Kaquemarka) a los que se pueden acceder en pocas horas y todo esto en el municipio de El Alto una de las ciudades más altas de nuestro país, esto es todo un *desafío*.

Desafiando la Altura
desde la cordillera a los valles

Todos estos elementos conforman un todo que se traduce en:



Simbolo o Isotipo

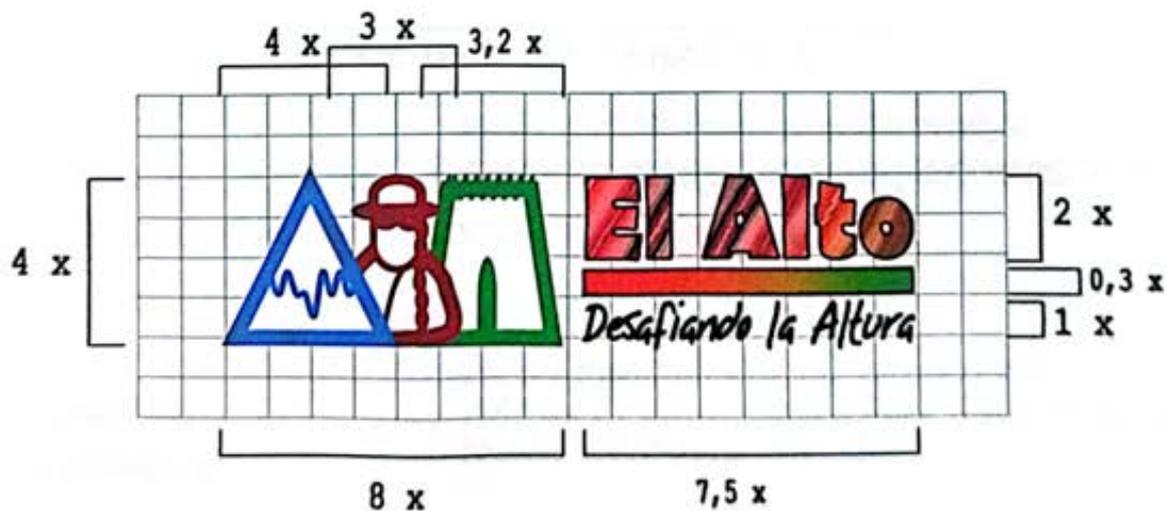
Marca o Logotipo



Slogan o Baseline

5.2.1.4. Diseño y contenido del Manual de Aplicaciones de la Identidad Corporativa

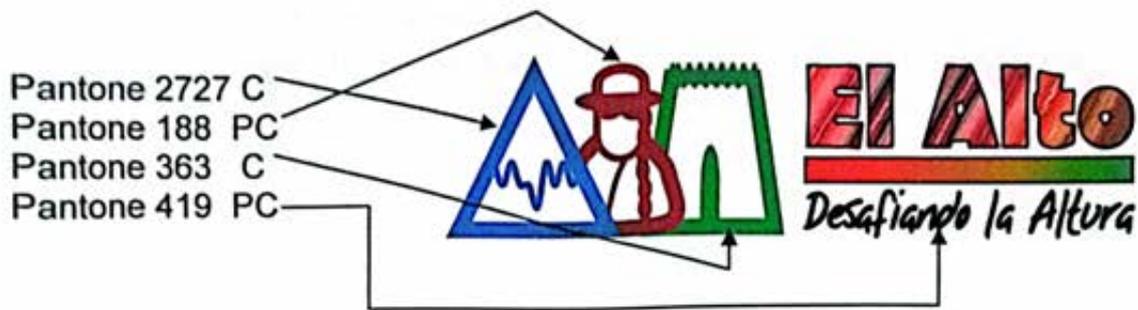
5.2.1.4.1. Reticula de construcción



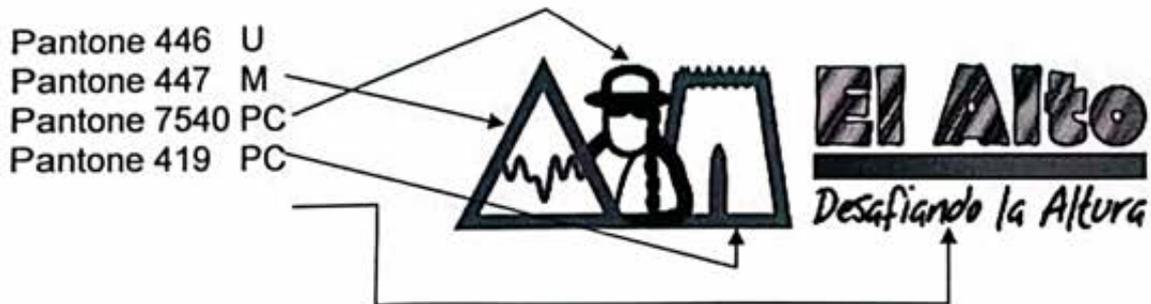
5.2.1.4.2. Reductibilidad



5.2.1.4.3. Impresión a color



5.2.1.4.4. Impresión a una tinta



5.2.1.4.5. Tipografías corporativas

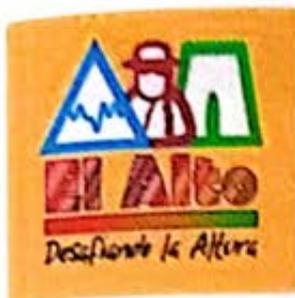
PRINCIPAL
 Berlin Sans BF Negrita

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789.!,,)(!*?)

SECUNDARIA
 Notepad Regular

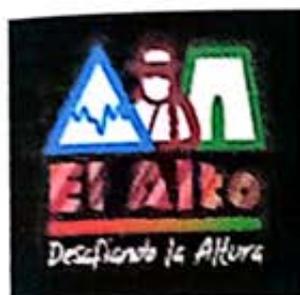
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789.!,,):!?)*

5.2.1.4.6. Aplicaciones y prohibiciones



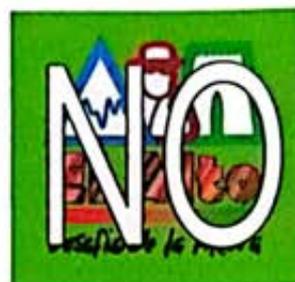
El conjunto también puede ser aplicado sobre el fondo corporativo

Funcionamiento en Negativo blanco y negro



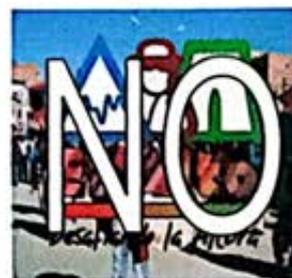
Sobre el fondo negro el baseline en blanco

No se podrá aplicar sobre fondos que no permitan una buena legibilidad. Tampoco se podrán cambiar los colores del conjunto.

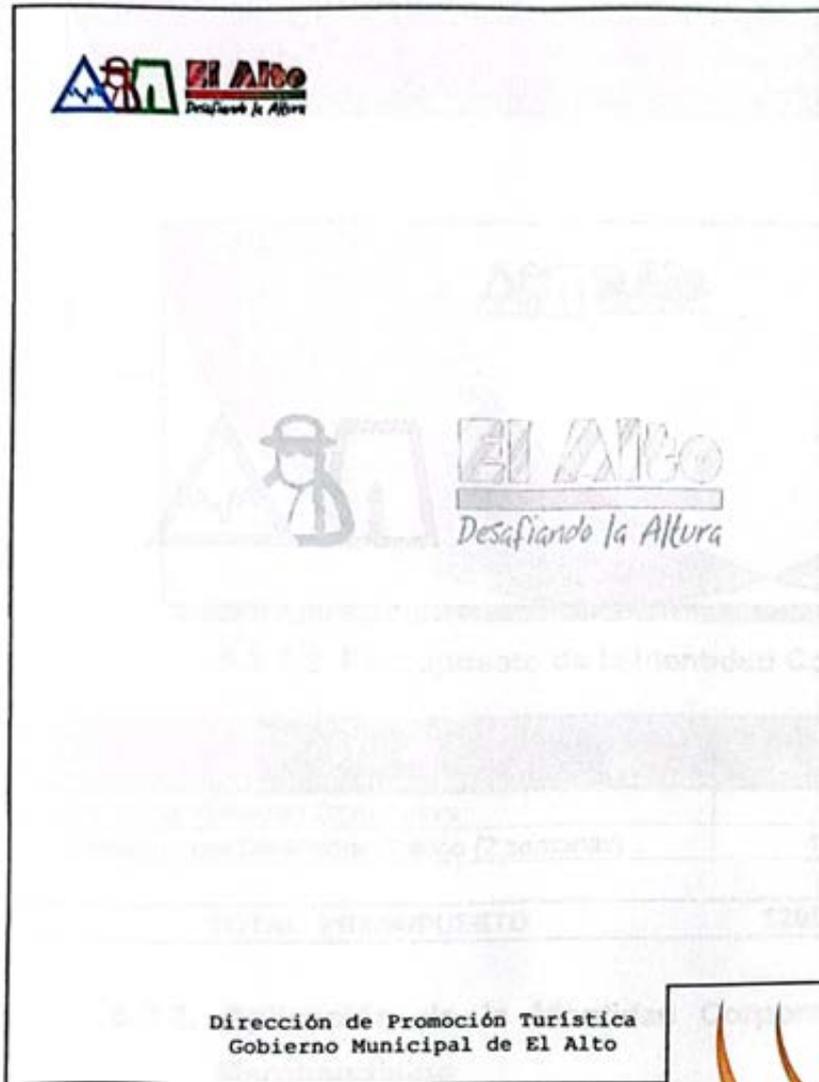


Cuando se aplique sobre un fondo de color o fotografía que no permita una buena legibilidad tendrá que apoyarse en un recuadro blanco.

No se podrá aplicar directamente sobre fotografía



5.2.1.4.7. Diseño de material de Oficina



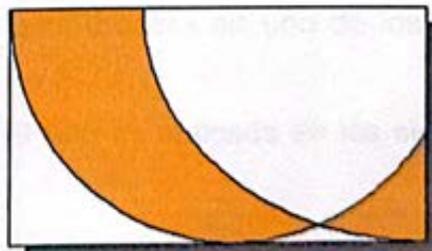
Hoja Membretada

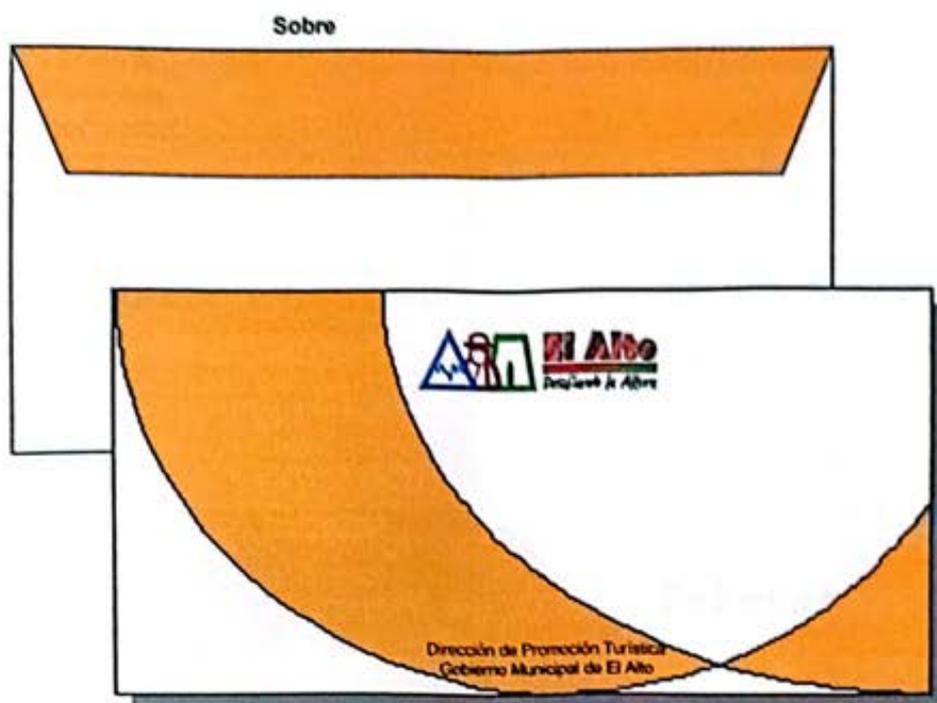
Tarjeta de presentación

Cara



Dorso





5.2.1.5. Presupuesto de la Identidad Corporativa

DETALLE	COSTO	
	Bs.	\$us
Diseño de la Identidad Corporativa		
Contratación del Diseñador Gráfico (2 semanas)	1200	162
TOTAL PRESUPUESTO	1200	162

5.2.2. Aplicación de la Identidad Corporativa en materiales de Merchandising

La aplicación de la Identidad Corporativa se realizará mediante el "**Merchandising**" con objetos promocionales y/o artículos de viaje para el principal efecto que se persigue que es el de llamar la atención y posicionar la Identidad Corporativa, constituyéndose de esta manera en uno de los medios más utilizados que reforzarán la promoción en El Alto.

La Identidad Corporativa del Municipio de El Alto es aplicada en los siguientes objetos:

- Poleras
- Gorras
- Llaveros
- Paraguas
- Bolígrafos
- Mochilas
- Mouse pad
- Notas adhesivas
- Posavasos
- Porta CDs



Poleras



Bolígrafo





Paraguas

Llaveros



Pins

Mouse Pad





Gorras

Mochila





Posavasos

La elaboración de todo el material promocional aplicando el Merchandising en una primera instancia será distribuida a empresas operadoras de turismo, entidades públicas como el Viceministerio de Turismo y la Unidad de Promoción de Turismo de la Prefectura de La Paz y representaciones diplomáticas. La distribución de este material estará a cargo de la Dirección de Promoción de Turismo de El Alto, posteriormente se pondrá a disposición en los puntos de Información con el objeto de promocionar y establecer nuevos clientes potenciales, nacionales y extranjeros.

5.2.3. Presupuesto del Merchandising

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	
			Bs.	\$us.
MERCHANDISING				
Compra de productos Impresión Serigráfica	Poleras	100	2300	311
	Gorras	100	1500	203
	Llaveros	100	500	68
	Paraguas	100	1000	135
	Bolígrafos	200	700	94
	Mochilas	100	1500	203
	Mause Pad	100	1000	135
	Notas Adhesivas	300	300	40
	Posavasos	200	500	68
	Porta CD's	100	1200	162
	TOTAL PRESUPUESTO			10500

5.2.3. Elaboración del Material Promocional

El material de apoyo está dividido en dos grupos:

- Material Informativo (trípticos/ folletos/ plegables, mapas, guías)
- Ayuda de Ventas (pósters, CDs, banners,) etc.

Este material tendrá como elementos principales la Identidad Corporativa del Municipio de El Alto al igual que imágenes de alto impacto visual de sus atractivos turísticos.

5.2.3.1. Material Informativo Impreso

5.2.3.1. Guía Turística General de El Alto

Esta herramienta es eficaz para la comercialización y promoción del destino y sus productos. Su forma de presentación será desplegable, para una distribución masiva con el objetivo principal de hacer conocer los distintos atractivos turísticos de El Alto.

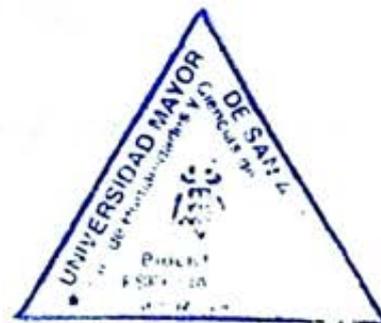
Por su facilidad de distribución, este material será entregado a la Unidad departamental de Turismo, viceministerios, empresas operadoras y agencias de viaje así mismo se lo dispondrá en cada uno de los Puntos de Información Turística.

Las características que presenta esta Guía Turística son en su mayoría imágenes de alto impacto visual que representa un 70% y solo un 30% de texto informativo, dando lugar a que el visitante tenga una idea general de lo que visitará en su estadía o visita en el municipio.

Sus medidas son:

Desplegado : 50 x 30 cm.

Plegado : 10 x 15 cm





5.2.3.1.2. Trípticos Turísticos

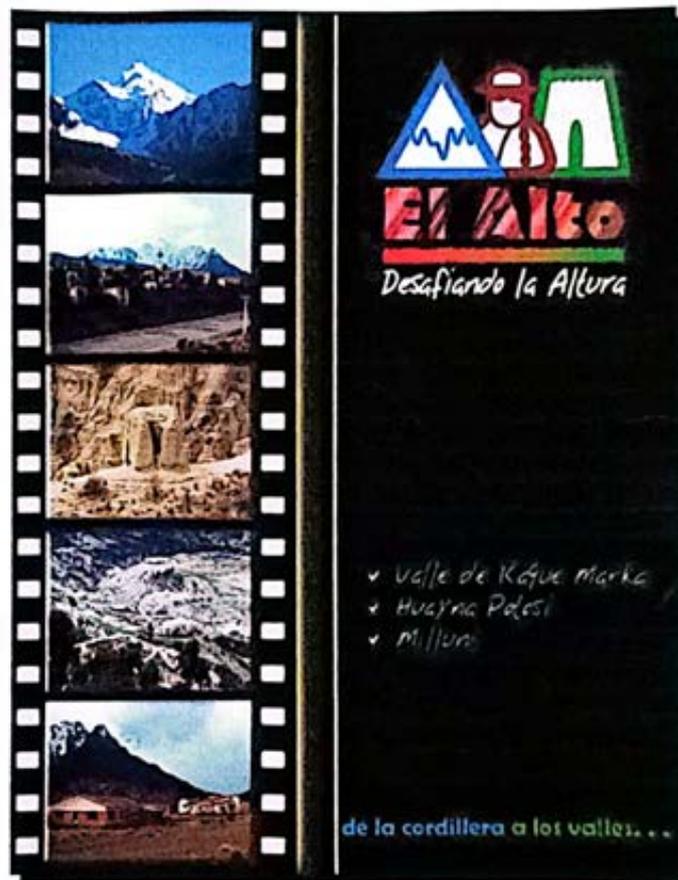
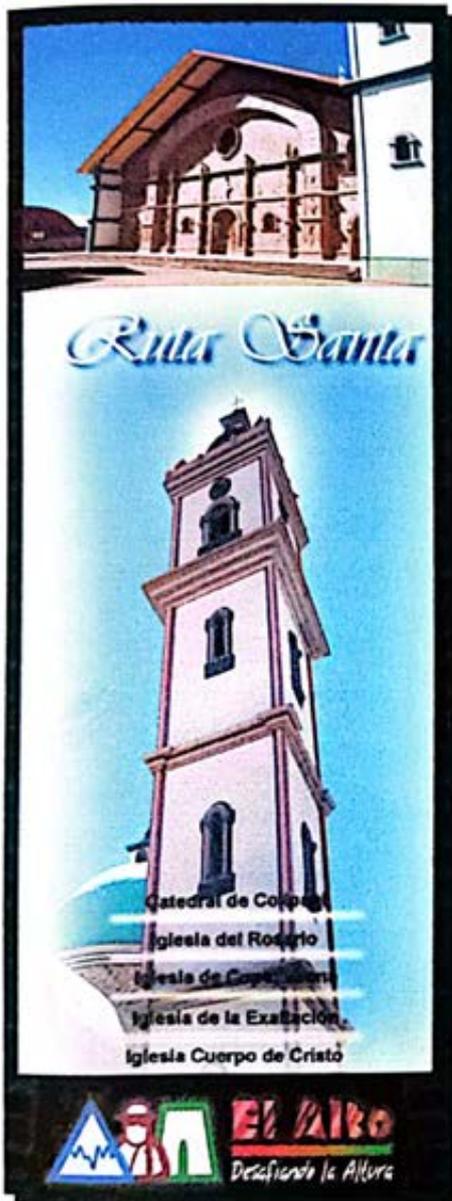
Es un instrumento promocional que permite presentar el producto y servicios turísticos de una manera esencial.

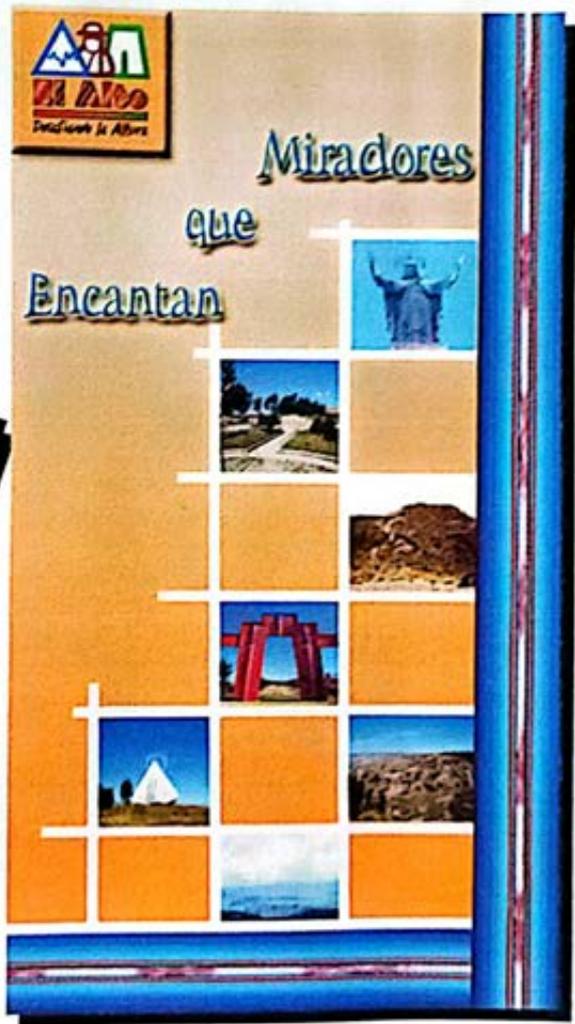
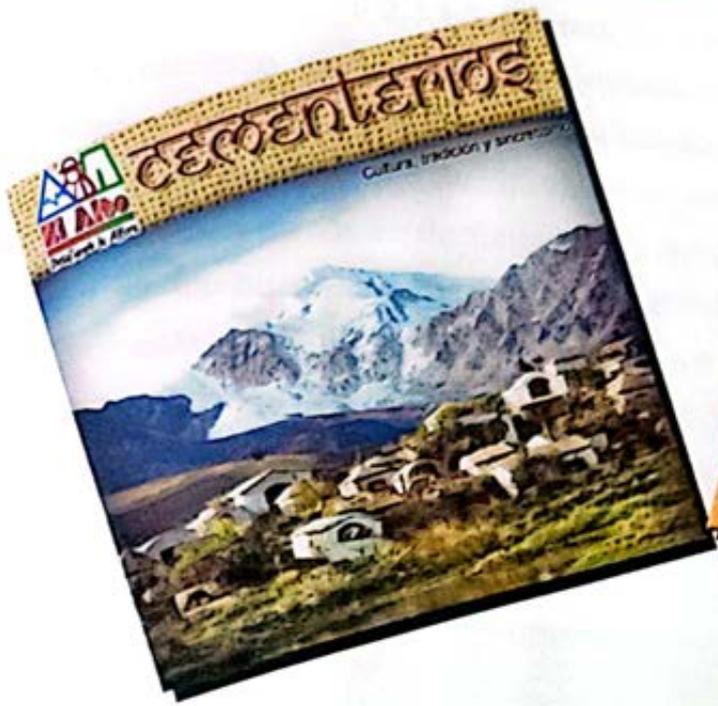
La información contenida en los trípticos contará de:

- Una portada
- Datos generales de El Alto
- Información sobre la planta turística
- Información y ubicación de los atractivos turísticos
- Plano y/o Mapa, fotografías de los recursos y servicios del área
- Recomendaciones

- Transporte.

Esta folletería se distribuirá en los Puntos de Información Turística, establecimientos de hospedaje, agencias de viaje y tour operadoras. Se presentará un juego de diversos trípticos temáticos propuestos:



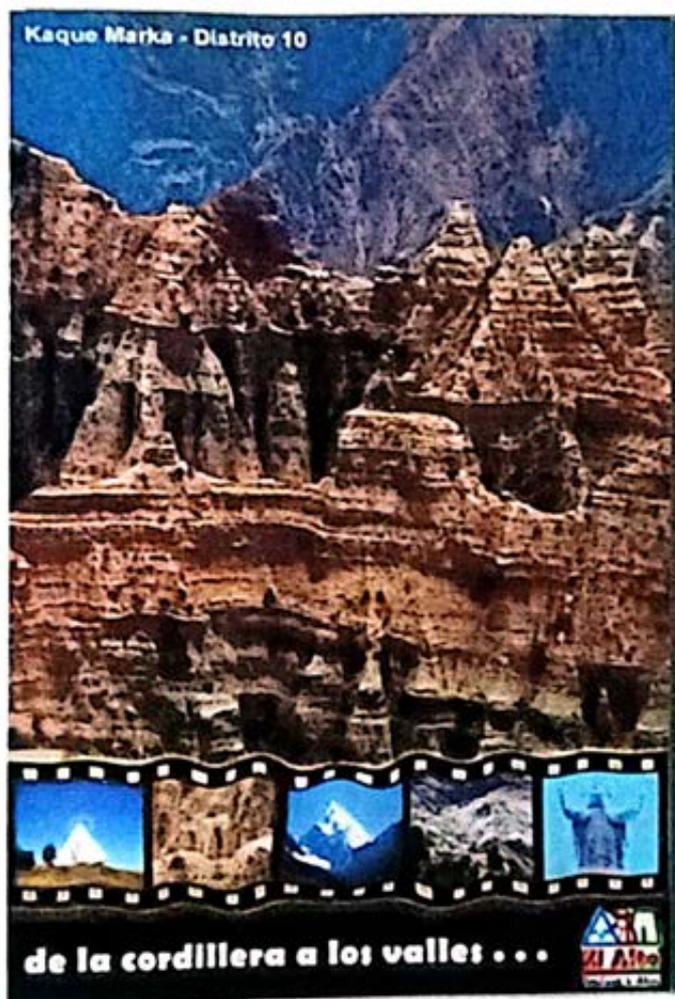


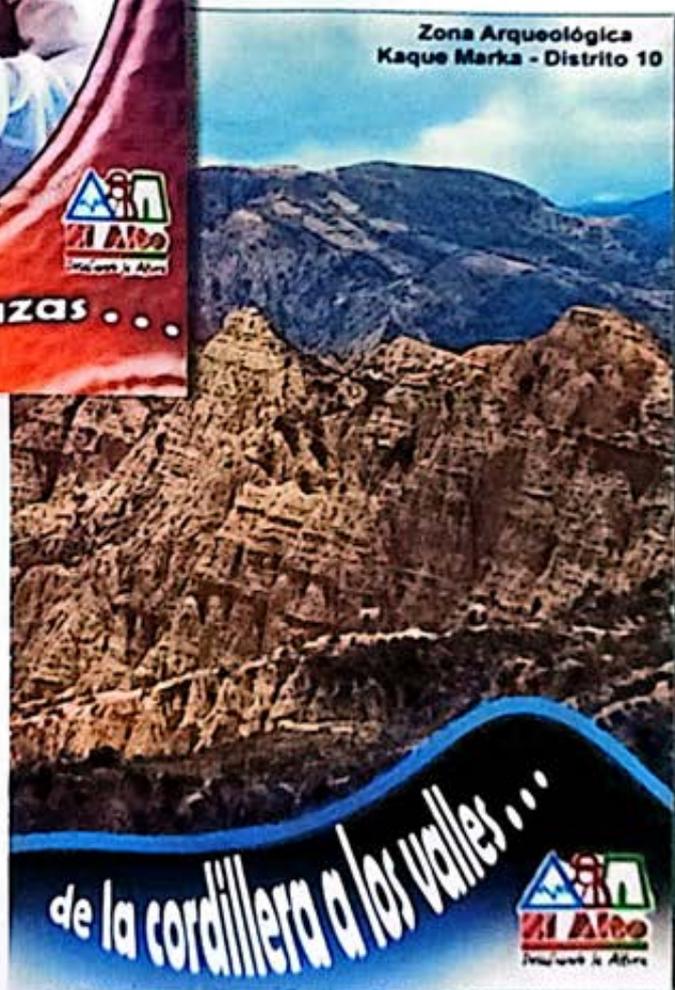
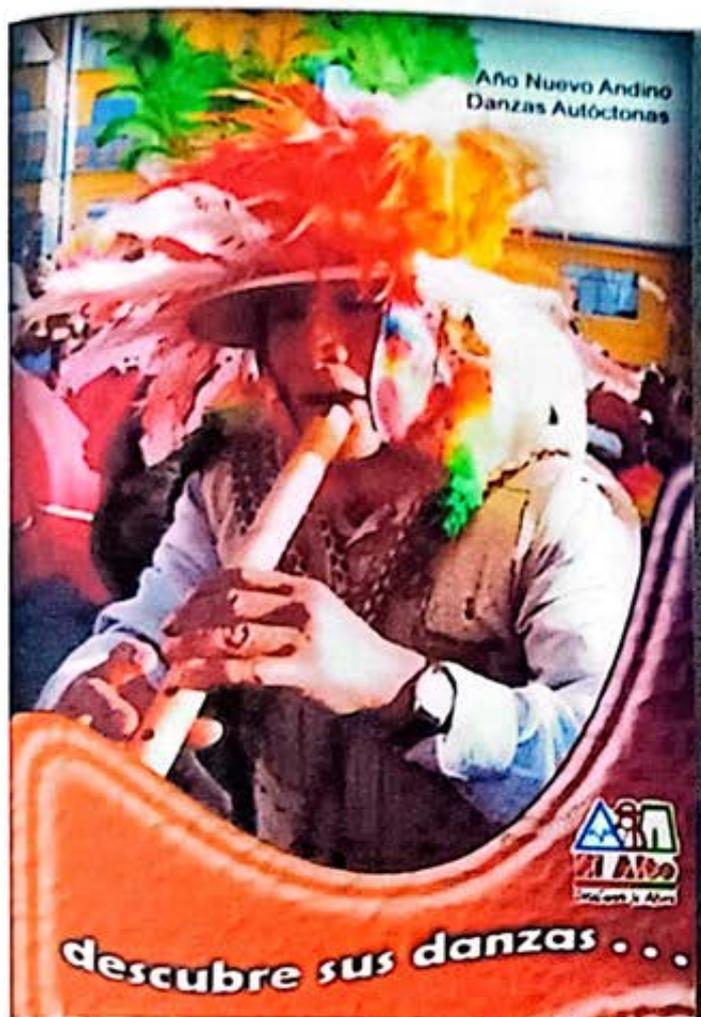
5.2.3.1.3. Posters Turísticos

Este elemento visual es muy importante puesto que tendrá como principal misión difundir los distintos atractivos turísticos de El Alto conjuntamente con la Identidad Corporativa. Su distribución será en agencias de viaje, tour operadoras y demás instituciones que lo requieran.

En su diseño se incorporará como identificación la Identidad Corporativa propuesta para El Alto y la imagen de fondo debidamente identificada, cumpliendo así de esta manera la función de transmitir un mensaje visual a mayor número de personas creando así la necesidad de conocerlos y viajar hacia ellos.

Sus dimensiones son: 60 x 40 cm.





5.2.3.1.4. Mapa y plano turístico de El Alto

El mapa turístico es una herramienta promocional indispensable para informar, ubicar y promocionar, de fácil y práctico manejo, es decir desplegable.

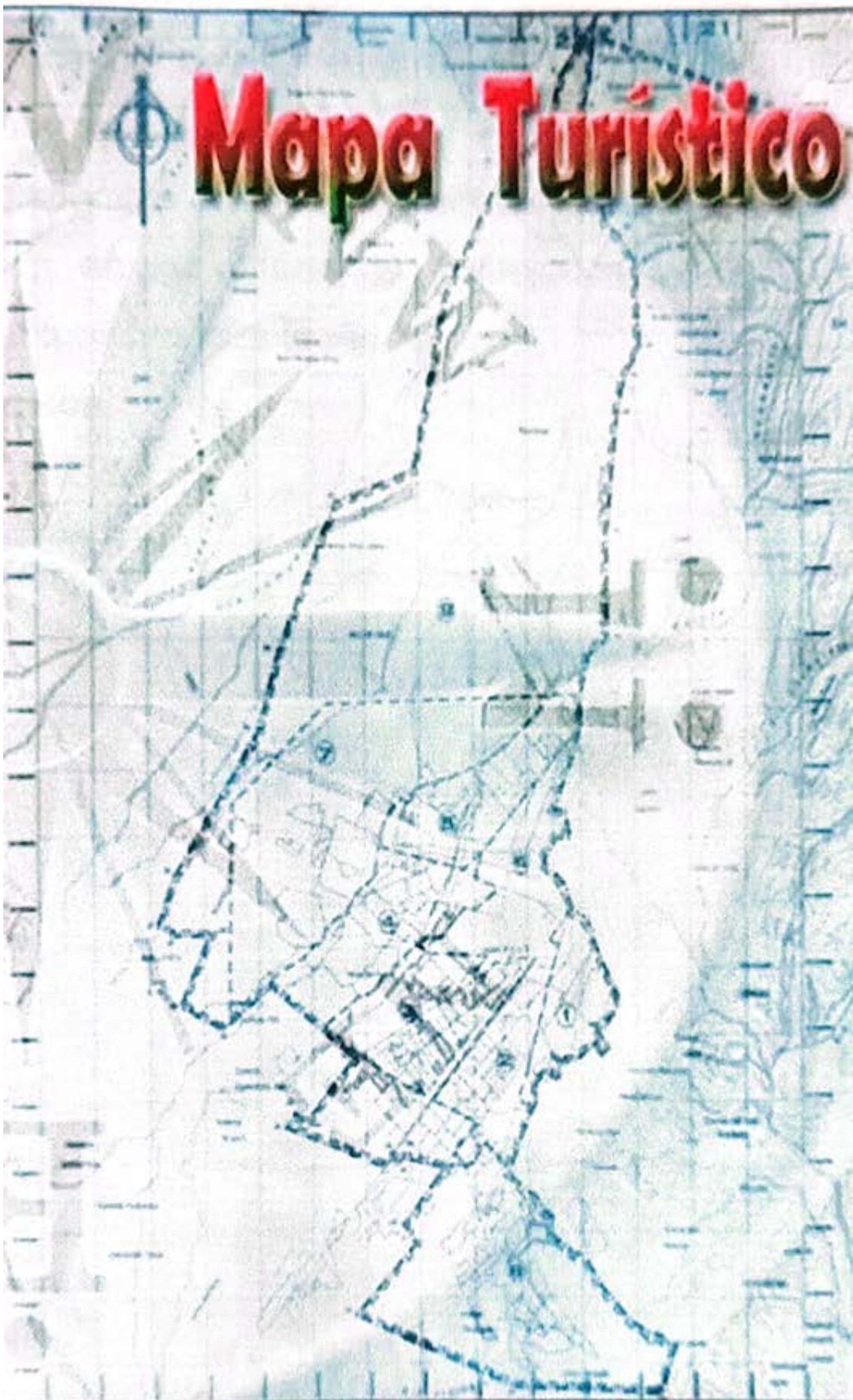
El mapa turístico tendrá como medidas 100 x 80 cm. desplegado y 25 x 13 cm. plegado. El mismo contendrá la siguiente información:

- Carreteras
- Ciudades y pueblos del municipio
- Sitios de interés turístico
- Centros de salud
- Información turística
- Aeropuerto
- Gasolineras

El plano urbano es algo básico e indispensable para el visitante, dando la ventaja de desenvolverse en la ciudad principal y poder visitar atractivos turísticos dentro el radio urbano tales como: plazas principales, monumentos, museos, calles comerciales de artesanías, hospitales o centros de salud, principales vías, aeropuerto y lugares de interés turístico.

En ambos materiales de promoción irá incorporado y transmitirá la Identidad Corporativa propuesta, estos materiales serán distribuidos en casetas del gobierno municipal de La Paz, agencias de turismo que operen el destino turístico de El Alto y desde luego en los puntos de información del gobierno municipal de El Alto.

Mapa Turístico



5.2.3.1.5. Miniguía Turística de El Alto

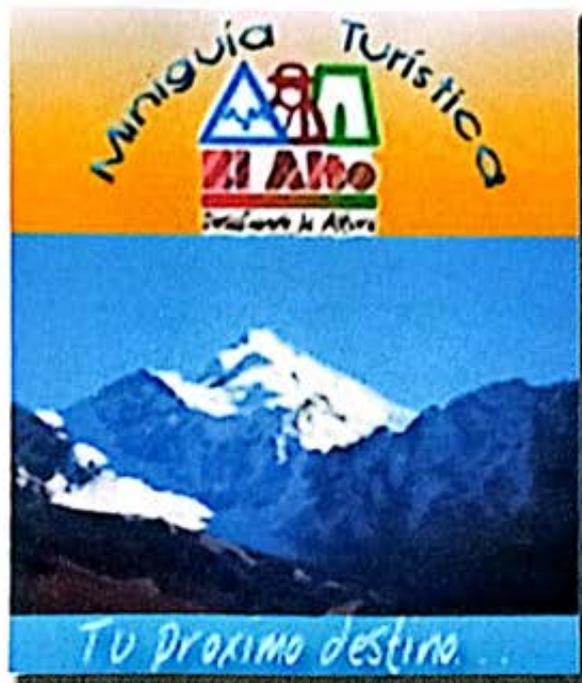
La guía mostrará en breve, los distintos atractivos turísticos, servicios, transporte, entretenimiento, hospedaje y gastronomía. El objetivo de esta publicación práctica de bolsillo será la de brindar Información Turística en imágenes al turista potencial.

La guía estará disponible en todos los puntos de Información Turística además de ser distribuida en las diferentes embajadas, agencias de turismo, tour operadoras e instituciones que la requieran.

Sus dimensiones son:

Desplegado: 32,5 x 22 cm.

Plegado: 5,5 x 6,5 cm.



5.2.3.1.6. Guía de Actividades Turísticas de El Alto

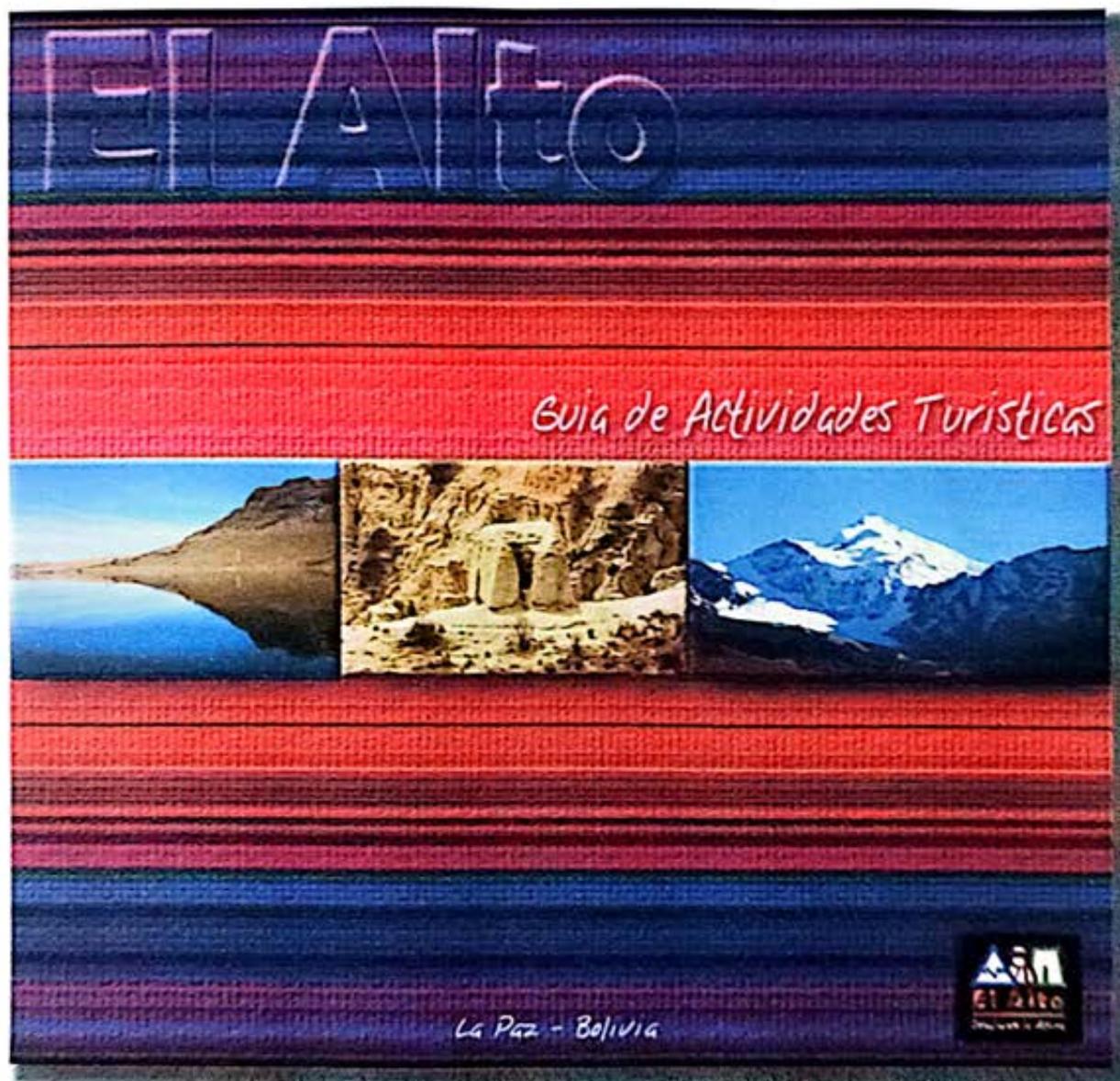
Al igual que cualquier material de apoyo impreso, éste presentará un alto impacto visual de varios atractivos turísticos de El Alto capaz de crear imágenes y un proceso inicial de motivación para conocer el atractivo turístico por el visitante nacional o extranjero.

La Guía contendrá fotografías, información de actividades e información general del sitio a visitar y los distintos servicios con los que cuenta.

Su elaboración y difusión estará a cargo de la Dirección de Promoción Turística.

Sus dimensiones son: 21 x 21 cm.

Hojas internas : 10 hojas.





MAPA TURISTICO



- Atractivo Turístico
- Nombre del Distrito
- División por Distrito

PRESENTACIÓN



Visita al Municipio de El Alto es una experiencia vital de carácter único e incomparable que deja en el turista el sabor de un eterno retorno, la sensación de que si parte algo de uno mismo se queda en esta tierra y que algo de esta tierra vive con él. Y esta impresión no solamente es estremecedora que produce la mayoría de sus destinos naturales, culturales e arqueológicos sino a la cada vez mayor participación del visitante en actividades que se introducen en el fondo de corazón anfitrión.

El turismo desempeña el importante papel de escenario inevitable de la confrontación de una misma tierra al mundo. En otras palabras, cada visitante implica un nuevo aprendizaje de la realidad pero también el conocimiento de una misma tierra o sus realidades. Aunque mucho se ha escrito ya sobre este tema, resulta que en un municipio como El Alto, la rica combinación de su geografía, naturaleza y cultura con un elemento humano muy creativo brindan una serie de alternativas para hacer de su estada una experiencia sumamente grata y beneficiosa.

El Municipio de El Alto ofrece durante todo el año un amplio abanico de destinos y actividades para todas las guías y edades, que atraen a muchos y comparte al mundo. Debido a su elevado número, no todos han sido recogidos en esta guía, y solo se considera una selección de aquellos que ofrecen servicios y acceso al gran mercado turístico.

La presente Guía DE ACTIVIDADES que presenta en sus manos, está dirigida a facilitar los labores de los operadores turísticos en la elaboración, diseño y comercialización de excursiones y paquetes turísticos por el sorprendente Municipio Alto. Aquí encontrará información específica sobre determinadas actividades y destinos, así como información general referente al clima, temperaturas, ubicación y acceso.

De esta manera, una visita a la visita arqueológica se puede enriquecer con la observación de la naturaleza o con la práctica de deportes de aventura o con la emisión de postales en las colinas y desde las maravillosas postales.

Esta experiencia permitirá a los visitantes que están disfrutando la oferta de las colinas o las vistas...



INDICE / INFORMACIÓN GENERAL

Guía de Actividades

Información General del Municipio de El Alto	2
Mapa Turístico del Municipio de El Alto	4
Arqueología	5
Turismo de Naturaleza	6
Salud y bienestar	7
Cultura Viva	8
Restos / Fiestas	
Turismo Rural	
Historia Cultural	12
Museo / Parques / Miradores	
Catedrales / Iglesias / Santuarios	
Comerterías	
Deportes de Aventura	17
Telang / Parapente	
Ciclismo / Andarismo / Turismo de Miedo	
Datos Útiles Para el Viajero	19

El Alto

El importante centro distribuidor turístico que es El Alto, se encuentra situado a 4.250 m.s.n.m., entre 14° 31' de latitud sur y 68° 13' de longitud oeste, con una extensión territorial de 8.213 hectáreas, limita al norte con el camión largo del municipio de La Paz, al sur con el municipio de Vaca y al oeste con la ciudad de La Paz, al sur oeste con el municipio de Achacachi y al oeste con el municipio de Laja.

El municipio de El Alto se ubica en la meseta alpinica del noreste de Bolivia entre las cordilleras oriental y occidental permitiendo tener un variado paisaje que encanta por sus cascadas nevadas y sus vistas impresionantes. Por su posición geográfica El Alto es considerado como la ciudad más alta del mundo y considerado por muchos como un mirador natural estratégico.

El municipio de El Alto cuenta con una distribución de 10 distritos de los cuales 8 son urbanos y 2 rurales.

Según el servicio de meteorología e hidrología IDHUAR el municipio tiene un clima de zona geográfica de puna, con promedio varías de 2°C a 12°C, asumiendo la presencia de incrementos en invierno.

El viento circula a una velocidad de 7 a 77 km por hora, como cualquier zona alpinica presenta variabes en la temperatura promedio en el transcurso del año presentando un promedio de 7°C, la estación húmeda es de cuatro meses, desde diciembre a marzo.

Breve Breveja Histórica

Espacio y tiempo, para ese gran porcentaje, que son los aymaras, como habitantes de la ciudad de El Alto, son uno solo, la historia que marca un espacio y el espacio que marca la historia, por eso no hay que olvidar que el territorio que ocupa la ciudad de La Paz y El Alto son parte de lo que hoy todo lo se denomina Joch'i o Sur'i Paqayin.

Desde la sublevación de Julián Apaza y el Cerco a La Paz, El Alto marca el lugar de la contienda férrea o sus apogeo, un año después el mismo espacio, el mismo río, una concentración de indios aymaras que llegan a las pampas de El Alto para oclamar a Pando, quien ya había dejado alianzas con Zarate Yllca, se dispusieron a bata por tropas de la caballería que sube desde La Paz, y como si el hecho fuera que repitirse nuevamente con fuerza, en Octubre del 2003, el pueblo ayмара frente al Estado Colectivo a neoliberal.

Es en la historia de El Alto, espacio y tiempo que jalonan el hecho histórico de enfrentar al opresor. De preda rural a las haciendas, luego periferia urbana de La Paz, después ciudad dormitorio y de allí hasta el día de hoy, la ciudad de El Alto junto a la consigna "El Alto de pie, nunca de rodar".

En medio de este proceso, se concretan hechos que van dando paso a paso, hasta constituir lo que será el futuro espacio urbano:

- 1904 Bolivian Railway constituye el ferrocarril La Paz-Guacuí y La Paz-Alta.
- 1923 Se constituye una zona de cementos.
- 1924 El Dayr Alrejo Boliviano establece sus oficinas y se funda un Club de Golf.
- 1925 Yacimiento Petrolífero Focales Bolivianas constituye sus primeras bombas.
- 1935 Operan las líneas de aviación Braniff y Panagra y se realiza la primera parada militar.

Después de la guerra del Chaco en el periodo de los "40 a los '60", se registra el mayor crecimiento poblacional del área urbana de la ciudad de La Paz, que duplica a la registrada en el año 1928, este incremento poblacional es lo que sube hacia las laderas y paso a paso la mancha urbana llega a la Cacha, inicio de lo que será El Alto. Por aquellos época pre-revolucionaria, El Alto era propiedad de hacendados en su mayor parte: Julio Tellez, Jorge Rodríguez Salazar, Adrián Carrillo Nave, Raúl Zarate

Velasco, Francisco Lora, y la familia Jules y serán estos mismos quienes incien por sus propias gestiones para urbanizar "sus propiedades".

El primero de ellos, Julio Tellez, fundó la urbanización de Villa Dolores (el nombre de su esposa), la fecha de creación 14 de septiembre de 1942, siempre como parte del radio urbano de La Paz, allí empezó la historia de las más de cuarenta urbanizaciones, que hoy conforman la ciudad de El Alto.

Los nombres Adrián Carrillo, Charapachú, Alpacá Lima, Achupallas, Yunkuyo, Galbari, Ingenu, Alto Umas, Río Seco, etc. son algunos de los nombres que van consolidando el espacio urbano de El Alto. En la década de los 70, se nota un crecimiento acelerado gracias al plan de emergencia de viviendas, que construyó viviendas de interés social por lo que se crean zonas urbanizadas como Ciudad Solitaria y Río Seco, con el objetivo de expandir la Ciudad de La Paz, hacia estos lados y reducir la presión en lo que se encontraba.

En la década de los años 80, se inicia la construcción de viviendas de interés social, en los Distritos 2 y 3, a favor de las empresas públicas principalmente de provincias y de otros departamentos como Chufo y Potosí.

Otro de los hitos históricos, que se identifica en esta Ciudad, es la Revaloración Minera, mediante el Decreto Supremo Nº 21062, en el año 1984, que causó un movimiento migratorio de familias mineras, hacia la Ciudad de El Alto, a zonas marginales sin servicios básicos. Por eso, aproximadamente el 40 % de la población rural existente, son inmigrantes de otros municipios de nuestro país, y que el mayor porcentaje de los mismos, son originarios de la Cuzco Aymara del Departamento de La Paz, y de las centros mineros del alpinico. Causa de este fenómeno, es que uno de sus objetivos fue un ex trabajador minero y otro de origen peruano.

Desde el año 1940 se estima una población de 35.000 habitantes en El Alto (14,7 % de la población de La Paz). El Alto sur se va desarrollando en torno a Ciudad Solitaria, conectándose a lo largo de la carretera a Chufo. Lo zona norte se extendió en dirección a Alto Lima y la Carretera Panamericana.

Durante los años 70, se aceleró la ocupación del territorio. Se estima que más del 10 % de la población pacense vive en El Alto, y el 3 de mayo se crea el Sub-Alcaldía de El Alto. En esto mismo década se elabora "El Modelo de Crecimiento", que abiertas las tendencias espontáneas de crecimiento de la ciudad. El modelo, vislata a El Alto como área de extensión metropolitana incorporándolo a las políticas de desarrollo urbano de La Paz.

En 1982 se crea la Alcaldía Central de El Alto, mediante Ordenanza Municipal, y el 4 de mayo de 1985, El Alto se convierte en la Capital de la Cuarta Sección de la Provincia Murillo, influyendo a la Honorable Alcaldía de El Alto y la Junta Municipal, con la posesión de las primeras autoridades municipales elegidas por sufragio general, dando lugar a la división administrativa de la metrópoli al elevarse a El Alto a rango de Ciudad.

El Alto "nacó" con una población de aproximadamente 307.433 habitantes, sendo el 1,1% de la población urbana del país, debido a la migración campo ciudad, extendiendo una mancha urbana de aproximadamente de 4000 has.

Por Ley de la República, en el año 1991, se declara a la Ciudad de El Alto "Ciudad en Emergencia" para lo que se conforma un Consejo Inter-institucional, con el propósito de solucionar los graves problemas sociales y urbanos que atañen.

En el Censo de 1992, el Instituto Nacional de Estadística (INE), señala que la población de La Paz y El Alto suman un total de 1.118.870 habitantes.

En la actualidad, la ciudad de El Alto es la segunda ciudad más grande del país, después de Santa Cruz, y junto a la ciudad de La Paz, forman el conglomerado urbano más grande del país, centro de gestión nacional e internacional y el mayor mercado para el consumo.



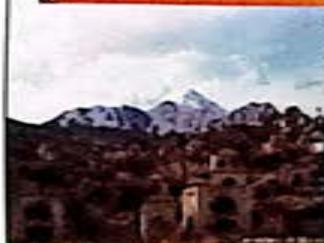
NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Paisaje Borde Alto Lima	El borde de la ciudad de El Alto ofrece una vista espectacular de la ciudad de La Paz, en una noche clara parece que el cielo se encuentra a nuestros pies o que se estuviera reflejando en la urbe pacifeña.
Nevado Huayna Potosi	El Nevado Huayna Potosi que es un lugar potencialmente turístico por su maravilloso paisaje y la variedad de actividades que se puede realizar, se puede apreciar en flora y fauna. A tan solo 55 km de El Alto, por una carretera regular que se recorre en hora y media y por ser el nevado probablemente con más de 6000 m s.n.m.
Laguna Milluni	Esta hermosa laguna toma fantásticos colores entre azul, violeta y naranja en sus orillas, producto de la contaminación provocada por la mina ahora abandonada, sin embargo con la inactividad minera ha recuperado su belleza natural convirtiendo a esta laguna en un lugar hermoso para visitar.
Valle de Kaque Marka	El Municipio de El Alto alberga estas tierras bajas, ricas en vegetación y árboles frutales y hortalizas de Itegrillos, wazachas y pequeños osos.
Mirador de Kaque Marka	Este atractivo se constituye como el inicio del valle de Kaque Marka ya que desde este mirador natural se obtiene una bella vista de todo el valle como también parte de la cordillera real, viéndose importantes muestras como el Huayna Potosi, Mururata y el Majestuoso Illimani.



Sitio Arqueológico de Kaque Marka

Los antiguos aymaras eligieron las alturas de Kaque Marka para levantar sus tumbas. Se aprecia el mayor de los tesoros arqueológicos e históricos que guarda el distrito 10. Son cámaras funerarias de la época de los señores aymaras, hace más de 1.500 años. Impresionante conjunto de siete Chulpas o tumbas funerarias de forma cuadrada y solo cuatro están en pie, en ellas se pueden apreciar restos óseos y en el camino se hallan trozos de cerámica y piedras de la época.





NOMBRE

DESCRIPCIÓN

Cementerio Zona Mercedario

Este cementerio posee una gran tradición entre los pobladores del Distrito 4 que se constituye en un sitio de valor histórico cultural por sus historias de fantasmas y de enfermos no autorizados, además de disfrutar del hermoso paisaje con plantas, aves y sembradíos de distintos tipos de cereales.

Cementerio de Villa Ingenio

El Cementerio de Villa Ingenio hasta un tiempo fue considerado como clandestino, el más concurrido por los habitantes del distrito norte, especialmente en las fechas de Todos los Santos y San Juan, se encuentra en los límites de la ciudad de El Alto, los nichos son construidos por los propios familiares de los difuntos. Existe un mausoleo donde se encuentran los restos de los fallecidos en Octubre Negro, que es el más visitado en el cementerio.

Cementerio de Mina Miluni

En el ingreso al ex centro minero se halla el cementerio del campamento. En él se encuentran los restos de los habitantes y de los mineros que perdieron su vida en las minas que por cierto no son pocas, representa un importante potencial como oferta turística de minas ya que posee un importante legado cultural. Este cementerio se caracteriza por tener nichos en forma de castillos o de torres que fueron elaborados por los mismos mineros.

NOMBRE

DESCRIPCIÓN

MEDICINA ALTERNATIVA
Mercado Kallawayas, Yatiris

En este mercado de brujas, se pueden adquirir distintos tipos de artefactos e ingredientes, para los rituales y ceremonias.

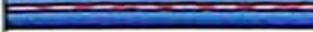
Medicina Tradicional

La cultura Colla tiene rasgo de ser una cultura intrínsecamente medicinal. El dato más aproximado en cuanto a medicina tradicional existente en Bolivia se dio de 800 a 1300 años antes de Cristo. Los Kallawayas son un grupo importante de América, tanto como lo es en Bolivia, por su manera sistemática de curar; sin embargo surgieron varios tipos de médicos tradicionales como son las hierveras, materas, amautas, kallawayas y la chiferas.

MISTICISMO
Misticismo Aymará

La magia y el misticismo se encuentran reflejados en rituales y ceremonias efectuados por amautas, yatiris y kallawayas, que dejan asombrados aun a los visitantes locales. Por la identidad fuertemente arraigada de los aifeños, es muy visitado y concurrido.



		Culturas Vivas	
		NOMBRE	DESCRIPCIÓN
		FIESTAS / FERIAS	
	Elección de la Cholita Altaña		La importancia de la Cholita Altaña va tomando importancia año tras año, auspiciado por el Gobierno Municipal de El Alto, se realiza con el objetivo de promover y preservar la participación y vestimenta de la mujer de altura, se realiza en el mes de Marzo y la ganadora participa en distintos eventos.
	Alasitas		El 24 de enero se celebra la fiesta tradicional de la "Alasita" (compramis), donde se realizan ferias artesanales que incluyen exposición de trabajos en cerámica, alfilería artesanal y de uso cotidiano, comidas tradicionales así como prácticas culturales. Se lleva a cabo en diferentes puntos de El Alto como son en la plaza La Paz, zona 12 de octubre (La Caja) que son las más grandes y otros puntos barriales.
	Todos los Santos		La ciudadanía altaña no es indiferente a estas tradiciones y creencias que se las vive en el cementerio de Villa Ingenio, cementerio Tarapacá y el cementerio de Mercedes.
	Año Nuevo Andino		La fiesta empieza el primero de noviembre preparan una mesa para recibir a los amigos con música de proquina y queso, el 2 de noviembre espían los cementerios llevando masitas, frutas, flores y comida preparada para el difunto.
			El 21 de junio de cada año concierne la celebración de la fiesta del Maíz Tapa a Año Nuevo Aymara, una conmemoración al calendario prehispánico de los pueblos originarios que en esta época inician un nuevo año en tiempos de invierno, la música característica de esta época es la de Sicuro y Queño queñas y se presentan juntamente con varias danzas autóctonas el 21 de junio haciendo su recorrido por la avenida Juan Pablo II hasta culminar en la zona 12 de octubre (La Caja).
		FIESTAS / FERIAS	
	Feria 16 de Julio		Los días jueves y domingos en gran parte de la zona 16 de Julio y Parroquia se realiza la famosa feria de la 16 de julio, la cual se caracteriza reunir a miles de vendedores y compradores por encontrarse en ella una gran variedad de productos desde los más esenciales hasta los más innovadores. La feria es bastante reconocida por su gran tamaño a nivel Sudamericano, se divide por sectores de acuerdo al producto de venta como son artefactos electrónicos, textiles, comidas, productos alimenticios variados, autos/motos y repuestos, ropa, juguetes, línea blanca, material de construcción, maquinaria comercial e industrial, entre otros.
	Feria de Ramos		La Feria de Ramos es tradicional de este Distrito se realiza en semana Santa, en el Domingo de Ramos con la participación de las comunidades agrarias circundantes a la urbe altaña y habitantes de la ciudad de El Alto, donde se puede observar ganados, artículos, artesanías y toda la producción del altiplano, además se realizan fuegos. A esta feria asisten visitantes no solo del municipio sino también de otros municipios hasta de países hermanos.
	Festival del Sol		Festival de Música Clásica que reúne diferentes municipios de La Paz donde se presentan una variedad de orquestas, hace integrando obras clásicas de arte musical se presenta en iglesias de importancia de carácter colonial. Se lleva a cabo entre los meses de septiembre y octubre aproximadamente.
	Festival de la Cueca		La cueca es una danza de pareja que se ha consolidado con el transcurso de los años, como un baile popular está presente en todo el noroeste andino y se ha situado de las preferencias musicales orales de las diferentes regiones de donde se baila. En este Festival se puede observar el trabajo de reconocidos instituciones en el campo de la danza que a lo largo de varios años, han logrado generar un espacio las diferentes voces que caracterizan a la cueca, en aproximadamente 4 días del mes de junio.





NOMBRE	DESCRIPCIÓN
--------	-------------

FIESTAS / FERIAS

<p>Entrada Folklórica de Villa Dolores (Sr. de la Exaltación)</p>	<p>Una de las fiestas principales de El Alto, en devoción al Sr. de la Exaltación se realiza desde la plaza central de la ciudad de El Alto (Plaza Juan Acurio de Padilla) continua por la avenida Klotzberg y culmina en la plaza del Obelisco. Entrada folklórica en la Av. Antologías de la zona Villa Dolores, el 14 y 15 de septiembre de cada año, fecha que puede ser recordada a la semana más próxima donde se puede observar más de 20 conjuntos folklóricos como ser caporales, inkus, lobas, morenadas, sul sikur, lamerada, negras, etc.</p>
<p>Entrada Folklórica 12 de Octubre (Virgen del Rosario)</p>	<p>Otra de las manifestaciones folklóricas de la ciudad de El Alto, se realiza en la misma fecha 12 de Octubre recordando la fundación de la zona, los residentes en su mayoría comerciantes, rinden su homenaje en las feriantes de bailarinas con distintos tipos de danzas.</p>
<p>Entrada Folklórica 16 de Julio (Virgen del Carmen)</p>	<p>Entrada folklórica en la zona 16 de julio, es la festividad más grande de la ciudad de el año, en la que participan más de 30 conjuntos en la cual se puede esperar una diversidad de danzas típicas como ser: queña queña, culavada, lamerada, morenada, caporales, negros, inkus y otros, con la participación de las asociaciones de la zona 16 de julio, matadero del año, sindicato de automóviles, etc. Y es considerado como patrimonio cultural más importante de la región junto a la de Villa Dolores.</p>
<p>Feria Mercado Av. Tiahuanaku</p>	<p>La feria de la Avenida Tiahuanaku se organiza todos los años, los mismos productores van diversificándose lo que permite que se encuentren ofertas para todo tipo de consumidor, ello invita a muchas personas a asistir a este tipo de ferias. Además de observar negros y las gajetas de los productos ofrecidos convertidos en todo un arte por las amas de casa y las vendedoras.</p>

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
--------	-------------

TURISMO RURAL

<p>Comunidad Miluni</p>	<p>Miluni se encuentra a 4700 metros sobre el nivel del mar y se encuentra ubicado en el trayecto hacia Chucabays - Huayra - Potosí. Esta población tiene una laguna artificial que baja de las montañas del lugar. En la trunca camino a Zongo quedan restos de una mina abandonada conocida como "La Mina Miluni" de ahí el nombre de la comunidad, sus pobladores son familias de mineros que ahora se dedican a otras actividades como es la cría de llamas y ovejas. Distancia aproximada de 30 Km de la ciudad de El Alto.</p>
<p>Comunidad Amachuma Marka de (Kaqui)</p>	<p>Esta comunidad es una de las más auténticas del municipio en cuanto a esta actividad agropecuaria se refiere ya que la mayor parte de la comunidad se dedica a la producción de leche, ganadería y agricultura. Por otro lado le gusta producir, conservar y preservar mejor su cultura, en cuanto a sus costumbres ayemras. Este atractivo es importante.</p>



Deportes de Aventura



NOMBRE	DESCRIPCIÓN
CICLISMO	
Miluni - Nevado Huayna Potosí	El ciclismo, deporte emocionante y mucho más si se trata de ver el paisaje alpinado de Miluni en su conjunto hasta llegar al nevado Huayna Potosí, haciendo su recorrido por la carretera principal y la se desea bajar hasta las junglas tropicales de Zongo.
Valle de Kaque Marka	El ciclismo que se realiza en el valle de Kaque Marka es más aventurero pues el recorrido es en su mayoría de bajada por cima atropiana hasta el valle Andino.



ANDINISMO	
Nevado Huayna Potosí	El andinismo es una de las actividades más realizadas por los visitantes extranjeros, guiados por nacionales, esta actividad tiene diferentes tramos y recorridos, se les puede realizar desde un día a tres días e incluso más. Turismo de Simas.



TURISMO DE MINAS	
Mina Miluni	En este ex centro minero, se encuentran varios tipos de construcción en diferentes estados, desde ruinas y otros, en los cuales se pueden apreciar con facilidad. Representa un importante potencial como oferta turística del municipio ya que posee un importante legado monumental.



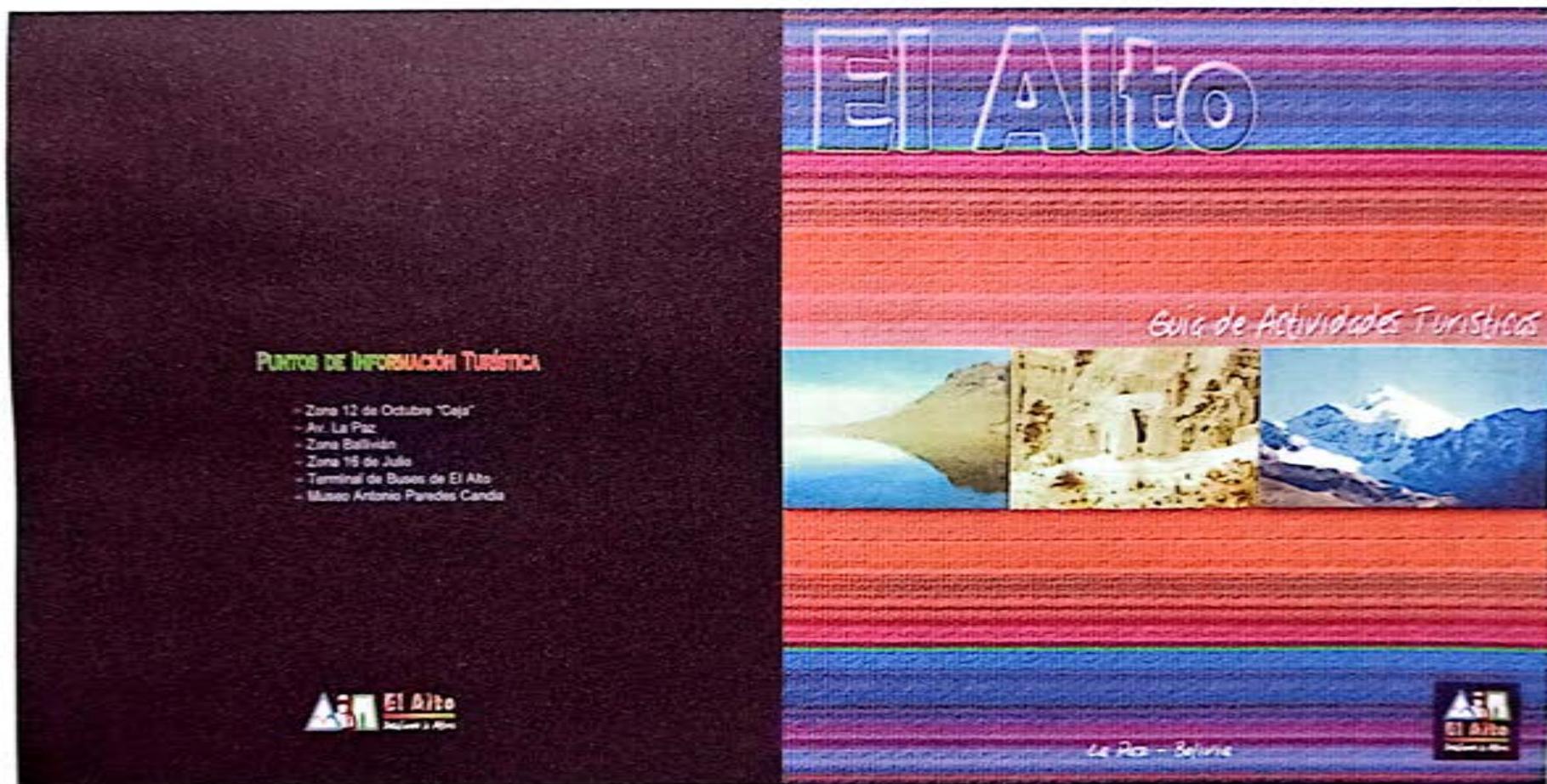
Deportes de Aventura

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
TREKKING	
Nevado Huayna Potosí	En el nevado Huayna Potosí y en sus alrededores se pueden realizar caminatas extensas y cortas, se pueden apreciar senderos los cuales conducen al lago glaciar blanco, a los campamentos base, a lugares espectaculares donde se puede observar a pumas, jaguares, mariposas.
Valle de Kaque Marka	El valle de Kaque Marka presenta vistas hermosas, formaciones muy similares al valle de Uru y a la vez distintas por su vegetación y sus estructuras arqueológicas. Se tienen vistas impresionantes desde que se va descendiendo por senderos hacia el valle observando la fauna y formaciones.
Cercanías de Miluni	Cerca de lo que es el ex campamento minero de Miluni, la comunidad y el cementerio están rodeados aparte de la carretera principal que conduce al nevado Huayna Potosí, durante el transcurso de la carretera se observan en su totalidad el paisaje para el paso de todos estos hermosos lugares y se va apreciando nuevas perspectivas de la ciudad de El Alto, veredas y parajes. Parapente.



PARAPENTE	
Valle de Kaque Marka	En el valle de Kaque Marka se puede realizar vuelos en parapente, actividad bastante hermosa, ya que este valle tiene lugares extraordinariamente altos, en todo el contorno del valle.





5.2.3.1.7. Guía Folklórica de El Alto

Este material permitirá tener a mano toda la agenda festiva que se puede apreciar en este cultural y folklórico lugar como lo es El Alto.

Su diseño presentará el uso de imágenes tradicionales de danzas y una breve información, la misma será distribuida en Entidades Privadas y Públicas además de Puntos de Información.

Sus dimensiones son: 13 x 17 cm.

Hojas internas : 8 hojas.





Noviembre 1 y 2 (Fecha Fija)

Todos Santos

Todo Santos es un acontecimiento festivo que abarca todo el territorio boliviano. Su esencia está marcada por la cita anual con los *ajayu* o las almas de nuestros difuntos, para quienes las familias preparan un buen recibimiento con una variedad de masas como las *tantawawas*, *biscochuelos*, *escaleras*, *aguilas*, así como alimentos y bebidas preferidas en vida por los difuntos.

Este modo de celebrar la fiesta de los muertos ha sufrido transformaciones culturales con el correr del tiempo sin embargo la esencia de la cosmovisión aymará aún continúa con la esperanza de las almas. Para esta cultura la muerte es asumida como un fenómeno natural que forma parte de la existencia humana, se denomina *jaq samaña* o el descanso de la persona. La tradición señala que las almas llegan todos los años cada 1° de noviembre a las 12 en punto y se van de este mundo al día siguiente a la misma hora. Muchas veces vienen encarnados en moscas u otros insectos que se posan y vuelan encima de los alimentos del altar.

Este día la puerta debe permanecer abierta y velar toda la noche. Las familias se reúnen alrededor de la mesa de ofrenda donde comen, beben, aculican (*mascan coca*), fuman y rezan. Durante la vigilia los mayores cuentan sobre las aventuras que pasó el difunto cuando estaba vivo de rato en rato se sirven comidas y bebidas diciendo: *aima puracapanux sinifasufani* (nos serviremos al gusto del *ajayu*).

La ciudadanía afeña no es indiferente a estas tradiciones, la fiesta de todos los santos es parte de nuestra identidad aymará, llamativa por su singularidad, donde se asimilan estas tradiciones y creencias que se la vive en los Cementerios de Villa Ingenio, Tarapacá y el Cementerio de Mercedario.

Contenido

Presentación	2
Enero 24 Alasitas	3
Febrero Carnaval	4
Marzo 6 Fundación de la Ciudad de El Alto	5
Junio 21 Año Nuevo Andino	6
Julio 16 Entrada Folklórica de la Virgen del Carmen	7
Septiembre 14 Entrada Folklórica de Villa Dolores	10
Noviembre Entrada Folklórica Universitaria - UPEA	13
Noviembre 1 y 2 Todos Santos	16



Presentación

La Sigüiente Guía de Festividades pone a su disposición y alcance un flujo mágico de expresiones, sentimientos, rituales, alegría, color, fiesta y tradiciones que se llevan a cabo en este joven municipio de El Alto a lo largo del año nuestro municipio te abre las puertas y te invita a deslizarte por la pendiente anímica de una intensa cascada de emociones.

El Alto ejerce una fuerza cultural arraigada en sus ancestros que resuenan como ecos hasta estos tiempos, manifestados en sus bailes y celebraciones, en honor a sus expresiones religiosas y andinas.

El visitante al llegar a El Alto, se encantará y envolverá en sus innumerables atractivos, el desafío a la altura te invita a contemplar una tierra de gigantes de capa blanca considerados como protectores.

Participa con nosotros del ritual y la fiesta celebrada cada año puesta a tu disposición.

Sean bienvenidos a este desafío
con altura- El Alto

Llamerada

La Llamerada, es otra manifestación de la riqueza folklórica. Relacionada a las actividades de la agropecuaria, en especial la cría de la llama, el baile rememora también la domesticación de los primeros camélidos de la zona andina (guanacos, alpacas y vicuñas). Los danzantes llevan en la cabeza una representación de las antiguas monteras de cuatro puntas usadas por diferentes grupos étnicos desde tiempos prehispánicos.

Los danzantes visten las tradicionales monteras y ponchos de llameros, una máscara estucada con los labios fruncidos en actitud de silbar, en la mano llevan la q'urawa u honda, pantalón y polainas con abarcas (sandalias). Las mujeres lucen elegantes blusas bordadas, cargan un aguayo y bolsas con monedas de plata, completa su indumentaria la pollera hasta la rodilla y abarcas.



15

Kullawada

La kullawada es una danza relacionada con la actividad textil, desarrollada en todos los grupos étnicos aymaras del altiplano boliviano. Los bailarines mujeres y varones, llevan como símbolo una rueca de madera en las manos.

La danza es dirigida por el Wilaphun o guía, quien porta una rueca gigante con la que dirige los movimientos de la tropa de bailarines, es el único personaje del grupo que lleva una máscara con una nariz enorme y dos rostros laterales.

Particularmente solteros en expresa en el baile de la pareja.

conformado por jóvenes preparativos matrimoniales, la elegancia y el coqueteo de



Enero 24

Alasitas

La feria de la Alasita, que se realiza cada año es una fiesta dedicada al mito de la deidad del Ekeko "Dios de la Abundancia", quien con su figura robusta, pequeña y repleta de productos, representa la abundancia y riqueza material.

Es celebrada cada 24 de Enero, la palabra Alasita es una derivación de la palabra aymara "alasitas" que significa "comprame pues".

La Alasita es una feria donde los artesanos ofrecen una gran diversidad de productos en miniatura, objetos artísticos y comidas tradicionales, que expresan todo lo que se puede desear.

La feria de la Alasita se desarrolla en previos de la Av. La Paz creciendo significativamente cada año, conformada por diversos expositores que se asientan a partir de las 12:00 de ese día vendiendo miniaturas y billetes.

Es tradicional que la población se vuelva masivamente con gran fervor a las calles y avenida de la ciudad de El Alto a comprar todos los objetos en miniatura que se desea tener como por ejemplo una vivienda, un novio o novia, conducir estudios universitarios, adquirir un vehículo, viveres, visas de viaje, ganado, negocios, dinero (dólares, bolivianos y Euros), material de construcción y todo lo que conduce hacia el ansiado ascenso social.

Este especial espectáculo se halla adornado por la simbiosa religiosa y cultural de la cosmovisión aymara y la presencia religiosa católica representadas en bendiciones y challas de todos los productos adquiridos para que en el transcurso del año se realicen. Alasita se estableció en el año 1781 en la presidencia de Sebastián Segurota.





Noviembre 10 (Fecha Movable) Entrada folklórica Universitaria-UPEA

En el mes de noviembre de estos cuatro últimos años se vienen realizando la Entrada Folklórica Universitaria, organizada por los universitarios de distintas cámaras de la Universidad pública de El Alto (UPEA), la misma recorre casi toda la avenida Juan Pablo II iniciándose en previos de la avenida Sucre.

La Entrada Universitaria de El Alto se instaura a partir del año 2004. Los estudiantes participantes se organizan en grupos de danzas autóctonas y folklóricas, su preparación inicia dos meses antes del evento.

En algunos casos se tienen grupos invitados de provincias o universidades amigas, toda esta participación se convierte en una fiesta colorida y llena de alegría juvenil que busca celebrar la institucionalidad autonómica universitaria y sobre todo revalorizar y promover el patrimonio cultural de El Alto presentando coreografías, ritmos y vestimentas tradicionales que muestra la identidad cultural, mestiza y aymará. Entre las danzas más representativas se puede citar a Inkus, potolós, calcheños, moseñadas, morenadas, kullaguadas, caporales, chacareras, etc.

Febrero 1º, 2º, 3º semana (Fecha Movable)

CARNIVAL

CARNIVAL

El Carnaval es una fiesta que expresa diversas prácticas culturales mestizas que conjugaron con la cosmovisión andina y europea, celebrada por lo general entre las tres primeras semanas del mes de febrero iniciándose un domingo con el desentierro del Pepino "Anata", siguiendo el lunes con el Corso Infantil y culminando con el martes de Ch'alla.

Esta celebración se relaciona entre la naturaleza y el hombre con el ciclo agrícola y el tiempo del florecimiento de los productos de la tierra y así convirtiéndose esta celebración en un agradecimiento a la Pachamama o Madre Tierra por la nueva cosecha sobre todo en el área rural.

JISK'A ANATA Y FARANDULA CARNIVALERA

El término aymará Jisk'a Anata que traducido significa "pequeño juego o pequeño carnaval", se celebra con una entrada conformada de grupos autónomos representativos de provincias invitadas, delegaciones comerciales, productores, vendedores de mercados, asociaciones folklóricas, que ingresan disfrazados con peculiares disfraces, pero esta celebración tiene como máxima atracción al Chuta y Pepino tradicionales por excelencia.

El Pepino es una especie de Bufón que anima de forma peculiar con sus movimientos y travessuras el Chuta es un personaje mestizo que tiene como pareja a una choita e incluso a dos por lo que deriva a ser conocido como "choiero" es decir mujerego.

Esta entrada se lleva a cabo a lo largo de la avenida Juan Pablo II culminando en el distribuidor de la Ceja de El Alto.

CORSO INFANTE

Esta jornada convoca a muchos niños de todas las edades disfrazados de diversos personajes y con peculiares iniciativas acompañados de sus familiares, músicos que animan esta fiesta, concentrándose al inicio de la avenida Juan Pablo II.

MARTES DE CH'ALLA

En este día se acostumbra ofrendar a la madre tierra una ch'alla a los bienes materiales importantes como ser las viviendas y automóviles adornados con serpentinas y globos, banderines, confite, mudras, nueces y flores. En el área rural se acostumbra adorar las chacras, bailando y tocando música autóctona alrededor de la siembra.





Waca Tokhoris

Los Waca Tokhoris, danza que representa a los toros llegados a América después de la conquista. Los bailarines llevan en la cintura una reproducción del animal realizado en cuero seco. Las mujeres visten vanas polleras súper puestas (en muchos casos hasta 25) y una chuq'haña (manto de bayeta de la tierra que cubre la cabeza).

El Kusillo es un personaje bullicioso y satírico infaltable en la danza de las wacas, que al ritmo de saltos acrobáticos acompaña a los integrantes de este baile. Se caracteriza por su disfraz con rasgos de mono o mico hecho de bayeta, viste un levitón (faldón largo) haciendo una combinación de gris y pantalón blanco o negro, lleva una máscara que cubre toda la cabeza, con cuernos flexibles hacia arriba.

Otra de las figuras de esta danza es el matador que parodia a los toreros españoles. Por otro lado están las lecheras y los kaisiflos (personas que llevan un estandarte de plumas multicolores).



12

Marzo 6

(Fecha Fija)

Fundación de la Ciudad de El Alto

La ciudad de El Alto es considerada como la más alta del mundo, ubicada a más de 4.100 m.s.n.m., custodiada por el Nevado Huayna Potosí y el Chacaltaya. Su clima es de áreas geográficas de puna con un promedio variable de 0° a 15° Centígrados. Presenta una topografía de grandes planicies. Existe una gran corriente migratoria centrada en el municipio, identificando sobre todo una marcada influencia cultural aymara.

El 6 de Marzo se recuerda y se celebra el aniversario de la fundación de esta joven ciudad que es centro de la industria nacional. Entre los años 1950 y 1980 la ciudad de La Paz creció hasta el límite de su capacidad geográfica en lo que se denomina "Valle Chuquiago" y comenzó a extenderse en la planicie altiplánica que se extendía a partir de la Ceja de El Alto, en el año 1985 Luis Vásquez Villamar acompañado por un grupo de parlamentarios y el presidente del congreso en ese entonces Julio Garret propusieron y aprobaron en las dos cámaras legislativas la creación de una ciudad jurídicamente separada y distinta a La Paz, la cual llevaría el nombre de El Alto.

El Gobierno Municipal de El Alto, organiza una serie de actividades protocolares congregadas en desfiles escolares, sociales, gremiales y militares.

Los desfiles escolares se realizan en cada distrito mientras que los desfiles cívicos militares se realizan a lo largo de la avenida 6 de Marzo donde uno aprecia el fervor de cada institución castrense al igual que de las distintas autoridades locales y nacionales y las distintas organizaciones que llevan con orgullo la bandera de El Alto juntamente con la enseña patria de Bolivia.



5

Junio 21

(Fecha Fija)

Año Nuevo Aymara



Cada 21 de junio, se celebra el año nuevo aymara concentrada sobre todo en el centro arqueológico de Tihuanacu donde se conmemora el calendario prehispánico de los pueblos aymaras.

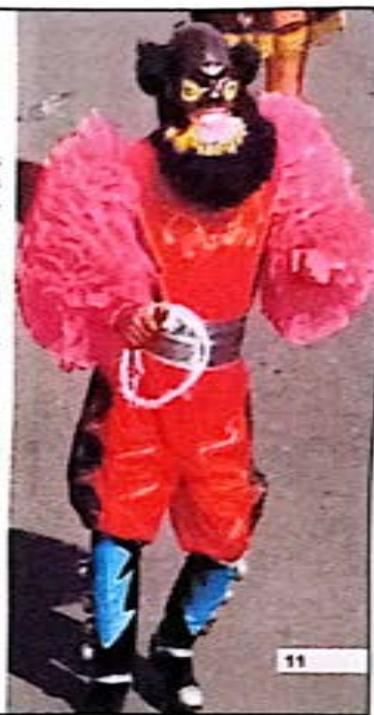
Esta celebración aymara tan tradicional se realiza en el tiempo de invierno conocido también como Juyhipacha, este día es considerado como el primer día del año aymara y el más corto.

El gobierno municipal de El Alto organiza y conmemora esta fecha con celebraciones paralelas situadas en diferentes escenarios como ser miradores y plazas, estas prácticas culturales y radian a El Alto a través de migrantes aymaras urbanizados y mestizos que celebran la fiesta del AÑO NUEVO AYMARA con ceremonias y rituales, mesas, baile, ritos, conciertos de música y entradas de danzas autóctonas que se llevan a cabo en la avenida Juan Pablo II.

Caporales

La danza de los caporales está inspirada en los capataces negros, denominados "caporales" que controlaban a los esclavos de su propia raza en las haciendas coloniales productoras de coca.

Los bailarines van vestidos con trajes coloridos y brillantes, pantalones bordados de varios colores y botas con cascabeles, llevan un látigo y un silbato en la mano. Al son de un ritmo ágil basado en la música de los negritos realizan pasos acrobáticos elegantes y coquetos. Las mujeres lucen polleras cortas y blusas bordadas en un derroche de sensualidad.



11



Septiembre 14 (Fecha Fija) Entrada folklórica de Villa Dolores

La mayor expresión de la cultura es sin duda el folclore Boliviano, que entre mezclado con el colondo, alegría, fiesta y baile luce su máxima expresión.

La festividad celebrada el 14 de Septiembre conmemora la devoción al señor de Exaltación, en la misma participan distintas danzas, morenos, kullaguada, jalkas, caporales, tinkus entre otras danzas. Esta celebración se recorre a la semana más próxima a su fecha de celebración.



Julio 16 (Fecha Fija) Entradas folklóricas de la Virgen del Carmen

Las fiestas de la Virgen del Carmen, son manifestaciones culturales importantes que expresan la identidad cultural de El Alto ambas fiestas son en conmemoración y devoción a la Virgen del Carmen, celebradas los días 15 y 16 de Julio indistintamente, la primera entrada folclórica está organizada por devotos a la imagen del Carmen, representada por distintas fraternidades a los cuales se suman el colondo y la alegría de los bailarines, bajo la denominación de Entrada Folclórica.

En la segunda entrada se observa un poco más de conjuntos folclóricos entre mezcladas con danzas mestizas y autóctonas que hacen gala de su herencia cultural, como lo es el pueblo aymara, conocida también como la Entrada Folclórica de la Virgen del Carmen zona 16 de julio, la cual agrupa a comerciantes, asociaciones y organizaciones de esta zona.

Este majestuoso despliegue de diversidad es solo una pequeña muestra de unidad, riqueza y progreso constituyéndose en las principales entradas de la joven ciudad de El Alto.





Los Chunchus

Desde la época precolonial, se los denominó chunchus a los indígenas que vivían en Larecaja, Camacho, Muñecas y Caupolicán del departamento de La Paz; desaparecidos estos, solo quedó su representación en bailes y danzas de carácter ritual.

Hoy en día el traje ha sido sustituido por plumas con rayas de terciopelo cortas de varios colores, bordados con hilos de oro, plata y recargados de lentejuelas. En lugar se sombreros de plumas, lleva oro de cartón y hojas de lata, cubiertos de cintas y algunas plumas pequeñas.

La camiseta tiene una pechera bordada además de una máscara con rostros de guerreros. Llevan en los pies alforjas con campanillas. ejecutan la danza de carácter marcial por momentos gritando y saltando y dando golpes entre sus armas.

La Morenada

Catalogada como una de las danzas pesadas de mayor tradición la morenada tiene un origen aymara fruto de la ritualización en el sector circunlacustre del lago Titicaca.

Una de sus características son los trajes y el lento acompasar de la coreografía. Llama la atención por lo ostentoso del diseño y la confección de la capa y la máscara en los varones, las mantas y las polleras en las mujeres. La presencia de las cholitas es un componente importante que desfila con orgullo y gallardía junto a la tropa de morenos que avanza al ritmo de la matraca (instrumento musical idiófono de mano) guados por el achachi galán.



5.2.3.1.8. Presupuesto del Material de Apoyo Impreso

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	
		Bs.	\$us
Diseño del material:			
Contrato con el diseñador grafico por un mes		1500	203
Impresión del material:			
Poster (40*60cm, papel couche, full color)	500 und.	750	102
Biptico (22*27 cm., papel couche, full color, anverso y reverso)	500 und.	300	41
Guía turística general (10*15 cm plegable 30*50 cm. desplegado, full color, papel couche, anverso y reverso)	500 und.	900	122
Guía folklórica(13*17 cm., full color,8 hojas internas, papel couche)	500 und.	1250	169
Mapa turístico (13*25 cm. plegado, papel couche, full color)	500 und.	1250	169
Guía de Actividades Turísticas (21*21 cm. full color, papel crushe,10 hojas internas)	500 und.	1250	169
Mini guía turística de bolsillo(32,5*22 cm. desplegado 5,5*6,5 cm plegado, full color, papel couche)	500 und.	500	68
Trípticos varios (28 * 19,5 cm.) (33*21,5 cm.) (15*45 cm.) (10*33 cm.) full color, papel couche, anverso y reverso)	2500 und.	400	54
TOTAL PRESUPUESTO		8100	1097

5.2.3.2. Material de Apoyo Audiovisual

Estas herramientas promocionales son cada vez más comunes en su uso, por su practicidad y fácil disposición, su efectividad como material promocional toma cada vez más apoyo en las distintas agencias de viaje, tour operadoras y porque no en entidades públicas.

Para la propuesta se tomará en cuenta el siguiente material audiovisual.

5.2.3.2.1. Banco de Imágenes

Se contará con un banco de imágenes en formato CD, puesto a disposición para todo visitante nacional y extranjero.

Gran parte de estas imágenes o fotos también formaran parte de la galería de fotos del Portal Web.

El objetivo principal del Banco de Imágenes es el de provocar y motivar al turista la necesidad de visitar el atractivo turístico que verá en las fotos.

El banco de imágenes contará con 250 exposiciones fotográficas de alta resolución cada una de ellas tendrá un código de manera apta para la impresión.

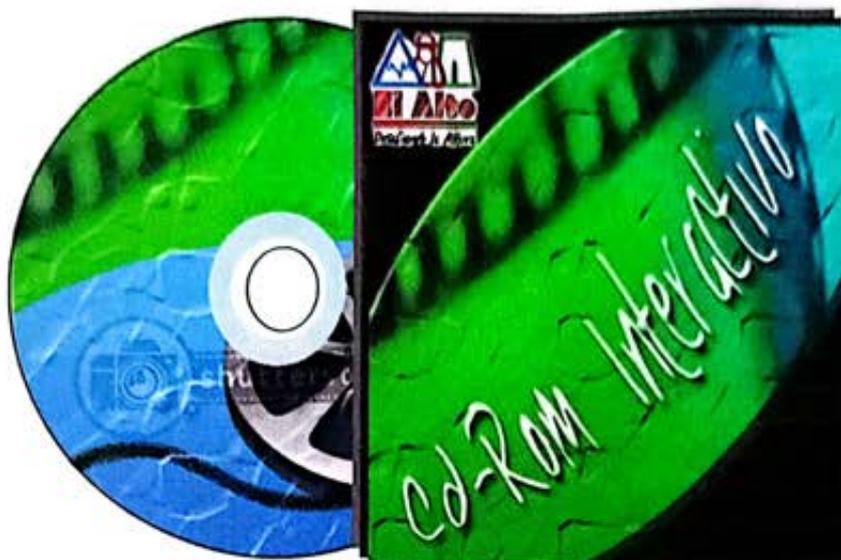
Las distintas fotografías estarán seleccionadas por categoría de inventariación, como ser sitios naturales, patrimonio urbano, acontecimientos programados y realizaciones técnicas y científicas. Además de ello se tendrá una selección varios lugares donde se observarán fotos del diario acontecer en el municipio de El Alto.



5.2.3.2.2. CD-ROM Interactivo

Este instrumento promocional contendrá toda la información turística de los atractivos y servicios turísticos en general, el mismo podrá exponerse en eventos turísticos en los cuales se participe y podrá ser distribuido en entidades importantes tales como Embajadas, Viceministerios, Prefectura de La Paz, unidades educativas fiscales y privadas.

El CD Interactivo tendrá una duración aproximada de 15 minutos.



5.2.3.2.3. Presupuesto del Material de Apoyo Audiovisual

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	
		Bs.	\$us
BANCO DE IMÁGENES			
Diseño e implantación del Banco de Imágenes con 300 exposiciones		400	54
Quemado del CD	100 unid.	800	108
Diseño de la Tapa del CD		100	14
Impresión Tapa CD	100 unid.	300	41
Tapa del CD	100 unid.	100	14
Subtotal		1700	231
CD INTERACTIVO			
Diseño del contenido del CD		480	65
Quemado del CD	100	800	108
Diseño de la Tapa del CD		100	14
Impresión Tapa CD	100	360	49
Subtotal		1740	236
TOTAL PRESUPUESTO		3440	467

5.2.3.3. Medios al Aire Libre

5.2.3.3.1. Carteles o Vallas

Con el objeto de reforzar todas las herramientas promocionales anteriores mencionadas, se propone ubicar vallas en puntos estratégicos, donde visualmente llame la atención, provocando un impacto visual y motivación de conocer al atractivo en sitio. Este instrumento estará dirigido a mercados emisores, receptivos e internos, considerando la ubicación estratégica del municipio de El Alto como distribuidor hacia otros espacios, permite mostrarse visualmente y motivar al turista a desplazarse a los atractivos turísticos de El Alto.

La ubicación de estas vallas se encontrará en la Ceja de El Alto, carreteras departamentales, interprovinciales, avenidas principales, peaje de la Autopista y el Aeropuerto Internacional de El Alto. Las dimensiones de estos instrumentos comprometen Vallas de 4 m de alto por 5 m de largo y 4 m de alto por 6 m de largo.





Aplicación de la Valla

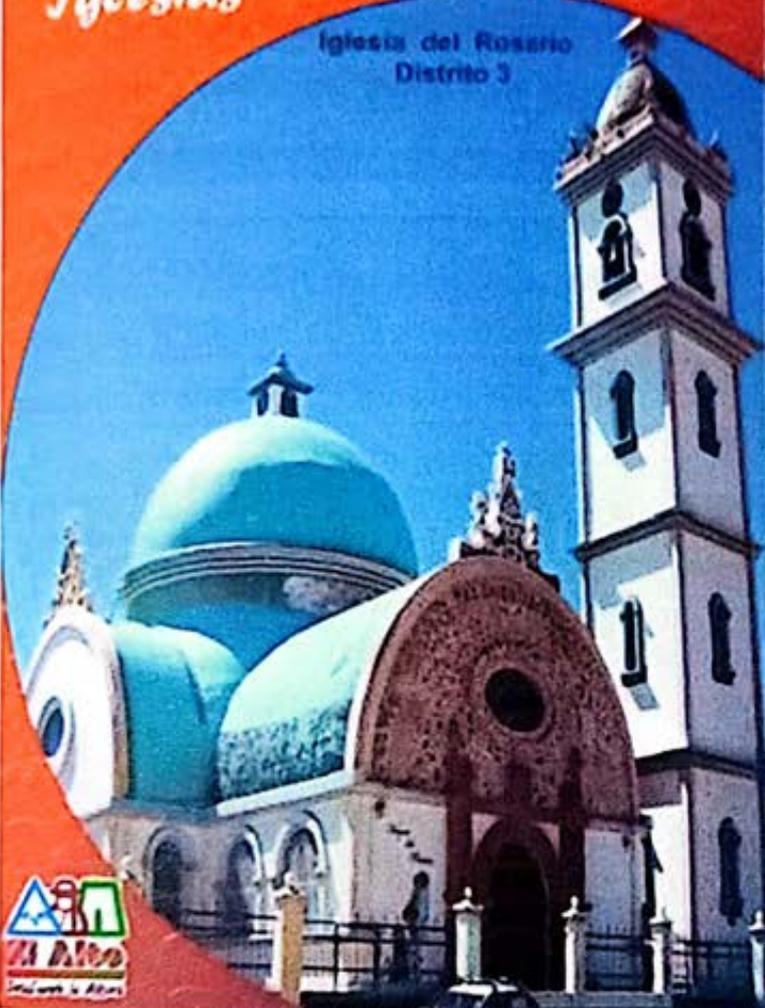
5.2.3.3.2. Banners

Los Banners podrán ser utilizados en eventos especiales como ferias turísticas o eventos donde se presente el Gobierno Municipal de El Alto, los mismos serán elaborados por una empresa de diseño gráfico, teniendo como instrumento principal el Banco de Imágenes donde se destacan los principales destinos turísticos de El Alto.

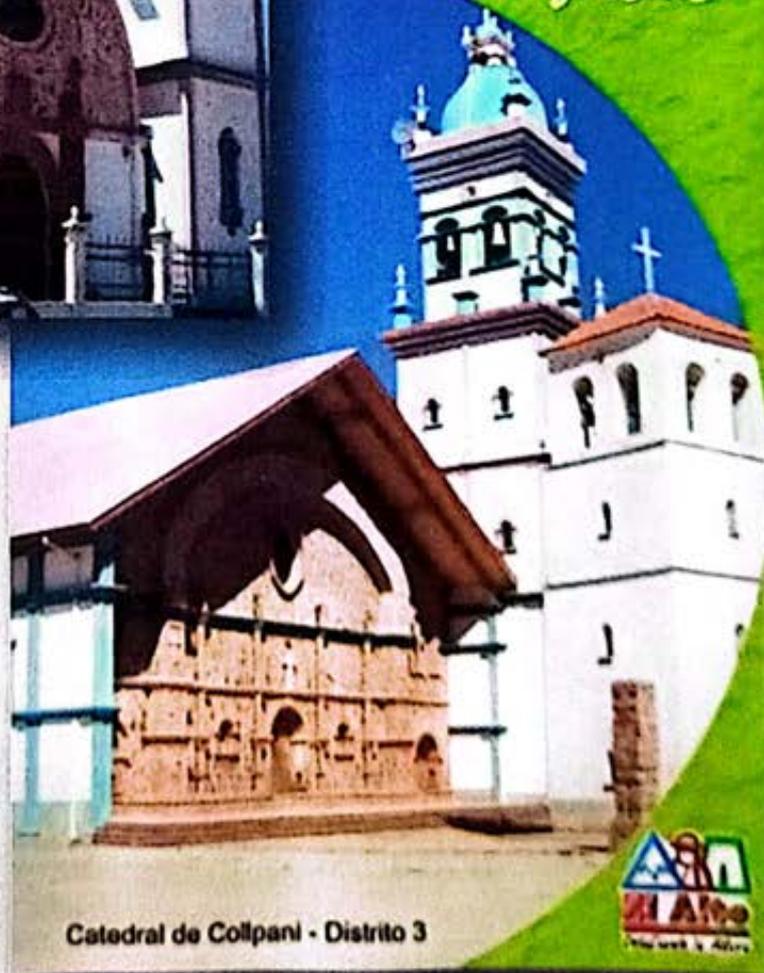


*El Alto; recorre nuestras
Iglesias*

Iglesia del Rosario
Distrito 3



*El Alto; recorre nuestras
Iglesias*

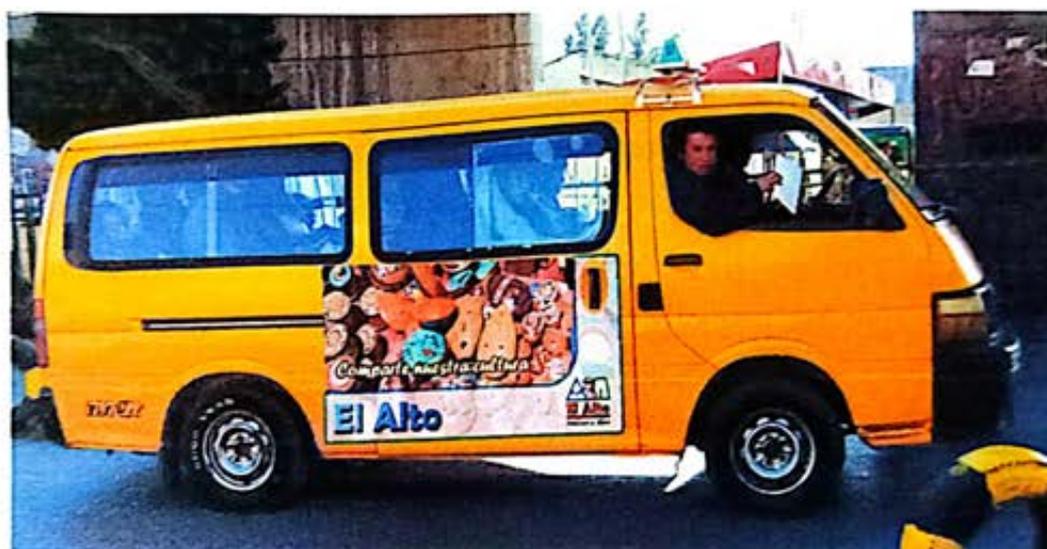


Catedral de Collpani - Distrito 3

5.2.3.3.3. Rotulación de Vehículos

Si bien es el medio más común que se observa en la urbe alteña son las rotulaciones a vehículos como ser: minibuses, buses, taxis, flotas, camiones y radio taxis. Muchos de los medios de transporte urbanos realizan sus rutas por principales avenidas, carreteras y principalmente vías como la autopista La Paz – El Alto y Aeropuerto.

Se empleará a estos móviles como medios de promoción para dar a conocer la Identidad Corporativa de El Alto, imágenes de varios atractivos turísticos con la principal finalidad socializar este posicionamiento que se pretende realizar con relación al mercado interno y extranjero que visita la urbe alteña.



5.2.3.3.4. Presupuesto de Medios al Aire Libre

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	
			Bs.	\$us.
Diseño gráfico e impresión				
Banner	1,5*1 metros	6	600	81
Vallas	4*6 metros	10	5000	676
Rotulación de Vehículos	1 metro * 50 cm.	200	12000	1621
TOTAL PRESUPUESTO			17600	2378

5.2.4. Establecer Canales de Difusión

Para brindar al turista nacional y extranjero una mejor Información actualizada y un mejor desenvolvimiento de actividades en el municipio de El Alto se propone establecer canales de difusión, mediante la identificación de lugares estratégicos para la ubicación de Puntos de Información Turística, además del Diseño de un Portal Web, al cual puedan acceder en cualquier momento.

5.2.4.1. Punto de Información Turística

Según la Organización Mundial de turismo (O.M.T.), los centros u oficinas de información turística resultan un elemento de gran importancia para las labores de información y promoción "in situ" del producto turístico, su principal misión es la de recibir a los turistas dándoles la bienvenida y proporcionándoles toda la información que necesiten poniendo a su disposición folletos, mapas, guías turísticos, información sobre eventos, actividades, alojamientos, medios de transporte, etc.

Este instrumento básico aumenta la competitividad del municipio a diferencia de otros, puesto que su presencia lo muestra como un municipio turístico.

El Punto de Información propuesto tendrá como finalidad el brindar información turística a los distintos visitantes, proporcionándoles material de apoyo impreso y audiovisual, además de ofrecerles distintos souvenirs incorporados con la Identidad Corporativa turística del municipio, tales como: poleras, gorras, posavasos, llaveros, porta Cd's, otros.

De acuerdo a los resultados obtenidos por la encuesta realizada para este proyecto, muestra que la existencia de solo un centro de información turística no es suficiente para dar a conocer los distintos atractivos con los que cuenta El

Alto, si bien la ubicación es estratégica, no es suficiente ni accesible desde otros lugares.

Viendo esta necesidad de innovar y renovar el actual servicio de información y no quedarse estático ante la inadecuada promoción de los recursos turísticos de El Alto, se propone identificar varios puntos de ingreso o de desplazamiento a otros municipios, con anterioridad se mencionaba que El Alto es conocida como un centro distribuidor es por ello que para la ubicación de los Puntos de Información se tomó en cuenta los lugares que presentan mayor concentración de turistas nacionales y extranjeros.

✧ Localizaciones:

La localización de los Puntos de Información estarán en lugares estratégicos de fácil acceso y tránsito más intenso. De esta manera se ha visto por conveniente ubicar los Puntos de Información Turística en:

- a. Ceja
- b. Av. La Paz
- c. Ballivián
- d. 16 de Julio
- e. Terminal de Buses
- f. Museo Antonio Paredes Candia

La conveniencia de contar con varios Puntos de Información Turística bien distribuidas permitirá al turista conducirse con un fácil reconocimiento hacia los distintos atractivos de El Alto.

✧ Descripción del ambiente

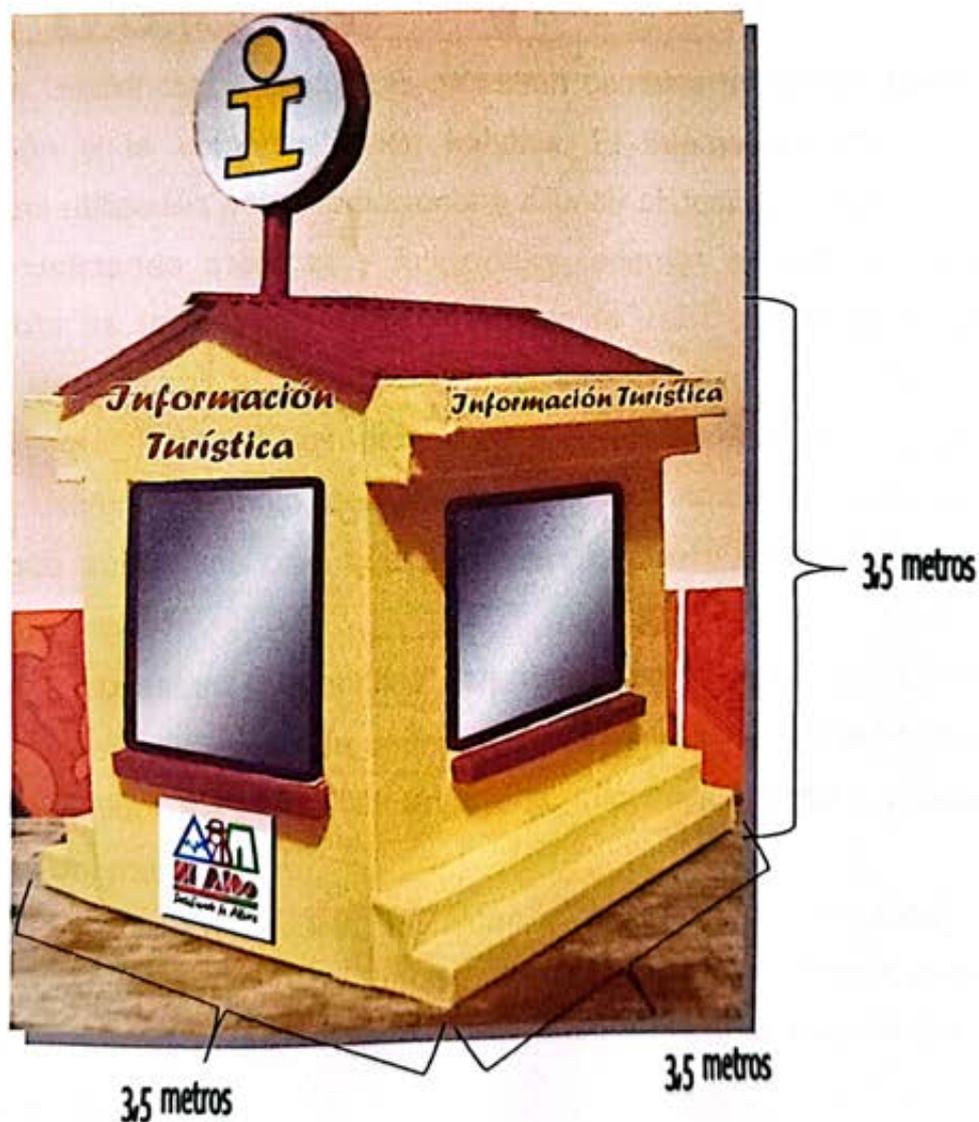
Si bien este punto compete a un trabajo arquitectónico, el proyecto detallará las características del diseño con el apoyo de un profesional en el área arquitectónica.

Con respecto al espacio y las dimensiones se ha considerado que las superficies de las mismas serán de 12m², disponible para brindar el servicio de información personal.

El Punto de Información Turística estará construida en base a: un diseño arquitectónico Tiawanacota y al mismo tiempo tendrá una forma de "I" latina la

cual simbolice "Información" en cuanto a los materiales estos serán de ladrillo y cemento en su estructura, calaminas y vidrio. Todo el equipamiento necesario para el funcionamiento como ser un escritorio, 1 silla giratoria, 1 equipo de computación e instalación, 1 estante pequeño tipo mostrador, 1 gaveta pequeña, material de escritorio y material de limpieza.

Este canal importante de relación directa con el visitante como es el Punto de Información Turística formará parte de las acciones de promoción y difusión dentro del municipio de El Alto. La misma dependerá del Gobierno Municipal de El Alto a través de la Dirección de Promoción Turística.



5.2.4.1.1. Presupuesto Punto de Información

DETALLE	COSTO	
	Bs.	\$us
CONSTRUCCIÓN	6120	827
INSTALACIÓN ELECTRICA	330	45,2
MANO DE OBRA	5592	754,5
EQUIPAMIENTO	7552	1020
TOTAL PRESUPUESTO	19594	2646,7

* Terreno o espacio a ocupar

Propiedad de la Honorable Alcaldía Municipal de El Alto no tiene precio establecido.

*Tipo de cambio fijado 7,40

5.2.4.2. Portal Web

Las nuevas tendencias tecnológicas muestran cambios trascendentales en la comunicación y la comercialización turística. El Internet es una de estas herramientas utilizadas para promocionar y difundir al destino turístico. Un sitio web con cualidades estéticas y funcionales, además de ser un elemento indispensable es un medio que moderniza y da valor a la imagen, genera confianza, demuestra respaldo y vigencia y por sobre todo una potente herramienta que optimiza los procesos de comunicación por su carácter interactivo, universal, remoto, económico, práctico e inmediato, estas razones son más que suficientes para que un municipio pueda mostrar las riquezas turísticas que posee.

En el portal web estará la Identidad corporativa del municipio de Al Alto, se utilizará la información recabada de los diferentes atractivos turísticos ubicados en diferentes links, una galería de Imágenes, Información general y actual de los servicios del municipio.

La página electrónica tendrá un alcance masivo tanto nacional como internacional. Este Portal Web propuesto tendrá toda la información necesaria sobre el turismo en El Alto siempre y a cualquier hora a disposición de la persona interesada.

Su diseño y elaboración serán de forma atractiva y de fácil manejo. En relación al diseño ésta contará con las siguientes características y diagramaciones de logos:

- Diseño de base de datos en Web (MySql, PHL)
- Elementos Multimedia (Gráficos, sonido video digital)
- Página Web escrita en Hyper Text Markup Lenguaje (HTML)
- Vínculos o punteros con direcciones de otras páginas Web para una conexión automática.
- La página estará en dos idiomas (Inglés/ Español)

El objetivo principal del Portal Web es dar a conocer al Municipio de El Alto y sus atractivos turísticos y así de esta manera motivar a visitarlo.

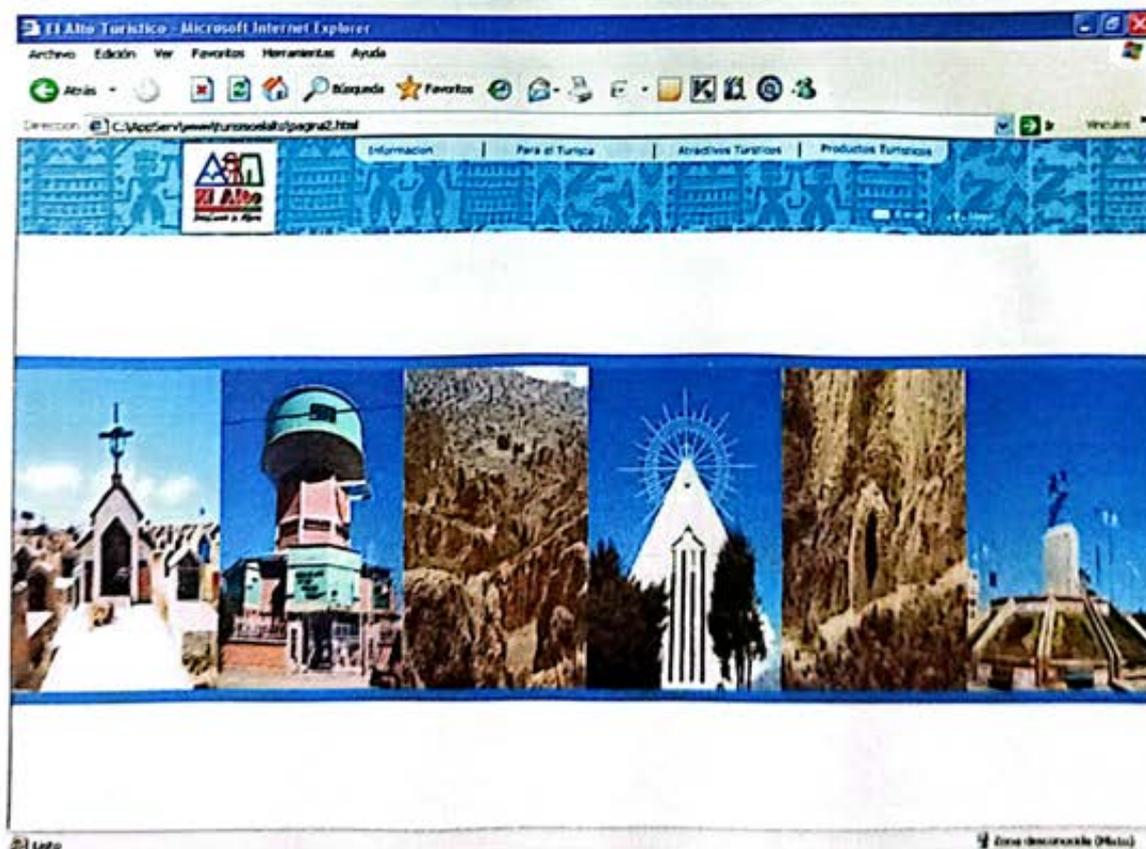
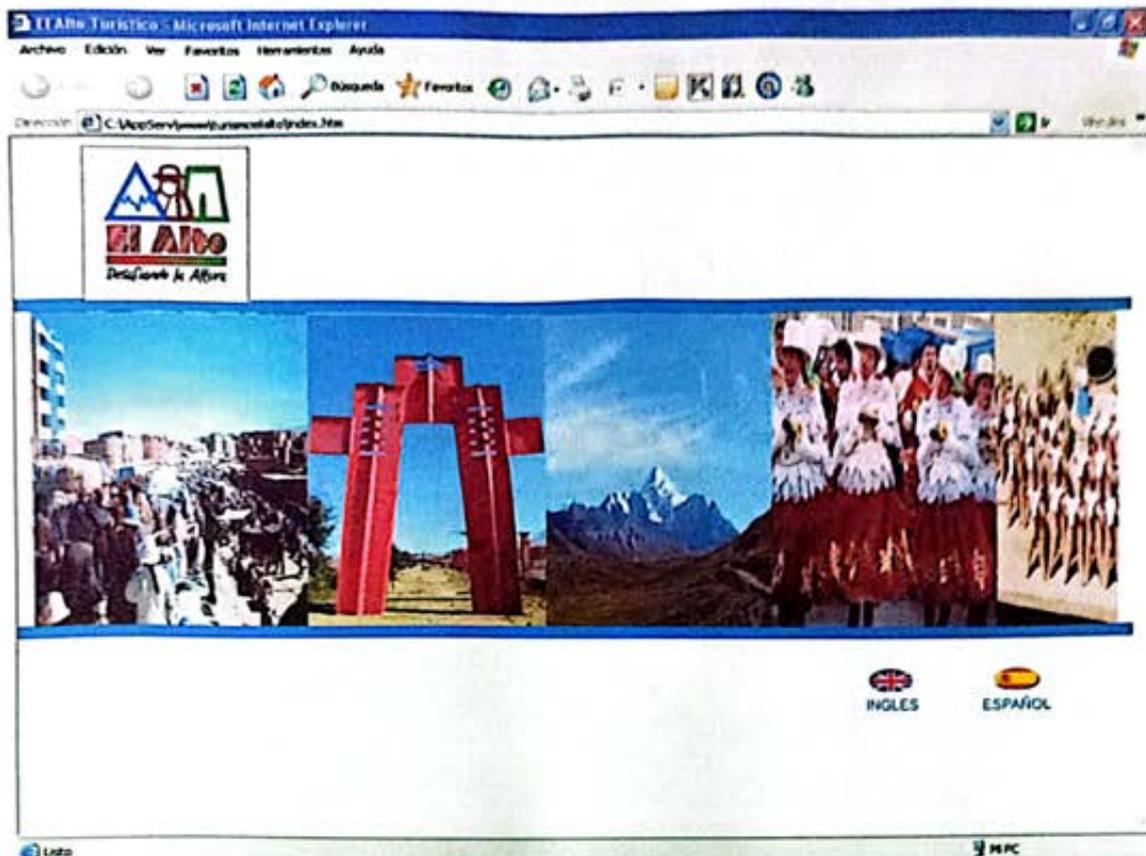
Esta página contará con 10 links:

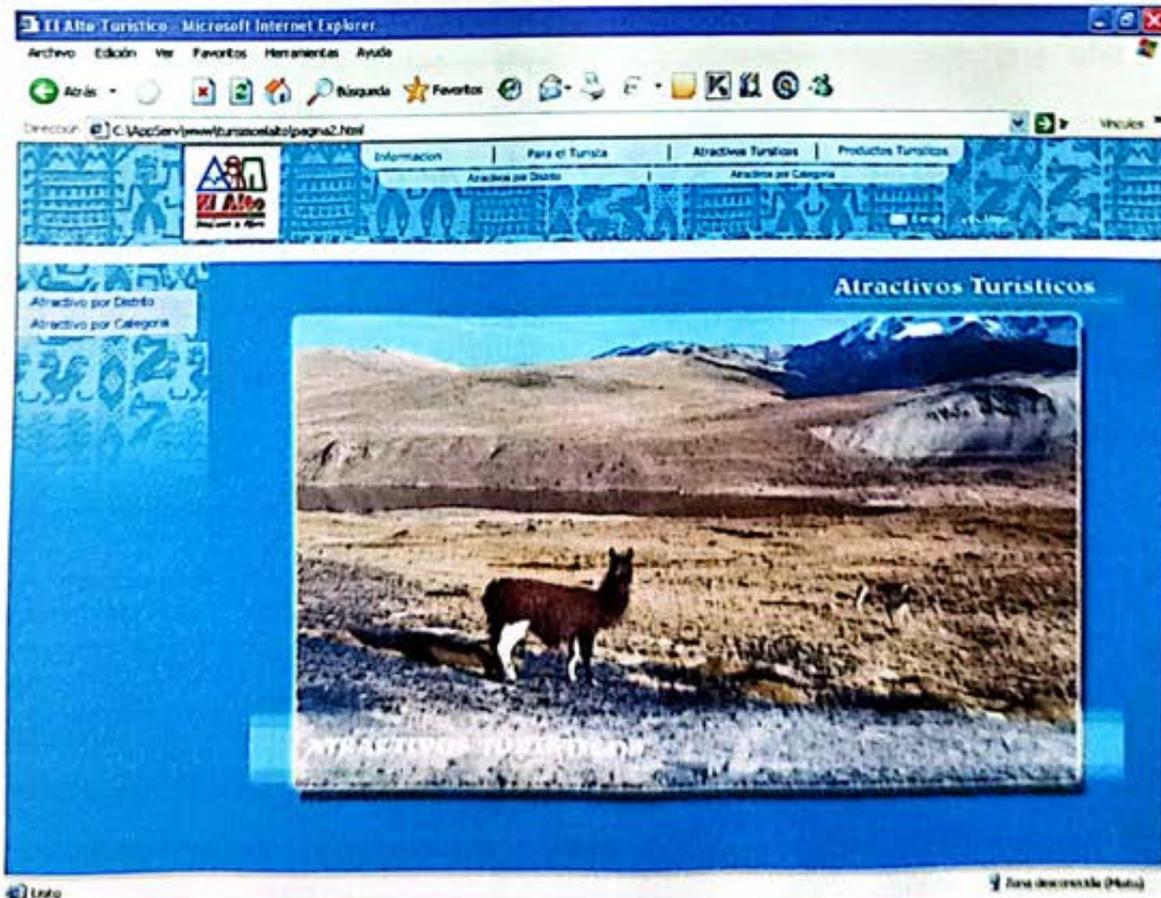
- Datos generales: (Acerca de El Alto, historia y cultura, otros)
- Información: (Visas y permanencia, datos importantes, distancias y transporte, clima, mapas)
- Atractivos: (Destinos turísticos, festividades, artesanía, gastronomía)
- Actividades: (Turismo de Aventura, de naturaleza, arqueológico, otros)
- Servicios: (Directorio hospedaje, empresas de turismo,)
- Souvenirs: (Galerías de fotos, envío de postales, wallpapers)
- Experiencias: (Sugerencias, comentarios o impresiones de los turistas)

La denominación del Portal Web será:

www.elaltoturistico.com

Como actividad importante se propondrá tener un link en el Portal Web turístico de la Prefectura de la Paz.





5.2.4.2.1. Presupuesto del Portal WEB

DETALLE	COSTO	
	Bs.	\$us
PORTAL WEB		
Diseñador de Páginas Web	600	81
Diseño de Base de datos en la Web	250	34
Compra de sitio en la Web	450	60
Cargado de Página Web	280	38
TOTAL PRESUPUESTO	1580	213

Para reforzar estas actividades promocionales se tomarán en cuenta los siguientes instrumentos:

5.2.5. Otros Instrumentos de Promoción.**5.2.5.1. Invitaciones a los representantes del sector turístico.**

Las invitaciones a los representantes de Agencias de Viaje, Tour Operadores y prensa especificada se conocen como viajes de familiarización y viajes de prensa, en el caso de las agencias de viaje existen algunas de ellas que operan el producto Huayna Potosí que representa actualmente una fuerza de venta activa, es por ello que con los viajes de familiarización significará abrir nuevas oportunidades de aumentar o mejorar los diversos productos que oferta el municipio de El Alto.

El generar apoyo por parte de estas empresas del sector turístico nos permite informar, motivar y provocar la acción inmediata en turistas potenciales. Estos tres instrumentos decisivos se llevaran a cabo de forma separada, en fechas de temporada baja turística, con un cupo limitado de representantes por institución invitada:

5.2.5.1.1. Fam Trips o Viajes de Familiarización

Este viaje de familiarización estará preparado para los representantes de Agencias de Viaje, Tour Operadores, Autoridades del Viceministerio de Turismo, Unidad de Turismo de la Prefectura de La Paz y representaciones Diplomáticas invitadas, toda la organización estará a cargo de la Dirección de Promoción Turística de El Alto con la principal finalidad de mostrar, conocer y ofrecer la Oferta Turística con la que cuenta este municipio de una forma adecuada y así atraer inversiones en este joven municipio.

La modalidad de las visitas será de reconocimiento, esto significa que solo durará un día y cada institución será representada por un solo integrante.

5.2.5.1.2. Press Trips o Viajes de Prensa

Al igual que los viajes de familiarización, este estará organizado por la Dirección de Promoción Turística de El Alto, la misma contará con medios de prensa especializados en turismo, con el principal objetivo de permitir a estos medios de prensa escrita y televisiva dar a conocer y presentar a El Alto con todos los atractivos turísticos que posee y las distintas actividades que se pueden realizar en la misma.

Los medios especializados que participarán serán los siguientes:

Programa "Viajero Tv Cultura" canal 7

Programa "La Brújula" canal 39

Revista "Escape" Periódico la Razón

Suplemento "La Prensa" y su Revista "Domingo"

Prensa Local:

El Alteño

El Diario

Canales Televisivos Invitados:

Canal 57

Canal 9

Canal 36

Canal 11

Canal 24

Canal 13

Canal 18

Canal 7

Canal 4

Canal 15

Canal 2

Canal 21

Canal 5

La modalidad de visita será de reconocimiento, lo que significa que será de un día y cada institución será representada por uno o dos integrantes.

Como complemento a esta actividad comunicacional y consolidando el objetivo que se pretende conseguir con el viaje de prensa se otorgará a todos los representante invitados un DOSSIER DE PRENSA el cual consistirá en una carpeta con material impreso y audiovisual el mismo será distribuido a todos los

invitados con la finalidad de sugerir siempre tener a la mano el material propuesto para así contar con una información actualizada y turística de El Alto.

5.2.5.2. Asistencias a Ferias o Eventos Turísticos

La organización y/o participación en ferias turísticas se constituye en aspectos de gran y vital importancia para la promoción de la oferta turística del municipio de El Alto, que mejor manera de incentivar e invitar a la empresa privada a realizar inversiones y paquetes turísticos dentro de la zona. Por otra parte también se llega de forma directa al turista potencial del mercado nacional y extranjero generando en ellos un concepto mucho más amplio de lo que realmente muestra El Alto turísticamente. Si bien este tipo de eventos o ferias turísticas reúne a un gran número de personas y empresas, el principal motivo para la asistencia a ellos es poder lograr alianzas estratégicas que permitan el desarrollo del turismo en este municipio y así de esta manera lograr la difusión y promoción de la nueva imagen con la que cuenta El Alto.

Ante estas razones se llevarán a cabo la organización y participación a ferias turísticas de acuerdo a calendario programado anualmente. En el caso de participación en ferias, es importante considerar la incursión en eventos turísticos locales, si bien existen ferias de carácter internacional estos son de muy alto costo para su participación, inicialmente se deberá participar en ferias a nivel nacional esto con la finalidad de posicionar una imagen del destino turístico interiormente sin dejar de lado la participación en eventos de gran magnitud que involucren darse a conocer en el exterior.

Entre las ferias nacionales de mayor relevancia se encuentran las siguientes:

Ferias Municipales (El Alto – La Paz)

Ferias Prefecturales (Prefectura)

Ferias Nacionales (Viceministerio de Turismo)

5.3. Presupuesto General

Nº	ACTIVIDADES	Bs.	\$us.
1	IDENTIDAD CORPORATIVA	1.200	162
2	MERCHANDISING	10.500	1.419
3	MATERIAL PROMOCIONAL DE APOYO	29.140	3.942
	MATERIAL DE APOYO IMPRESO	8.100	1.097
	MATERIAL DE APOYO AUDIOVISUAL	3.440	467
	PRESUPUESTO DE MEDIOS AL AIRE LIBRE	17.600	2.378
4	CANALES DE DIFUSIÓN	21.174	2.859,7
	PRESUPUESTO PUNTO DE INFORMACIÓN	19.594	2.646,7
	PAGINA WEB	1.580	213
TOTAL		62.014	8.382,7

* Se fijo el tipo de cambio del Dólar en: 7.40

5.3.1. Aporte y Financiamiento

El monto del proyecto a ser financiado alcanzará la suma de 62.014 en Bs. y 8.382,7 en \$us. Dólares el cual será financiado con el aporte del 40% es decir un 24.805,6 Bs. por parte de la Honorable Alcaldía Municipal de EL Alto a través de la Dirección de Promoción Turística, mientras que el restante 60% será financiado por la Cooperación Española con un monto de 37.208,4 Bs.

5.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Organización																																								
Contrato con el diseñador grafico para la Identidad Corporativa																																								
Reunión revisión de la Identidad Corporativa																																								
Compra de los productos para Merchandising																																								
Contrato con la empresa Serigráfica																																								
Contrato con el ttec. de informática para la Portal web																																								
Compra y cargado del sitio web																																								
Contrato con el diseñador gráfico para el diseño del material de apoyo impreso y audiovisual																																								
Cotizaciones de imprentas																																								
Reunión revisión de material de apoyo																																								
Impresión del material de apoyo																																								
Quemado de los materiales audiovisuales CD's interactivos, banco de imágenes																																								
Construcción e implementación de medios móviles (vallias)																																								
Contrato con un arquitecto para el diseño de los Puntos de Información																																								
Reunión revisión de los diseños																																								
Presentación de los planos y diseños de los Puntos de Información																																								
Coordinación para la realización del Fam Trips y el Press Trips																																								
Envío de invitaciones para representantes turísticos y medios de prensa																																								
Viajes de Familiarización																																								
Organización para la asistencia a Ferias o Eventos Turísticos																																								
Reunión informe final de las actividades																																								

CONCLUSIONES

A lo largo de la investigación y desarrollo del proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ Con el impulso del turismo se abrirá una nueva alternativa de desarrollo económico para el municipio.
- ✓ Se contribuirá a la comercialización de servicios y atractivos turísticos de la región.
- ✓ Se pudo constatar que la promoción turística realizada por las empresas tour operadoras no es suficiente para dar a conocer a los distintos atractivos que posee El Alto, estos esfuerzos no son suficientes para mejorar la promoción ni incrementar la demanda turística.
- ✓ La realización de promociones en el caso de las empresas solamente se dirige a la actividad del Andinismo sin tomar en cuenta otros recursos turísticos que posee El Alto.
- ✓ El montañismo es una de las actividades de mayor preferencia para el turismo receptivo pero con la oferta que se promocionará se dará mayor alternativa a los visitantes a realizar otras actividades turísticas y así alargar su permanencia en el área del municipio de El Alto.
- ✓ Se motivará a los visitantes a incrementar su tiempo de estadía y en consecuencia su gasto promedio.
- ✓ El municipio de El Alto pese a considerarse como una ciudad joven, desorganizada, insegura y conflictiva, presenta un gran crecimiento poblacional que cada vez más se expande a lo largo de su territorio municipal demostrando cada día más su potencial desarrollo en actividades económicas y una de ellas es el turismo. Si bien el Municipio de El Alto actualmente es inseguro al igual que otros, consideramos que con el desarrollo de éstas actividades promocionales propuestas se podrá propiciar un gran interés por parte de las autoridades municipales, empresas turísticas, población en general hacia la actividad turística y así

canalizar alianzas estratégicas posteriores, revirtiendo de ésta manera la situación actual.

En la actualidad la inseguridad se debe a que los visitantes en su gran mayoría realizan viajes de forma independiente (resultados que fueron obtenidos de las encuestas realizadas) al no contar con nuevas ofertas de las empresas turísticas. Lamentablemente dichas empresas no cuentan con las facilidades y el apoyo que deberían brindarles las autoridades competentes.

- ✓ El municipio de El Alto cuenta con las condiciones necesarias para ser considerada como destino turístico, proporcionando servicios de hospedaje, alimentación, transporte y equipamiento y lo más importante el contar con recursos turísticos de gran envergadura mismos que poseen características peculiares capaces de atraer a propios y extraños.
- ✓ Con una adecuada promoción turística El Alto logrará constituirse como un destino turístico prioritario del departamento de La Paz. Colocándose dentro del mercado turístico que cada vez es más competitivo. Al no contar con instrumentos de marketing necesarios, no se capta la atención de los turistas hacia los atractivos turísticos lo que impide una reacción positiva del turista.
- ✓ La promoción de los atractivos turísticos de la zona, impulsará a las empresas operadoras de turismo a llegar a esta zona para aprovechar estos recursos.
- ✓ En este marco se ha visto conveniente establecer el proyecto "Promoción turística de El Alto", basado fundamentalmente en la promoción y la información dotándole de material promocional y posicionándolo a través de una imagen corporativa turística que permita diferenciarlo e identificarlo de los demás destinos. La información se la dará a través de la implementación de las casetas de información turística en distintos puntos estratégicos.

- ✓ El proyecto se constituye en un aporte importante para el desarrollo del turismo a través de la promoción, viendo que este es un instrumento imprescindible para el desarrollo de la actividad turística en El Alto que ofrece diversidad de recursos naturales y culturales.
- ✓ Los beneficios que se lograran con la implementación del proyecto son: un desarrollo en la actividad turística, permitiendo así un incremento del flujo turístico hacia el destino y sus diferentes productos, desencadenando un beneficio económico y social para la población local, gracias a este efecto multiplicador se dará más exigencias y necesidades que habrán de satisfacer, generando así una mejora inmediata en los servicios y equipamientos del municipio, generando también empleos y una mejora en la calidad de vida de la población.
- ✓ La realización de la investigación de mercado permitió identificar que la demanda extranjera que presenta el municipio es muy escasa y esporádica.
- ✓ Se comprobó que los habitantes tienen interés en la implementación de actividades turísticas en la región, pero es necesario informar con mayor detalle sobre los beneficios y consecuencias del turismo.
- ✓ Las agencias de viaje no incluyen a otros atractivos del municipio de El Alto en sus ofertas turísticas, pero se mantiene la posibilidad de hacerlo en función a la información que se les pueda proporcionar.
- ✓ Se concluye además que los principales beneficiarios serán la población local, las empresas turísticas que apuesten al turismo en esta zona y los turistas quienes podrán conocer y disfrutar del producto turístico que ofrece El Alto.

RECOMENDACIONES

Para una mejor implementación de la propuesta se recomienda tomar en cuenta los siguientes puntos:

- ✓ Implementar las propuestas contenidas en el presente proyecto, a fin de incrementar el flujo de turistas a el Municipio de El Alto.
- ✓ Contar con una base de datos que permita registrar anualmente las llegadas de turistas que visitan El Alto y así establecer más aún el perfil del turista y de esta manera crear productos acordes a los diferentes segmentos de mercado que se identifiquen.
- ✓ Buscar apoyo económico en organismos de cooperación internacional para la ejecución de proyectos turísticos.
- ✓ Promover la realización de proyectos turísticos enmarcados en la sostenibilidad.
- ✓ Aprovechar los recursos naturales que posee el municipio de El Alto (valle de los Loros o Kaque Marka)
- ✓ Crear un comité de gestión turístico por distritos, el cual involucre la participación de la población a fin de formar alianzas estratégicas con empresas operadoras de turismo y así fortalecer más aun la actividad turística en El Alto.
- ✓ Los actores públicos y privados deben concertar la edición de material promocional de El Alto para incrementar el conocimiento y posicionamiento de la Identidad Corporativa.
- ✓ Capacitar recursos humanos en cuanto a la atención al cliente, calidad en servicios y formación de guías.
- ✓ La calidad de los servicios de alimentación, transporte y hospedaje deben mejorar paulatinamente para competir con otros mercados turísticos similares.

- ✓ Por otra parte con este proyecto se espera dar curso a nuevos proyectos que mejoren y permitan incrementar un mejor desarrollo a la actividad turística de esta joven ciudad del futuro como es también conocida.
- ✓ Es importante contar con suficiente información adecuada que invite a conocer los recursos turísticos más tradicionales promocionados. Para esto es necesario también tomar en cuenta las necesidades que tienen los visitantes, los cuales influirán en la decisión de promocionar y volver a visitar un determinado recurso.
- ✓ A partir de la integración de esfuerzos públicos, privados y comunitarios se puede lograr un beneficio conjunto que es el aprovechamiento de oportunidades y ventajas competitivas.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- 📖 ACERENZA, Miguel Ángel.
1996 *Promoción Turística*. México: Trillas.
- 📖 ARIAS, Dorys.
1997 *Fundamentos Básicos de Turismo (Compilación)*. La Paz, Bolivia: s.e.
- 📖 FERNANDEZ Fuster, Luis.
1988 *Introducción a la Teoría y Técnicas del Turismo Nacional*. España: Alianza Editorial.
- 📖 HERNANDEZ Sampieri, Roberto, Carlos FERNÁNDEZ Collado y BAPTISTA Lucio, Pilar.
2003 *Metodología de la Investigación*. México: McGraw - Hill
- 📖 KORIA Paz, Richard.
2007 *La Metodología de la Investigación desde la Práctica Didáctica*. Bolivia: La Razón.
- 📖 KOTLER, Philip.
1980 *Dirección de Mercadotecnia*. México: Prentice Hall
- 📖 KOTLER, Philip y Gary AMSTRONG.
1990 *Fundamentos de Marketing*. México: Prentice Hall
- 📖 LAMB, Charles, Joseph HAIR y Carl McDANIEL.
1998 *Marketing*. México: International Thompson Editores.
- 📖 MENDICOA Gloria Edel.
2003 *Sobre Tesis y Tesistas (Lecciones de Enseñanza-Aprendizaje)*. Buenos Aires, Argentina: Espacio Editorial.
- 📖 Mc. CARTHY, Jerome
2000 *Marketing un Enfoque Global*. México: McGraw – Hill.
- 📖 STANTON, William, Michael ETZEL y Bruce WALKER.
1994 *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw – Hill.

Instituciones Públicas

GOBIERNO MUNICIPAL DE EL ALTO.

2007 *Plan de Desarrollo Municipal 2007 - 2011*. El Alto, Bolivia.

2007 *Políticas y Estrategias de Turismo*. El Alto, Bolivia.

VICEMINISTERIO DE TURISMO.

2004 *Estadísticas de Turismo*. La Paz, Bolivia.

2005 *Manual de Gestión Turística a Nivel Local*. La Paz, Bolivia.

2006 *Plan Nacional de Turismo 2006 – 2011*. La Paz, Bolivia.

2008 *Compendio 1996 – 2007 Estadísticas de Turismo*. La Paz, Bolivia.

Páginas Web

BUSTAMANTE, Juan Rodrigo

2002 "Merchandising". Fecha de consulta: 08/11/2007

<<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/merchandising/merchandising.pdf>>

DIRECTORIO NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1997 "Reseña Histórica". Fecha de consulta: 25/02/2007.

<<http://www.ciudaddeelalto.org.bo/elalto.htm>>

EL MUNDO EN LINEA / SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN DE LA GUÍA DEL MUNDO.

1999 "Tendencias del turismo Mundial". Fecha de consulta: 05/03/2008.

<http://guiactual.guiadelmundo.org.uy/informes/informe_99.htm>

FORO POR EL TURISMO SOSTENIBLE

2007 "Turismo Mundial". Fecha de consulta: 21/05/2007.

<<http://www.turisos.net/notas/ene2907.html>>

GÓMEZ Cerda, José.

2006 "Crisis del Turismo Mundial". Fecha de consulta: 10/07/2007.

<<http://acmoti.com/crisis%20%20TURISMO%20MUNDIAL.htm>>

📖 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

2007 "Otro año récord para el Turismo Mundial". Fecha de consulta:
06/02/2007. <<http://www.unwto.org/newsroom/sp/featu>>

📖 RAMOS Andrade, Edgar.

2004 "El Alto_ Bolivia". Fecha de consulta: 18/06/2008.
<www.elalto.galeon.com>

ANEXOS

**ENTREVISTA A LA DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN
DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE EL ALTO**

1. ¿De qué manera promociona la Dirección de Turismo los destinos prioritarios del Municipio de El Alto, lo hace de manera conjunta o cada una de manera diferente?

R.
.....
.....
.....

2. ¿Con qué tipo de iniciativas cuenta el Municipio de El Alto en materia de Promoción?

R.
.....
.....
.....

3. ¿Qué acciones se han estado desarrollando actualmente después de los conflictos sociales sucedidos?

R.
.....
.....
.....

4. ¿Qué más puede ofrecer el Municipio de El Alto en cuanto a atractivos y servicios turísticos se refiere?

R.
.....
.....
.....
.....

ENCUESTA A TURISTAS EXTRANJEROS

I. IDENTIFICACIÓN

1. Edad (15-20) (21-25) (26-30) (31-35) (36-40) (41-50)
2. Sexo F M
3. Nacionalidad.....

II. CONDICIÓN DE VIAJE

4. ¿Cuánto tiempo permaneció en la ciudad de El Alto?
- a) 1 día
- b) 2 días
- c) 3 días
- d) Otros.....
5. Tipo de viaje
- a) Turismo organizado (Paquete) b) Viajero independiente
6. ¿Cómo viajó usted?
- a) Solo b) En familia c) En grupo
7. ¿Cuántos integran su grupo? (2-5) (6-10) (11-15)

III. MOTIVO DE VIAJE

8. ¿Cuál es la principal motivación de su viaje?
- a) Vacación
- b) Religión
- c) Negocio
- d) Visita a amigos
- e) Otros.....
9. ¿Le brindaron algún tipo de Información Turística acerca de El Alto?
- Sí No
10. ¿Conoce usted algún Atractivo turístico del Municipio de El Alto?
- a) Museos
- b) Entradas Folklóricas
- c) Miradores y Plazas
- d) Feria 16 de Julio
- e) Nevado Huayna Potosí
- f) Ninguno
- g) Valle Turístico
11. ¿Con qué tipo de información le gustaría contar para visitar este municipio?
- a) Mapas o Planos
- b) Folletos
- c) Revistas
- d) Artículos
- e) Guías escritas
- f) Cd's interactivos

- g) Página Web
- h) Posters
- i) Trípticos
- j) Calendarios festivos
- k) Todos

12. ¿Qué conoce usted en cuanto a promoción turística del Municipio de El Alto?
- a. Folletos
 - b. Guías escritas
 - c. CD's
 - d. Ninguno

13. ¿Cree usted que el Municipio de El Alto cuenta con suficientes Puntos de Información Turística?
- Sí No

14. ¿Cree usted importante incrementar más Puntos de Información Turística?
- Sí No

15. ¿Qué es lo que más le llamó la atención la Primera vez que visitó El Alto?
- a. La altura
 - b. El paisaje
 - c. Su gente
 - d. Comercio

16. ¿Cómo valoraría el trato de la población?
- a. Buena
 - b. Mala
 - c. Regular

17. Sugerencias

.....

Muchas Gracias!!!!

INTERVIEWS

I. IDENTIFICATION

1. Age (15-20) (21-25) (26-30) (31-35) (36-40) (41-50)
2. Sex F M
3. Nationality.....

II. CONDITION OF TRIP

4. ¿As much as time it remained in the city of El Alto?
 - a) 1 day
 - b) 2 days
 - c) 3 days
 - d) Others.....
5. Trip type
 - a) Organized tourism (Package)
 - b) Independent traveller
6. Did you travel? ...
 - a) Alone
 - b) In family
 - c) In group
7. ¿Do how many integrate their group? (2-5) (6-10) (11-15)

III. REASON OF TRIP

8. ¿Which is the main motivation of its trip?
 - a) Vacation
 - b) Religion
 - c) Business
 - d) It visits friends
 - e) Others.....
9. ¿Did they offer him information about the city of El Alto?
Yes No
10. ¿Do you know some Attractive tourist of the Municipality of El Alto?
 - a) Museums
 - b) Folkloric entrances
 - c) Observatories and Squares
 - d) Fair 16 de Julio
 - e) Snow covered Huayna Potosí
 - f) Tourist valley
 - g) Not any
11. ¿What type of information would you like to have to visit this municipality?
 - a) Maps or Plane
 - b) Pamphlets
 - c) Magazines
 - d) Articles

- a) Written guides
- b) Interactive Cd's
- c) Page Web
- d) Posters
- e) Brochures
- f) Festival calendars
- g) All

12. ¿What do you know as for tourist promotion of the Municipality of El Alto?

- a. Brochures
- b. Written guides
- c. CD's
- d. Not any

13. ¿ Do you think that the Municipality of El Alto has sufficient Points of Tourist Information?

- Yes No

14. ¿ Do you think important to increase more Points of Tourist Information?

- Yes No

15. ¿What is it that more he likes of this city?

- a. The height
- b. The landscape
- c. Their people
- d. Commerce
- e. Others.....

16. ¿How would it value the population's treatment?

- a. Good
- b. Bad
- c. Regulate

17. Suggestions

.....

Thank you!!!

ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES

I. IDENTIFICACIÓN

1. Edad (15-20) (21-25) (26-30) (31-35) (36-40)
(41-50)
2. Sexo F M
3. Lugar de Residencia.....

II. CONDICIÓN DE VIAJE

4. ¿Cuánto tiempo permaneció en la ciudad de El Alto?
- a) 1 día
- b) 2 días
- c) 3 días
- d) Otros.....
5. Tipo de viaje
- a) Turismo organizado (Paquete) b) Viajero Independiente
6. ¿Cómo viajó usted?
- a) Solo b) En familia c) En grupo
7. ¿Cuántos integran su grupo? (2-5) (6-10) (11-15)

III. MOTIVO DE VIAJE

8. ¿Cuál es la principal motivación de su viaje?
- a) Vacación
- b) Religión
- c) Negocio
- d) Visita a amigos
- e) Otros.....
9. ¿Le brindaron algún tipo de Información Turística acerca de El Alto?
- SI No
10. ¿Conoce usted algún Atractivo turístico del Municipio de El Alto?
- a) Museos
- b) Entradas Folklóricas
- c) Miradores y Plazas
- d) Feria 16 de Julio
- e) Nevado Huayna Potosí
- f) Ninguno
- g) Valle Turístico
11. ¿Con qué tipo de Información le gustaría contar para visitar este municipio?
- a) Mapas o Planos
-

- b) Folletos
- c) Revistas
- d) Artículos
- e) Guías escritas
- f) Cd's interactivos
- g) Página Web
- h) Posters
- i) Trípticos
- j) Calendarios festivos
- k) Todos

12. ¿Qué conoce usted en cuanto a promoción turística del Municipio de El Alto?

- a. Folletos
- b. Guías escritas
- c. CD's
- d. Ninguno

13. ¿Cree usted que el Municipio de El Alto cuenta con suficientes Puntos de Información Turística?

Sí No

14. ¿Cree usted importante incrementar más Puntos de Información Turística?

Sí No

15. ¿Qué es lo que más le llamó la atención la Primera vez que visitó El Alto?

- a. La altura
- b. El paisaje
- c. Su gente
- d. Comercio

16. ¿Cómo valoraría el trato de la población?

- a. Buena
- b. Mala
- c. Regular

17. Sugerencias

.....

Muchas Gracias!!!

ENCUESTA A LA POBLACIÓN

1. ¿Conoce usted algún lugar turístico del Municipio de El Alto?

Sí No

2. ¿Podría Identificar que lugar conoce?

- a) Museos
- b) Entradas Folklóricas
- c) Miradores y Plazas
- d) Feria 16 de Julio
- e) Nevado Chacaltaya
- f) Nevado Huayna Potosí
- g) Ninguno
- h) Valle Turístico

3. ¿Cree usted que la ciudad de El Alto puede ser considerada como destino turístico?

Sí No

4. ¿Usted piensa que la actividad turística podría mejorar la calidad de vida de los pobladores de este Municipio?

Sí No

5. ¿Qué conoce usted en cuanto a promoción turística actual del Municipio de El Alto?

- a. Página Web
- b. Folletos
- c. Guías escritas
- d. CD's
- e. Revistas
- f. Videos
- g. Posters
- h. Trípticos

6. ¿Cómo calificaría los esfuerzos en cuanto a Promoción Turística de parte del Gobierno Municipal de El Alto?

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Mala
- d. Regular
- e. Pésima

7. ¿Qué propondría usted para dar a conocer al Municipio de El Alto como destino turístico?

- a. Participación en Ferias Turísticas
- b. Promoción
- c. Señalización Turística
- d. Otros

8. ¿Cree usted que el Municipio de El Alto cuenta con suficiente Material Promocional?
Sí No
9. ¿Cree usted importante incrementar más Puntos de Información Turística en este Municipio?
Sí No
10. ¿Cree usted que con más Puntos de Información Turística y acciones Promocionales se incrementaría la llegada de visitantes nacionales y extranjeros?
Sí No
11. ¿Cree usted necesario contar con una Imagen turística que Identifique a este Municipio juntamente con sus atractivos?
Sí No
12. ¿Qué elementos propondría usted para esta Imagen Turística?

R.

.....

.....

13. Sugerencias

.....

Muchas Gracias!!!

ENCUESTA A AGENCIAS DE VIAJE

1. ¿Qué conoce en cuanto a promoción turística actual del Municipio de El Alto?
- a. Página Web
 - b. Folletos
 - c. Guías escritas
 - d. CD's
 - e. Revistas
 - f. Videos
 - g. Posters
 - h. Trípticos
 - i. Ninguno
2. ¿Cómo calificaría los esfuerzos de parte de la Dirección de Promoción del Gobierno Municipal de El Alto?
- a. Excelente
 - b. Buena
 - c. Mala
 - d. Regular
 - e. Pésima
3. ¿Cree que la promoción actual incentiva al turista a visitar el Municipio de El Alto?
- Sí No
- ¿Por qué?.....
4. ¿Su Empresa ayuda a la Promoción turística del Municipio de El Alto?
- Sí No
- ¿Por qué?.....
5. ¿El Nevado Huayna Potosí es identificado como parte del Municipio de El Alto en su material de Promoción?
- Sí No
- ¿Por qué?.....
6. ¿Cree usted que con acciones Promocionales, y una Imagen Corporativa permitirá ofertar distintos paquetes de los Tour Operadores o Agencias de Viaje?
- Sí No
7. Sugerencias:

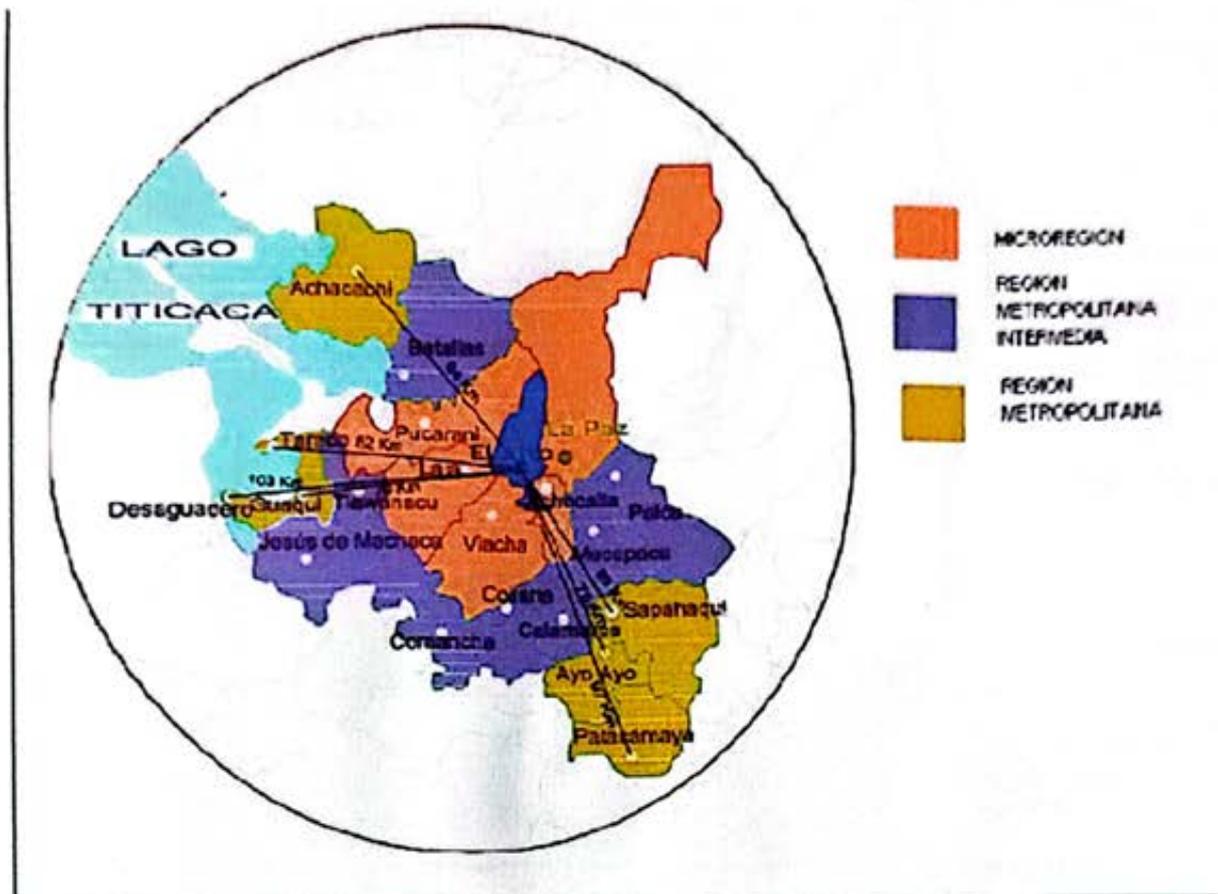
.....

.....

.....

¡Muchas Gracias!

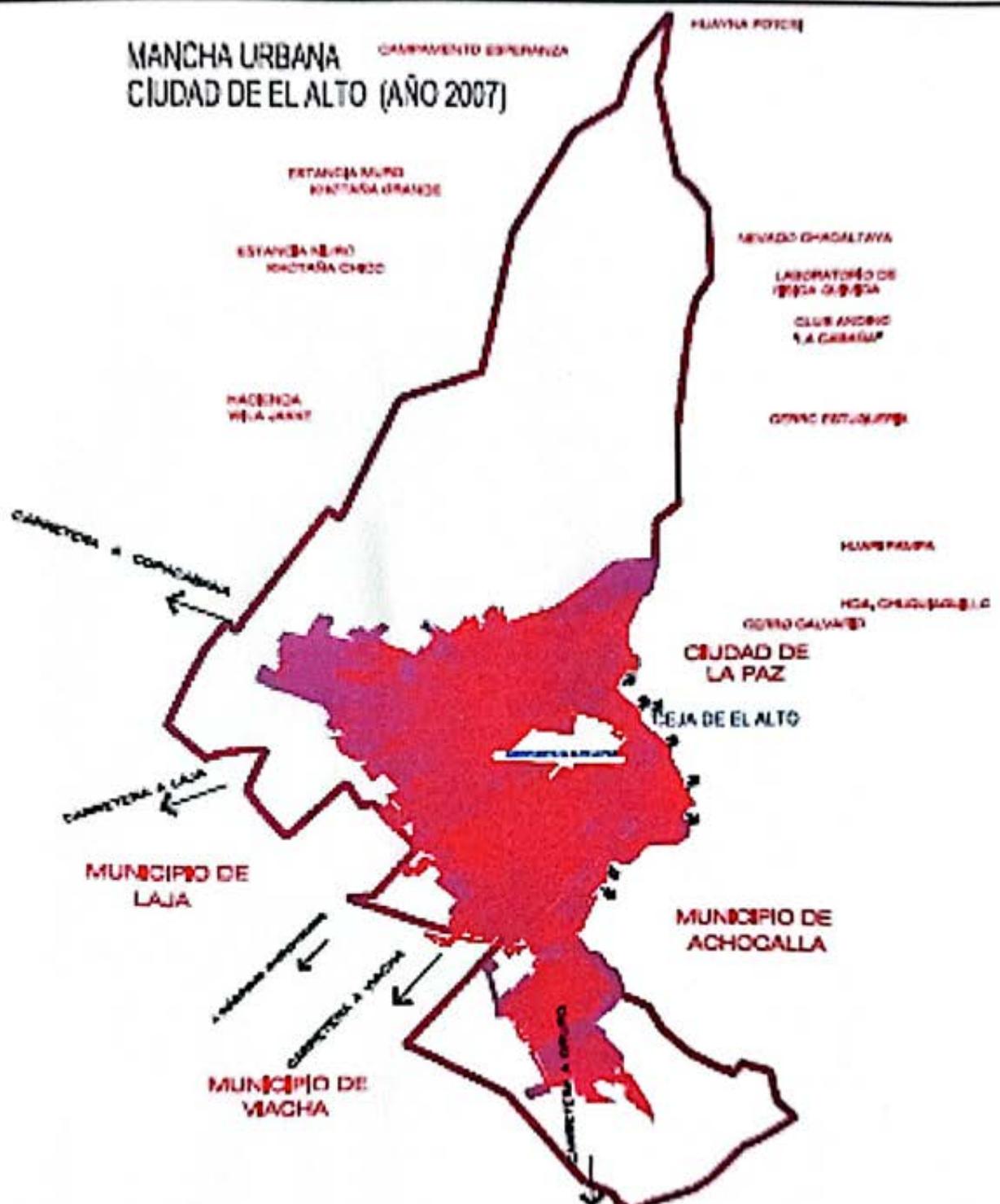
LA REGIÓN METROPOLITANA, REGIÓN INTERMEDIA Y MICRO REGIÓN METROPOLITANA



LIMITES TERRITORIALES



MANCHA URBANA CIUDAD DE EL ALTO (AÑO 2007)



	P D M 2007 2011	PROFUNDIZADO LINEA DESECCIONAL MANCHA URBANA		
	Fuente: INECI - INE			