

TUR-200

T-2062

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
CARRERA DE TURISMO



Nº 2165



PROYECTO DE GRADO

VALORIZACION DEL POTENCIAL TURISTICO DEL
MUNICIPIO DE SAN BUENAVENTURA

UNIVERSITARIO: MARIO MARCELO RAMOS ROJAS

TUTOR: LIC. VICTOR HUGO AMURRIO

2008

LA PAZ - BOLIVIA

HUMIT-2062
R-85669

Tesis
1844

35 ref.

173h.

Agradecimientos,

A todas las personas que colaboraron con el trabajo: mi madre Roxana Rojas, mi hermano Rubén Darío, mi padre Mario Ramos por su apoyo incondicional, a mi tutor Víctor Hugo Amurrio por su paciencia y orientadora tutoría, y a todas las personas que me brindaron su ayuda y soporte.

Pero sobre todo, vuelvo a agradecer a mi madre por el gran respaldo que me brindó, aún en tiempos de frustración y miedo. Gracias Mami

TABLA DE CONTENIDO

ASPECTOS GENERALES

ANTECEDENTES	i
JUSTIFICACION	iii
IDENTIFICACION Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	iv
FORMULACION DEL PROBLEMA	v
OBJETIVOS	v
OBJETIVO GENERAL	v
OBJETIVOS ESPECIFICOS	vi
METODOLOGIA	vi
NIVEL DE ESTUDIO	vi
METODO DE ESTUDIO	vi
TIPO DE INVESTIGACION	vi
UNIDAD DE ANALISIS	vii
DELIMITACION DE LA POBLACION	vii
MUESTRA DE LA POBLACION	vii
FUENTES Y TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION	viii
FUENTES PRIMARIAS	viii
FUENTES SECUNDARIAS	viii
ENCUESTA A ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	ix
CALCULO DE LA MUESTRA (HOSPEDAJE)	xi
CALCULO DE LA MUESTRA (AGENCIAS DE VIAJE)	xii

CAPITULO I:

MARCO CONCEPTUAL

1. CONCEPTUALIZACION	1
1.1. TURISMO	1
1.2. FORMAS DE TURISMO	1
1.2.1. INTERNO	1
1.2.2. EMISIVO	1
1.2.3. RECEPTIVO	1
1.3. CATEGORIAS DE TURISMO	2
1.3.1. INTERIOR	2

1.3.2. NACIONAL	2
1.4. TIPOS DE TURISMO	2
1.4.1. SEGÚN MOTIVO DE VIAJE Y NUEVAS TENDENCIAS	2
1.4.2. ECOTURISMO	3
1.4.3. DE AVENTURA	4
1.4.4. DEPORTIVO	5
1.4.5. RURAL	6
1.4.6. AGROTURISMO	7
1.4.7. COMUNITARIO	7
1.5. PATRIMONIO TURISTICO	8
1.5.1. ATRACTIVO TURISTICO	8
1.5.1.1. ATRACTIVO NATURAL	8
1.5.1.2. ATRACTIVO CULTURAL	9
1.5.1.3. RECURSO TURISTICO	9
1.5.2. PLANTA TURISTICA	9
1.5.2.1. AGENCIAS DE VIAJE	10
1.5.2.1.1. EMPRESAS OPERADORAS	10
1.5.2.1.2. MAYORISTAS	10
1.5.2.1.3. MINORISTAS	10
1.5.2.2. HOSPEDAJE	10
1.5.2.2.1. HOTELES	11
1.5.2.2.2. HOSTALES	11
1.5.2.2.3. ALOJAMIENTOS	11
1.5.2.2.4. COMPLEMENTARIO	11
1.5.3. INFRAESTRUCTURA	12
1.5.4. SUPERESTRUCTURA	12
1.6. SISTEMA TURISTICO	13
1.7. PRODUCTO TURISTICO	13
1.7.1. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	14
1.8. CLASIFICACION DE VISITANTES	14
1.8.1. VISITANTES	14
1.8.2. TURISTAS	14
1.8.3. EXCURSIONISTAS	15
1.9. DESARROLLO SOSTENIBLE	15
1.10. TURISMO SOSTENIBLE	16
1.10.1. CARACTERISTICAS TURISMO SOSTENIBLE	17
1.10.2. OBJETIVOS TURISMO SOSTENIBLE	17
1.10.3. LINEAMIENTOS	17
1.10.4. APROVECHAMIENTO TURISTICO SOSTENIBLE	18
1.11. MUNICIPALIZACION	18
1.12. MUNICIPIO	18
1.12.1. MUNICIPALIDAD	19
1.12.2. GOBIERNO MUNICIPAL	19
1.13. MUNICIPIO TURISTICO	19

1.14. FUNCIONES TURISTICAS MUNICIPALES	19
1.14.1. PLANEACION	20
1.14.2. FOMENTO LOCAL	21
1.14.3. PROMOCION	22
1.14.4. PUBLICIDAD	23
1.14.5. RELACIONES PUBLICAS	24
1.14.6. INFORMACION TURISTICA	24
1.14.7. COORDINACION	25
1.14.8. REGULACION	25
1.14.9. SUPERVISION	25
1.15. PLANIFICACION	26
1.16. PLANIFICACION DEL TURISMO	26
1.17. PLANIFICACION ESTRATEGICA	27
1.17.1. ESTRATEGIA	27
1.17.2. PLANIFICACION ESTRATEGICA EN TURISMO	28
1.18. AREA PROTEGIDA	28
1.18.1. OBJETIVOS AREA PROTEGIDA	29
1.19. TERMINOS DE REFERENCIA	29
1.19.1. VOCACION TURISTICA	29
1.19.2. IMAGEN CORPORATIVA	30
1.19.3. IDENTIDAD CORPORATIVA	30
1.19.4. IMAGEN TURISTICA	30
1.19.5. RUTA TURISTICA	31
1.19.6. PAQUETE TURISTICO	31
1.19.7. ITINERARIO PERSONAL	31
1.19.8. JERARQUIZACION	31
1.20. PUESTA EN VALOR	32
1.21. POTENCIAL TURISTICO	33
1.22. VALORIZACION DEL POTENCIAL TURISTICO	34
1.22.1. VALORIZACION DE LA INFORMACION SOBRE EL POTENCIAL TURSTICO	35
1.22.2. EJEMPLOS DE VALORIZACION	36
1.23. MARCO LEGAL	37
1.23.1. LEYES FUDAMENTALES	37
1.23.2. LEY DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA	38
1.24. MARCO INSTITUCIONAL	39
1.24.1. PLAN NACIONAL DE TURISMO	39
1.24.2. PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL	41
1.24.3. PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL	45

2. DESCRIPCION TERRITORIAL	47
2.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA	47
2.1.1. LATITUD Y LONGITUD	47
2.1.2. LIMITES	47
2.1.3. EXTENSION	47
2.2. ASPECTOS FISIOGRAFICOS	47
2.2.1. ALTURA	47
2.2.2. RELIEVE	48
2.2.3. TOPOGRAFIA	48
2.3. ASPECTOS DEL ECOSISTEMA	48
2.3.1. CLIMA	48
2.3.2. TEMPERATURA	48
2.3.3. PRECIPITACION PLUVIAL	49
2.3.4. REISGOS CLIMATICOS	49
2.3.5. FAUNA	49
2.3.6. FLORA	49
2.3.7. USO Y MANEJO	50
2.3.8. HIDROGRAFIA	50
2.4. ASPECTOS SOCIOCULTURALES	51
2.4.1. POBLACION	51
2.4.2. EDUCACION	51
2.4.3. SALUD	52
2.4.4. IDIOMAS	53
2.4.5. RELIGION	53
2.4.6. OCUPACION	53
2.5. ASPECTOS SOCIOCULTURALES	54
2.5.1. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONOMICAS	54
2.5.1.1. AGRICULTURA	54
2.5.1.2. GANADERIA	54
2.5.1.3. PESCA Y CAZA	55
2.5.1.4. ARTESANIA	55
2.5.2. TRANSPORTE Y ACCESO	56
2.5.2.1. RED VIAL Y FLUVIAL	56
2.5.3. COMUNICACIÓN	57
2.5.4. SERVICIOS BASICOS	57
2.5.5. ELECTRICIDAD	58
2.6. ASPECTOS ORGANIZATIVOS INSTITUCIONALES	58
2.6.1. FORMAS DE ORGANIZACIÓN	58

CONTEXTO	61
3. ANALISIS DE LA OFERTA TURISTICA	62
3.1. ATRACTIVOS TURISTICOS	62
3.2. CIRCUITOS TURISTICOS EN LA REGION	97
3.3. CIRCUITOS TURISTICOS EN EL MUNICIPIO	97
3.4. SERVICIOS TURISTICOS	98
3.4.1. HOSPEDAJE	98
3.4.2. EMPRESAS DE VIAJES Y TURISMO	104
3.4.3. ALIMENTACION	107
3.4.4. ESPARCIMIENTO	108
3.4.5. OTROS SERVICIOS	108
3.5. ACCESIBILIDAD	108
3.5.1. ACUATICA	108
3.5.2. TERRESTRE	108
3.5.2.1. EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE	109
3.5.3. AEREO	110
3.5.3.1. EMPRESAS DE TRANSPORTE AEREO	110
3.6. DEMANDA TURISTICA	111
3.6.1. DEMANDA NIVEL MUNDIAL	111
3.6.2. DEMANADA NIVEL NACIONAL	113
3.6.3. DEMANDA REGION RURRENABAQUE-SAN BUENAVENTURA	115
3.7. CLASIFICACION DEL VISITANTE	117
3.8. TEMPORADA BAJA Y ALTA	118
3.9. NACIONALIDAD, EDAD Y SEXO	119
3.10. ZONAS VISITADAS O POR VISITAR	119
3.11. PREFERENCIA DE PAISAJES	119
3.12. PREFERENCIA DE FAUNA	120
3.13. TIEMPO DE PERMANENCIA	120
3.14. MOTIVACION	120
3.15. MOTIVACION ELECCION AGENCIA DE VIAJES	120
3.16. EXPECTATIVAS DE OBSERVACION	121
3.17. SATISFACCION DE EXPECTATIVAS	121
3.18. ENCUESTAS A OPERADORES Y HOSPEDAJE	121

CAPITULO IV:**PROPUESTA**

4.1. INTRODUCCION	137
4.2. VISION QUINQUENAL	138
4.3. OBJETIVOS	139
4.3.1. OBJETIVO GENERAL	139
4.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	139
4.4. FASE I- PRIMER AÑO DE EJECUCION	142
4.5. FASE II- SEGUNDO AÑO DE EJECUCION	159
CONCLUSIONES	168
RECOMENDACIONES	170
BIBLIOGRAFIA	171

Tabla de Cuadros

CUADRO Nº 1: DESTINOS A CONSOLIDAR POR LA PREFECTURA DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ	42
CUADRO Nº 2: ASOCIACIONES COMUNITARIAS Y CAMPESINAS	59
CUADRO Nº 3: AGRUPACIONES SOCIALES	59
CUADRO Nº 4: CUADRO REFERENCIAL DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	63
CUADRO Nº 5: PROVINCIA ABEL ITURRALDE – ATRACCIONES TURÍSTICAS	64
CUADRO Nº 6: MUNICIPIO DE SAN BUENAVENTURA – ATRACCIONES TURÍSTICAS	66
CUADRO Nº 7: SAN BUENAVENTURA - CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	67
CUADRO Nº 8: SAN BUENAVENTURA - POSIBLES ACTIVIDADES TURÍSTICAS	70
CUADRO Nº 9: SAN BUENAVENTURA – CIRCUITOS TURISTICOS REGION NORTE LA PAZ	71
CUADRO Nº 10: SAN BUENAVENTURA - HOSPEDAJE DESTACADO	100
CUADRO Nº 11: SAN BUENAVENTURA - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	102
CUADRO Nº 12: TUMUPASA - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	103
CUADRO Nº 13: SAN JOSÉ DE UCHUPIAMONAS – ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	103
CUADRO Nº 14: RURRENABAQUE - HOSPEDAJE	104
CUADRO Nº 15: SAN BUENAVENTURA – AGENCIAS DE VIAJES	106
CUADRO Nº 16: RURRENABAQUE: OPERADORAS Y AGENCIAS DE TURISMO	107
CUADRO Nº 17: SAN BUENAVENTURA – CARACTERÍSTICA CAMINO DESDE LA PAZ	109
CUADRO Nº 18: DESCRIPCIÓN DEL TRANSPORTE TERRESTRE	110
CUADRO Nº 19: DESCRIPCIÓN TRANSPORTE AÉREO	111
CUADRO Nº 20: TURISMO INTERNACIONAL: EVOLUCIÓN DE LLEGADAS TURISTAS INTERNACIONALES	112
CUADRO Nº 21: TURISMO INTERNACIONAL: EVOLUCIÓN DE LLEGADAS A LAS AMÉRICAS	112
CUADRO Nº 22: LLEGADAS DE VISITANTES INTERNACIONALES AL PAÍS	114
CUADRO Nº 23: RURRENABAQUE: LLEGADAS DE VISITANTES INTERNACIONALES	116
CUADRO Nº 24: MATRIZ DE ENCUESTAS A OPERADORES Y HOSPEDAJE	123
CUADRO Nº 25: RESUMEN DE PROPUESTA	139
CUADRO Nº 26: 1 FASE PROYECTO – PRIMER AÑO DE EJECUCIÓN (FICHA TÉCNICA)	141
CUADRO Nº 27: NIVELES DE PARTICIPACION EN EL PROYECTO	155

CUADRO N° 28: GRADOS DE RESPONSABILIDAD	156
CUADRO N° 29: 2 FASE PROYECTO - SEGUNDO AÑO DE EJECUCIÓN (FICHA TÉCNICA)	158
CUADRO N° 30: ASPECTOS FUNCIONALES OFICINA DE INFORMACION TURISTICA	160
CUADRO N° 31: MATRIZ EJECUCIÓN PROPUESTA	163

Tabla de Gráficos

GRÁFICO N° 1: PRINCIPALES MERCADOS EMISORES PARA BOLIVIA	115
GRÁFICO N° 2: PRINCIPALES MERCADOS EMISORES PARA RURRENABAQUE-SAN BUENAVENTURA	116

Tabla de Ilustraciones

ILUSTRACIÓN N° 1: 1 FASE-INVENTARIO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	140
ILUSTRACIÓN N° 2: ESTABLECER OBJETIVOS INVENTARIO	145
ILUSTRACIÓN N° 3: RECONOCIMIENTO DEL ÁREA Y DELIMITACIÓN DEL SITIO TURÍSTICO	147
ILUSTRACIÓN N° 4: DEFINICIÓN DE LA APTITUD Y ACCESO A LOS ATRACTIVOS	150
ILUSTRACIÓN N° 5: VALORACIÓN DE LA APTITUD TURÍSTICA	152
ILUSTRACIÓN N° 6: DECLARACIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA INICIAL	154
ILUSTRACIÓN N° 7: 2 FASE-OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	157

Tabla de Mapas

MAPA N° 0: UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN TERRITORIAL DE SAN BUENAVENTURA	48
MAPA N° 0: POSIBLES ACTIVIDADES TURÍSTICAS	70
MAPA N° 1: SAN BUENAVENTURA: UBICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES	71
MAPA N° 2: LAGUNA MOA	72
MAPA N° 3: LAGUNA SAYUBA	73
MAPA N° 4: BOSQUE NAPASHI	74
MAPA N° 5: MESETA YURUMA	75
MAPA N° 6: CERRO CAQUIAHUACA	76

MAPA N° 7: CERRO BRUJO	77
MAPA N° 8: RÍO BENI	78
MAPA N° 9: RÍO TUICHI	79
MAPA N° 10: PISCINAS NATURALES	80
MAPA N° 11: FARALLÓN CAQUIAGUARA	81
MAPA N° 12: ANGOSTO DEL BALA	82
MAPA N° 13: PARQUE NAL. ANMI MADIDI	83
MAPA N° 14: SAN BUENAVENTURA: UBICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES	84
MAPA N° 15: SAN JOSÉ DE UCHUPIAMONAS	84
MAPA N° 16: COMUNIDAD CACHICHIRA	85
MAPA N° 17: CENTRO CULTURAL TACANA	86
MAPA N° 18: TACANAS	87
MAPA N° 19: ARTESANÍAS	88
MAPA N° 20: MÚSICA NATIVA	89
MAPA N° 21: BAILES NATIVOS	90
MAPA N° 22: ESSE EJAS	91
MAPA N° 23: TRADICIÓN ORAL	92
MAPA N° 24: SAN BUENAVENTURA (16 DE JULIO)	93
MAPA N° 25: TUMUPASA (30 DE MAYO)	94
MAPA N° 26: SAN JOSÉ DE UCHUPIAMONAS (3 DE MAYO)	95
MAPA N° 27: ANIVERSARIO MADIDI (21 DE SEPTIEMBRE)	96
MAPA N° 28: CIRCUITOS TURISTICOS EN LA REGION	97
MAPA N° 29: SERVICIOS DE APOYO AL TURISMO	98
MAPA N° 30: MODELO ARQUITECTÓNICO DE OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	162

ANTECEDENTES

El presente trabajo de investigación tiene su origen en el proyecto del PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) denominado "Jóvenes con la Participación Popular". El 2004 este proyecto logró que egresados de distintas carreras de la UMSA, a través de convenios específicos con municipios de los departamentos de La Paz, Oruro, y Pando, entre otros, contribuyan a fortalecer las capacidades de gestión de los gobiernos municipales y apoyar a las organizaciones sociales de los municipios de categoría A, B, y C que presentan altos niveles de pobreza. De la aplicación del programa y selección de los municipios, el proyecto tuvo su origen en la región norte del Departamento de La Paz, Provincia Abel Iturralde, específicamente en el municipio de San Buenaventura.

El municipio está enclavado geográficamente en la parte subandina, como una serranía que divide la cordillera de los Andes y los llanos orientales. La región subtropical le confiere un clima templado con invierno seco caliente y temperaturas que oscilan entre los 19°C y 31°C. Asimismo, las precipitaciones están entre 600 a 1300 mm, a una altura media de 470 msnm. La región se caracteriza por la variedad de vegetación y fauna típica de la selva húmeda tropical, ríos caudalosos como el Beni y el Tuichi y grupos étnicos representados principalmente por Chimanés, Mosetenes y Tacanas.

La población en el municipio, según el censo 2001, alcanza los 6203 habitantes: el 36% vive en la parte urbana y el 64% en la rural; 54% son varones y el 46% mujeres. Los niveles de formación van desde el pre-escolar, la primaria y secundaria, e incluso superior con el Instituto de Desarrollo Regional de la UMSA. El 80% del total vive en la pobreza y el 20% en la extrema pobreza. El idioma más hablado es el español, además del quechua, el aymara, y otros nativos como el tacana.

San Buenaventura está dentro de los municipios con altos índices de pobreza (80%-90%), con una densidad poblacional de 0,15 hab/km². Las principales actividades económicas son la agricultura, ganadería, caza y silvicultura, además de la industria manufacturera y extractiva. El destino generalmente va al autoconsumo y solo un excedente se dirige al mercado; a excepción de

la artesanía, que gracias al CIPTA, promociona sus productos artesanales. Los problemas en este ámbito son la vertebración caminera, de comunicaciones, energía y servicios básicos.

El clima político es de expectativa debido a los grandes proyectos que se pretende desarrollar en el norte paceño: la carretera diagonal Franz Tamayo que integrara el territorio departamental de norte a sur; la posibilidad de estar en una zona de explotación petrolera; el proyecto de producción industrial de arroz y caña; el puente que unirá a San Buenaventura con Rurrenabaque, etc. Además, están los proyectos ya en ejecución sobre la electrificación y alcantarillado en algunas zonas del municipio, las ingentes cantidades de semilla de caña, etc.

Como actividad alternativa esta el turismo, tomando en cuenta los buenos resultados ejercitados últimamente. Estas iniciativas parten de actores como la comunidad, la empresa privada, y los organismos no gubernamentales.

Como ejemplos esta la comunidad de San José de Uchupiamonas que con ayuda de la ONG Conservación Internacional formó una empresa turística comunitaria denominada "Chalalan", que promueve el turismo ecológico y social; la comunidad San Miguel del Bala que en el 2004 estableció un proyecto turístico en la propia comunidad; los hoteles Jatatal y Jatauba que proporcionan al turista el confort necesario; un proyecto que se consolida poco a poco en cercanías del cerro Brujo que promueve el canopeing (juegos de desplazamiento en los árboles), entre otros. Los proyectos factibles a futuro podrían darse en la laguna Moa, Sayuba y Tumupasa, en este último se propone un centro turístico vacacional dirigido a visitantes nacionales y extranjeros realizado por la consultora Karin Alloewer.

Dentro la planificación realizada por el Viceministerio de Turismo, el área se identificaba como el complejo de desarrollo turístico integral para turismo de naturaleza San Buenaventura – Rurrenabaque en el programa de creación de nuevos destinos turísticos que comprendía la realización de estudios de ordenamiento territorial y la promoción de inversiones en la planificación 1993-2003. Actualmente, de acuerdo al nuevo plan nacional de turismo 2006-2011, se apuesta firmemente al turismo sostenible de base comunitaria, siendo más focalizada su atención.

A nivel de prefectura, en el programa de promoción, se trabaja en el desarrollo de una oferta turística con el Perú, procurando situar al lago Titicaca y al parque Madidi como maravillas del mundo, asimismo se pretende la construcción y mejoramiento de aeropuertos en Apolo e Ixiamas. Por otra parte, procura mitigar problemas relacionados a la vertebración caminera, de comunicaciones, energía y servicios básicos a través de proyectos, algunos empezando a ser ejecutados y otros en diseño: puente Rurrenabaque-San Buenaventura; producción de la semilla de castaña, electrificación de la parte urbana y algunas comunidades, alcantarillado; beneficiarse de manera indirecta de la acondicionamiento y mejoramiento de aeropuertos en Apolo e Ixiamas, etc. A nivel nacional, el gobierno procura la explotación hidrocarburífera y la consolidación caminera hasta Rurrenabaque.

El municipio aún no dispone de un plan de desarrollo turístico que permita definir con más claridad las líneas de acción. Sin embargo, existen organizaciones sin fines de lucro que trabajan en el ámbito turístico; la más representativa es Conservación Internacional que procura abrir un centro de atención al turista orientado principalmente a la promoción de artesanías, recreación, y gastronomía.

En la región la mayor parte de los programas y circuitos turísticos operan en las "pampas" y el "bosque"; sin embargo, hay otras iniciativas que diversifican el producto turístico: TES (Turismo Ecológico Social), iniciativas en el Pílon Lajas, Cerro Brujo, etc. En este marco, San Buenaventura posee atractivos que podrían consolidarse como productos turísticos alternativos: laguna Moa, laguna Sayuba, Tumupasa, y comunidades con vocación artesanal entre los más destacados. Asimismo, el circuito San Buenaventura-Tumupasa-San José de Uchupiamonas podría aprovecharse para actividades como la caminata y navegación.

JUSTIFICACIÓN

El turismo es una actividad estratégica de desarrollo, en especial para Bolivia que cuenta con un gran potencial turístico. En este contexto, la región Rurrenabaque-San Buenaventura se caracteriza por la variedad de recursos de flora, fauna y presencia de culturas étnicas

En el área trabajan diversas instituciones públicas y privadas, en diferentes campos de acción, incluido el turismo.

En la búsqueda y recopilación de información sobre el municipio, se percibió una insuficiente información de su patrimonio turístico, asimismo una escasa relación en los datos de los trabajos realizados.

Por tal razón, los motivos para la realización del proyecto, son de orden académico, ya que surgen de la inquietud por conocer de manera más evidente el potencial turístico que ofrece San Buenaventura, asimismo de contribuir a un mejor conocimiento de su patrimonio turístico.

Los beneficios del proyecto se traducen en una mejor descripción del patrimonio turístico del municipio a través de la compilación y verificación de la información, además se incluye el punto de vista de la empresa privada sobre el progreso turístico de la jurisdicción, y finalmente se sugiere una propuesta de valoración turística.

IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Paradójicamente, San Buenaventura presenta altos niveles de pobreza a pesar de la heterogeneidad y abundancia de recursos naturales y culturales. Dentro la actividad económica, el turismo es considerado como una actividad alternativa que ha tenido buenos resultados; sin embargo el desarrollo de este sector es aún incipiente. La complejidad de esta situación comprende numerosas causas: insuficiente información, escasa oferta de servicios de calidad, irregulares condiciones de acceso e infraestructura, gestión turística, limitada promoción, etc.

Dentro la variedad de motivos y de acuerdo a la indagación de investigaciones realizadas, se pudo percibir un limitado conocimiento del patrimonio turístico del municipio. Si bien existen trabajos, estos son escasos y la información presenta limitantes en la relación. Los probables motivos de esta dificultad pueden ser la insuficiente cantidad de fuentes de información, la necesidad de coordinación institucional en la realización de trabajos y proyectos, mejores condiciones para elaborar investigaciones, etc.

La situación mencionada, de no ser resuelta o mitigada, puede llevar a la ambigüedad sobre el potencial turístico del municipio.

Por tal razón, el proyecto de acuerdo a su alcance y utilidad académica, pretende contribuir a resolver o atenuar el problema planteado mediante una descripción general de su patrimonio turístico y sugerir una propuesta de valoración del potencial turístico.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿CÓMO LA VALORACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO SERVIRÁ PARA MITIGAR O REOLVER LA INSUFICIENTE INFORMACIÓN SOBRE EL PATRIMONIO TURISTICO Y SU ORGANIZACIÓN?

El proyecto, en su primera parte, se constituye en una descripción y/o análisis del patrimonio turístico, en especial de las atracciones turísticas, realizada a través de la búsqueda, compilación y verificación de la información de los diferentes trabajos realizados con la finalidad de disponer de un mejor marco de referencia.

En segundo lugar, se pretende conocer, desde la percepción de las empresas de viaje y de hospedaje, las causas que impiden un mejor desarrollo turístico del municipio, esto a través de encuestas realizadas en San Buenaventura y especialmente Rumenabaque, al ser el principal centro turístico de la región.

Como colofón, se sugiere la inventariación de los atractivos turísticos y la creación de una oficina de información turística, propuesta basada en experiencias similares en otros países, específicamente en el caso de Playa de Oro en Ecuador, y la promoción turística en España.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Proponer la valoración del potencial turístico del Municipio de San Buenaventura a partir de un conocimiento acertado de su patrimonio turístico, la opinión de la empresa privada, y una propuesta para la inventariación y promoción de los atractivos turísticos

Objetivos Específicos

- Establecer y describir los elementos y características del patrimonio turístico existente en el Municipio
- Analizar la percepción de los operadores de turismo y establecimientos de hospedaje referente a la actividad turística que se realiza en San Buenaventura por medio de encuestas
- Sugerir un modelo de puesta en valor turístico, basado en experiencias en otros países, para la inventariación de los atractivos turísticos y la creación de una oficina de información turística

METODOLOGIA

Nivel de estudio

El presente proyecto está dentro la categoría de los procesos de planificación establecida en la guía metodológica para la elaboración de proyectos de grado como una herramienta de orientación. Por lo tanto, el límite del proyecto son las actividades o acciones propuestas en forma descriptiva pero que no llegan a su ejecución.

Método de estudio

A pesar de que existen diversos métodos para elaborar un proyecto, el método considerado para este trabajo es el descriptivo en razón que describe los componentes del patrimonio turístico, la opinión de las agencias de viaje y establecimientos de hospedaje y sugiere un modelo de valoración. Esta descripción está claramente plasmada en los objetivos que orientan la investigación, define el problema, y finalmente permite llegar a conclusiones.

Tipo de investigación

Dentro la clasificación de investigaciones experimentales y no experimentales, el proyecto se encuentra en las no experimentales debido a que no se manipulan deliberadamente variables ni se construye ninguna situación, se limita a describir, en este caso, el potencial turístico del Municipio de San Buenaventura en su propio ambiente y naturaleza.

En la división de este tipo de investigaciones: transeccional descriptiva. La apropiada para este proyecto es la transeccional o transversal descriptiva, ya que la recolección de datos se realiza

solamente en un determinado periodo de tiempo y no de manera periódica y regular, además porque describe las variables de manera individual tal como se presentan en la realidad, que en este caso, permite brindar un panorama del potencial turístico del municipio y sus componentes.

Unidad de análisis

La unidad de análisis del proyecto de acuerdo a uno de los objetivos del proyecto referente a la opinión de la empresa privada comprende a los operadores de turismo receptivo (operadores y minoristas) y los establecimientos de hospedaje que se encuentran dentro del municipio de San Buenaventura y la vecina localidad de Rurrenabaque.

Delimitación de la población

La población o universo de la investigación comprende a 32 establecimientos de hospedaje (21 establecimientos en Rurrenabaque¹ y 9 en San Buenaventura², los que están en efectiva operación) y 29 operadores de turismo receptivo (21 agencias Rurrenabaque³ y 8⁴ en San Buenaventura, que están en operación) que se encuentran en la localidad de San Buenaventura y Rurrenabaque.

Muestra de la población

Comprende la muestra no probabilística, ya que con esta investigación se pretende conocer la opinión de las agencias de viaje y establecimientos hoteleros respecto a la actividad turística que se realiza dentro el municipio, y a la vez ser un aporte para la futura elaboración de su plan de desarrollo turístico.

Del total de establecimientos de hospedaje (32)⁵ se entrevistarán a 22⁶. Del total de agencias de turismo (29)⁷ se entrevistarán a 20⁶.

¹ Cámara Hotelera de Rurrenabaque. *Lista de establecimientos de hospedaje 2006.*

² Elaboración propia. *Recopilación de datos de establecimientos en San Buenaventura*

³ Dirección de Turismo de Rurrenabaque. *Agencias mayoristas y minoristas en Rurrenabaque*

⁴ Cámara Regional de Turismo Abel Iturralde CARETAI. *Agencias inscritas.*

⁵ Cámara Hotelera de Rurrenabaque, Recopilación de datos sobre establecimientos de hospedaje en San Buenaventura. *Lista de establecimientos de hospedaje 2006.*

⁶ La fórmula y los resultados se muestran en el cálculo de la muestra. Pág. 11, 12.

⁷ Dirección de Turismo de Rurrenabaque, CARETAI Cámara Regional de Turismo Abel Iturralde. *Lista de agencias de turismo.*

FUENTES Y TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION

Fuentes primarias

A nivel de fuentes primarias esta se caracteriza por su carácter de observación no participante o simple, ya que el investigador u observador no pertenece al grupo u objeto de estudio y solo se hace presente con el propósito de obtener información sobre el tema. En lo relativo a los instrumentos, la investigación utiliza una encuesta de opinión a agencias de viaje y establecimientos de hospedaje

Fuentes secundarias

El proyecto hace uso de textos, revistas, documentos, prensa y otros referidos al tema, como también Internet. En especial se apoya en los trabajos realizados por la Facultad de Biología de la Universidad Mayor de San Andrés sobre medio ambiente en San Buenaventura, revistas publicadas por el CIPTA (Consejo indígena del pueblo Tacana), el estudio de la provincias del Departamento de La Paz, la base de atractivos turísticos del Departamento de La Paz, consultorias llevadas a cabo por Conservación Internacional, trabajos realizados por el Servicio Nacional de Áreas Protegidas, tesis y proyectos presentes en la carrera de Turismo de la UMSA y el Instituto de Desarrollo Regional y el Plan de Desarrollo Municipal de San Buenaventura entre otros.

ENCUESTA A ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE Y AGENCIAS OPERADORAS

La presente encuesta busca conocer la percepción de las empresas sobre el desarrollo de la actividad turística en el municipio de San Buenaventura, así también los desafíos que presenta el sector para su óptimo progreso.

Esta encuesta se realizó del 12 Al 25 de Enero de 2006 y guarda las siguientes características:

- La selección de la muestra se llevó a cabo apegada a principios estadísticos.
- Se tomó como universo el listado de hoteles y agencias de viaje que se encuentran en la población vecina de Rurrenabaque debido a su condición de nudo de distribución del flujo turístico y concentración de la mayor parte de los servicios.
- Las preguntas giran alrededor de las actividades propias de hoteles y operadores, así como aquellas que afectan a ambos y al sector turístico en su conjunto.

Hoteles	<p>Universo: Listado de 32 establecimientos de hospedaje ubicados en el área de Rurrenabaque-San Buenaventura</p> <p>Rurrenabaque 22 establecimientos de hospedaje turístico (datos recogidos del taller de indicadores de sostenibilidad Rurrenabaque 2005)</p> <p>San Buenaventura 10 establecimientos de hospedaje turístico (4 de ellos se caracterizan por su alta categoría) (datos recopilados de elaboración propia) Técnica de muestreo: Aleatoria irrestricta Cuestionario: 20 preguntas incluidas las características de los hoteles.</p>
----------------	--

	<p>Muestra representativa: Hoteles en el área Rurrenabaque-San Buenaventura, con un error máximo de $\pm 5\%$</p>
<p>Operadores y/o mayoristas de turismo, y minoristas</p>	<p>Universo: listado de 29 empresas operadoras de turismo (datos proporcionados por la Cámara Regional de Turismo Abel Iturralde (CARETAI) y estadísticas del Servicio Nacional de Áreas Protegidas (SERNAP).</p> <p>Rurrenabaque 15 agencias (operadoras, mayoristas y minoristas)</p> <p>San Buenaventura 14 agencias minoristas afiliadas a CARETAI</p> <p>Técnica de muestreo: Aleatorio irrestricto Cuestionario: 19 preguntas más información sobre características de las empresas.</p> <p>Muestra representativa: Entrevista a un total de 6 empresas dedicadas al turismo receptivo, con un error máximo de $\pm 5\%$</p>

CALCULO DE LA MUESTRA
(PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE)

Se entrevista a los recursos humanos que trabajan en los establecimientos hoteleros en la zona de estudio.

Tipo de establecimientos de hospedaje	Total de establecimientos
Hoteles, Residenciales, Alojamiento, etc.	32

Aplicando la fórmula del muestreo el resultado es como sigue:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + (N * E)^2}$$

Z:	Tabla de distribución normal al 90%	1,645
N:	Universo	32 (establecimientos)
P:	Probabilidad de éxito	0,5
Q:	Probabilidad de fracaso	0,5
E:	Error de estimación	0,1 (10%)

$$n = \frac{(1,645)^2 * 0,5 * 0,5 * 32}{(1,645)^2 * 0,5 * 0,5 + (32 * 0,1)^2} = 21,73 = 22$$

El resultado de la muestra indica que se tiene que encuestar a 22 establecimientos de hospedaje. Con un intervalo de confianza de 90%.

CALCULO DE LA MUESTRA
(PARA AGENCIAS DE VIAJE)

Se entrevista a los recursos humanos que trabajan en los establecimientos hoteleros en la zona de estudio.

Tipo de agencias de viaje	Total de establecimientos
Operadores, Mayoristas, Minoristas	29

Aplicando la fórmula del muestreo el resultado es como sigue:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + (N * E^2)}$$

Z:	Tabla de distribución normal al 90%	1,645
N:	Universo	29 (agencias)
P:	Probabilidad de éxito	0,5
Q:	Probabilidad de fracaso	0,5
E:	Error de estimación	0,1 (10%)

$$n = \frac{(1,645)^2 * 0,5 * 0,5 * 29}{(1,645)^2 * 0,5 * 0,5 + (29 * 0,1)^2} = 20,23 = 20$$

El resultado de la muestra indica que se tiene que encuestar a 20 agencias de viaje. Con un intervalo de confianza de 90%.



CAPITULO I MARCO CONCEPTUAL

1. CONCEPTUALIZACION

1.1. TURISMO

Existen muchas definiciones sobre el turismo, las mismas dependen de los enfoques, el ámbito de formación o trabajo y de la época en que fueron manifestadas. Sin embargo, se puede presentar un concepto resumido de autores citados en la definición.

El turismo es entendido como los desplazamientos temporales y voluntarios fuera del lugar de residencia, producidos por distintas motivaciones: descanso, cultura, naturaleza, negocios (aunque este elemento todavía es muy discutido) y que genera un conjunto de interrelaciones y fenómenos sociales, económicos y culturales. (Padilla 1980: sin página), (Gurria 1994:13), (Wallingre 1998:208). En este tipo de definiciones se manejan especialmente conceptos sobre desplazamientos, motivaciones y los fenómenos e interrelaciones sociales, económicas y culturales.

1.2. FORMAS DE TURISMO

1.2.1. Turismo Interno

Son flujos turísticos de residentes que se dan dentro de un mismo país o territorio.⁸

1.2.2. Turismo Emisivo

Son flujos turísticos de los residentes nacionales al resto del mundo.⁸

1.2.3. Turismo Receptivo

Son flujos turísticos de extranjeros y nacionales que residen en el resto del mundo y que visitan el país.

⁸ VICEMINSTERIO DE TURISMO. *Estadísticas del Turismo 2003*. (formato CD). La Paz-Bolivia.

1.3. CATEGORIAS DE TURISMO

La combinación de las diferentes formas de turismo permite definir las siguientes categorías indicadas.

1.3.1. Turismo Interior

Compuesto de Turismo Interno y de Turismo Receptivo, es decir, son los flujos turísticos que se realizan dentro del país, ya sea de los residentes nacionales como de los visitantes extranjeros.⁹

1.3.2. Turismo Nacional

Compuesto de Turismo Interno y de Turismo Emisivo, es decir, son flujos turísticos de residentes nacionales dentro del país o hacia el exterior.⁹

1.4. TIPOS DE TURISMO

1.4.1. Turismo según motivo de viaje y nuevas tendencias

A nivel general, existen cinco clasificaciones: turismo convencional, especializado, de afinidad o interés común, de interés especial y alternativo.

El convencional responde a motivaciones relacionadas con la educación, el placer, descanso y recreación. Esta comprende: turismo cultural, de sol y playa, y salud.

El especializado es impulsado por las expectativas de emoción y aventura o de interés científico. Involucra al turismo deportivo, científico, y universitario-científico.

El de afinidad consiste en asistir o participar en algún tipo de reunión o evento. Incluye al turismo de congresos y convenciones, religioso, y de eventos deportivos.

El de interés especial comprende intereses concretos y específicos en la naturaleza, cultura, historia y otros: observación de aves, caza fotográfica de mariposas, rafting, trekking, etc.

⁹ Ibidem.

Finalmente, el alternativo se constituye en destinos turísticos recientes, no tradicionales y con escaso desarrollo turístico. Es más participativo, personalizado y exótico. Comprende al turismo artesanal, arqueológico, agroturismo y el étnico o indígena.¹⁰

En nuestro país las modalidades de turismo predominantes son el turismo convencional y/o tradicional y el de interés especial. Los 12 principales destinos turísticos en el territorio muestran preliminarmente al turismo cultural y las actividades específicas desarrolladas en la naturaleza como imperantes, mostrando la vocación turística nacional.

1.4.2. Ecoturismo o Turismo de Naturaleza

También denominado turismo ecológico el mismo que presenta varias definiciones. Por ejemplo, en el año 2004 se realizó un resumen de las jornadas de ecoturismo realizadas en Coroico, Uyuni, Copacabana, Rurrenabaque y Buena Vista, de las cuales se redactó una publicación que describe al ecoturismo de la siguiente manera:

“...Ecoturismo como aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales – paisaje, flora y fauna silvestre – de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural - del presente o del pasado – que puede encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socio económicamente benéfico de las poblaciones locales...”¹¹. Según esta publicación los principios de esta modalidad son:

- Minimizar los impactos ambientales negativos para el ambiente y para los comunarios del lugar.
- Mejorar el conocimiento y la comprensión de los sistemas naturales y culturales de un área y la consiguiente participación de los visitantes en aspectos que afectan esos sistemas.

¹⁰ Arias, Dorys. Teoría del Turismo: Análisis Comparativo. 2006. Pag. 40-47

¹¹ TROPICO (Asociación Boliviana para la Conservación) *Ecoturismo: Memorias de las Jornadas, Taller de comunidades y Cumbre Nacional de Ecoturismo de Bolivia*. 1ed. La Paz-Bolivia, Ed. Trópico, 2004. p: 13, 14.

- Contribuir a la conservación y manejo de las áreas protegidas y otras áreas naturales.
- Ampliar la participación a corto y largo plazo de las comunidades del lugar en el proceso de toma de decisiones que determina la clase y dimensión de turismo a ofrecer.
- Dirigir los beneficios económicos y otros hacia los comunarios del lugar para complementar en vez de recargar o remplazar las prácticas tradicionales.
- Proporcionar oportunidades para las personas nativas del lugar y los empleados de turismo hacia una mejor comprensión de los recursos naturales y culturales para atraer visitantes al lugar.

El ecoturismo se podría entender sobre todo como una filosofía o principio para realizar un turismo responsable y participativo. Responsable porque promueve la conservación y tiene un bajo impacto ambiental y cultural en los atractivos turísticos. Participativo porque involucra claramente a las poblaciones locales.

1.4.3. Turismo de aventura¹²

Por turismo de aventura se entenderá al conjunto de instalaciones, servicios y productos orientados a conseguir que el turista disfrute de unas emociones y de unas sensaciones de alta intensidad, a las que no tiene acceso en su vida cotidiana, y que generalmente implican riesgo y esfuerzo físico. Las actividades turísticas de aventura se clasifican generalmente por su grado de intensidad y por su espacio geográfico de operación.

➤ Por su grado de intensidad

- Aventura extrema o expediciones de alta aventura
- Aventura turística o convencional
- Aventura "light"¹³, familiar u ocasional

➤ Por su espacio geográfico de operación:

- Junglas
- Montañas
- Desiertos

¹² CAERO, DANTE. *Fotocopias de la clase de Turismo II*. UMSA-Carrera de Turismo. La Paz-Bolivia. Pg. SP.

¹³ Palabra en inglés que significa suave y no tan complicada.

Es frecuente que la aventura se desarrolle en el interior de espacios naturales protegidos o valiosos, combinándose con ciertos rasgos propios del turismo de naturaleza o ecoturismo, constituyendo la modalidad de aventura ecoturística o ecoaventura. Cuando la aventura tiene por objeto el conocimiento de restos arqueológicos, monumentos aislados o vestigios de antiguas civilizaciones, se denomina "aventura cultural".

Esta modalidad corresponde al turismo especializado. Desafortunadamente el desarrollo del turismo de aventura en nuestro territorio es todavía muy incipiente. Sin embargo, su mención se debe a la probabilidad de realizarse en ciertas partes del municipio, además de la presencia de esta actividad en el cerro Brujo.

1.4.4. Turismo deportivo

Aquella modalidad en la que los visitantes aprovechan su tiempo de vacaciones para realizar actividades deportivas y/o físicas en instalaciones y con productos y servicios establecidos para tal efecto¹⁴. También se lo denomina turismo de aventura. Es el caso del rafting¹⁵, del trekking¹⁶ de alta montaña, del descenso de cañones o del kayaking¹⁷/piragüismo¹⁸ de aguas bravas, por ejemplo.

Algunos autores lo denominan también turismo activo y deportivo. Sin embargo, el término "turismo activo" tiene diferentes connotaciones, pudiéndose referir a: los ingresos en la balanza de pagos de un país (Wallingre, toyo 1998: 208), la contraposición al ocio pasivo centrado en la inactividad, el relax y el descanso, o las actividades complementarias que el visitante puede realizar como la elaboración de artesanías, actividades agro turísticas, etc.

El turismo deportivo al igual que el de aventura tiene posibilidades de ejecutarse en el municipio sobre todo en actividades como la caminata, y el rafting.

¹⁴ CAERO, DANTE. *Fotocopias de la clase de Turismo II*. UMSA-Carrera de Turismo. La Paz-Bolivia. Pg. SP

¹⁵ Término que deriva del inglés y que significa descenso en ríos mediante balsas.

¹⁶ Término en inglés que significa caminata por senderos o espacios naturales.

¹⁷ Término en inglés que significa navegación en canoas deportivas hechas de tela alquitranada.

¹⁸ Deporte consistente en navegar con piragua, canoa o kayak. La piragua es una embarcación larga y estrecha, algo mayor que la canoa, construida ahuecando un tronco de un árbol.

1.4.5. Turismo rural

Se entiende a esta modalidad al conjunto de la oferta de alojamiento, recreación, restauración y servicios afines o complementarios generada en torno a los establecimientos de turismo rural. Su oferta está localizada en el medio rural, y está dirigida fundamentalmente a los habitantes de los grandes núcleos urbanos, que buscan unas vacaciones en el campo, en contacto con la naturaleza y las poblaciones locales¹⁹. El turismo rural presenta una serie de rasgos específicos:

- No genera impactos negativos sobre el medio ambiente rural y natural en que tiene lugar
- Utiliza siempre que es posible construcciones ya existentes en la zona, rehabilitadas o reconstruidas. Favorece de modo especial la integración de la arquitectura popular.
- Favorece las iniciativas surgidas de la propia población frente a las iniciativas de las personas foráneas al medio.
- Tiene como objeto la mejora de las condiciones de vida de la población rural afectada, aumentando sus ingresos gracias al turismo.
- Tiene como objeto la conservación de los recursos locales en lo referente a cultura, tradiciones, arquitectura, arte, historia, gastronomía, y folklore.
- Tiene como objeto evitar la despoblación de las zonas rurales al suministrar a las poblaciones unas rentas complementarias que les permiten quedarse en su territorio de origen.
- La conservación de los medio de vida tradicionales, explotaciones agrícolas, ganaderas, forestales y artesanales.
- Su modelo económico prevé que se utilice la mayor cantidad posible de mano de obra local y que se queden directamente en el área la mayor parte de los beneficios generados por el turismo. También prevé favorecer el consumo y la comercialización de la mayor cantidad posible de productos locales, alimentación y artesanías.

¹⁹ CAERO, DANTE. Fotocopias de la clase de Turismo II. UMSA-Carrera de Turismo. La Paz-Bolivia. Pg. SP

En San Buenaventura y de acuerdo a la inventariación realizada por el SERNAP, existen haciendas que podrían ser aprovechadas para este fin, además está el proyecto de Karin Alloeger de Conservación Internacional en Tumupasa.

1.4.6. Agroturismo

También llamada "Farm tourism" y muy popular en Europa a partir de los 50. Es entendida como aquella modalidad en la que se compatibiliza el alojamiento (casas o haciendas de los agricultores), creadas o reacondicionadas, con las distintas formas de agricultura en las que el visitante tiene contacto con las actividades tradicionales de explotación (que no es necesario en el turismo rural) a través de la participación o al menos de la observación de la vida en el campo. (Wallingre, Toyos 1998:22)

También se ha popularizado en los últimos años el turismo rural o agroturismo en "self-catering" en el que los usuarios tienen a su disposición todos los elementos para comprar y elaborar su propia alimentación con el fin de abaratar los costos totales de su estancia y habida cuenta de que en el turismo rural los precios de la restauración hostelera suelen ser comparativamente más altos que los del alojamiento²⁰.

Esta modalidad tiene también un potencial de aplicación en el municipio; sin embargo, para el agroturismo en "self catering", el área de estudio carece de una oferta diversificada de alimentos que aprovisionen esta modalidad.

1.4.7. Turismo Comunitario o Indígena

Es aquella modalidad en la que las organizaciones indígenas poseen el control sobre la tierra, los recursos y las empresas turísticas, en resumen la propiedad y la administración de las atracciones e instalaciones turísticas. Esta modalidad se constituye en uno de los pilares fundamentales en la propuesta del Plan Nacional de Turismo (2006-2011).²¹

²⁰ CAERO, DANTE. Fotocopias de la clase de Turismo II. UMSA-Carrera de Turismo. La Paz-Bolivia. Pg.

²¹ VICEMINISTERIO DE TURISMO BOLIVIA. *Plan Nacional de Turismo (2006-2011)* La Paz-Bolivia. Pag 21

Este pilar se basa sobre 2 grandes proyectos, priorizando los 12 destinos turísticos donde las condiciones del producto turístico son favorables: ampliación de la oferta de servicios turísticos y la diversificación de la oferta turística nacional.

1.5. PATRIMONIO TURISTICO

Relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo a la planta turística), la superestructura o la supraestructura (las organizaciones públicas y privadas) y los recursos humanos. (Boullón 1985:54). Para el proyecto se toma la definición del Viceministerio de Turismo, conformado por: los atractivos turísticos, la infraestructura, los servicios turísticos y la superestructura turística.²²

1.5.1. Atractivo turístico

Objeto o acontecimiento que por sus características naturales o culturales es capaz de motivar a un viajero a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo y vivenciarlo.²²

Hay muchos conceptos sobre atractivo turístico pero se puede apreciar conceptos generales sobre las características de los objetos y/o acontecimientos, la motivación que estos producen y los desplazamientos actuales o futuros. En esta definición existen 2 grandes grupos: los atractivos turísticos naturales y los culturales.

1.5.1.1. Atractivo turístico natural

Los atractivos turísticos naturales son aquellos creados por la naturaleza. Es decir, que en su conformación no ha intervenido directamente la acción humana.²³

²² VICEMINISTERIO DE TURISMO BOLIVIA. *Metodología para la inventariación y jerarquización de atractivos turísticos*. La Paz-Bolivia: Ministerio de Comercio Exterior e Inversión 2000. Pag 1,2

²³ GURRIA, MANUEL. *Introducción al turismo*. Editorial Trillas. 1997. Pág.48

1.5.1.2. Atractivo turístico cultural

Los atractivos turísticos culturales: son aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales. (Gurria 1997:49,50)

1.5.1.3. Recurso turístico

Son aquellos lugares, objetos y acontecimientos capaces de atraer al visitante, pero por sus características actuales (falta de puesta en valor del atractivo), no tienen las condiciones para hacer efectivo el desplazamiento del turista, sin embargo forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a los atractivos y están disponibles a ser utilizados a favor del turismo en un futuro, una vez que los recursos sean puestos en valor y que con ello se logre que sean atractivos para el turista. (Viceministerio de Turismo 2000:2)

El concepto de atractivo y recurso turístico es utilizado indistintamente y su concepto varía según la región: por ejemplo, para el Consejo Federal de Turismo en la Argentina, el concepto de atractivo y recurso vendría a ser lo opuesto a lo mencionado por el Viceministerio de Turismo de Bolivia.

1.5.2. Planta turística

Es el conjunto de bienes y servicios que satisfacen las necesidades de la demanda en su desplazamiento y estancia en el destino. Este conjunto es resultado de la explotación económica de los atractivos turísticos. Generalmente son los siguientes: Transporte, Alojamiento, Alimentación, Recreación y Servicios de apoyo.²⁴

También tenemos la definición del Viceministerio de turismo de Bolivia que define a la planta turística con el término de servicios turísticos, ya que lo es en su mayor parte, lo puntualiza como el conjunto de instalaciones y equipamiento ubicados en un sitio (urbano y rural) destinado a atender necesidades como desplazamiento, alojamiento, alimentación, información y recreación de los turistas. (Viceministerio de Turismo 2000:2)

²⁴ DI-BELLA GURRRIA, MANUEL. *Introducción al Turismo*. México D.F. Editorial Trillas S.A.1991. Pg. 52.

1.5.2.1. Agencias de viaje

Existen en el país tres principales tipos de empresas que prestan servicios de turismo organizado: Empresas Operadoras de Turismo, Agencias Mayoristas y Agencias Minoristas de Viajes y Turismo.²⁵

1.5.2.1.1. Empresas operadoras de turismo

Son genuinas agencias de viajes y turismo dedicadas a prestar servicios de turismo organizado desde los mercados de origen (exterior) hacia el territorio nacional y/o turismo interno. (Téllez 2002:65)

1.5.2.1.2. Agencias mayoristas

Aquellas dedicadas a proyectar, elaborar, y organizar toda clase de servicios, programas, y paquetes turísticos para su oferta exclusiva a las empresas prestadoras de servicios turísticos (Téllez 2002:68)

1.5.2.1.3. Agencias minoristas de viajes y turismo

Dedicadas comercialmente a las actividades de mediación de servicios turísticos nacionales e internacionales. (Téllez 2002:67)

1.5.2.2. Hospedaje

Definido como aquellas empresas comerciales que prestan el servicio de hospedaje por un periodo no menor a una pernociación (Téllez 2002:166). En este acápite se menciona los tipos de establecimientos presentes en la región donde se encuentra San Buenaventura: Hoteles, Hostales o Residenciales, Alojamientos, y los Establecimientos de Hospedaje Complementario.

²⁵ TELLEZ FLORES, RODOLFO. Legislación Turística de Bolivia. 3ra. Edición actualizada. GBT Editores. Impreso en Bolivia. Pg. 65.

1.5.2.2.1. Hoteles

Aquellos que prestan servicio de forma permanente en unidades habitacionales cuya construcción debe ser homogénea con escaleras o ascensores de uso exclusivo (debe tener mínimo 20 habitaciones con servicio sanitario privado o común según categoría y disponer del servicio de alimentos y bebidas). (Téllez 2002:166)

1.5.2.2.2. Hostales o Residenciales

Aquellos que prestan servicio permanente en unidades habitacionales con una construcción homogénea (debe tener mínimo 10 habitaciones con servicio sanitario privado o común además del servicio de restaurante o cafetería). (Téllez 2002:167)

1.5.2.2.3. Alojamientos

Servicio de forma permanente en unidades habitacionales (debe tener mínimo 10 habitaciones con servicio sanitario común). (Téllez 2002:167)

1.5.2.2.4. Hospedaje complementario

De características sencillas confortables dirigidos especialmente a grupos particulares, destinados a apoyar actividades turísticas especializadas en regiones rurales y áreas protegidas. Entre sus modalidades se tiene: Lodges, Casas de Campo, Albergues, y Áreas de Camping. (Téllez 2002:168)

- Lodges: Prestan servicio permanente en unidades habitacionales con o sin baño privado además de brindar el servicio de alimentos y bebidas. Apoyan el turismo de naturaleza o turismo cultural especializado cuyo diseño es armónico y respeta el entorno natural con materiales tradicionales.
- Casas de Campo: Haciendas rurales que refuncionalizan los espacios para brindar el hospedaje en determinadas temporadas para apoyar lo que es el turismo rural.
- Albergues: Brindan el servicio de hospedaje permanente en unidades habitacionales de uso común y servicios sanitarios compartidos, pueden o no incluir el servicio de alimentos y bebidas

- Áreas de Camping: Destinados de forma permanente a la instalación provisional de carpas y disponen de instalaciones de uso común: tiendas, baños, etc.

1.5.3. Infraestructura

Entendida como el conjunto de obras y servicios que promueven el desarrollo socio-económico en general (o como soporte para las estructuras sociales y productivas), y que son aprovechadas para impulsar algunas actividades especiales. Generalmente se refiere a los sistemas de transporte público, sanidad, seguridad, energía, comunicaciones y educación. La infraestructura asegura el funcionamiento de la planta turística.²⁶

Este concepto comprende varios elementos, incluso el acceso que a veces es tratado como una concepción independiente, pero para propósitos del proyecto el acceso está implícito dentro la infraestructura.

1.5.4. Superestructura

Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, nacional, departamental y local, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema turístico así como armonizar sus relaciones, incluye la facilitación, la capacitación y normatividad en la actividad turística²⁷.

En nuestro país la superestructura vendría a ser el Viceministerio de turismo a nivel nacional; las unidades de turismo de las prefecturas en cada departamento; las unidades municipales de turismo; y las organizaciones privadas que trabajan en el sector.

²⁶ Wallingre, Noemí; Toyos, Mónica. *Diccionario de turismo, hotelería y transporte*. 1ra ed. 1998. Pág. 112

²⁷ VICEMINISTERIO DE TURISMO BOLIVIA. *Metodología para la inventariación y jerarquización de atractivos turísticos*. La Paz-Bolivia: Ministerio de Comercio Exterior e Inversión 2000. Pag 1,2

1.6. SISTEMA TURISTICO

El sistema turístico es el conjunto de elementos interrelacionados y dependientes entre si. Estos elementos están representados por la oferta, la demanda y la superestructura; aunque resalta al producto turístico como resultado del encuentro entre oferta y demanda en el proceso de venta.²⁸.

Esta definición quizá convierta al producto turístico en el cuarto elemento. Pero es necesario subrayar que la concepción de este término es amplia, por lo tanto su definición no es definitiva.

1.7. PRODUCTO TURISTICO

Es todo lo que satisface las necesidades y expectativas del visitante o turista. Este todo está conformado por un conjunto de bienes y servicios que se traducen en 3 factores: atractivos turísticos, servicios o facilidades y la accesibilidad al destino (Cárdenas 1986:13). Aunque algunos autores mencionan también la superestructura (Gurria 1991:68). Estos factores siempre van unidos y no por separado. El concepto de producto es una analogía que viene del Marketing, ya que al final lo que se ofrece son servicios y la finalidad es la venta de satisfacciones.

Los atractivos pueden ser naturales, artificiales y humanos. Estos últimos configuran la denominada hospitalidad, quizá más importante que las dos anteriores.

Las facilidades se refieren al alojamiento en todas sus formas; a la industria de alimentos y bebidas; al entretenimiento y diversión; a las agencias de viaje; a las arrendadoras de automóviles y, en forma especial, al personal capacitado para atender adecuadamente a los turistas, entre otros.

Para completar el producto se requiere que los atractivos sean accesibles, ya sea por barco, avión, autobús o automóvil; de ahí la denominación con que se conoce actualmente: accesibilidad²⁹. A veces entendido también como infraestructura.

²⁸ Boullón, Roberto. Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas 1988. Pág. 32

²⁹ CÁRDENAS TABARES, FABIO. *Producto Turístico: Aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. México: Ed. Trillas, 2ª edición 1986. Pag. 14-15

1.7.1. Características del producto turístico³⁰

- Es prácticamente intangible
- No se puede "ver" cuando se adquiere porque se produce en el momento que se consume y se consume en el momento que se produce
- No puede ser almacenado ni se puede llevar en inventarios, aunque si puede ser empaquetado (paquete turístico)
- No lo podemos llevar con nosotros ni podemos recibir una muestra
- No se puede saber si es satisfactorio hasta que no se consume
- Se produce y se consume 24 horas al día durante los 365 días del año
- Parte de este producto lo ofrece la naturaleza (sol, playa mar, nieve, fauna, etcétera)

1.8. CLASIFICACION DE LOS VISITANTES

1.8.1. Visitantes

Entendida como la persona que visita un país que no es en el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea desempeñar una ocupación remunerada. Los visitantes se dividen en dos categorías: turistas y excursionistas³¹.

1.8.2. Turistas

Visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros:

- a. Tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes)
- b. Negocios, familia, misiones o reuniones

³⁰ DI-BELLA GURRRIA, MANUEL. Introducción al Turismo. México D.F. Editorial Trillas S.A.1994. Pg 67, 68, 69.

³¹ VICEMINSTERIO DE TURISMO. *Estadísticas del Turismo 2004*. (formato CD). La Paz-Bolivia

Cabe subrayar que el viajero de negocios utiliza casi todos los servicios turísticos y se le otorga más fácilmente los requisitos migratorios; sin embargo, las personas que buscan trabajo tienen las necesidades cubiertas por los empleadores residentes en el país de destino y nunca o casi poco hacen uso de los servicios turísticos por el factor costo³¹.

1.8.3. Excursionistas

Entendido como aquel visitante temporal que permanece menos de 24 horas en el país visitado. Incluye a los viajeros de crucero (en esta clasificación no están incluidos los viajeros que entran ilegalmente a un país)³¹.

1.9. DESARROLLO SOSTENIBLE

Entendido como el proceso de cambio que procura la conservación de la biodiversidad y la calidad de vida de la población a través de una transformación productiva que pretende la conservación ambiental, la integración social y cultural (también llamada equidad social para algunos) y la rentabilidad económica con una optimización en el uso de los recursos y así satisfacer las necesidades actuales sin comprometer las del futuro (Viceministerio Turismo 2001:27) (MDSMD 1997:3)

Existen otras definiciones sobre Desarrollo Sostenible, enfocadas desde distintos puntos de vista. Por ejemplo, para Eduardo Gudynas en su libro titulado "desarrollo sostenible, globalización y regionalismo" expresa: "...en el caso del presente ensayo, es entendido como aquel que permite conservar la biodiversidad (en sus tres niveles – eco sistémico, específico y genético), a la vez asegura una correcta satisfacción de las necesidades actuales, sin comprometer esa posibilidad en el futuro..."³² (Gudynas 1999:17)

En un ámbito nacional, la Fundación para la Conservación del Bosque Chiquitano menciona: "...Desarrollo Sostenible el proceso de cambio para mejorar el bienestar de la población sin comprometer los recursos naturales de generaciones futuras..."³³ (FCBCH 2002:8)

³²GUDYNAS, EDUARDO. Desarrollo Sostenible, Globalización y Regionalismo. 1ed. La Paz-Bolivia, Ed. Artes Gráficas Latina, 1999. p: 17.

³³ FUNDACIÓN PARA LA CONSERVACIÓN DEL BOSQUE CHIQUITANO. Plan de Conservación y Desarrollo Sostenible para el bosque Chiquitano, Cerrado y Pantanal Boliviano. 1ed. Santa Cruz de la Sierra-Bolivia, Ed. F.A.N., 2002. p:8.

En la tesis titulada Desarrollo Turístico Sostenible en el Potencial Parque Nacional ANMI de Coroico (hoy Cotapata) manifiesta:

*"...Desarrollo Turístico sostenible, al desarrollo que implica estrategias de equidad social, crecimiento económico y uso racional de recursos turísticos (cultural y natural), cuyo objetivo ulterior es la mejora de la calidad de vida del individuo y la conservación de la biodiversidad del lugar donde se emplaza un proyecto eco turístico, en otras palabras, es optimizar los beneficios derivados del turismo, minimizar los impactos ambientales negativos, canalizar la demanda creciente y propiciar la integración de las comunidades locales en este proceso de planificación y de desarrollo..."*³⁴

En una publicación del ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente aclara:

*"...Es una visión estratégica y un nuevo estilo de planificación, diseño y gestión de las políticas públicas que pretenden mejorar las condiciones de vida de los habitantes de un territorio, a través de la transformación productiva que utiliza racionalmente los capitales humano, físico, financiero y los patrimonios institucional, natural y cultural sin poner en riesgo la satisfacción de las necesidades de futuras generaciones y la capacidad de asimilación de la naturaleza en un marco de equidad y de gobernabilidad..."*³⁵
(MDSMD1997:3)

En resumen, el desarrollo sostenible procura la conservación y protección de la biodiversidad y la mejora en la calidad de vida de los habitantes a través de estrategias que buscan la conservación ambiental, la optimización de los recursos, la integración social y cultural y la rentabilidad económica.

1.10. TURISMO SOSTENIBLE

Entendido como el proceso que compatibiliza el desarrollo turístico con los principios básicos del desarrollo sostenible: conservación ambiental, integración social y cultural y la rentabilidad económica y así satisfacer las necesidades presentes y no comprometer las del futuro. (Wallingre, Toyos 1998:214) (Viceministerio de Turismo 2001: 26)

³⁴ RENE TORO, MARIO. Desarrollo Turístico Sostenible en Potencial Parque Provincial: ANMI de Coroico, Nor Yungas. Tesis de Grado. La Paz-Bolivia, Carrera de Turismo UMSA, 1995. p: Marco Teórico.

³⁵ MINISTERIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y MEDIO AMBIENTE. Programa de Acciones Estratégicas en Recursos Naturales, Medio Ambiente y Planificación del Desarrollo. La Paz-Bolivia, UNICEF, 1997. p:3.

1.10.1. Características del turismo sostenible³⁶

- Durable: económicamente viable a largo plazo, planificado y bien gestionado, que implique la no masificación y un débil impacto.
- Respetuosos con el medio: adaptado a la capacidad de carga de los espacios naturales y culturales, minimizando los efectos estacionales.
- Integrados y diversificados: adaptado a la personalidad del sitio, basado en empresas locales y que no exista la mono-funcionalidad turística.
- Participativo: con la participación de las poblaciones locales.

1.10.2. Objetivos del turismo sostenible³⁷

- Distribución más justa de los beneficios de la actividad turística, sobre todo respecto a la comunidad local
- Mejora en la calidad de vida de los residentes
- Reforzamiento de los valores culturales y de identidad social
- Conservación de los atractivos del lugar para las generaciones futuras
- Experiencias gratificantes de calidad e interés para el visitante
- Equilibrio entre turismo, negocio y conservación

1.10.3. Lineamientos

Hace referencia a bases sólidas, conceptuales y prácticas enmarcadas en el ámbito turístico que afianzan y consolidan el futuro desarrollo turístico de una región determinada³⁸.

³⁶ DAVID JIMENEZ. Turismo Sostenible (comisión de investigación: Proyecto de investigación vía Internet). UMSA Carrera de turismo La Paz - Bolivia

³⁷ VICEMINISTERIO DE TURISMO BOLIVIA. Manual de Gestión Turística a nivel local. Edición 2001 pg. 26, 27.

1.10.4 Aprovechamiento Turístico Sostenible

Entendida como una vía de gestión turística dirigida al aprovechamiento de los recursos turísticos existentes, fomentando su protección y conservación asimismo plantea alternativas para su disfrute económico y social para el presente y futuro, respetando la integridad cultural en armonía con el medio ambiente³⁹.

En otras palabras aprovechamiento vendría a ser gestión o administración turística tomando como base los principios del desarrollo sostenible. Esta tarea está encomendada a las organizaciones que componen la superestructura turística.

1.11. MUNICIPALIZACION

"...Proceso de descentralización bajo el modelo municipalista, el municipio es la unidad básica de la administración pública. La que con la promulgación de la Ley de Participación Popular de 1994, los municipios autónomos ampliaron sus competencias y comenzaron a recibir los recursos de coparticipación tributaria. A partir de entonces, las autoridades municipales, junto con los actores sociales, tienden a convertirse en los principales protagonistas del desarrollo local..."⁴⁰

1.12. MUNICIPIO

La unidad territorial y poblacional, política y administrativamente organizada dentro de los límites de una sección de provincia. Según la ley de municipalidades, el municipio es la base del ordenamiento territorial del estado unitario y democrático en Bolivia. (Honorable Senado Nacional 2003:146)

³⁸ MEDINACELLI, ANDREA. Lineamientos para el desarrollo turístico de Tupiza. Proyecto de Grado. UMSA Turismo.

³⁹ Silva, Marcelo; Lima, Santusa. Aprovechamiento turístico sostenible en el municipio de Puerto Pérez. UMSA. La Paz-Bolivia 2006. Pag. 35

⁴⁰ HONORABLE SENADO NACIONAL – PADEM. Glosario de Términos Municipales: Programa de Apoyo a la Democracia Municipal. 3 ed. La Paz-Bolivia, Plural Editores, 2003. p:146.

1.12.1. Municipalidad

Es la organización jurídica, económica y administrativa del municipio. La municipalidad es una entidad autónoma de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio. La municipalidad forma parte del estado y contribuye a la realización de sus fines (Honorable Senado Nacional 2003:146).

1.12.2. Gobierno municipal

“...Es la autoridad encargada de gobernar y administrar el municipio con el fin principal de planificar y promover el desarrollo humano sostenible, equitativo y participativo del municipio. El gobierno municipal está conformado por el concejo municipal y el alcalde elegidos en las elecciones municipales. Para cumplir con sus objetivos, el gobierno municipal tiene las siguientes atribuciones fundamentales: Desarrollo humano Sostenible, la Infraestructura, la Administración y finanzas, la Defensa del Consumidor, y la prestación de Servicios...” (Honorable Senado Nacional 2003:146)

1.13. MUNICIPIO TURISTICO

Destino en el cual se desarrollan las actividades turísticas. Su extensión coincide a la delimitación administrativa del término municipal en cuestión⁴¹. Este concepto todavía tiene disensión puesto que hay otra característica: la planificación turística (Viceministerio, Manual de gestión 2001:57). En resumen, un municipio turístico es aquel donde se desenvuelven las actividades turísticas y hay una planificación que las orienta.

1.14. FUNCIONES TURISTICAS MUNICIPALES

Dentro del cuerpo de funciones que el ayuntamiento realiza para cumplir debidamente sus objetivos como entidad de gobierno en lo que respecta a las funciones turísticas, se pueden identificar 9 funciones específicas: la Planeación, el Fomento Local, la Promoción, la Publicidad, las Relaciones Públicas, la Información, la Coordinación, la Regulación y la Supervisión⁴².

⁴¹ FUENTES, RAFAEL. Diversificación y promoción de destinos turísticos. Maestría en gestión pública del turismo. www.unia.es. Presentación en power point.

⁴² GESTION PÚBLICA DEL TURISMO. Fotocopias de la materia de gestión pública. UMSA TURISMO.

1.14.1. Planeación

Entendida como el curso de acción o proceso racional que mediante un esfuerzo constante, coherente, sistemático y flexible nos permite llegar a una situación deseada. Hay énfasis en el método y el análisis de variables para seleccionar el más conveniente curso de acción. (Molina 1997: 37).

La planeación es entendida como una herramienta que determina: las actividades de fomento y regulación de la actividad turística, los objetivos de desarrollo turístico, la prevención y fomento para el aumento de la infraestructura, atención de los servicios directos con el visitante (transporte, tránsito, seguridad pública, abastos, etc.), entre otros⁴². Las funciones generales son:

- Conocer e identificar sus recursos turísticos
- Identificar su patrimonio y potencial de desarrollo
- Evaluar su potencial turístico
- Realizar el Programa Municipal de Turismo
- Analizar el impacto futuro en los requerimientos del turismo
- Conocer resultados y evaluar la actividad turística del municipio
- Establecer los requerimientos actuales y futuros en lo relativo a infraestructura, equipamiento y servicios urbanos para apoyar la actividad turística
- Realizar en forma ordenada las actividades de apoyo a la actividad turística efectuando las previsiones necesarias
- Contar con el calendario anual de actividades turísticas y su programa operativo correspondiente

Derivado de la función de planeación se puede establecer un banco de datos para la administración turística del municipio. Este puede alimentarse con la información relevante que permita llevar el registro del número de visitante, los medios de transporte utilizados, la oferta de servicios disponibles, la demanda potencial de los mismos, la estimación del gasto por turista, el tiempo de visita al municipio. También se pueden registrar datos respecto a las características del turista como son su edad, sexo, estado civil, origen, nivel socioeconómico, nivel de estudios, etc. La importancia que representa la presencia del turista en el ámbito territorial del municipio, y la consecuente demanda de servicios, vincula directamente a la planeación turística con las labores

que efectúa el ayuntamiento relativo a su plan de desarrollo urbano y específicamente con los programas municipales orientados a dicho desarrollo. Además la planeación es útil para tramitar financiamientos orientados al desarrollo turístico del municipio y promocionar inversiones.

1.14.2. Fomento local

Entendiéndose como aquellas acciones o políticas a favor de una región para incentivar alguna actividad económica, en este caso el turismo, que parte en principio por iniciativa de las instituciones públicas en coordinación con sus similares o privadas. Estas acciones a nivel municipal deben contar con los sectores de la comunidad en especial los directamente relacionados con la prestación de servicios turísticos⁴³.

Al gobierno municipal le corresponde la tarea de coordinar y promover las acciones de fomento local. Al realizar acciones para incrementar la oferta, en consecuencia incrementa la demanda y su estancia, beneficiando con mayores recursos la economía del municipio. Estas acciones son:

- Realización de actividades turísticas.
- Apoyo a las fiestas locales, ferias, festejos populares o religiosas convirtiéndolas en atractivos.
- Lograr que se instalen en el municipio espectáculos diversos tales como espectáculos de fauna local, zoológicos privados, etc.
- Captar recursos adicionales para aplicarlos a la actividad turística como rifas y sorteos.
- Crear organismos en la sociedad civil que contribuyan a las labores de información, promoción y preservación del patrimonio turístico.
- Realizar acciones para mejorar las actitudes de la población hacia el turista.

Otras acciones de fomento local son:

- Lograr una información adecuada y oportuna sobre inversionistas potenciales.
- Simplificar trámites administrativos, licencias y permisos para la instalación de establecimientos turísticos.

⁴³ Ibidem

- Promover e instalar servicios necesarios para el turista, como pueden ser: estacionamientos, centros comerciales, baños públicos, etc.
- Mejorar la calidad de servicios de atención inmediata: limpieza de áreas de servicio y baños en las gasolineras.
- Promover la construcción de obras viales para facilitar el acceso al Centro Turístico, como son: las carreteras de cuota, puentes, etc.
- Promover el mejoramiento de los Centros de Abasto, tanto en su presentación como en sus proceso de abasto
- Instalar o mejorar los servicios de atención y emergencia médica.
- Promover el mejoramiento en el funcionamiento de los medios de comunicación: teléfono, telégrafos y correos.
- Vigilar y mantener una adecuada calidad de agua potable, sobre todo en poblaciones donde existen enfermedades de origen hídrico.

1.14.3. Promoción

Entendida como el conjunto de actividades que procuran informar, persuadir e influir en la demanda para estimular el desplazamiento de flujos turísticos así también la mejoría de operación de la industria que lo aprovecha (Gurría (Ortigoza y Gómez Arreola) 1991:99)

La función de promoción turística es esencial para el cumplimiento de los objetivos de la planeación turística municipal dado que el turismo es una actividad integrada. En un momento dado puede existir un flujo de turistas, en otro, por la competencia, este puede disminuir. Por lo tanto, la creciente creación de Centros Turísticos y la promoción turística son fundamentales para garantizar flujos estables y en su caso recurrentes⁴⁴.

La promoción turística en nuestro país es uno de los puntos más débiles; sin embargo, el Viceministerio de turismo procura mitigar esta deficiencia.

⁴⁴ Ibidem

1.14.4. Publicidad

Conjunto de acciones por las cuales se dirige al público mensajes orales o visuales con el fin de informar e influir sobre él para que compre mercancías o servicios (Dahdá (Alfonso Aguilar) 1990:19). Sin embargo, algunos autores lo califican de propaganda cuando estas acciones se inclinan favorablemente a ideas, instituciones o personas. (Dahdá 1990:20)

Esta actividad puede utilizar medios masivos de comunicación, sea escrita, radial o televisiva. Su función es mantener estables los flujos turísticos o incrementarlos⁴²⁴. En este proceso, las fases de la publicidad son:

- **Análisis de mercado.** Tiende a conocer cuál es la presencia del centro turístico, es decir, si es conocido, si sus atractivos están debidamente comunicados, etc.
- **Diseño de campañas.** Es una actividad técnica que requiere personal especializado de las agencias de publicidad. El municipio puede realizar algunas tareas simples de publicidad, aunque lo conveniente es apoyar la tarea con el asesoramiento para optimizar el producto en calidad y efecto y así evitar el mal uso de los recursos presupuestarios. El financiamiento de campañas de publicidad tiene altos costos y es importante sumar esfuerzos a través de aportaciones de los prestadores de servicios turísticos, y fondos mixtos de turismo de los 3 niveles de gobierno: nacional, departamental y local.
- **Selección de medios.** Consiste en determinar los medios a utilizar, así como las localidades y frecuencia de los mensajes. Es una tarea especializada que debe encargarse a una agencia de publicidad.
- **Análisis y resultados.** La publicidad es inversión, por lo que sus resultados en términos de incremento del número de visitantes, de la ocupación hotelera y en la venta de servicios turísticos tienen que generar ingresos suficientes para generar utilidades; por lo tanto, es necesario realizar una evaluación de resultados de las campañas de publicidad. Cuando estos no son positivos o suficientes habrá que revisar la orientación y estrategia publicitaria.

El desarrollo de esta función es casi nula o incipiente en la administración local; sin embargo, dio muy buenos resultados con los emprendimientos turísticos comunitarios: Chalalan, San Miguel del Bala, etc.

1.14.5. Relaciones públicas

Entendida como las actividades que pretenden establecer relaciones cordiales con personas o instituciones que puedan favorecer al desarrollo turístico del municipio con el fin de crear una imagen favorable que permita atraer inversionistas y llegar a acuerdos de colaboración⁴⁵.

Las actividades de relaciones públicas incluyen relaciones con la prensa y otros medios de información, atención a visitantes distinguidos, la participación en organismos y asociaciones turísticas y la relación con colegios y gremios profesionales.

1.14.6. Información Turística

Entendida como el proceso de elaboración y distribución de la información de la oferta turística de un destino plasmado en soportes o medios de información que satisfacen las necesidades de datos del usuario (Nadal 2002:3)

Esta función es una de las más importantes. Su objetivo es garantizar que el turista disponga de la información necesaria y oportuna para que su estancia sea de lo más placentera y rica. La inferencia o conclusión sistematizada es resultado del siguiente proceso:

- Determinar necesidades de información. Es necesario hacer un análisis sobre la oferta turística del municipio, con atractivos, servicios y otros.
- Atender con prioridad los requerimientos de información turística que requiera el visitante la que debe estar actualizada y detallada en medios impresos.
- Folletos. Contiene información turística diversa sobre el conjunto de atractivos del municipio y otros específicos.
- Mapas. En estas publicaciones se señalan la ubicación exacta de los puntos de mayor atractivo para el turista.
- Guías. Orientan al turista sobre los atractivos turísticos del municipio.

En consecuencia la política municipal relativa a la difusión tiene que ser resultado de la concertación del gobierno local. El sistema de información se retroalimenta con la información o declaración del visitante vía encuesta a fin de mejorar la calidad de los servicios.

⁴⁵ Ibidem

San Buenaventura tiene una gran deficiencia en esta función: los visitantes que pasan al otro lado del río se limitan a visitar la plaza y el museo y luego regresan a Rurrenabaque, sin saber las posibles actividades que se podrían realizar como una alternativa a los productos turísticos ofrecidos, en especial para el turismo interno de bajo poder adquisitivo.

Por otro lado es necesaria la investigación de su patrimonio turístico como base de información para el desarrollo de esta función de esa manera se podría socializar de manera confiable la información turística en soportes o medios.

1.14.7. Coordinación

Función importante con los agentes vinculados al sector turismo y prestadores de servicio.

- El gobierno nacional. El municipio coordina con este nivel sobre los objetivos y metas trazadas en el Programa Sectorial de Turismo en el que establece políticas de inversiones, programas, etc.
- Con prestadores de servicios. El municipio coordina su participación en la organización de servicios turísticos, talleres mecánicos, servicios de emergencia y otros.

1.14.8. Regulación

El municipio se convierte en un auxiliar del Viceministerio de Turismo en lo relativo a la aplicación de la normativa vigente. Estas acciones procuran establecer una imagen positiva al visitante⁴⁶.

1.14.9. Supervisión

Finalmente, el municipio debe considerar un instrumento auxiliar en sus labores de supervisión, a través de un sistema de quejas que permita identificar las deficiencias a ser superadas⁴²⁶. Las etapas que debe considerar el sistema de quejas son las siguientes:

⁴⁶ Ibidem

- **Recepción.** Consiste en la captación de quejas y sugerencias de turistas y prestadores de servicios.
- **Análisis.** Los puntos de vista señalados en la etapa anterior serán objeto de un análisis detallado respaldado en las disposiciones reglamentarias vigentes en el municipio.
- **Conciliación.** Se orienta a la concertación de los esfuerzos de las partes involucradas en una queja, propiciando con ello una respuesta satisfactoria para ambas partes.
- **Dictamen.** Dependiendo de la naturaleza de la queja, el municipio deberá tramitar la aplicación de sanciones u observaciones ante el Viceministerio de Turismo, o bien emitir las propias conforme a sus reglamentos internos.
- **Respuesta.** Es la parte del sistema de quejas y debe considerarse la más importante, pues tanto para prestadores de servicios como para turistas la atención que logren a su insatisfacción redundará en la mejor imagen del municipio.

1.15. PLANIFICACION

Planificación significa la identificación de un conjunto de variables con el objeto de adoptar un curso de acción basado en análisis científicos, lo que permite alcanzar una situación predeterminada. Así, planificar es prever el curso de los acontecimientos venideros. En otras palabras, la planificación consiste en establecer un curso de acción que conduzca al logro de una situación deseada mediante un esfuerzo constante, coherente, ordenado, sistemático y generalizado⁴⁷.

1.16. PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

La planificación del turismo es un proceso racional cuyo máximo objetivo consiste en asegurar el crecimiento o el desarrollo turístico. Este proceso implica vincular los aspectos

⁴⁷ MOLINA, SERGIO. Turismo: Metodología para su planificación. Ira. Edición 1997. Editorial Trillas México. Pg. 37

relacionados con la oferta, demanda y, en suma todos los subsistemas turísticos, en concordancia con las orientaciones del resto de los sectores de un país⁴⁸.

Desafortunadamente este es uno de los elementos de los que carece el municipio y que le impedirían convertirse en un verdadero municipio turístico.

1.17. PLANIFICACION ESTRATEGICA

1.17.1. Estrategia⁴⁹

Proveniente de la palabra griega "Strategos" (Jefes de ejército), tradicionalmente utilizada para definir al arte o ciencia de emplear la fuerza armada de una nación para conseguir fines determinados por sus dirigentes. Este término es actualmente aplicado a diversos campos como la planificación y administración por ejemplo. Sin embargo, no hay un concepto universalmente aceptado pero entre los conceptos más sencillos se podría decir que la estrategia es una guía para lograr el máximo de efectividad en la administración de los recursos y así cumplir con una misión. Algunos indican que estrategia es la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando oportunidades y evaluando riesgos en función de objetivos y metas. Recurrimos a la estrategia en situaciones inciertas, no estructuradas, no controlables, es decir en aquellas situaciones donde hay otro bando cuyo comportamiento no podemos pronosticar.⁵⁰

Otros mencionan que estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, que a la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner en orden y asignar en base tanto a sus atributo y deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes. Es en este sentido la planificación estratégica se puede

⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ ROJAS, KARINA; VASQUEZ, WENDY. Plan de Desarrollo Turístico Caranavi. Trabajo Dirigido. La Paz-Bolivia 2004. UMSA Turismo. Pg. 32.

⁵⁰ www.gestiopolis.com

definir como una forma sistemática de mejorar el cambio y de crear el mejor futuro posible para una ciudad.

1.17.2. Planificación estratégica en turismo

La planificación estratégica, por su propia metodología de elaboración y aprobación, implica toda una serie de efectos favorables que van más allá de la mera aplicación de unas determinaciones realizables en el corto y mediano plazo. De hecho, su emprendimiento correctamente desarrollado genera un proceso retroalimentado por la propia dinámica social, que impulsa la toma de conciencia del conjunto de la comunidad hacia la modificación integral y la sostenibilidad del producto turístico local, respaldada por todos los agentes y actores que intervienen y es entendida como una actitud ya incorporada en lo sucesivo a los puntos de actuación del sector en la localidad⁵¹.

1.18. AREA PROTEGIDA

Constituyen áreas naturales, con o sin intervención humana, declaradas bajo protección del estado mediante disposiciones legales, con el objetivo de conservar la flora y la fauna silvestre, recursos genéticos, ecosistemas naturales, cuencas naturales y valores de interés científico estético, histórico, económico y social con la finalidad de conservar y preservar el patrimonio natural y cultural del país⁵². En resumen son territorios naturales especiales, geográficamente delimitados y que, por sus estratégicos o altos valores culturales y de biodiversidad son declarados jurídicamente bajo protección y patrimonio del estado y, por tanto, tendrán una administración, jurisdicción y manejo especial. (Merida 1999:80)

⁵¹ Ibidem.

⁵² MERIDA, GONZALO. Administración y bases para el desarrollo sostenible del turismo de naturaleza. 1ra. Ed.1999. Bolivia.Pg. 80.

1.18.1. Objetivos del área protegida⁵³

- Preservar ecosistemas, especies y recursos genéticos naturales en su estado natural de evolución, perpetuando de manera especial especies de vida silvestre que se encuentran amenazadas.
- Mantener áreas de tamaño suficiente, como muestras representativas de cada región biogeográfica importante de Bolivia en su estado inalterado que permitan asegurar la continuidad de los procesos evolutivos, incluyendo la migración animal y el flujo genético.
- Proteger, mantener y manejar las cuencas hidrográficas, de modo que se asegure el equilibrio de los ciclos de generación y uso de agua de alta calidad.
- Proteger rasgos geológicos, geomorfológicos, valores culturales y paisajísticos naturales relevantes.
- Conservar bancos genéticos naturales (conservación in situ) por representar ventajas de costos, evolución genética natural.
- Brindar oportunidades de educación ambiental, recreación, turismo e investigación.
- Establecer programas de uso sostenido de recursos naturales y de la biodiversidad que beneficien de manera especial a las poblaciones asentadas dentro de las áreas protegidas y las zonas de influencia.

1.19. TERMINOS DE REFERENCIA

1.19.1. Vocación Turística

Proviene del latín "vocare" aplicase al aspecto religioso referente a la fe asimismo significa inclinación hacia algo.

⁵³ Ibidem.

Para fines turísticos, vocación turística es aquella región o sitio que posee ciertas características que se inclinan favorablemente hacia ciertas modalidades o tipos de turismo, puede ser recreacional, cultural, deportivo, etc⁵⁴.

1.19.2. Imagen Corporativa

No obstante hay una profusión de significados de imagen corporativa. Una de ellas la entiende como la idea global, imagen o estructura mental que, a través de un procesamiento de información, el público tiene de una organización, institución o empresa referente a sus productos, actividades y conducta⁵⁵.

1.19.3. Identidad Corporativa

Entendida como el conjunto de signos visuales por los cuales el público inmediatamente reconoce y memoriza a una entidad, grupo o institución. Estos signos visuales son generalmente: el logotipo (expresión grafica expresada en la escritura); símbolo (marca grafica o icono); y finalmente la gama cromática (color o colores que la empresa adopta como instintivo emblemático) ⁵⁵.

1.19.4. Imagen Turística

Construcción mental de un lugar, formada a través de películas, fotos, publicidad, comentarios de familiares o amigos, folletos, etc., que forma un conocimiento previo negativo o positivo aún antes de ser visitado. Asimismo, otros autores la reconocen como la identidad corporativa (logo y slogan) de un país o región. Su significación es profusa ya que involucra un conjunto de variables de apreciación⁵⁶.

⁵⁴ Silva, Marcelo; Lima, Santusa. Aprovechamiento turístico sostenible en el municipio de Puerto Pérez. UMSA. La Paz-Bolivia 2006. Pag. 41

⁵⁵ <http://www.irppnet.com.ar/imagencorporativares.htm>

⁵⁶ Wallingre, Noemí; toyo, Mónica. Diccionario de Turismo, hotelería y transportes. 1ra ed. 1998. Buenos Aires-Argentina. Pag. 109

1.19.5. Ruta Turística

Son desplazamientos que pasan generalmente por algún accidente geográfico de relevancia o alguna carretera e incorporan atractivos localizados en sus inmediaciones, siempre que observen una misma unidad temática. La misma puede ser de tipo lineal, circular o triangular dependiendo de las condiciones que se presenten, generalmente las rutas son de carácter promocional⁵⁷.

Las rutas turísticas en la región donde se encuentra el municipio se basan en la temática de la naturaleza; sin embargo, el aprovechamiento de su potencial cultural todavía es escaso.

1.19.6. Paquete Turístico

Es el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global⁵⁷.

1.19.7. Itinerario Personal

Se trata de la descripción de un determinado recorrido que, suministra datos sobre los atractivos situados en él. Son verdaderas guías de viajeros personalizadas. Su objeto es orientar al turista y brindarle información acerca de cómo emplear su tiempo en visitar lugares turísticos. Este tipo de servicio se confecciona normalmente a solicitud del usuario, sobre un destino ya elegido. No obstante ello, puede ser programado y comercializado por una agencia de viajes, por una agencia de información o por un profesional en forma directa. Lo importante es que siempre debe ser personal⁵⁷.

1.19.8. Jerarquización

Es el proceso por el cual se evalúan los méritos de los atractivos turísticos para establecer su capacidad de motivar una corriente de visitantes extranjeros o nacionales, su calificación o grado

⁵⁷ CHAN, NELIDA. Circuitos Turísticos. 2da. Ed. 1994. Buenos Aires-Argentina. . Pg. 22

final se presenta por niveles jerárquicos. La jerarquía de un atractivo refleja su importancia y capacidad de atracción y está medido en las jerarquías IV, III, II, I⁵⁸.

- Jerarquía I: Atractivos sin méritos suficientes para considerarlos, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico pudiendo complementar a otros de mayor jerarquía.
- Jerarquía II: Presentan algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de zonas distantes que llegan a un lugar por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales.
- Jerarquía III: Poseen rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes, por si solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- Jerarquía IV: De características excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes.

1.20. PUESTA EN VALOR

Proviene de la expresión francesa "mise en valeur" (puesta en valor). Es un término empleado en lugar de explotación que parecía descarnado y duro; por esa razón fue sustituido. El término "poner en valor o valorizar puede traducirse por apostar a que una cosa aún no estimada sea por fin debidamente estimada creando para ello las condiciones necesarias.⁵⁹

Existen diferentes conceptos de valorar o "poner en valor" algún objeto o actividad. La mayoría de ellos llevan implícito la ejecución de proyectos como acondicionamiento del patrimonio arquitectónico, construcción de senderos, adecuación de paisajes naturales para su visita turística, etc.⁶⁰

La puesta en valor también es entendida como la adecuada gestión turística generadora de otros proyectos turísticos o complementarios. Asimismo comprende la identificación de circuitos

⁵⁸ NOEMI WALLINGRE, MONICA TOYOS. Diccionario de turismo. Ira. Ed. 1998. Buenos Aires-Argentina. Pag. 117.

⁵⁹ ARQUEOLOGIA, PATRIMONIO Y TURISMO. <http://www.eumed.net/ce/2005/fme-07.htm>

⁶⁰ PATRIMONIO. www.naya.org.ar/turismo

turísticos, determinación de sus vocaciones de aprovechamiento turístico: vocación genérica y posteriormente operativa.⁶¹

Por otro lado, es consolidar y mantener un programa de acciones, que aseguren que aquellos destinos turísticos tengan posicionamiento en el mercado, confirmando su competitividad⁶².

También es considerado como activo económico del patrimonio y por otro como factor dañino al patrimonio tangible e intangible.⁶³

Para el proyecto, la puesta en valor será convertir algo que no estaba estimado en algo debidamente apreciado a través de acciones (proyectos, identificación de circuitos, gestión turística etc.) que tenga como finalidad el posicionamiento del objeto o servicio en el mercado.

1.21. POTENCIAL TURISTICO

El potencial turístico puede ser identificado en diferentes maneras: situación y ubicación del destino o país, la acomodación disponible, las características especiales y las atracciones turísticas⁶⁴.

Cuando se habla de la situación o ubicación del destino se refiere principalmente a: el acceso al destino o país, su topografía, su clima, infraestructura, etc.

La acomodación disponible se refiere principalmente a cuestiones como servicios: la suficiente oferta de hoteles o apartamentos disponibles para los turistas, si hay alguna otra fuente de lugares para quedarse ya sea en albergues o casas de campo, agencias de viaje, etc.

Las características especiales se relacionan a las condiciones favorables para el desarrollo de ciertas actividades: deportivas, negocios, etc. Finalmente, las atracciones turísticas se

⁶¹ BUSTILLOS, SANDRA. Inventariación de los recursos turísticos del municipio de Irupana y su puesta en valor turístico. La Paz-Bolivia 2005. Pag. 509.

⁶² DEL SOLAR, JORGE. Criterios de Valoración Turística. Arequipa, U. de La Molina. 2000. Pág. 76

⁶³ PATRIMONIO. http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Pedro_Torres_More.htm

⁶⁴ ⁶⁴ Tourism potential. www.bizak.com

constituyen en la materia prima del turismo y son capaces de atraer a los visitantes: pueden ser naturales o culturales.

En otras palabras, y para el proyecto, el potencial turístico se refiere al estado o grado de aprovechamiento del patrimonio turístico que se dispone.

1.22. VALORIZACION DEL POTENCIAL TURISTICO

En realidad existen diferentes modos de interpretar y denominar lo que es una valoración del potencial turístico: la valoración económica, la valoración social, la valoración de las variables en la motivación en la demanda turística, la evaluación del potencial turístico, etc. Cabe señalar además que algunas de estas denominaciones son sinónimas como las palabras evaluación y valoración. Sin embargo, a pesar de toda esta gran teoría que puede conducir a la ambigüedad y después de una exhaustiva búsqueda de fuentes secundarias, se tomo una definición que es un poco más sencilla que las otras:

*"La medición rigurosa de las variables que tengan en cuenta: la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado. Esto con el propósito de saber hasta que punto el municipio llega a ser turístico, además de constituirse en una buena base de toma de decisiones."*⁶⁵

Este proceso está dividido en dos fases: la primera que comprende el análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia, y las tendencias del mercado; y la segunda fase que confronta los resultados del análisis preliminar y permite identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona. Estas dos fases implican la recogida, tratamiento, y explotación de informaciones internas y externas.

Esta evaluación permite asimismo superar obstáculos importantes y evitar muchos errores.

- Una visión errónea del potencial turístico puede provocar un sobredimensionamiento de los proyectos, con efectos negativos sobre el medio ambiente (contaminación, degradación, de los emplazamientos naturales, etc.), la cultura (pérdida o "folklorización" de la identidad local,

⁶⁵ GRUPOS LIDER. *Guía de evaluación del Potencial Turístico*. España. <http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-es/biblio/touris/metho.pdf>

etc), la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del coste de la vida, endeudamiento de los municipios, etc.)

- Una mala percepción de las características y especificidades del territorio hace que sea inadecuada la elaboración de una oferta turística local original que permita diferenciarse de las regiones competidoras que están al mismo nivel.
- El desconocimiento de las características de la demanda y de las tendencias del mercado perjudica la elaboración de productos turísticos ajustados a la demanda.

Aunque no ofrezca datos absolutamente fiables sobre las perspectivas de desarrollo efectivas del sector, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.⁶⁶

Sin embargo, la amplitud de tal proyecto requiere de muchos elementos: un equipo multidisciplinario, presupuesto, etc. Es por esa razón que el proyecto está orientado a la valoración del potencial turístico orientado a su patrimonio, en base a los objetivos planteados del proyecto.

1.22.1. Valorización de la información sobre el potencial turístico

Para efectos del presente proyecto el concepto de valorización del potencial turístico se entenderá como la puesta en valor de la información del potencial turístico, es decir, a la investigación, identificación, recopilación y parcialmente a la verificación de la información sobre los componentes del patrimonio turístico: atractivos turísticos, infraestructura y/o accesibilidad y los servicios ofrecidos en el municipio de San Buenaventura, todo esto con la finalidad de compilar los datos esparcidos en diferentes trabajos de investigación y establecer una base preliminar de información turística para futuras investigaciones.

⁶⁶ GRUPOS LIDER. *Guía de evaluación del Potencial Turístico*. España. <http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-es/biblio/touris/metho.pdf>

1.22.2. Ejemplos de valorización

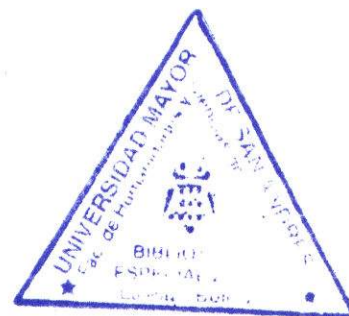
Existen distintas formas de realizar una valoración del potencial turístico con diferentes orientaciones: económica, geográfica, administrativa, etc. Aquí se muestran algunos casos de estas apreciaciones.

España

- A. En la región de Murcia, al sudeste de este país, se implementó una valoración del potencial turístico que tiene como base tres aspectos fundamentales: *Incidencia de la legislación y el planeamiento urbanístico*, a fin de determinar la viabilidad y compatibilidad de la actividad turística respecto a la vocación y uso actual del territorio; *La oferta de recursos turísticos*, incluyendo en el análisis un inventario general de los recursos más importantes y característicos de cada zona, agrupados en tres grandes categorías, recursos histórico monumentales, culturales y naturales; *Estructura de la Gestión Turística de la Región*, se analizará su estructura, recursos y eficacia desde los ámbitos de actuación tanto público como privado; *Los proyectos turísticos de futuro para la Región*, identificando tanto los de carácter estratégico que forman parte del ámbito público (decisiones a nivel de la administración local y autonómica), como los de tipo privado que dependen de la iniciativa empresarial.⁶⁷
- B. En la región de Málaga, ubicada al sur del país, se implementó una evaluación del potencial turístico orientada más al campo de la geografía y la informática. Este tipo de valoración se apoya sobre dos objetivos fundamentales: Valoración del potencial turístico del medio rural y diseño e implementación del sistema a través de Internet. Se constituye sobre todo en la factibilidad del territorio para realizar distintas actividades y la posibilidad de incorporarlas al campo de la informática.⁶⁸

⁶⁷ MURCIA Turístico. <http://www.carm.es/ctyc/PORTAL-2002/sectorturistico/diagnostico>

⁶⁸ MALAGA. <http://www.uclm.es/cr/caminos/Actividades>



Argentina

- A. Para la provincia Jujuy se propuso una valoración que se basa en la identificación de las fortalezas, debilidades, oportunidades, y amenazas. Establece que el desarrollo de los destinos turísticos depende de: el tipo y calidad de los atractivos, el mercado, y la dotación de los servicios. El primer requisito tiene que ver con la fuerza de atracción que tienen sobre la demanda el tipo, cantidad y diversidad de atractivos turísticos. El segundo tiene que ver con los segmentos de mercado a los que se pretende y es posible alcanzar. Ambos requisitos son necesarios para dotar a los centros turísticos de los servicios adecuados y orientar su comercialización. El tercer requisito por último se refiere al tipo, cantidad y calidad de servicios existentes y su posible adecuación a las exigencias actuales del mercado.⁶⁹

General

- A. Otro tipo de valoración se basa en factores intrínsecos y extrínsecos y la jerarquización de los atractivos. Los intrínsecos comprende a recursos naturales; museos, manifestaciones culturales, folklore; realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas; acontecimientos programados; equipamiento turístico y servicios; recursos humanos. Como factores extrínsecos aparecen: accesibilidad, otros atractivos a nivel regional, y otros proyectos regionales. Y la jerarquización que consiste en el análisis crítico de los recursos más relevantes de un área, con el fin de establecer su interés turístico sobre bases objetivas (en lo posible) y comparables. Este tipo de valoración se realiza en algunos espacios naturales.⁷⁰

1.23. MARCO LEGAL

1.23.1. Leyes fundamentales

Constitución Política del Estado que reconoce el carácter multiétnico y pluricultural del estado boliviano, ayudando a definir el etno-ecoturismo.

⁶⁹ JUJUY. <http://negocios.cfired.org.ar/servlets>

⁷⁰ AREAS NATURALES. http://www.dinama.gub.uy/modules/dinama/areas_naturales

Ley del Medio Ambiente, que procura la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales en el marco del desarrollo sostenible a fin de mejorar la calidad de vida de la población.

Ley de Reforma Educativa, promueve la formación de oficios y mandos medios técnicos como los turísticos.

Ley de Capitalización, procura el mejoramiento de la infraestructura y equipamiento que coadyuvan implícitamente al desarrollo del sector turístico.

Ley de Descentralización Administrativa, que otorga competencias como : la autonomía y control administrativo departamental, formular y ejecutar los planes departamentales de desarrollo económico y social, administrar y promocionar el turismo departamental, y finalmente ejecutar políticas, planes y proyectos aprovechando el potencial turístico de cada departamento.

Ley de Organización del Poder Ejecutivo, que otorga competencia administrativa al Ministerio de comercio Exterior e Inversión y al Viceministerio de Turismo, como órganos oficiales encargados de formular políticas y normas para el desarrollo del turismo.

1.23.2. Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia

Esta ley define al turismo como una actividad estratégica para el desarrollo integral del país, otorgando al turismo receptivo la calidad de actividad de exportación para la generación de divisas. (Téllez 2003:7). Asimismo expresa que la competencia de las municipalidades es la de promover e incentivar el turismo en el marco de las políticas y estrategias nacionales y departamentales (art. 8, párrafo 1, Ley de Municipalidades 2028). Además expresa que sus atribuciones principales en materia de turismo son:

1. Contar con un inventario de atractivos turísticos municipales
2. Organizar y promover ferias y festividades turísticas
3. Velar por el ornato y mantenimiento de plazas, parques, paseos, y demás sitios turísticos e históricos de la localidad.
4. Realizar y mantener el señalamiento vial y señalización turística
5. Velar y apoyar a la unidad de Turismo Departamental de su jurisdicción por una prestación de servicios turísticos adecuada

6. Fomentar la actividad turística con los incentivos municipales para desarrollarla
7. Coadyuvar con la policía turística y la policía municipal por la seguridad de las actividades turísticas y de los turistas (Téllez 2003:47, 48)

Áreas Protegidas

En lo referente a áreas protegidas, se enfatiza en la necesidad de programas de educación ambiental como una alternativa para mejorar la calidad de vida de la población. Luego señala que, tanto la actividad turística dentro de las áreas protegidas, su operación, y los servicios turísticos deben regirse bajo tratamiento especial contemplados en los reglamentos específicos dentro de las áreas protegidas. (Téllez 2003: 53)

1.24. MARCO INSTITUCIONAL

1.24.1. Plan Nacional de Turismo (2006-2011)

El plan procura promover el desarrollo turístico sostenible en territorios comunitarios, municipales, mancomunados, regionales, departamentales y a nivel nacional, para generar ingresos, empleo y procesos interculturales a fin de insertarse óptimamente al mercado turístico nacional y a los mercados internacionales mediante la implementación de políticas, programas y proyectos turísticos bajo principios del plan nacional de desarrollo. Este plan se basa principalmente en tres programas.

Programa 1 – Turismo Indígena y Comunitario

Este programa se realizara en el área urbana y rural donde existan organizaciones comunitarias tradicionales y no tradicionales cuyas características sean: la propiedad colectiva de la tierra y sus recursos, la gestión de una organización territorial establecida, y la democracia participativa. Así pues, este programa tiene como objetivos.

Objetivo General

- Promover la articulación integrada del subsistema turístico en el marco de la gestión territorial integral de los sistemas socio-económico-productivos-comunitarios, como una estrategia diversificada de generación de empleo e ingreso, que coadyuve a la eliminación de la pobreza

Objetivos Específicos

- Fortalecimiento, consolidación y creación de emprendimientos turísticos indígenas-comunitarios
- Creación de nuevos circuitos, productos y destinos turísticos basados en la comunidad donde hay mayores índices de pobreza
- Articulación de la acción e inversión de estos objetivos con los programas de gestión sostenible y promoción y mercadeo

Programa 2 – Gestión Territorial Sostenible de Destinos Turísticos

Orientado a cualificar y/o describir la gestión turística en todas sus dimensiones, asimismo proponer soluciones a problemas o impactos medioambientales, sociales, culturales y negocios turísticos debido a un crecimiento espontáneo y ausencia de una gestión territorial turística. Además, se enfatiza en la gestión de la calidad de los servicios turísticos en los destinos, y la creación y mejora del sistema normativo turístico. Este programa tiene como objetivos.

Objetivo General

- Promover la formulación y aplicación de instrumentos de normativa, reglamentación, gestión territorial, y gestión de calidad de los servicios, en los destinos y productos turísticos existentes y por crearse, para cualificar su competitividad, sostenibilidad y equidad.

Objetivos Específicos

- Sistematizar, formular y aplicar instrumentos y metodologías de gestión turística territorial en los destinos, sitios y circuitos turísticos existentes y por crear
- Diagnosticar, formular e implementar un nuevo marco normativo general de turismo
- Articulación de las acciones con los programas 1 y 3.

Programa 3 – Promoción y Mercadeo de la Oferta Turística Nacional en el Mercado Interno e Internacional

En primer lugar, establece que este programa es transversal o complementario con los 2 anteriores programas, además indica que es tarea del estado boliviano a través de una entidad

pública central o una pública-privada descentralizada a fin de proyectar una imagen corporativa de Bolivia como destino turístico.

Objetivo General

- Promover la formulación e implementación de estrategias de promoción y mercadeo de los destinos y productos turísticos existentes y por crearse en el mercado nacional e internacional, en el marco de la proyección y posicionamiento de una imagen corporativa de Bolivia como destino turístico integral y articulado, que permita generar una rentabilidad económica y social satisfactoria

Objetivos Específicos

- Formular e implementar una estrategia de mercadeo y promoción de la oferta turística nacional en el mercado interno
- Formular e implementar una estrategia de mercadeo y promoción de la oferta turística nacional en el mercado internacional tanto continental como global
- Articulación con los programas 1 y 2

1.24.2. Plan Departamental de Desarrollo La Paz (2007-2010)

Primeramente, considera al turismo como una oportunidad de desarrollo y una actividad importante para la generación de ingresos y empleo, siendo la tercera actividad económica del departamento con 66,4 millones de dólares en el 2004. Asimismo, destaca al departamento como el principal centro de recepción y distribución de turismo del país (45% extranjeros y 22% nacionales). (Paz, 2007)

En segundo lugar, destaca la existencia de un importante patrimonio natural, cultural e histórico que ofrece diferentes actividades a turistas nacionales y extranjeros como andinismo, disfrute ecológico, riqueza cultural, etc. En cuanto a servicios señala que hay una oferta ya disponible y una infraestructura hotelera necesaria.

La propuesta del plan departamental referente a turismo se basa en el Programa Turismo y Cultura, orientada a mejorar las actividades de promoción del turismo y cultura y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural del departamento. Este programa se divide en tres ejes: promoción

del turismo, promoción de la cultura y la recuperación, restauración y puesta en valor del patrimonio cultural y natural.

Programa 1 - Promoción del Turismo

Procura el desarrollo de destinos turísticos aprovechando el patrimonio natural, cultural y de negocios a través de la articulación de circuitos turísticos, su creación e interrelación para multiplicar la oferta turística de la región y sacar más provecho de la afluencia turística. Esta estrategia comprende 4 líneas de acción:

- Participación del Departamento de La Paz en Ferias Nacionales e Internacionales
- Apertura de una Oficina de la Prefectura de La Paz de Promoción en Cuzco
- Desarrollar una oferta Turística Trinacional entre Perú - Bolivia – Chile
- Incorporación de las comunidades rurales e indígenas como sujetos activos y beneficiarios de los proyectos turísticos

Cuadro N° 1

Destinos a consolidar por la Prefectura del Departamento de La Paz

Los 10 destinos turísticos a consolidar en el departamento de La Paz	
1.	<i>La ciudad de La Paz como gran destino turístico</i>
2.	<i>Cultura Tiwanaku</i>
3.	<i>Lago Titikaka, Copacabana</i>
4.	<i>Parque Nacional Madidi</i>
5.	<i>Yungas</i>
6.	<i>Reserva de Apolobamba</i>
7.	<i>Valle de Sorata y Cordillera Real</i>
8.	<i>Iglesias coloniales y Clulperios (altiplano sur)</i>
9.	<i>Puya Raymundi y ciudad de piedra (prov. Pacajes)</i>

10. <i>Balnearios próximos a la ciudad de La Paz</i>
--

Fuente: Plan Departamental de Desarrollo La Paz- Prefectura

Programa 2 – Promoción de la Cultura

Orientado a promover la recuperación, preservación y rescate de las tradiciones culturales, además de incentivar y fomentar las diversas formas de expresión de la cultura en el Departamento de La Paz. Su proyección hasta el 2010 es fortalecer a través de políticas la oferta turística cultural desarrollando una imagen que muestre a La Paz "Diversa, Cultural y Milenaria". El programa tiene previsto desarrollar:

- Festivales macro regionales de música y danza autóctona del departamento de La Paz
- Formación de Escuelas de Arte en Provincias que beneficien a 8.000 estudiantes.
- La catalogación, registro y protección del patrimonio cultural paceño
- Investigación, registro y promoción de expresiones culturales en música y danza
- Un programa de "Rescate y protección de los bienes culturales contra el tráfico ilícito".
- Un programa departamental de difusión y promoción cultural

Programa 3 – Puesta en valor del Patrimonio Natural y Cultural

Las tareas de promoción turística requieren ser completadas con obras de recuperación, restauración revalorización y puesta en valor del patrimonio natural y cultural del Departamento, además de desarrollar obras de infraestructura que faciliten el acceso y transporte del flujo turístico hacia y desde el Departamento de La Paz. Para este efecto se contempla los siguientes componentes:

1. **Realización de proyectos de infraestructura.**- con recursos concurrentes departamentales y municipales se ejecutaran proyectos de caminos, electrificación, telecomunicaciones,

saneamiento básico, gestión de residuos sólidos y otros que permitan crear las condiciones apropiadas para el desarrollo de los circuitos turísticos.

2. **Valorización de los patrimonios culturales y sitios con atractivos naturales.**- mediante trabajos de inventariación, catalogación y actualización; restauración y recuperación del patrimonio cultural utilizando materiales y mano de obra del lugar; que permitirán contar con estudios e investigaciones históricas.
3. **Puesta en Valor y Creación del Circuito Turístico de la Cultura Tiwanaku.**- con la implementación del "Plan Maestro Taypi Kala" que comprende entre otras acciones la excavación y recuperación de las pirámides de Akapana y Puma Punku, la ampliación del sitio arqueológico de Tiwanaku, la recuperación sukakollos, la implementación de un museo virtual, etc..
4. **Puesta en Valor y Construcción del Centro de la Cultura Kallawayá en Curva.**- que incluye la implementación de un Centro Ceremonial, Museo virtual, Sala de Atención de Medicina Tradicional, cultivo de plantas medicinales.
5. **Implementación Circuito y Complejo Turístico Guaqui,** que permita recuperar los atractivos turísticos de la zona, a través de la construcción del museo de los ferrocarriles.
6. **Dinamización y puesta en valor de Pasto Grande e Iskanhuaya,** orientada a recuperar dos importantes obras arquitectónicas prehispánicas.
7. **Ciudad de Colores,** desarrollando infraestructura que permita incentivar el turismo y transmitir valores con respecto al cuidado de la naturaleza en jóvenes estudiantes.
8. **Mejoramiento y relanzamiento de Copacabana.**- que permita mejorar los aspectos relacionados con el mejoramiento de los servicios turísticos en este importante atractivo turístico.
9. **Construcción y mejoramiento de los aeropuertos de Apolo, Ixiamas e Iskanwaya.**- que facilite el desplazamiento de los visitantes a los atractivos turísticos.
10. **Mejorar la regulación, control y seguridad del sector turístico.**- mediante la elaboración y modificación de normativas y estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos y

complementarios; el ordenamiento y categorización de los mismos; la protección y seguridad de los visitantes.

Se espera que a través de los proyectos descritos, hasta el año 2010 se puede incrementar y mejorar el patrimonio turístico cultural del Departamento mediante la dinamización, recuperación y puesta en valor de seis importantes atractivos turísticos– culturales; realizar el mejoramiento de dos infraestructuras aeroportuarias que faciliten el desplazamiento del flujo turístico y, mejorar la atención y control del sector turístico.

1.24.3. Plan de Desarrollo Municipal San Buenaventura (2005-2010)

La visión del municipio es constituirse en un municipio productivo, competitivo, auto-sostenible; con desarrollo humano integral de alta calidad, proyectado hacia el turismo, compatible con la biodiversidad, basado en valores humanos y respeto a la pluriculturalidad

Referente a turismo, esta visión se basa en:

- Consolidar la imagen turística del municipio de San Buenaventura, en los entornos nacionales e internacionales
- Promocionar mercados nacionales y de exportación para los productos de transformación agropecuaria, artesanal y los servicios de turismo
- San Buenaventura, se ha consolidado como municipio turístico, dotado de plataforma de desarrollo económico y social en sus áreas naturales de colonias y de comunidades originarias y en áreas urbanas
- San Buenaventura, ha consolidado y proyectado su imagen competitiva de municipio turístico, con altos niveles de calidad de vida de sus habitantes y con productos y servicios de exportación

El turismo se encuentra en las estrategias de desarrollo económico del municipio, en los cuales indica a la actividad agropecuaria y turística como sus principales vocaciones. El objetivo referente al rubro turístico es impulsar a la actividad turística ecológica y social en los ámbitos urbanos y rurales. Referente a los programas operativos de los últimos años, la importancia del turismo se explica a continuación. Por ejemplo, el POA 2005 no explica claramente el apoyo económico para el rubro; el POA 2006 indica una aportación de 14.200 Bs como apoyo a la unidad de turismo, 10.000 Bs al desarrollo de la cultura, 25.000 Bs para el sendero Brujo, 2000 Bs para la capacitación en el manejo del turismo y 8.000 Bs para la promoción de la artesanía en Capaña; por

último, el POA 2007 expresa una ayuda de 26.926 Bs a la unidad de turismo, 20.000 Bs para el sendero en el cerro Brujo (2da fase), apoyo al turismo Villa Fátima 3000 Bs y 15.000 Bs para el proyecto de apoyo artesanal a Bella Altura, para el desarrollo de la cultura 27.000 Bs. En otras palabras, la inversión que hizo el municipio se basa generalmente en fortalecer la unidad de turismo, el proyecto del cerro Brujo, apoyo a la artesanía y la capacitación y soporte para algunas comunidades. El control y seguimiento sobre la ejecución de los proyectos es todavía desconocido

CAPITULO II DESCRIPCION TERRITORIAL

2. DESCRIPCION TERRITORIAL

2.1. UBICACIÓN GEOGRAFICA⁷¹

2.1.1. Latitud y longitud

Geográficamente, el Municipio de San Buenaventura se encuentra ubicado al Sudeste de la Provincia Iturralde del Departamento de La Paz; a una altitud según la carta nacional de 200 m.s.n.m. Esta comprendido entre los paralelos 57°45' de longitud Oeste y 38°20' de latitud sur.

2.1.2. Limites

La segunda sección de la Provincia Abel Iturralde (establecido antes como la primera), limita al Norte con la primera sección de la misma provincia, al Sur limita con la Provincia Franz Tamayo, al Este con el Departamento del Beni, y al Oeste con la sección municipal de Ixiamas.

2.1.3. Extensión

La extensión territorial de la Provincia Abel Iturralde es de 42815 Km².

2.2. ASPECTOS FISIOGRAFICOS⁷²

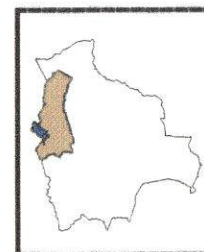
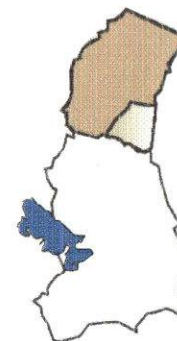
2.2.1. Altura

El Municipio de San Buenaventura se encuentra formado por ríos, montes (selva) y serranías; por tal motivo, y por las irregularidades que presenta su topografía, las altitudes oscilan entre los 200 a 400 m.s.n.m. y las altitudes de las demás comunidades cerca al camino principal que cruza el monte van subiendo hasta llegar a los 1400 m.s.n.m que vienen a ser comunidades ubicadas cerca de la serranía.

⁷¹ HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoría multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999. Pag. 1.

⁷² HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoría multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999. Pag. 4,5.

MAPA DE UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN TERRITORIAL MUNICIPIO DE SAN BUENAVENTURA



Departamento de La Paz
Provincia Abel Iturralde
Municipio de San Buenaventura
2 da. sección

Aspecto Fisiografico

Latitud y longitud: 57°45',
38'20"
Altura media: 470 msnm
Unidad fisiografica:
Subandina
Temperatura: 19 y 31
grados
Precipitación: 1300 mm

Aspectos Socioculturales

Población: 6203
habitantes
Educación: Nivel básico
y superior
Salud: Hospital y postas

sanitarias
Idiomas: Español,
Quechua, Tacana

Aspectos Socioeconómicos

Actividades económicas:
Agricultura, ganadería,
pesca y caza, artesanía
Transporte y acceso:
Fluvial y vial
Comunicación: Teléfono
y telegrafía
Servicios básicos:
Alcantarillado,
electricidad y luz
eléctrica

Fuente: Atlas Estadístico de Municipios Bolivia 2005

PROYECTO: VALORACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE SAN BUENAVENTURA
NOMBRE: MARIO MARCELO RAMOS ROJAS

2.2.2. Relieve

Los accidentes geográficos que presenta el municipio de San Buenaventura, se deben especialmente a que los montes (selva) cubren la mayor parte del terreno; por otra parte, los terrenos que se encuentran aptos para la siembra y cultivos son aquellos que fueron ganando monte mediante chaqueo (quema controlada del monte). Aquí cabe aclarar que estas tierras después de un cierto tiempo de uso requieren descanso para recuperar su fertilidad. El monte también, a medida que uno ingresa tiende a mostrar una pendiente de 10 a 25 % de inclinación, vinculada hacia la serranía.

2.2.3. Topografía

Esta representado por una sabana sub-tropical, con bosques semi-verdes y grandes zonas de producción forestal de maderas preciosas. Fisiográficamente, presenta estribaciones poco accidentadas, especialmente al inicio de las riberas del río Beni.

2.3. ASPECTOS DEL ECOSISTEMA⁷³

2.3.1. Clima

De acuerdo al mapa ecológico de ex CORDEPAZ, el Municipio de San Buenaventura presenta un clima benigno sin cambios térmicos en el invierno, con poca humedad en otoño y con un clima cálido en primavera y verano.

En los meses de Mayo, Junio y Julio, generalmente viene una ola de surazos; sin embargo el mal tiempo no es permanente. Existen olas de frío y las lluvias recién llegan a partir de Noviembre y duran hasta Marzo.

2.3.2. Temperatura máxima y mínima

Como se puede notar, en la zona de San Buenaventura se presentan altas temperaturas, llegando hasta 31°C como la máxima anual y una mínima de 19°C. La media anual oscila entre los 26 y 25 grados centígrados.

⁷³ HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoría multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999. Pag. 6,7,10,11.

2.3.3. Precipitación pluvial

Según los datos obtenidos, se puede llegar a la conclusión que la precipitación en la zona de estudio es muy alta, donde los meses mas lluviosos son a partir de Noviembre hasta Abril, en cuyo periodo la precipitación alcanza a 1300 mm., y los meses mas húmedos son Enero y Febrero. También existe un periodo seco que esta comprendido entre los meses de Mayo a Octubre, cuya precipitación promedio es de 600 mm. El mes mas seco es Agosto. Con todos estos datos, San Buenaventura tiene clima tropical húmedo⁷³.

2.3.4. Riesgos climáticos

Habida cuenta de la topografía que presenta el municipio de San Buenaventura, el riesgo climático es muy bajo porque se puede sembrar cualquier especie sin riesgo de perdida. Para que los cultivos se produzcan de mejor manera gracias al clima benigno, es necesario aprovechar la tecnología como el arado con bueyes y el riego, con afluentes como ser arroyos, vertientes y otros. Actualmente, el riesgo que se corre al no utilizar estos métodos es ocasionado por el retraso de la llegada de lluvias incontrolables e impredecibles⁷³.

2.3.5. Fauna

Los mamíferos están diseminados en todo el territorio municipal, es así que es frecuente la presencia de jochis, taitetús, monos, víboras en los pisos templados, mientras que en los pisos denominados cálidos se observa con mayor frecuencia loros, parabas, tapires, entre otros⁷³.

En cuanto a la variada fauna de invertebrados se destaca la presencia de los himenópteros y los coleópteros, entre los más conocidos están el peto, el quita pelo, el toro, los mosquitos, el polvorín, y el mosquito lesmaniasis en poca medida.

2.3.6. Flora

La vegetación que cubre los montes de San Buenaventura es variada: se puede hallar desde árboles con madera fina como la mara (*Swetenia macrophila*), cedro (*Cedrela odorata*), roble (*Amburana cearencis*), hasta plantas medicinales como la uña de gato⁷³.

⁷³ HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoria multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999. Pag. 6,7,10,11.

- Principales especies

Cada comunidad es típica por su vegetación y clima que se presenta en cada estación, es así que toda la superficie del municipio de San Buenaventura esta cubierta de especies forestales tanto arbustivas como leñosas en determinado grado, de acuerdo a los pisos ecológicos de cada zona: Zona Templada se caracteriza porque su clima benigno, cubierto y protegido por las serranías y quebradas, estas son zonas que se encuentran entre 400 y 600 metros sobre el nivel del mar; en estas zonas por el constante chequeo su vegetación ha ido cayendo por la sobreexplotación de maderas preciosas.

Zonas cálidas, su altura oscila desde los 200 a 400 sobre el nivel del mar y se hallan a orillas del río Beni. La fisiografía básicamente es monte, en esta zona se practica generalmente la agricultura y la tala de árboles para leña. Ahora su vegetación es xerofítica propia de los bosques como ser el motacu, el majo, el pacai, y la uña de gato entre otros.

2.3.7. Uso y manejo⁷⁴

Todos los recursos naturales de la región, son explotados sin ningún manejo racional, los recursos naturales de las comunidades que se encuentran situadas en el monte son utilizadas para el uso familiar y energético y los recursos que se encuentran en la zona cerca del río se explotan para la venta de los mismos en la población de Rurrenabaque y en muchos casos para el autoconsumo.

2.3.8. Hidrografía

- Fuentes de agua, disponibilidad, y características

Las principales fuentes de agua en la zona son: el río Beni, río Tuichi, y el río Siruma. El uso de estos ríos se utiliza como vía de transporte, por ser navegables y fuentes de pesca. Además se cuenta con pequeños riachuelos, como son el Arroyo Carjanes, Arroyo Seco, Arroyo Tionuapo, etc.

El Río Beni es el río más grande y nace en las faldas de los cerros de la población de La Paz, es navegable y sus aguas descienden hasta el Amazonas en frontera con el Brasil. En San Buenaventura el río es utilizado para la pesca.

⁷⁴ HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoría multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999. Pag. 6,7,10,11.

Tiene una cuenca de aproximadamente 60000km² y caudales de 600 m³/seg. en estiaje y 5000m³/seg. en época de lluvias, según fuentes de la naval.

Río Tuichi nació en Perú – Pelechuco en las afluencias de las comunidades de Progreso y San José de Uchupiamonas y transita hasta encontrarse con el río Beni, por lo tanto es un río navegable (es la única manera de llegar a la población de San José) Sus aguas son utilizadas para la pesca.

Río Siruma limita al Este con el departamento del Beni, tiene como afluente principal al río Beni; transita a través de San Buenaventura hasta Tumupasa.

2.4. ASPECTOS SOCIO CULTURALES⁷⁵

2.4.1. Población

Según el último censo realizado el 2001 por el Instituto Nacional de Estadística, en el municipio de San Buenaventura hay aproximadamente 6203 habitantes, con una distribución de 3378 hombres y 2825 mujeres⁷⁶.

2.4.2. Educación

Educación formal

- Estructura institucional: Número, tipo y cobertura de los establecimientos

El municipio de San Buenaventura cuenta con una Dirección Distrital de Educación, a la cual pertenecen el núcleo educativo Abel Iturralde con 16 establecimientos (12 en funcionamiento y 4 cerrados) y el núcleo El Paraíso con 7 establecimientos⁷⁵.

Existen dos colegios a nivel de bachillerato, estos son el colegio Nacional San Buenaventura y el Colegio Técnico de Tumupasa, ubicados en los dos mayores centros del municipio.

⁷⁵ HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoría multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999. Pag. 27,28,40

⁷⁶ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA. Atlas Estadístico de Municipios. Pag. 262

Uno de las dificultades que se presentan es la excesiva distancia de las unidades educativas respecto a su núcleo, lo que dificulta la planificación y el flujo de información entre las unidades. Las distancias son también un problema para los estudiantes. En la mayoría de los establecimientos se dispone de educación primaria, es decir de 1º a 5º básico. Solamente cuatro establecimientos ofrecen educación de 6º a 8º grado de primaria y únicamente en dos, se puede culminar el colegio. Esto hace que los interesados en seguir sus estudios tengan que vivir lejos de sus familias, alojados por familiares, amigos de la misma, o renta. *(PDM San Buenaventura 2003:11)*

- Estado y calidad de la infraestructura y del equipamiento disponible

El estado de los establecimientos en general es regular, ya que en su mayoría necesitan refacción, para así poder cumplir la función de ambiente educativo.

Educación no formal

En la actualidad no existen instituciones que estén dedicadas a la educación no formal, pero en el municipio se tiene experiencia de este trabajo ya que CESE dio hace años capacitación en el área de agricultura.

Por otra parte en el municipio vecino de Rurrenabaque se instalaron ONG's dedicadas a la educación no formal, por la cercanía de este a San Buenaventura, de esta manera la población se beneficia con esta educación. *(PDM San Buenaventura 2003:12)*

2.4.3. Salud

- Medicina Convencional

Estructura institucional: Número, tipo y cobertura de los establecimientos

El servicio de salud existente en el municipio garantiza el funcionamiento eficiente y comprometido, con la población. El apoyo que da el Centro de la Defensa de la Cultura es indispensable para su sostenibilidad.

El municipio cuenta a la fecha con dos postas sanitarias: una en San Buenaventura y otra en Tumupasa. Estas postas sanitarias tienen tres puestos de salud en las comunidades de San José

de Uchupiamonas, Buena Vista y 25 de Mayo. Las demás comunidades son atendidas por unidades de desplazamiento itinerantes.

La gestión de este sector esta compartida por 3 actores: la Prefectura a través del Subprefecto o el Director de la Unidad de Gestión de Salud, el Gobierno Municipal y la Comunidad a través del Comité de Vigilancia. Actualmente, el Servicio de Salud depende de la Dirección Distrital de Salud de La Paz, en cuanto a la normativa de políticas de salud, dotación de ítems y medicamentos esenciales. Es responsable el municipio de la infraestructura y equipamiento de los centros de salud como gastos corrientes en los programas de seguro de maternidad y niñez.

Las comunidades se encuentran alejadas del hospital de San Buenaventura, esto se agrava por la deficiente estructura caminera.

2.4.4. Idiomas

En San Buenaventura se habla Español (84,8%); Quechua (7,19%), otro nativo (4,69%) y el Aymará (2,63%)⁷⁷.

Desde la implantación de la Reforma Educativa se enseña en las Unidades Educativas el Tacana, Quechua y Aymara.

2.4.5. Religión

Oficialmente en el Municipio hay un predominio de la religión católica. Existe también la iglesia protestante y los sabadistas, que están presentes en la localidad de San Buenaventura⁷⁷.

2.4.6. Ocupación

Según datos del 2001 la población se ocupa: agricultura, pecuaria, pesca (59,25%) y la industria extractiva, construcción y manufactura (10,26%)⁷⁷.

⁷⁷ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA. Atlas Estadístico de Municipios. Pag. 262

2.5. ASPECTOS SOCIO ECONOMICOS⁷⁸

2.5.1. Principales actividades económicas

Se puede clasificar las actividades económicas en: agricultura, ganadería, caza y silvicultura (37,36%) y la industria manufacturera (18,84%).

2.5.1.1. Agricultura

La agricultura esta orientada hacia la producción de cereales, frutas, cítricos y tubérculos. Entre los cereales tenemos al arroz y el maíz a través de los cuales gira la mayor parte de la producción agrícola de la región, en especial sobre el arroz. Entre las frutas, el plátano ocupa un lugar importante en los cultivos, y los secundan los demás cítricos como el limón, la toronja, etc. En lo que se refiere a los tubérculos la yuca es la que sobresale en este tipo de cultivos.

De manera general se presenta los cultivos que se producen en la zona: arroz, maíz, plátano, yuca, maní, naranja, papaya, mandarina, pacay, palta, piña, toronja, pomelo, frijol, limón guineo, lima, aji, café, camote, caña de azucar, cebolla, mango, pepino, sandía, tomate, coco, zapallo, repollo, joco, zanahoria, pejiballe, tembe. La tecnología empleada esta basada bajo moldes tradicionales.

2.5.1.2. Ganadería

Este componente es complementario a la agricultura, juega un papel importante en el autoconsumo de las familias y como herramienta imprescindible para la labor agrícola, además de constituirse en una alternativa para mejorar los ingresos monetarios de las familias.

La mayor parte de este componente esta constituida por bovinos (8000 cabezas según el PDM 1999-2003), la secundan los porcinos y aves. Estos se constituyen en la base de sustento para su alimentación además de ser objeto de intercambio con otros productos para poder proveer la canasta familiar.

⁷⁸ HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoria multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999. Pag. 58.

El destino de la producción pecuaria es limitado. Según la información plasmada en el PDM, el 56,3% de los habitantes la utiliza para el autoconsumo, 3,9% para la venta, 13,6% para la venta y autoconsumo, y el 26,2% no está definido. Esta situación puede deberse a que se trata de un rubro caro y prohibitivo ya que en base a ellos se maneja la dieta familiar y de perderlo su pobreza sería mayor.

Su infraestructura es de tipo tradicional ya que los animales y las aves se encuentran en completa libertad de andar sueltas por los campos y casas, esto quiere decir que no cuenta con corrales o no se encuentran amarrados a una estaca.

2.5.1.3. Pesca y caza

La caza y pesca tiene carácter netamente artesanal y es complementaria a la dieta alimenticia de sus pobladores.

En la pesca las especies que sobresalen son: el pacú, pintado, surubi, dorado, entre otros. En la caza están: el jochi, venado, marimono, tatú, pava, etc. Los instrumentos para la caza son la escopeta, y para la pesca los arpones, redes y anzuelos.

Por su destino económico, gran parte gran parte va al autoconsumo y un pequeño porcentaje al mercado. El proyecto de transformación del pescado en charque de manera artesanal está en ejecución por la asociación "los multi-étnicos"⁷⁸.

2.5.1.4. Artesanía

En el aspecto artesanal se puede hablar de una forma de trabajo complementaria a la vida cotidiana. La artesanía que se practica, según los datos del PDM, es la construcción de paredes, esteras de jatata o mimbre, puertas, y colchones de la misma planta. Cabe mencionar que el Consejo Indígena del Pueblo Tacana dispone de un museo en el que se muestran su producción artesanal⁷⁸.

La tecnología utilizada es del tejido tradicional, que es de buena calidad; sin embargo, no existen incentivos del gobierno para aumentar la producción.

⁷⁸ HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoría multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999. Pag. 58.

El destino de la producción se destina al consumo familiar, y otra parte a la venta. La promoción esta a cargo de CIPTA.

2.5.2. Transporte y acceso⁸⁰

2.5.2.1. Red vial y fluvial

El municipio de San Buenaventura se comunica con la capital del Departamento a partir de la carretera La Paz – Caranavi – Yucumo – Rurrenabaque, luego, de esta localidad se efectúa el transbordo por el Río Beni en embarcaciones a motor denominadas "Catrayas".

La vinculación de San Buenaventura es por vía terrestre y en su recorrido pasa por Tumupasa y otras pequeñas poblaciones. Durante la época de lluvias este camino es intransitable por el crecimiento de algunos ríos que generalmente tienen un caudal medio.

Por lo indicado anteriormente, podemos inferir que el municipio de San Buenaventura se encuentra escasamente vinculado con el departamento y asilado de sus propias comunidades, exceptuando algunas localizadas sobre la carretera.

- Principales tramos, longitudes y accesibilidad

El principal tramo es la carretera San Buenaventura – Ixiamas de 125 Km. de longitud, los cuales 100 pertenecen al municipio. Esta carretera da acceso a las comunidades de: San Isidro, Everest, 25 de Mayo, Tumupasa y Esmeralda. A partir de esta carretera se accede a pie por sendas a otras comunidades como: Bella Altura, Santa Rosa y 7 de Diciembre.

La red fluvial principal es el Río Beni y la secundaria el río Tuichi, ambos son navegables todo el año. Al igual que en la carretera, muchas comunidades están asentadas a orillas del río por ser esta una vía de transporte natural.

Por el Río Beni se accede a las localidades de: Altamarani, San Miguel, Villa Alcira y Buena vista. Por el Río Tuichi o por senda se ingresa a la comunidad de San José de Uchupiamonas.

⁸⁰ HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoría multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999. Pag. 58.

2.5.3. Comunicación⁸¹

- Red de Comunicaciones

En el municipio prestan servicios: SENATER, ENTEL, radio aficionados y otros. La telegrafía fue uno de los medios de comunicación más utilizados; actualmente se encuentra en desuso, imposibilitando la comunicación intercomunitaria y de la sección hacia el interior del país. Sin embargo, este sistema de comunicación esta siendo sustituido por equipos de radiocomunicación instalados en diferentes comunidades - cantones del municipio.

- Medios de Comunicación: TV, radioemisoras, prensa escrita

En lo que se refiere a la televisión, los canales 13 y 5 salen en San Buenaventura y transmiten información y publicidad de la población y Rurrenabaque, se ofrece programas educativos, de entretenimiento, informativos, publicidad local, programas de concientización, etc. A la vez se constituyen en repetidoras de canales de la ciudad de La Paz. También llegan imágenes y señales de los canales brasileños y peruanos.

No existen emisoras en San Buenaventura, pero son muy escuchadas las emisoras de Rurrenabaque y la ciudad de La Paz. En relación a la prensa escrita circula: el diario, la razón, y la prensa de manera dominante.

2.5.4. Servicios básicos⁷⁸

- Alcantarillado

El sistema de alcantarillado tiene cobertura parcial y esta a cargo de la H. Alcaldía Municipal de San Buenaventura. El municipio de manera conjunta con el Fondo de Inversión Social (FIS) y el Fondo de Desarrollo Campesino financian obras de alcantarillado.

En la población de San Buenaventura este servicio sanitario tiene una cobertura aproximada de 10%, otro 10% utiliza el sistema de letrinas y el resto no cuenta con ninguno de estos servicios, no existen sistemas de drenaje pluvial. Ninguna de las comunidades del municipio cuenta con los servicios de alcantarillado pero si con letrinas (PDM 1999-2003) y este alcanza el 30%.

⁸¹ HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoria multidisciplinaria CEECOM SRL. 1999.

- Calidad, cobertura y estado de los sistemas de agua potable

La población de San Buenaventura cuenta con el servicio de agua potable, suministrado a partir de una red principal que se abastece de un tanque elevado, situado a una distancia de 1000 mts. aproximadamente, tomando como referencia la plaza principal. Este tanque, tiene una capacidad de almacenamiento de 252 metros cúbicos, cantidad suficiente para cubrir las necesidades de la población. La toma de agua viene del arroyo Idira.

En algunas comunidades se están realizando trabajos de tomas de agua, bombas de agua, trabajo que esta siendo realizado por las ONG's de CARE y CEDEC. Otras comunidades tienen que recurrir a los ríos y arroyos que se encuentran en las proximidades. Debe destacarse, que generalmente, el agua que se bebe no es potable. Según el PDM de San Buenaventura (1999-2003) el 80% de la población en las diferentes comunidades no tiene agua en su domicilio y el 20% si la tiene.

2.5.5. Electricidad

El servicio de electricidad en San Buenaventura y Tumupasa no es permanente, ya que utiliza generadores a motor. En algunas comunidades ni siquiera existe luz; sin embargo, cabe mencionar que los centros de salud disponen de motores generación que les permiten tener electricidad todo el día.

2.6. ASPECTOS ORGANIZATIVOS INSTITUCIONALES⁸²

2.6.1. Formas De organización

- Organizaciones Territoriales de Base y Asociaciones Comunitarias

⁸² HONORABLE ALCALDIA DE SAN BUENAVENTURA. Plan de Desarrollo Municipal 1999-2003. Centro de estudios especializados y consultoria multidisciplinaria CBECOM SRL. 1999. Pag. 127

CUADRO N° 2

LAS ASOCIACIONES COMUNITARIAS O COMUNIDADES CAMPESINAS

Asociaciones Comunitarias	Comunidades indígenas
San Isidro (35 familias)	Tumupasa
Santa Ana (50 familias)	San Isidro
Everest (30 familias)	La Esmeralda
Horehuapo (80 familias)	
25 de Mayo (50 familias)	
Altamarani (13 familias)	
7 de Diciembre (40 familias)	
San Miguel (28 familias)	
Villa Alcira (12 familias)	
Capaina (48 familias)	
Napashi (40 familias)	
Cajene (42 familias)	
Cinteño (25 familias)	
San José de Uchupiamonas (95 f)	

Fuente: PDM San Buenaventura 99-03.

Las organizaciones más importantes son las OTB's y los corregimientos, ambas dinámicas por su nivel de coordinación. La Central agraria 2 de Agosto es la que más población moviliza, debido a que aglutina a varias comunidades del interior del país. La zona de San Buenaventura, cuenta con las siguientes Juntas Vecinales: Zona Norte, Zona Central, Zona Sur, Zona Buen Retiro, Zona 16 de Julio.

CUADRO N° 3
AGRUPACIONES SOCIALES

CUADRO N° 5 Organizaciones Sociales Funcionales	Mecanismo de Relacionamento Inter organizaciones	Instituciones Públicas
Centrales Agrarias: Horehuapo, 2 de Agosto Sindicatos Agrarios: Horehuapo, 25 de Mayo Ligas Deportivas (aproximadamente 2 en la zona) Clubes de Madres Asociaciones Laborales Asociación de Mototaxistas	Comité Cívico Local Comité Cívico Provincial Comité de Vigilancia (18 OTB's aproximadamente)	Puesto Policial Posta Sanitaria-Unidad de Sanidad Registro Civil Dirección Distrital de Educación Corregimiento Dirección Forestal de la Prefectura del Departamento Secretaría de Deportes Juntas Escolares Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad Mayor de San Andrés Consejo Indígena del Pueblo Tacana
Instituciones Privadas		
Centro de la Defensa de la Cultura (CEDEC) CARE - Proyecto Madidi - apoya a la salud y la preservación ambiental Parque Nacional Madidi ONG dedicada a la preservación ambiental ADEPESCA (Asociación de Pescadores) UNIPAZ - ONG orientada a la educación alternativa Conservación Internacional - ONG dedicada a la prestación de servicios básicos y la preservación ambiental		

Fuente: PDM San Buenaventura 99-03

CAPITULO III DIAGNOSTICO

CONTEXTO ECONOMICO, SOCIAL Y POLITICO

Paradójicamente San Buenaventura está dentro de los municipios con altos índices de pobreza entre 80 y 90%. a pesar de disponer de una gran variedad de recursos que podrían impulsar su desarrollo económico. Las principales actividades económicas cubren el autoconsumo y solo un excedente va al mercado; a excepción de la artesanía que gracias al CIPTA y organizaciones públicas y privadas logra posicionarse poco a poco en el mercado. Los problemas comunes se relacionan a la vertebración caminera, de comunicaciones y de energía.

Desde el punto de vista social, el 80% de la población vive en la pobreza y el resto en la extrema pobreza. La mayoría de la población vive en el área rural (64%) y el resto en las zonas urbanas. El ciclo de formación comprende el pre-escolar, la primaria y la secundaria; además existe el nivel superior que corresponden a la UMSA la cual ofrece diferentes carreras. La población expresa una gran insatisfacción en lo que se refiere a los servicios de agua y saneamiento, e insumos energéticos, a excepción de los de salud.

El ambiente político es de gran expectativa debido a las grandes proyectos que tiene el gobierno nacional y la prefectura relacionados a la infraestructura y la industria: potencial área de explotación de hidrocarburos, carretera diagonal Franz Tamayo, puente con el vecino municipio de Rurrenabaque, construcción del aeropuerto de Apolo e Ixiamss, etc. Además de algunos proyectos que están en ejecución. El ambiente político anterior estuvo marcado por una gran frustración debido a grandes proyectos postergados, como por ejemplo la producción industrial del arroz que motivo el desplazamiento de personas de distintas regiones del país al municipio.

El turismo es una alternativa de desarrollo económico por la variedad de recursos naturales, culturales y paisajísticos que le dan una ventaja comparativa frente a otros municipios. Sobre todo para las comunidades a través del turismo comunitario que hasta ahora muestra resultados positivos que brindan un panorama positivo para los grupos étnicos.

3. ANALISIS DE LA OFERTA TURISTICA

3.1. ATRACTIVOS TURISTICOS

El atractivo turístico es uno de los componentes del producto turístico, y es entendido como el objeto o acontecimiento capaz de motivar a un viajero a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo y vivenciarlo (Wallingre 1998:32).

San Buenaventura se caracteriza principalmente por atractivos naturales que muestran la mayor variedad de vegetación y fauna típica de la selva húmeda tropical y ríos caudalosos como el Beni y el Tuichi; sin embargo, hay una notoria presencia cultural representada por grupos étnicos que conservan sus tradiciones y costumbres culturales.

Estas atracciones, según el proyecto, son adecuados para un turismo especializado, de interés especial y alternativo. Dentro del especializado, podría aprovecharse la abundante flora y fauna en la región para un turismo científico. El de interés especial ofrece oportunidades para la observación de aves, la caza fotográfica de mariposas, rafting, biking y trekking. Finalmente el alternativo brinda condiciones para un turismo artesanal, el agroturismo y el turismo étnico o indígena.

En el marco normativo, la Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística⁸³ indica que cada municipio debe contar con un inventario de atractivos turísticos municipales. San Buenaventura, incluida entre las 10 zonas prioritarias de desarrollo turístico, detenta información dispersa sobre su oferta turística, especialmente en atracciones turísticas. Estos datos están presentes en trabajos que describen los posibles atractivos turísticos⁸⁴; sin embargo, la mayoría no coinciden en criterios de clasificación, agregando u omitiendo nuevos recursos turísticos. A pesar de esta situación, fueron una importante base para el desarrollo del trabajo.

⁸³ Ley 2074. Capítulo III. Art. 16. inciso b.

⁸⁴ Los trabajos están mencionados en la bibliografía y corresponden a instituciones públicas y privadas: UMSA (en las carreras de Turismo, Biología y Geografía), IDR (Instituto de Desarrollo Regional), SERNAP (Servicio Nacional de Áreas Protegidas), CIPTA (Consejo Indígena del pueblo Tacana), CI, (Conservación Internacional) entre los principales.

Por consiguiente, el proyecto compiló, clasificó y visitó algunos lugares de interés turístico con el fin de realizar un inventario preliminar de atractivos turísticos municipales, haciendo uso de la metodología aún vigente a nivel nacional.⁸⁵ Sin embargo, es imprescindible una real y clara Inventariación y Jerarquización de los Atractivos Turísticos debido al vasto territorio y a la gran posibilidad de encontrar nuevos recursos turísticos. Asimismo, es menester revisar y definir una nueva metodología por la presencia de un área protegida que modifica la apreciación en las variables de jerarquización.

CUADRO N° 4

Cuadro Referencial de Atractivos Turísticos

CATEGORIA	N°
Sitios Naturales	12
Patrimonio Urbano, Arquitectónico y Manifestaciones Culturales	3
Etnografía y Folklore	6
Acontecimientos Programados	4
TOTAL	25

Fuente: Elaboración propia basada en la metodología para la inventariación de atractivos turísticos del Viceministerio de Turismo Bolivia 2000



⁸⁵ Metodología de Inventariación y Jerarquización de Atractivos Turísticos. Viceministerio de Turismo Bolivia, elaborada por la OEA a través de su filial CICATUR

CUADRO N° 5
Provincia Abel Iturralde
Atracciones Turísticas

1. Sitios Naturales	2. Patrimonio Arquitectónico Urban Manifestaciones Culturales	3. Etnografía y Folklore	4. Acontecimientos Programados
1.1. Laguna San Fernando (Tumupasa – Ixiamas) 1.2. Laguna Santa Lucía (Ixiamas) 1.3. Laguna San Antonio (Ixiamas) 1.4. Laguna Moa (San Buenaventura) 1.5. Laguna Sayuba (San Buenaventura) 1.6. Carmen del Emero (pampas en Ixiamas) 1.7. Esperanza de Enapurera (montes en Ixiamas) 1.8. Río Undumo (Norte TCO Tacana en Ixiamas) 1.9. Laguna San Borja (al sur de Ixiamas) 1.10. PNANMI Madidi 1.11. Laguna Santa Rosa (Prov. Franz Tamayo e Iturralde) 1.12. Bosque Napashi (San Buenaventura) 1.13. Laguna Limón (San Buenaventura) 1.14. Meseta Yuruma (mirador en Tumupasa/San José U.) 1.15. Farallón – Caquiaguara (nidos de parabas en San Buenaventura) 1.16. Bosque Torehua (senderos en Prov. Franz Tamayo e Iturralde)	2.1. Ruínas incaicas “El Castillo” (canchón) (en Ixiamas-Tequeje) 2.2. Comunidad Quechua – Tacana San José de Uchupiamonas 2.3. Comunidad Tacana Cachichira 2.4. Centro Artesanal Tacana (San Buenaventura) 2.5. Ruinas del Eslabón (entre las Provincias Iturralde y Franz Tamayo)	3.1. Esse Ejas (Grupo étnico que habita en Ixiamas, San Buenaventura, y alrededores) 3.2. Tacanas (Grupo étnico que habita en Ixiamas, San Buenaventura y alrededores) 3.3. Artesanías en máscaras, cestería, imaginería, y carpintería (producidas por los tacanas) 3.4. Música instrumental nativa (realizada con flautas y tambores) 3.5. Danzas nativas mestizas (algunas de estas danzas son: el “machu-machu” y los “chamas” que se presentan sobre todo en fiestas populares) 3.6. Tradición oral que se traduce en cuentos y leyendas nativas (en especial en lo que se refiere al grupo tacana)	4.1. San Buenaventura (16 de Julio) 4.2. Ixiamas (14 de Junio) 4.3. Tumupasa (30 de Mayo) 4.4. San José de Uchupiamonas (3 de Mayo) 4.5. Festejos del Madidi (aniversario de creación del parque, 21 de Septiembre)

<p>1.17. Angosto del Bala (punto compartido)</p> <p>1.18. Charque (nadales de parabas, provincia Franz Tamayo e Iturrealde)</p> <p>1.19. Río Beni</p> <p>1.20. Río Tuichi</p> <p>1.21. Cerros Sagrados Tacana Caquahuaca y El Brujo (en el municipio de San Buenaventura)</p>			
---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia (Recopilación de datos)

Nota: Esta primera lista de atractivos también incluye los de San Buenaventura

CUADRO N° 6**Municipio de San Buenaventura
Atracciones Turísticas**

1. Sitios Naturales	2. Patrimonio Urbano, Arquitectónico, y Manifestaciones Culturales	3. Etnografía y Folklore	4. Acontecimientos Programados
1.1. Laguna Moa 1.2. Laguna Sayuba 1.3. Bosque Napashi 1.4. Meseta Yuruma (mirador en el sendero del bosque entre San José de Uchupiamonas y Tumupasa) 1.5. Cerro sagrados Tacana Caquiauaca 1.6. Cerro sagrado Tacana Brujo (en el municipio de San Buenaventura) 1.7. Río Beni 1.8. Río Tuichi 1.9. Piscinas naturales (hotel jatauba) 1.10. Farallón Caquiaguara (nidales de parabas) 1.11. Angosto del Bala (punto compartido) 1.12. Parque Nacional y ANMI Madidi	2.1. Comunidad San José de Uchupiamonas (comunidad Quechua-Tacana) 2.2. Comunidad Cachichira (comunidad Tacana) 2.3. Centro Cultural Tacana CIPTA (un lugar donde exponen las artesanías que realiza los miembros del CIPTA en San Buenaventura)	3.1. Esse Ejas (Grupo étnico que habita en Ixiamas, San Buenaventura, y alrededores) 3.2. Tacanas (Grupo étnico que habita en Ixiamas, San Buenaventura y alrededores) 3.3. Artesanías en máscaras, cestería, imaginería, y carpintería (producidas por los tacanas) 3.4. Música instrumental nativa (realizada con flautas y tambores) 3.5. Danzas nativas mestizas (algunas de estas danzas son: el "machu-machu" y los "chamas" que se presentan sobre todo en fiestas populares) 3.6. Tradición oral que se traduce en cuentos y leyendas nativas (en especial en lo que se refiere al grupo tacana)	4.1. Fiesta de San Buenaventura (16 de Julio) 4.2. Fiesta de Tumupasa (30 de Mayo) 4.3. San José de Uchupiamonas (3 de Mayo) 4.4. Aniversario Madidi (21 de Septiembre)

Fuente: Elaboración propia (recopilación de datos)

CUADRO N° 7

Municipio de San Buenaventura

Clasificación de Atractivos Turísticos

Nombre Atractivo	Categoría	Tipo/Subtipo	Características
1. Laguna Moa	Sitios Naturales	Lagos/Lagunas	Esta laguna se encuentra cercana al río Beni, es una de las mayores lagunas por la región. Sus aguas son más claras que las del río, en la cual se puede practicar natación, paseos en canoa, pesca y apreciar lagartos y caimanes son lugares ideales para la pesca y es posible apreciar algunos lagartos y caimanes además de avifauna
2. Laguna Sayuba	Sitios Naturales	Lagos/Lagunas	La laguna Sayuba es una continuación de la laguna Moa unidas por una pequeña unión de agua, en la misma, como en la laguna Moa fueron originadas por la acción divagante del río meándrico y se puede observar la fauna del lugar.
3. Bosque Napashi	Sitios Naturales	Llanuras/Bosques	Está área se encuentra a casi 14 Km. De Tumupasa (7 a Napashi y otros 7 al lugar), lo que resalta es la perturbación del lugar ocasionada por las talas; sin embargo existen en la zona lugares donde se pueden observar loros, monos, jochis, etc.
4. Meseta Yuruma	Sitios Naturales	Puna, Altiplano y Valles/Mesetas	Esta meseta se encuentra a 6 km 78° al NW de San José de Uchupiamonas y el acceso es por una senda desde el pueblo, con un recorrido a pie que toma 2,5 horas. Esta senda llega hasta Tumupasa. La parte más elevada de la senda se encuentra a 810 msnm y puede ser habilitada como mirador para los visitantes. Desde allí se puede apreciar un bosque de llanura casi intacto, muy colorido, con árboles emergentes.
5. Cerros Sagrados Tacana: Caquiahuaca y Brujo	Sitios Naturales	Montañas y cordilleras/Lomas y colinas	Estos cerros son sagrados para la cultura tacana y poseen una variedad de cuentos y leyendas sobre los mismos. El Caquiahuaca se encuentra cerca de Tumupasa a un día de acuerdo al ritmo del caminante, en cambio el Brujo está aún más lejos. Ambos son excelentes miradores de la geografía de la región.

6.	Río Beni	Sitios Naturales	Ríos y Caídas de Agua/Ríos	Además de dar acceso a algunas comunidades y atractivos turísticos como la comunidad Cachichira, laguna Moa y otros, permite también realizar actividades como paseos en lanchas o motonetas, y paseos en botes tradicionales.
7.	Río Tuichi	Sitios Naturales	Ríos y Caídas de Agua/Ríos	El río Tuichi a diferencia del río Beni presenta características diferentes como la posibilidad de realizar rafting debido a las condiciones favorables del río.
8.	Piscinas Naturales (hotel Jatauba)	Sitios Naturales	Ríos y Caídas de Agua/Cascadas, cataratas o saltos	Estas aguas fueron formadas por las caídas de agua de la colina que formaban una especie de piscinas naturales, ahora el este espacio fue aprovechado para establecer el hotel Jatauba de propiedad privada.
9.	Farallón Caquiagura (Nidales de Parabas)	Sitios Naturales	Lugares de Observación de Flora y Fauna/Fauna	Este lugar es muy visitado por las agencias. El mismo se encuentra por el río Tuichi a 20 minutos de la orilla. Permite apreciar como las parabas y loros se aglutinan en torno a una pared que contiene sales minerales.
10.	Parque Nacional ANMI Madidi	Sitios Naturales	Áreas Naturales Protegidas/Parque Nacional y Área de Manejo Integrado	Se constituye en el principal atractivo de la región. Está área comprende las Provincias Iturralde, Franz Tamayo, y Larecaja con sus respectivos municipios entre los que se encuentra San Buenaventura. Conocido mundialmente gracias a la famosa revista National Geographic
11.	Comunidad San José de Uchupiamonas (Quechua-Tacana)	Patrimonio Urbano, Arquitectónico, y Manifestaciones Culturales	Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva/Regiones de interés	En este lugar parece que el tiempo se ha detenido, ya que a pesar de la modernidad esta población conserva su arquitectura tradicional con casas construidas con material del lugar: techos de jatata, barro, etc. Además de lo pintoresco que ofrece el paisaje tropical.
12.	Comunidad Cachichira	Patrimonio Urbano, Arquitectónico, y Manifestaciones Culturales	Asentamientos Humanos y Arquitectura Viva/Regiones de interés	Esta comunidad se encuentra río abajo por el río Beni, cerca de la laguna Moa. La misma se caracteriza por representar a la cultura tacana, además de la oportunidad de observar la fauna y las labores cotidianas de los habitantes: pesca, preparación del charque, etc.
13.	Centro Cultural Tacana CIPTA (San Buenaventura)	Patrimonio Urbano, Arquitectónico, y Manifestaciones Culturales	Museos y Salas de Exposición/Salas de Exposición	Esta sala de exposición se encuentra en San Buenaventura, y en ella se muestra la vida de los tacana: sus dioses, su modo de vivir, su artesanía, etc. Esto fue posible gracias al Consejo Indígen del Pueblo tacan como también a distintas organizaciones.

14. Tacanas	Etnografía y Folklore	Grupos Étnicos	Los tacana tienen su representación en el CIPTA (Consejo indígena del pueblo tacana). Son hábiles en la elaboración de artesanías: cabezas de animales hechas de madera, adornos hechos con jatata, etc. Son un grupo que aún conservan su modo de vivir.
15. Artesanías en máscaras, cestería, imaginería, y carpintería	Etnografía y Folklore	Folklore Material Artesanía	La artesanía en la región es variada: realización de máscaras de madera, flechas, sombreros de jatata y palma real, dibujo y pintura de los dioses tacanas en individuales para mesas y otros objetos, etc.
16. Música Instrumental Nativa	Etnografía y Folklore	Folklore Espiritual Mental	La música es desarrollada generalmente con flautas y tambores que denotan la singularidad de la región, con la probabilidad de contar con más instrumentos musicales y ritmos.
17. Danzas nativas mestizas	Etnografía y Folklore	Folklore Espiritual Mental	Las danzas particulares en la región son: los chamas que son un tipo de curandero o brujo en tierras bajas; y los machu-machu que son parecidos al baile de los auqui-auqui en la parte occidental.
18. Esse Ejas	Etnografía y Folklore	Grupos Étnicos	Son un grupo étnico que habita sobre todo cerca de las orillas, por su historia son pescadores natos. Sus características físicas son particulares y fáciles de reconocer.
19. Tradición Oral (Cuentos y Leyendas)	Etnografía y Folklore	Folklore Espiritual Mental/Manifestaciones y creencias populares	Las tradición oral en lo que se refiere a cuentos y leyendas es abundante en la región, especialmente de los grupos étnicos. Una prueba de ello es el trabajo llamado "Voces de la Provincia Iturrealde" realizado por estudiantes de la UMSA (Literatura).
20. Fiesta de San Buenaventura	Acontecimientos Programados	Artísticos/Fiestas populares y religiosas	Esta fiesta es realizada el 16 de Julio, y la fiesta se prolonga una semana. En la misma se muestran bailes del altiplano y del lugar.
21. Fiesta de Tumupasa	Acontecimientos Programados	Artísticos/Fiestas populares y religiosas	Realizada el 30 de Mayo en el cual se muestran bailes del lugar como los machu-machu, chamas, etc.
22. Fiesta de San José de Uchupiamonas	Acontecimientos Programados	Artísticos/Fiestas populares y religiosas	Una fiesta singular realizada el 3 de Mayo que muestra el sincretismo tacana-quechua, además de los bailes del lugar.
23. Aniversario Madidi	Acontecimientos Programados	Artísticos/Fiestas populares y religiosas	21 de Septiembre, conmemoración a la creación del parque Madidi.

Fuente: Elaboración propia (Compilación de datos)

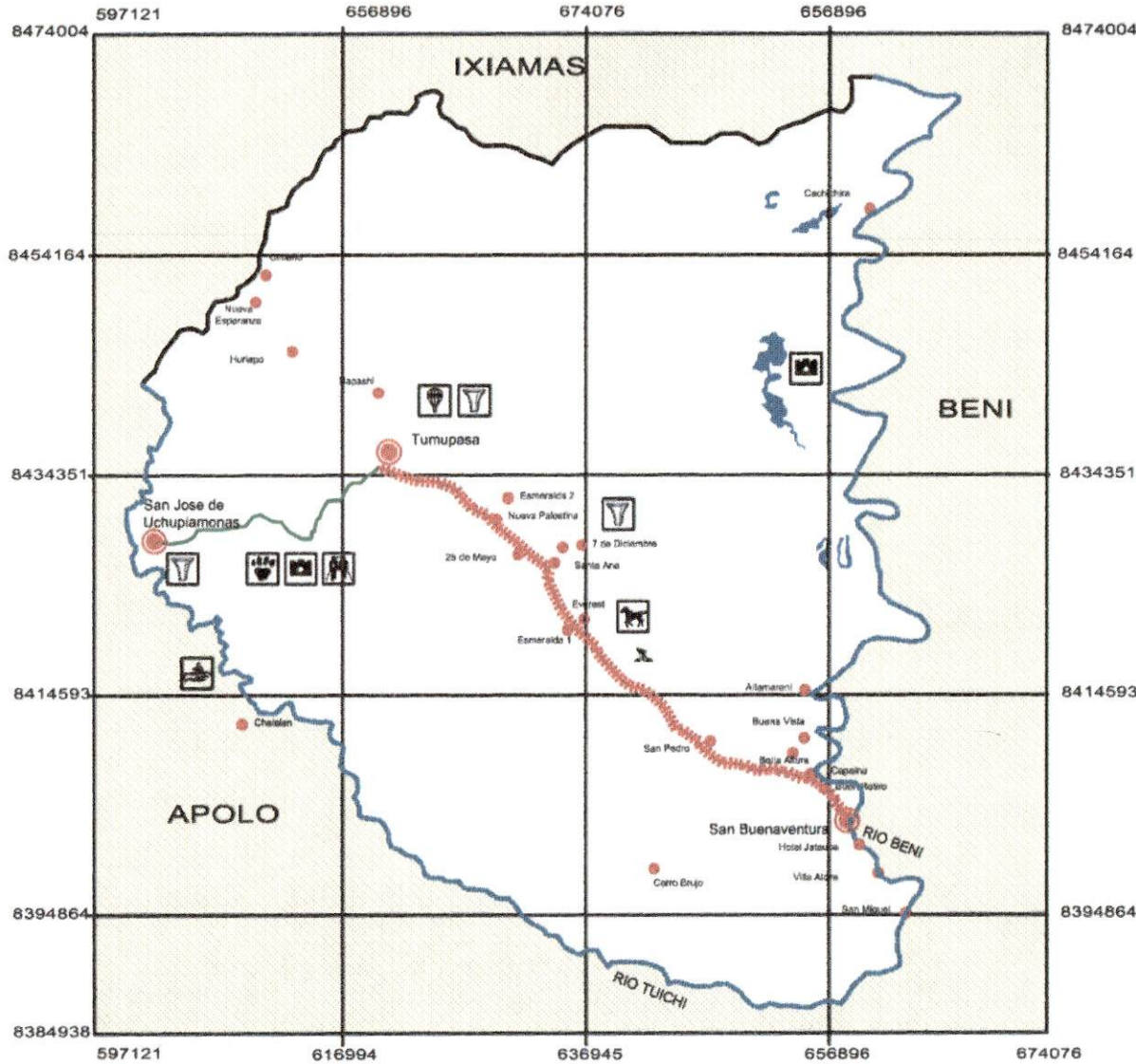
CUADRO N° 8SAN BUENAVENTURA: POSIBLES ACTIVIDADES TURISTICAS

POSIBLES ACTIVIDADES TURÍSTICAS			
LUGARES	TURISMO ESPECIALIZADO	TURISMO DE INTERES ESPECIAL	TURISMO ALTERNATIVO
San Buenaventura-Tumupasa	Turismo deportivo	Paseos en bicicleta, paseos a caballo	
Comunidad 7 de Diciembre			Turismo Artesanal
Tumupasa		Vuelos en globos aerostáticos	Turismo Artesanal, Turismo étnico e indígena
Tumupasa-San José de Uchupiamonas		Trekking, caza fotográfica, observación de huellas	
San José de Uchupiamonas			Turismo Artesanal, Turismo étnico e indígena
San José de Uchupiamonas-San Buenaventura		Rafting por el río Tuichi	
Cachichira		Observación de flora y fauna, pesca deportiva, trekking (Sector Laguna Moya y Sayuba)	

Fuente: Elaboración propia basada en el libro "Teoría del Turismo" de la Lic. Dorys Arias Pérez

MAPA DE POSIBLES ACTIVIDADES TURISTICAS

SUPERFICIE : 364 980 ha.



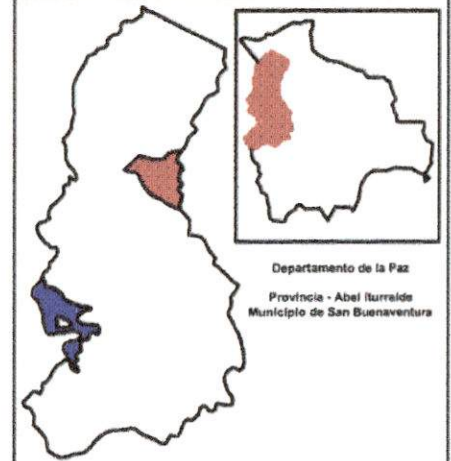
LEYENDAS

- Captales de Cantón
- Poblaciones Secundarias
- Rios
- Caminos
- Sendero (Trekking)
- Lagos y Lagunas

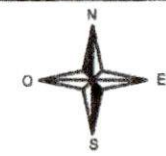
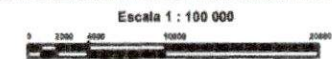
POSIBLES ACTIVIDADES TURISTICAS

- TREKKING / CAMINATA
- RAFTING
- PASEO EN GLORO AEREOESTATICO
- BIKING / BICICLETA
- HORSE RIDING / PASEO A CABALLO
- FOTOGRAFÍA DEL BOSQUE
- OBSERVACIÓN DE HUELLAS
- DEMOSTRACIÓN DE ARTESANIAS

AREA DE UBICACIÓN



ESCALA / ORIENTACIÓN

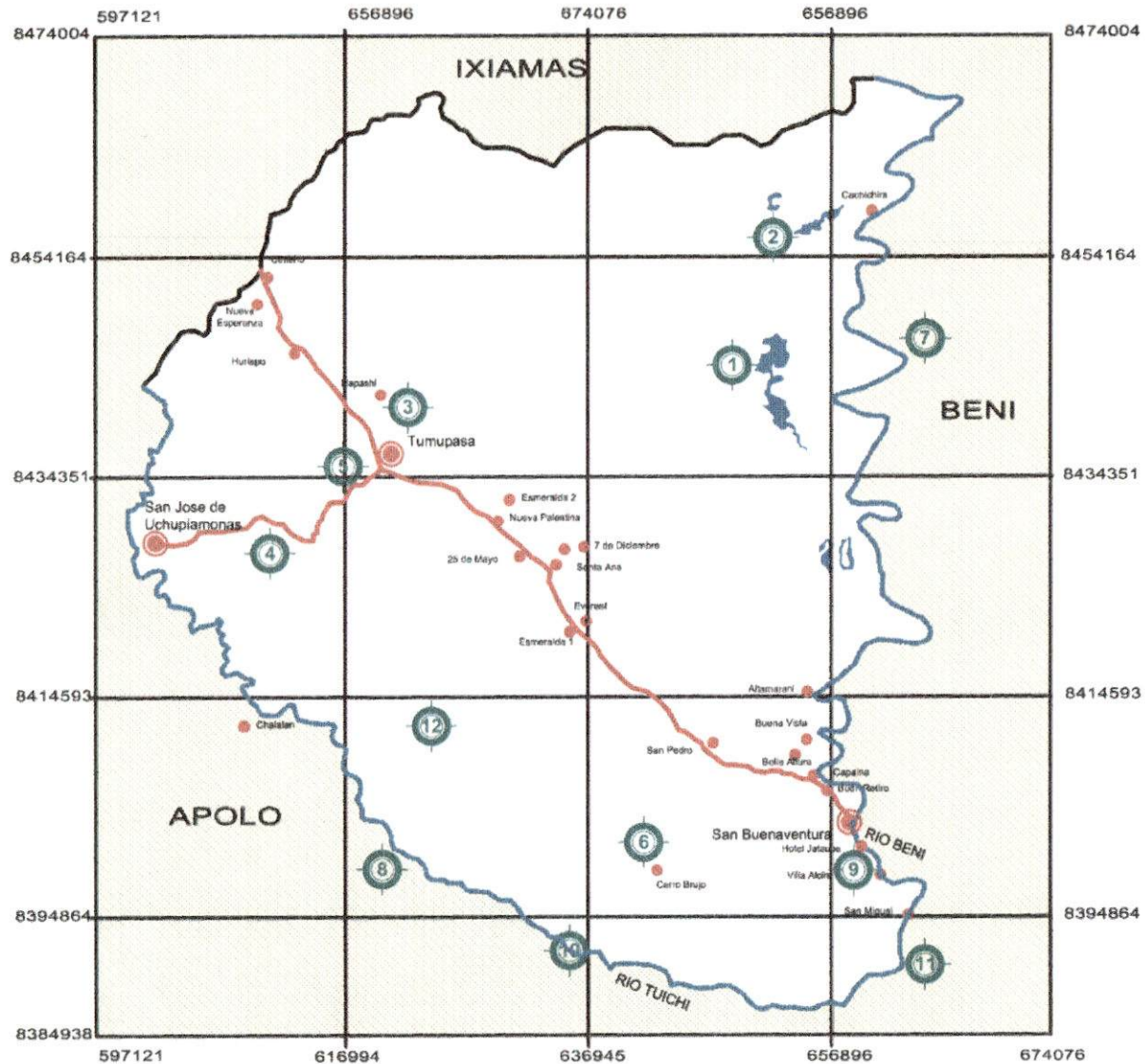


UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE HUMANIDADES - CARRERA DE TURISMO

PROYECTO: VALORACIÓN DEL POTENCIAL TURISTICO DE SAN BUENAVENTURA
NOMBRE: MARIO MARCELO RAMOS ROJAS

MAPA DE UBICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES

SUPERFICIE : 364 980 ha.



LEYENDAS

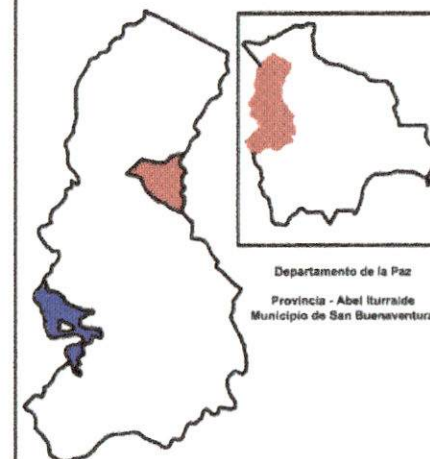


ATRATIVOS TURÍSTICOS NATURALES

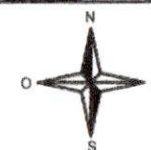
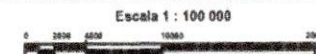


- 1- LAGUNA MOA
- 2- LAGUNA SAYURA
- 3- BOSQUE NAPASHI
- 4- MEZETA YURUMA
- 5- CERRO CAQUIAGUARA
- 6- CERRO BRUJO
- 7- RIO BENI
- 8- RIO TUICHI
- 9- PISCINAS NATURALES
- 10- FARALLON CAQUIAGUARA
- 11- ANGOSTO DEL BALA
- 12- PARQUE NACIONAL ANMI MADIDI

AREA DE UBICACIÓN



ESCALA / ORIENTACIÓN



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES - CARRERA DE TURISMO

PROYECTO: VALORACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE SAN BUENAVENTURA
NOMBRE: MARIO MARCELO RAMOS ROJAS

ATRACTIVO	LAGUNA MOA
CATEGORIA	SITIOS NATURALES
TIPO	LAGOS
SUBTIPO	LAGUNAS
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	TUMUPASA
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Cachichira	Acuática	30 km	8 horas

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bote/barco		X	X	-
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya, o aprovechar botes itinerantes				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	Cachichira
Alcantarillado	NO	Cachichira
Electricidad	NO	Cachichira

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	Cachichira

PLANTA TURÍSTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
-	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguna	NO	-			

Equipamiento urbano
No se tienen datos

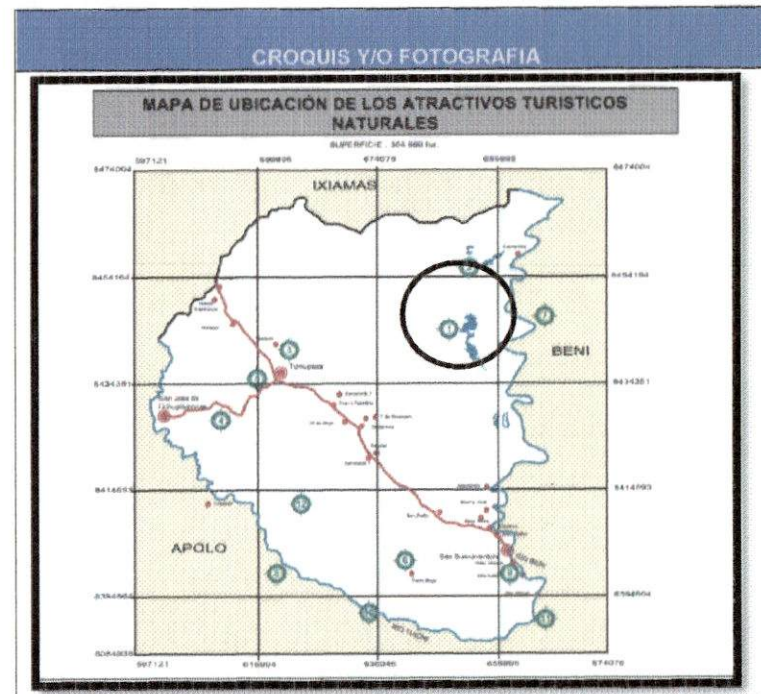
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Planificación medioambiental-Facultad de Biología UMSA, Estudio del CIPTA	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
<p>Estas lagunas se encuentran en las cercanías del río Beni, en rigor el número de lagunas es incontable, la mayor es la laguna Moa, todas tienen características similares y han sido originadas por la acción divagante del río meándrico, son particularmente elegidas como sitios turísticos porque sus aguas son más claras que las del río Beni.</p>	
<p>Son las lagunas más grandes que se encuentran en la cuenca inferior del río Beni al margen izquierdo, estas lagunas por su origen y por los periodos estacionales de inundación, tienen gran cantidad de fauna psícola, no existe ningún asentamiento humano en ellas, por consiguiente no existe planta turística, ni infraestructura, sin embargo existe un proyecto desarrollado por investigadores españoles a fin de instalar en estas lagunas un proyecto eco turístico.</p>	
<p>Se puede acceder a ellas desde Rurrenabaque o en ocho horas en catrayas (botes con motores acondicionados). Son áreas preferidas para la caza. Existen muchos insectos (tábano principalmente), la presencia humana en ella es mínima por su condición de áreas de inundación en época de crecida del río</p>	

ATRACTIVO	LAGUNA SAYUBA
CATEGORIA	SITIOS NATURALES
TIPO	LAGOS
SUBTIPO	LAGUNAS
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	TUMUPASA
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Cachichira	Acuática	30 km	8 horas

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bote/barco		X	X	-
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya, o aprovechar botes itinerantes				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	Cachichira
Alcantarillado	NO	Cachichira
Electricidad	NO	Cachichira

COMUNICACIÓN		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	Cachichira

PLANTA TURÍSTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
-	NO	-			

ALIMENTACIÓN					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguna	NO	-			

Equipamiento urbano
No se tienen datos

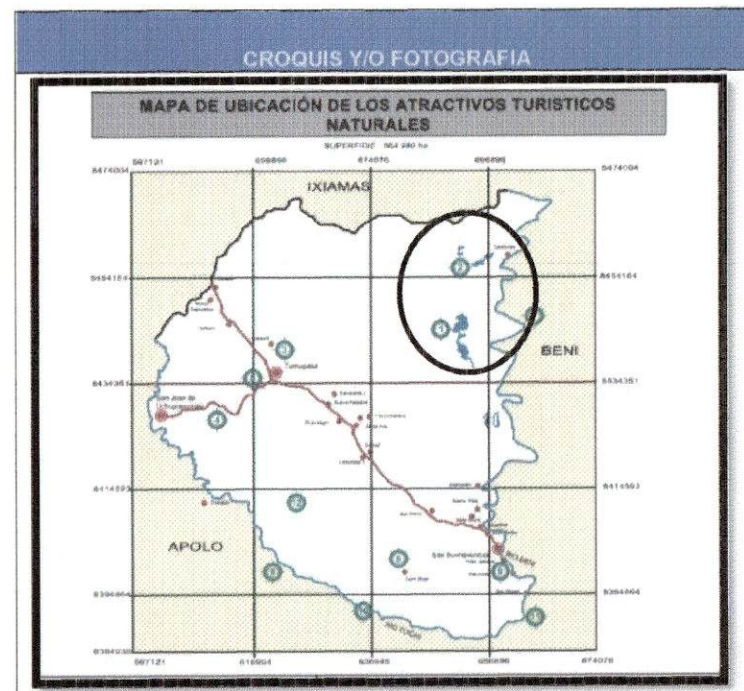
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura, Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Planificación medioambiental-Facultad de Biología UMSA, Estudio del CIPTA	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO
Esta laguna es una continuación de la laguna Moa, unidas por pequeños riachuelos que al final forma una laguna singular, la razón de su división se debe al tamaño que presentan las dos lagunas; sin embargo, las dos presentan las mismas características mencionadas en el anterior párrafo sobre la laguna Moa.

ATRACTIVO	BOSQUE NAPASHI
CATEGORIA	SITIOS NATURALES
TIPO	LLANURAS
SUBTIPO	BOSQUES
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	TUMUPASA
ALTURA S/N/M	390 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Napashi	Terrestre	35 km	3 horas

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibus		x	x	-
Observaciones				
Se puede ir con movilidad propia				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	Tumupasa
Alcantarillado	NO	Tumupasa
Electricidad	NO	Tumupasa

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	Tumupasa

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
-	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguna	NO	-			

Equipamiento urbano
No se tienen datos

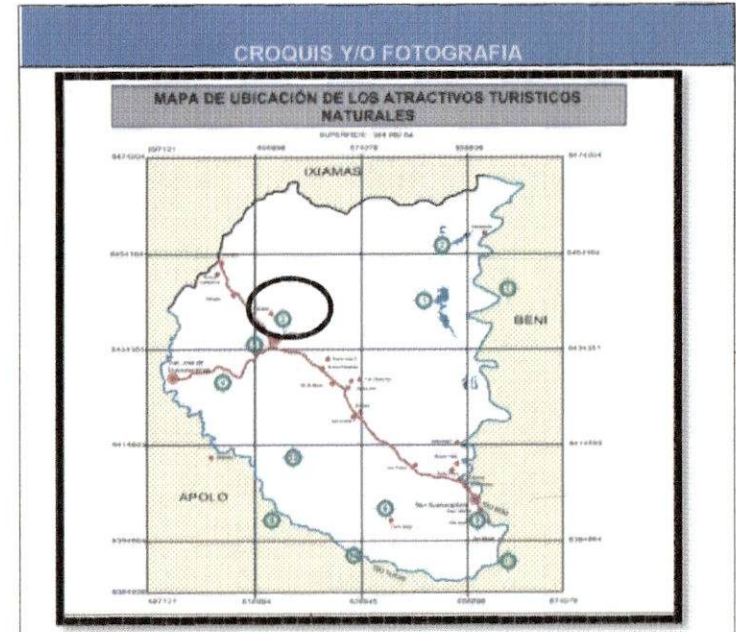
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Macro y Micro Planificación del Municipio de San Buenaventura -Facultad de Biología UMSA, Estudio del CIPTA	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO
<p>La comunidad de Napashi está ubicada a los 14°05' 16,7" de latitud sur y 67° 57 48.1" de longitud oeste, a 390 m.s.n.m. Este bosque se encuentra a 7 km al noreste del camino Tumupasa-Ixiamas. La zona visitada está también esta a 7 km de la comunidad de Napashi, entrando por una senda que atraviesa el bosque.</p> <p>De acuerdo al trabajo "Macro y Micro Planificación del Municipio de San Buenaventura" realizado por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Puras, lo que resalta más es la perturbación del lugar debido a la destrucción del bosque por talas y chaqueos, además de indicios indirectos de fauna como: jochi pintado, manechi, anta, chichilo, silbador, leoncito y marimono. Las viviendas están nucleadas y son construidas con materiales del lugar (techo de motacú y paredes de madera). En este trabajo se propone realizar más investigaciones en el lugar para ubicar zonas mejor conservadas y con mayor presencia de fauna.</p>

ATRACTIVO		MESETA YURUMA
CATEGORIA	SITIOS NATURALES	
TIPO	VALLES	
SUBTIPO	MESETAS	
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA	
DEPARTAMENTO	LA PAZ	
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE	
SECCIÓN/CANTÓN	SAN JOSE DE UCHUPIAMONAS	
ALTURA S/N/M	810 m.	

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San José de Uchupiamonas	Yuruma	Terrestre	3 km	3 horas

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Ninguno				-
Observaciones				
Solo se puede acceder caminando				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San José de U.
Alcantarillado	NO	San José de U.
Electricidad	NO	San José de U.

COMUNICACIÓN		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San José de U.

PLANTA TURÍSTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
-	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguna	NO	-			

Equipamiento urbano	
No se tienen datos	

SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

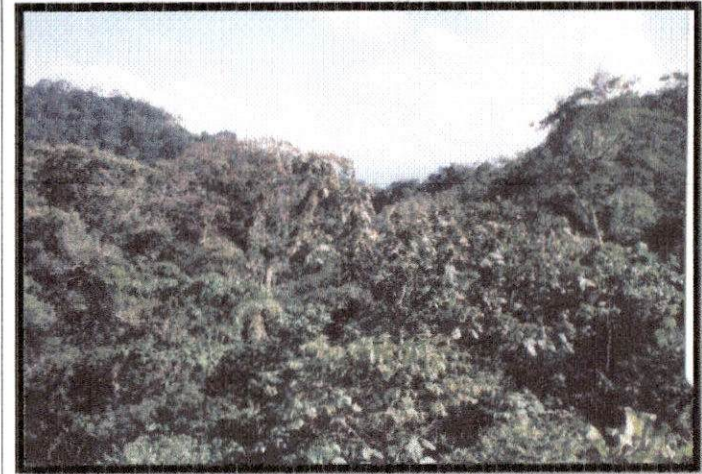
INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Macro y Micro Planificación del Municipio de San Buenaventura -Facultad de Biología UMSA, Estudio del CIPTA	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos

CROQUIS Y/O FOTOGRAFIA



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO

Esta meseta se encuentra en el área llamada por los comunarios Yuruma Grande. La meseta de Yuruma se encuentra a 6 km 78° al NW de San José de Uchupiamonas y el acceso es por una senda desde el pueblo, con un recorrido a pie que toma 2,5 horas. Esta senda llega hasta Tumupasa. La parte más elevada de la senda se encuentra a 810 msnm y puede ser habilitada como mirador para los visitantes. Es una formación geológica, con sedimentos consolidados del terciario, tiene areniscas de color blanquecino entremezcladas con material arcilloso de color gris. Desde allí se puede apreciar un bosque de llanura casi intacto, muy colorido, con árboles emergentes. Además de dominar el paisaje y el fondo, se puede apreciar todas las serranías de los alrededores. El bosque en la parte media de la senda, en el sector denominado Yuruma Chico, es menos denso y más abierto, pero contiene árboles de gran tamaño con diversidad de especies de flora y avifauna. La senda que conecta el pueblo de San José con la meseta de Yuruma puede ser habilitada como un sendero para trekking, porque atraviesa un bosque alto y denso con varias especies de árboles, lianas y epifitas, principalmente helechos y aráceas. También se pueden observar tucanes, auroras y escuchar cantos de diferentes aves como del siringuero en la porción de bosque más alto.

ATRACTIVO		CERRO CAQUIHUACA
CATEGORIA	SITIOS NATURALES	
TIPO	MONTAÑAS	
SUBTIPO	LOMAS O COLINAS	
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA	
DEPARTAMENTO	LA PAZ	
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE	
SECCIÓN/CANTÓN	TUMUPASA	
ALTURA S/N/M	810 m.	

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
Tumupasa	Cerro Caquiahuaca	Terrestre	10 km	1 día

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Ninguno				-
Observaciones				
Solo se puede acceder caminando				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	Tumupasa
Alcantarillado	NO	Tumupasa
Electricidad	NO	Tumupasa

COMUNICACIÓN		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	Tumupasa

PLANTA TURÍSTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
-	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguna	NO	-			

Equipamiento urbano
No se tienen datos

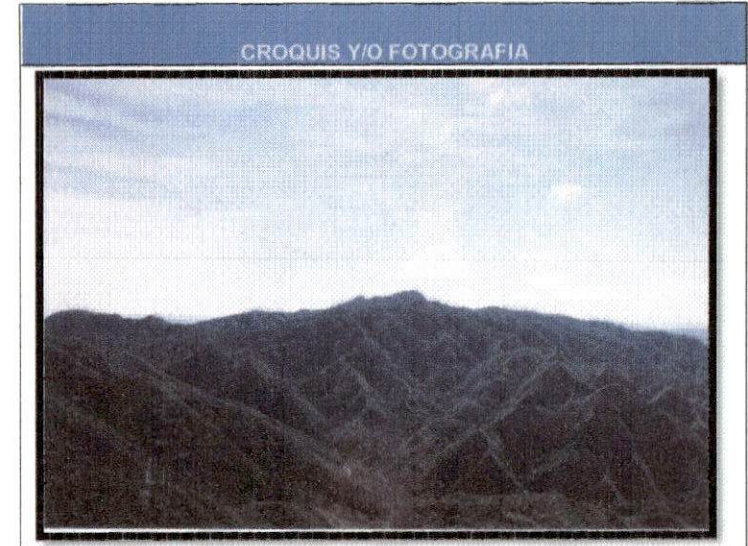
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas
Macro y Micro Planificación del Municipio de San Buenaventura -Facultad de Biología UMSA, Estudio del CIPTA

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO
De acuerdo a las leyendas populares de los Tacana, estos cerros poseen vida y encierran un sin número de leyendas. El cerro Caquiahuaca se encuentra cerca de Tumupasa, la ida al cerro debe hacerse acompañado de un guía o persona que conozca bien el camino, una ruta que toma aproximadamente 1 día, según el ritmo del caminante. Son excelentes miradores de la alfombra amazónica. También existe otra opción para admirar el horizonte verde, que sería las antenas de ENTEL, cuyo recorrido toma como 2 horas de ida (subida) y 1 hora de vuelta (bajada). Es necesario ir acompañado de un guía o persona que conozca el lugar, por lo general la mayoría de los habitantes de Tumupasa lo conocen por lo que no es gran problema el llegar allá.

ATRACTIVO	CERRO BRUJO
CATEGORIA	SITIOS NATURALES
TIPO	MONTAÑAS
SUBTIPO	LOMAS O COLINAS
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN JOSE DE UCHUPIAMONAS
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Cerro Brujo	Terrestre	10 km	1 día

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Ninguno				-
Observaciones				
Solo se puede acceder caminando				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA				
HOSPEDAJE				
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad	
-	NO	-	B	R
				M

ALIMENTACION				
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad	
Ninguna	NO	-	B	R
				M

Equipamiento urbano	
No se tienen datos	

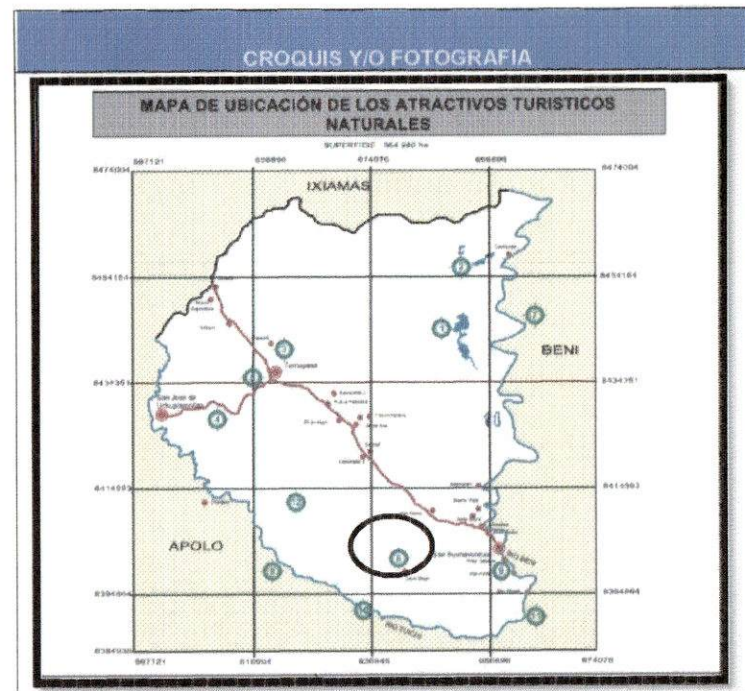
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Estudio del CIPTA	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERISTICAS DE INTERÉS TURISTICO	
El cerro Brujo se encuentra más lejos y toma entre 2 días y medio, es necesario, al igual que el Caquiahuaca, llevar provisiones y contar con la orientación de gente que conozca el sendero	

ATRACTIVO	RIO BENI
CATEGORIA	SITIOS NATURALES
TIPO	RIOS
SUBTIPO	RIOS
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	-----	Acuática	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Catraya/bote		X	X	---
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACIÓN		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
-	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguna	NO	-			

Equipamiento urbano
No se tienen datos

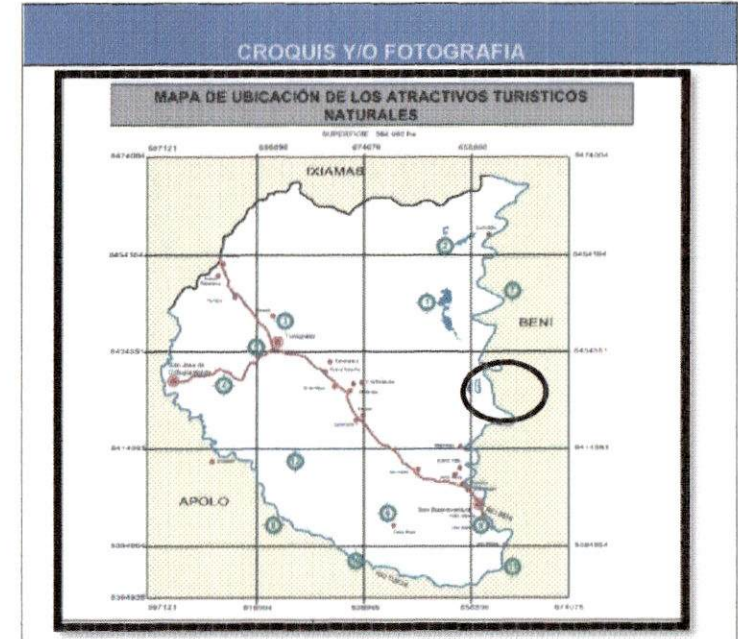
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Estudio del CIPTA	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
Este río recorre la parte este del municipio, en el mismo se podría practicar algunos deportes náuticos como la motoneta. A través de él se puede acceder a algunas comunidades como Cachichira.	
Son los ríos que rodean al municipio de San Buenaventura, a través de ellos se puede acceder a los diferentes atractivos que existen por las orillas o adentro de la selva. En estos ríos se pueden practicar deportes náuticos.	

ATRACTIVO		RIO TUICHI	
CATEGORIA	SITIOS NATURALES		
TIPO	RIOS		
SUBTIPO	RIOS		
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA		
DEPARTAMENTO	LA PAZ		
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE		
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA		
ALTURA S/N/M	470 m.		

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	-----	Acuática	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Catraya/bote		X	X	---
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
-	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguna	NO	-			

Equipamiento urbano
No se tienen datos

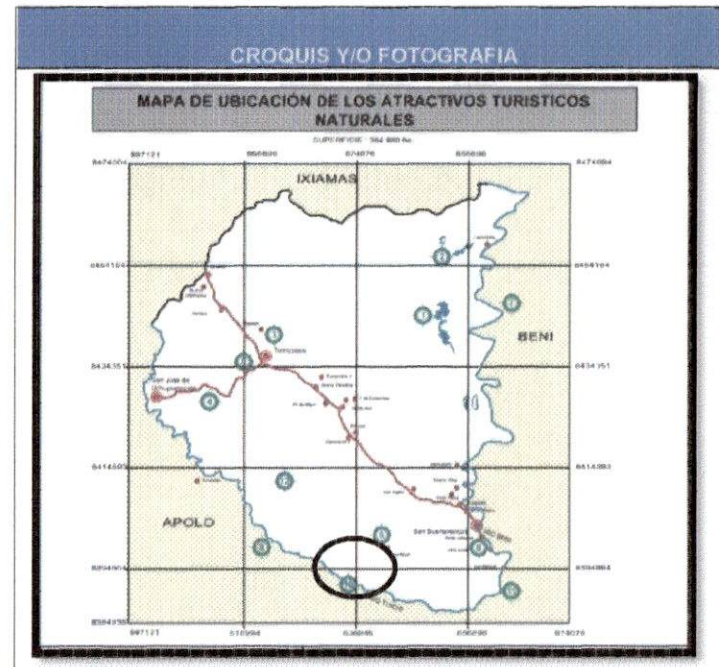
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Estudio del CIPTA	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERISTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO

Este río recorre la parte este del municipio, en el mismo se podría practicar algunos deportes náuticos como la motoneta. A través de él se puede acceder a algunas comunidades como Cachichira.

Son los ríos que rodean al municipio de San Buenaventura, a través de ellos se puede acceder a los diferentes atractivos que existen por las orillas o adentro de la selva. En estos ríos se pueden practicar deportes náuticos.

ATRACTIVO		PISCINAS NATURALES	
CATEGORIA	SITIOS NATURALES		
TIPO	LAGUNAS		
SUBTIPO	LAGUNA		
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA		
DEPARTAMENTO	LA PAZ		
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE		
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA		
ALTURA S/N/M	470 m.		

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Hotel Jatauba	Acuática	200 m	15 min

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Catraya/bote	X	X		---
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	SI	San Buenaventura
Alcantarillado	SI	San Buenaventura
Electricidad	SI	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Teléfono/radio	SI	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Hotel	SI	1	X		

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Restaurant	SI	1	X		

Equipamiento urbano	
Todo el equipamiento urbano se encuentra en San Buenaventura: hospital, cancha, etc. Además de estar cerca a rurrenabaque	

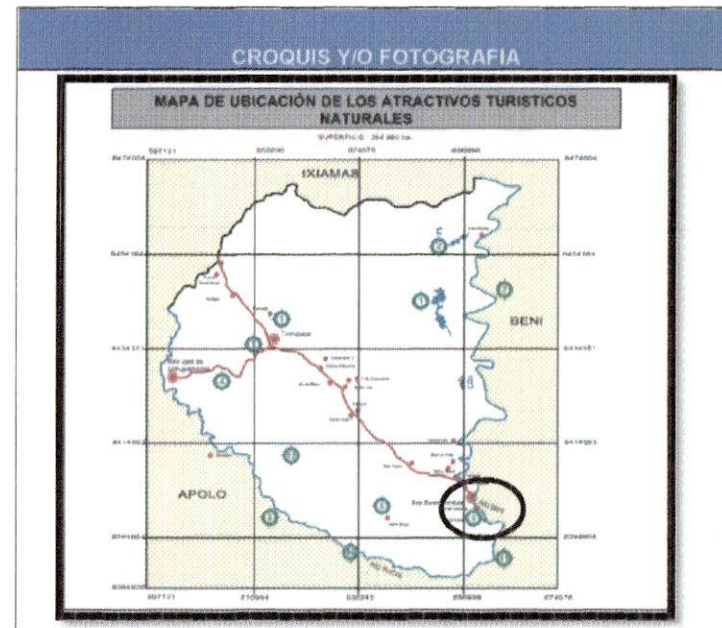
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	SI
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
Al principio este terreno no poseía infraestructura turística y era el centro de diversión para la familia los fines de semana por sus caídas de agua naturales que formaban unas fosas que se asemejaban a "piscinas". Actualmente, el lugar se convirtió en un hotel ecológico cuyo atractivo son las piscinas y senderos que realizó la empresa a cargo del hotel. Los residentes del lugar pueden acceder a ella los fines de semana para pasar la tarde, el costo por una tarde es de 20 Bs. (por persona).	

ATRACTIVO	FARALLON CAQUIAGUARA
CATEGORIA	SITIOS NATURALES
TIPO	LUGARES DE OBSERVACIÓN
SUBTIPO	OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA
ALTURA S/N/M	350 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Caquiaguara	Acuática	25 Km	1 HORA

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Catraya/bote		X	X	---
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Teléfono/radio	NO	San Buenaventura

PLANTA TURÍSTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

Equipamiento urbano	
No existe ningún equipamiento, solo campamentos itinerantes	

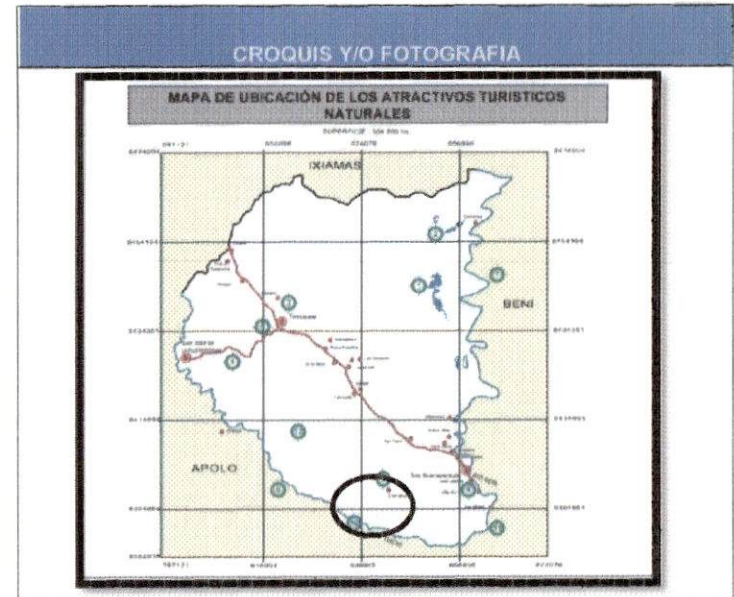
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



Características de interés turístico	
<p>El Farallón y los nidos de Parabas de Caquiaguara se encuentran dentro del parque Nacional Madidi, entre los paralelos 14° 34' 40,0" de latitud sur y 67° 34' 41,7" de longitud oeste, a una distancia de 25 km de San Buenaventura, sobre los 350 msnm. Con la denominación de Farallón se conoce una pared vertical rocosa donde diferentes especies de parabas y loros hacen sus nidos, excavando huecos en el material blando. El acceso al lugar es por el río Tuichi, aproximadamente en hora y media por bote, con un motor de 55hp (horse power- caballos de fuerza). Desde la playa se recorre una senda de aproximadamente 2 Km. hasta llegar al Farallón. Al atravesar el bosque, en general bien conservado, se observan especies de gran tamaño que proporcionan sombra a la senda, por lo que la caminata no es fatigosa, lo que permite observar con detenimiento la flora y la fauna. Esta caminata demora 20 minutos desde la orilla del río Tuichi, en dirección NW (nor oeste), al final de la senda se encuentra el farallón en cuyas paredes se pueden observar los nidos de parabas y loros. Al pie del farallón se observa otra comunidad de loros con sus nidos de troncos secos. Comparten el hábitat carpinteros, tucanes, palomas, y gavilanes. Lo que atrae del lugar es la altura del farallón y la gran cantidad de nidos y parabas que presenta este sitio.</p>	

ATRACTIVO	ANGOSTO DEL BALA
CATEGORIA	SITIOS NATURALES
TIPO	FORMACIONES ROCOSAS
SUBTIPO	FORMACIONES ROCOSAS
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Angosto del Bala	Acuática	-----	30 minutos

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Catraya/bote		X	X	---
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguna	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

Equipamiento urbano
No existe ningún equipamiento

SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos

CROQUIS Y/O FOTOGRAFIA



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO

El angosto del bala es un punto compartido entre los departamentos de La Paz y Beni. Su atractivo reside en que en esta abertura las aguas corren como "bala", es por eso que recibió ese nombre. También es de interés que en su momento se tuvo la idea de convertirlo en una represa que inevitablemente hubiera tenido un alto costo ambiental.

ATRACTIVO		PARQUE NAL. ANMI MADIDI
CATEGORIA	SITIOS NATURALES	
TIPO	AREAS NATURALES	
SUBTIPO	PARQUES NACIONALES	
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA	
DEPARTAMENTO	LA PAZ	
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE	
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA	
ALTURA S/N/M	470 m.	

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	-----	Acuática, terrestre	-----	-----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Catraya/bote	X	X	---	---
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACIÓN		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguna	NO	San Buenaventura

PLANTA TURÍSTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

Equipamiento urbano	
No existe ningún equipamiento	

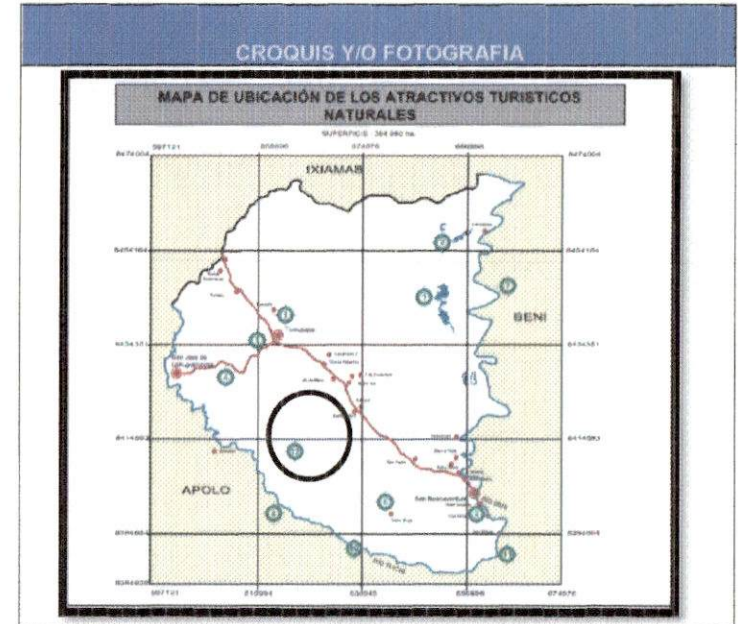
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

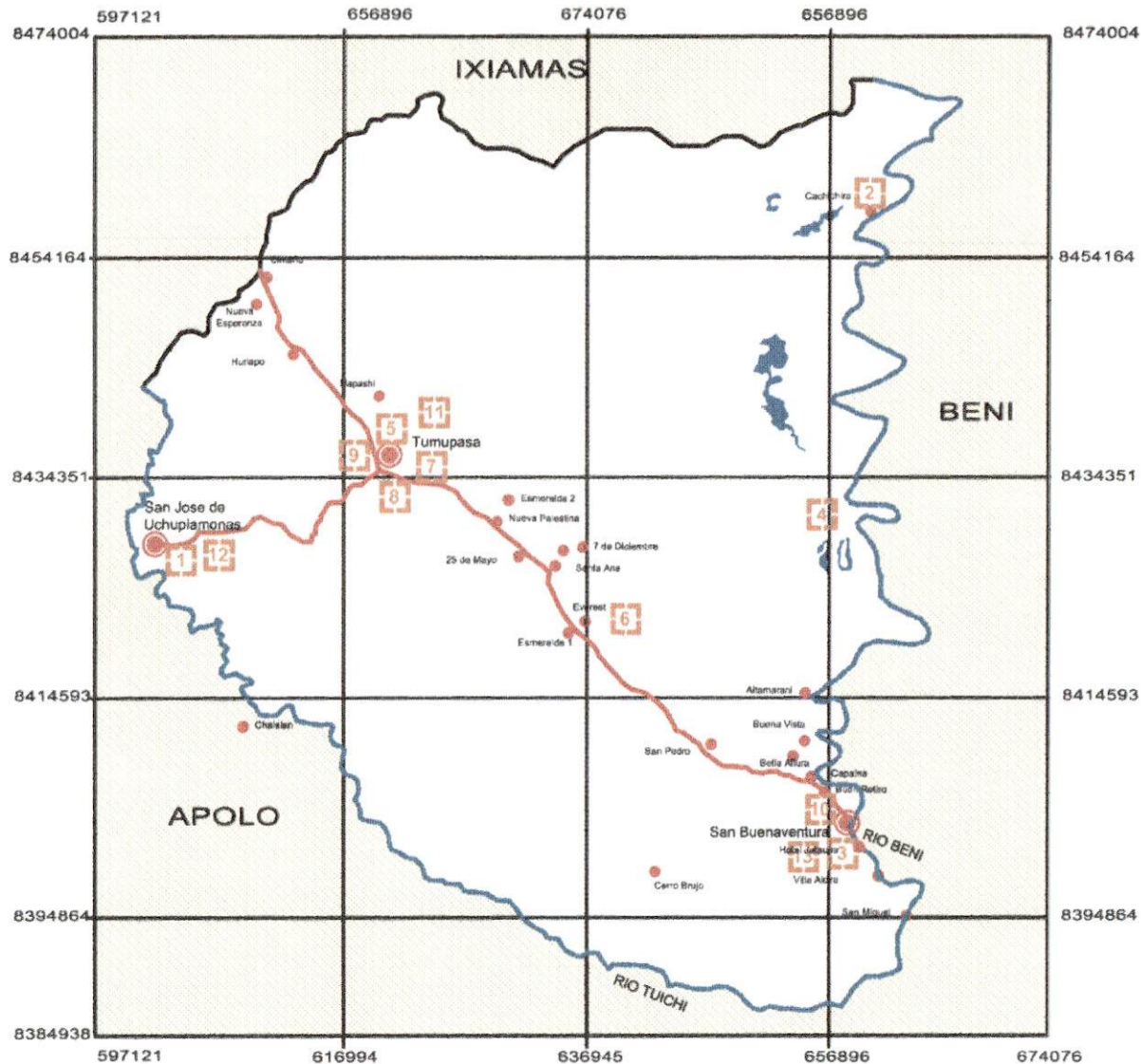
Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
Creado mediante DS. 24123 el 21 de septiembre de 1995, tiene una superficie de 1895750 ha. (18957 Km.) de las cuales 1271500 hectáreas corresponden a la categoría de Parque Nacional y 624250 hectáreas a la de Área de Manejo Integrado. Actualmente, esta en proyecto la expansión del área del parque, que incluiría a San Miguel del Bala, este último ya posee infraestructura para recibir turistas, de esta forma podría obtener alguna ventajas de los beneficios que es estar dentro del parque. Madidi se encuentra ubicado en las provincias Franz Tamayo, Abel Iturralde y Larecaja. Los municipios involucrados son Apolo, San Buenaventura, Ixiamas, Pelechuco y Guanay.	
El parque se constituye en uno de los principales atractivos de la región norte paceña, y los atractivos son variados como las pampas del Heath, Alto Madidi, el río Tequeje con la cercanía de ruinas arqueológicas, la comunidad de San José de Uchupiamonas, los recorridos Apolo-Mamacona-San José de Uchupiamonas, Pelechuco- Quera-Puina-Mojos y Virgen del Rosario Pata-Santa Cruz del Valle Ameno, Chalalán, el río Quendeque, la ruta Virgen del Rosario-Asariamas-Chalalán-San Buenaventura y el recorrido Apolo-Asariamas, entre otros.	

MAPA DE UBICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES

SUPERFICIE : 364 980 ha.



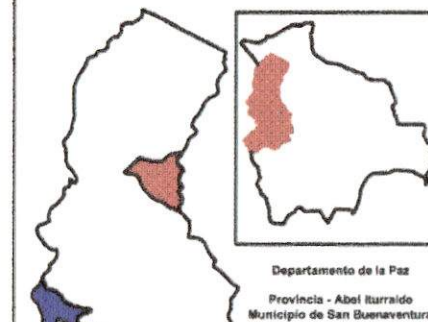
LEYENDAS



ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES

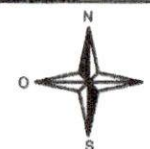
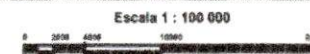
- 1- COMUNIDAD DE SAN JOSE DE UCHUPIAMONAS
- 2- COMUNIDAD CACHICHIRA
- 3- CENTRO CULTURAL TACANA CIPTA
- 4- GRUPO ETNICO ESSE EJAS (*)
- 5- GRUPO ETNICO TACANA (*)
- 6- ARTESANIAS (*)
- 7- MUSICA INSTRUMENTAL NATIVA (*)
- 8- DANZAS NATIVAS MESTIZAS (*)
- 9- TRADICIONAL ORAL (*)
- 10- FIESTA DE SAN BUENAVENTURA 16 DE JULIO
- 11- FIESTA DE TUMUPASA
- 12- FIESTA DE SAN JOSE DE UCHUPIAMONAS 3 DE MAYO
- 13- ANIVERSARIO MADIDI - 21 DE SEPTIEMBRE

AREA DE UBICACIÓN



Departamento de la Paz
Provincia - Abel Iturralde
Municipio de San Buenaventura

ESCALA / ORIENTACIÓN



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE HUMANIDADES - CARRERA DE TURISMO

PROYECTO: VALORACIÓN DEL POTENCIAL TURISTICO DE SAN BUENAVENTURA
NOMBRE: MARIO MARCELO RAMOS ROJAS

ATRACTIVO	SAN JOSÉ DE UCHUPIAMONAS
CATEGORIA	PATRIMONIO/ MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	ASENTAMIENTOS
SUBTIPO	REGIONES DE INTERES
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN JOSÉ DE UCHUPIAMONAS
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	San José de U.	Acuática	35 km	8 horas
Tumupasa	San José de U.	Terrestre	30 km	8 horas

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Catraya/bote	X	X	---	
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya, o aprovechar botes itinerantes. Desde Tumupasa solo se puede acceder caminando por el sendero				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	SI	Tumupasa
Alcantarillado	NO	Tumupasa
Electricidad	Motor	Tumupasa

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Teléfono	NO	Tumupasa

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Albergue, área de camping	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

Equipamiento urbano	
No existe ningún equipamiento	

SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
<p>La comunidad de San José de Uchupiamonas está ubicada a 14° 12' 36" latitud sur y 68° 03' 08" longitud oeste; a una altitud de 630 m.s.n.m. y una distancia de 62 km en línea recta al noroeste de San Buenaventura siguiendo el curso del río. Esta comunidad Quechua Tacana se encuentra ubicada en el interior del Parque Nacional Madidi, se puede acceder a ella en bote desde San Buenaventura o Rurrenabaque en ocho horas aproximadamente, o por tierra desde la localidad de Tumupasa por el camino inaugurado por el batallón de ingenieros del ejército, a pie en ocho horas y media. El paso de moviidades inclusive pequeñas es casi imposible por lo estrecho y accidentado del camino, además de la presencia de taludes e inaccesible en tiempo de lluvias. La población habla el quechua a pesar de ser de origen Tacana, desde esta ubicación se puede acceder río arriba a sitios donde se puede encontrar pascanas o salitrales para observar fauna silvestre. El pueblo se encuentra a una distancia de 1500 metros desde el borde del río, a mano izquierda tomando en cuenta el curso que sigue el río.</p>	

ATRACTIVO	COMUNIDAD CACHICHIRA
CATEGORIA	PATRIMONIO/ MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	ASENTAMIENTOS
SUBTIPO	REGIONES DE INTERES
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	TUMUPASA
ALTURA S/N/M	250 m.

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

Equipamiento urbano
No hay datos

SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos

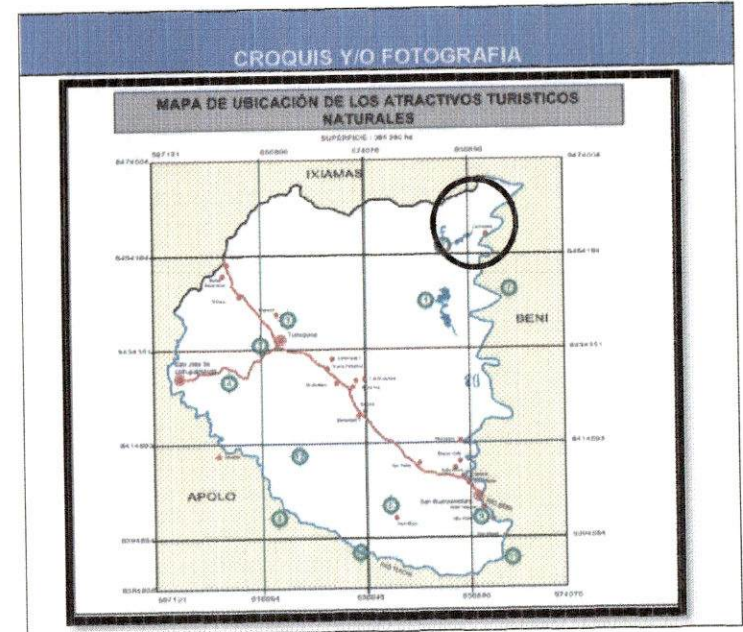
INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Cachichira	Acuática	30 km	8 horas

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Catraya/bote	X	X		---
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	SI	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	Motor	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Radio	SI	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO

La comunidad de Cachichira está ubicada a los 13° 56' 47,9" de latitud sur y 67° 31' 27,7" de longitud oeste, a 250 msnm, se encuentra a 81 km de San Buenaventura siguiendo el curso del río Beni en dirección norte.

Las viviendas se disponen en forma nucleada y son construidas con materiales del lugar: paredes de madera y techo de motacú, a excepción de la escuela y otras viviendas que cuentan con techos de calamina. El acceso al agua es a través de un pozo común que tienen en la comunidad. No tienen letrinas. La energía que utilizan para cocinar es la leña y para la iluminación, mecheros y velas. El acceso al lugar es solamente por río (río Beni), aproximadamente a 3,5 horas en bote con motor de 55 HP desde San Buenaventura. El asentamiento ocupa el margen izquierdo del río, sobre una terraza aluvial a varios metros por encima del río, y como protección contra las inundaciones por crecidas del río.

Desde el área de las casas se puede disfrutar de la tranquilidad del paisaje al amanecer y al atardecer. Estas vistas favorecen la observación del movimiento de las aves que salen y retornan a sus respectivos dormideros. También al atardecer y por la noche, se puede practicar la pesca.

ATRACTIVO	CENTRO CULTURAL TACANA
CATEGORIA	PATRIMONIO/ MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	MUSEOS
SUBTIPO	SALAS DE EXPOSICION
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
Rurrenabaque	San Buenaventura	Acuática	0 km	10 minutos

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Catraya/bote	X	X	X	---
Observaciones				
Se puede alquilar una catraya, o pagar el peaje de cruce Rurre al frente				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	SI	San Buenaventura
Alcantarillado	SI	San Buenaventura
Electricidad	Motor	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Radio,teléfono,fax	SI	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Residenciales,alojamientos,hotel	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Restaurant	SI	-			X

Equipamiento urbano
Se dispone de hospital, la alcaldía municipal y canchas de fútbol

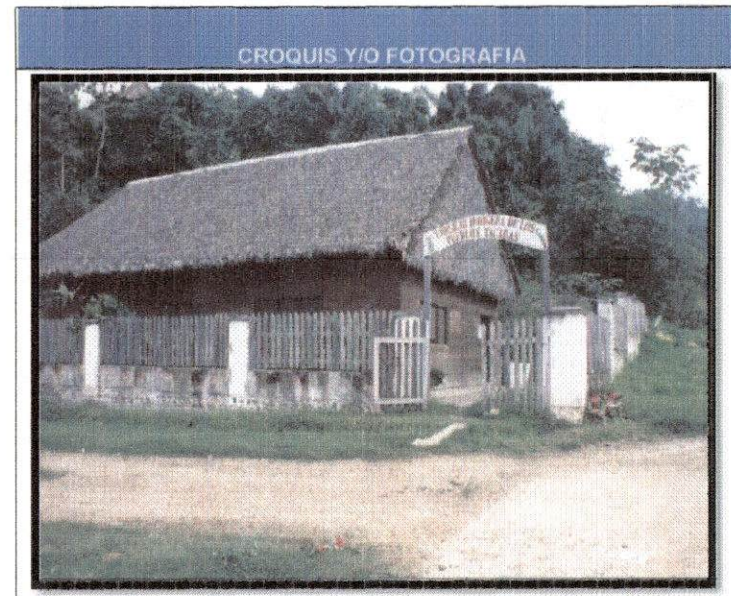
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	SI
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	SI
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico:Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma:Castellano,Tacana
Vientos O-E	Ocupación:Agricultura Ganadería,pesca,caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURISTICO
El Centro se encuentra en la población de San Buenaventura al lado izquierdo de la alcaldía municipal. El mismo esta a cargo del CIPTA (Centro Indígena del Pueblo Tacana), con sede en Tumupasa. Este centro expone artesanías realizadas por los Tacana (individuales con símbolos particulares de su cultura, collares, cabezas de animales del lugar retratadas en madera, paneros, muestran la forma como preparan la comida en forma tradicional, cuentos y leyendas, etc).
En el año 2003 estuvo a punto de cerrarse debido a problemas suscitados en la región, según la encargada de atender al centro; afortunadamente el centro sigue abierto a todo el público en general.

ATRACTIVO	TACANAS
CATEGORIA	ETNOGRAFIA Y FOLKLORE
TIPO	ETNIAS
SUBTIPO	GRUPOS ETNICOS
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Comunidades	Terrestre	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús	X	X	---	
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			X

Equipamiento urbano
El área que comprenden es grande, por lo tanto no se describe el equipamiento

SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas
Elaboración propia

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos

CROQUIS Y/O FOTOGRAFIA



CARACTERISTICAS DE INTERES TURISTICO

La nacionalidad tacana ha habitado desde tiempos remotos el llamado "Parque Nacional Madidi", ese territorio que constituye una verdadera maravilla de la naturaleza por sus riquezas naturales y por su incomparable belleza. Los tacana, según el INRA, tienen demandadas sus tierras como territorios de origen y han logrado la inmóvilización de su territorio de 470 599 hectáreas en el Territorio Multiétnico II, junto a Esse Eijas y Cavineños. El idioma que practican es el tacana, el que a pesar del transcurso del tiempo se lo documenta en el CIPTA (Centro Indígena del Pueblo Tacana) que mantiene y valora uno de sus mayores elementos de identidad cultural. En lo referente a la población, se deduce según José Echazu Alvarado en su libro "El Desafío de las Naciones" que el número de habitantes tacana se ha reducido de forma considerable, por lo que se lo considera una nacionalidad en extinción. Su ideología, caracterizada por su rica tradición religiosa ha sido destruida por la religión católica, en sus diferentes modos: evangelismo, catolicismo, y el cristianismo. Sin embargo, aún perviven sus costumbres, prueba de ello son los curanderos, y el chaman con amplios conocimientos medicinales. El contrario del chaman es el ishashua.

ATRACTIVO	ARTESANIAS
CATEGORIA	ETNOGRAFIA Y FOLKLORE
TIPO	FOLKLORE MATERIAL
SUBTIPO	ARTESANIA
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA, TUMUPASA, SAN JOSE
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Comunidades	Terrestre	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús		X	X	----
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACIÓN		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			X

Equipamiento urbano
El área que comprenden es grande, por lo tanto no se describe el equipamiento

SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos

CROQUIS Y/O FOTOGRAFIA



CARACTERISTICAS DE INTERÉS TURISTICO

El pueblo Tacana tiene una habilidad tradicional e innata para la cestería con palmas y otros materiales como el algodón, con los que fabrican mochilas, hamacas y correas para llevar cargas. También son muy diversos en la carpintería, en cuyo oficio producen máscaras que generalmente representan a animales de la región, artículos para la cocina como cucharones realizadas con la madera del lugar; la imaginería también tiene su lugar con la representación de los dioses tacanas en individuales para las mesas como también en otros objetos. Cabe hacer notar que la artesanía tacana es variada según la imaginación que le ponen.

ATRACTIVO	MUSICA NATIVA
CATEGORIA	ETNOGRAFIA Y FOLKLORE
TIPO	FOLKLORE ESPIRITUAL MENTAL
SUBTIPO	MUSICA
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA, TUMUPASA, SAN JOSE
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Comunidades	Terrestre	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús	X	X	X	---
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACIÓN		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			X

Equipamiento urbano	
El área que comprenden es grande, por lo tanto no se describe el equipamiento	

SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos

CROQUIS Y/O FOTOGRAFIA



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO

La música es desarrollada generalmente con flautas y tambores que tocan los ritmos singulares de la región de tierras bajas como lo es en la Provincia Iturralde. A veces este tipo de música se escucha sola o acompaña a las danzas nativas, cabe mencionar que no son los únicos instrumentos musicales en la zona, además de los variados ritmos musicales.

ATRACTIVO	BAILES NATIVOS
CATEGORIA	ETNOGRAFIA Y FOLKLORE
TIPO	FOLKLORE ESPIRITUAL MENTAL
SUBTIPO	MUSICA
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA, TUMUPASA, SAN JOSE
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Comunidades	Terrestre	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús	X	X	X	---
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			X

Equipamiento urbano
El área que comprenden es grande, por lo tanto no se describe el equipamiento

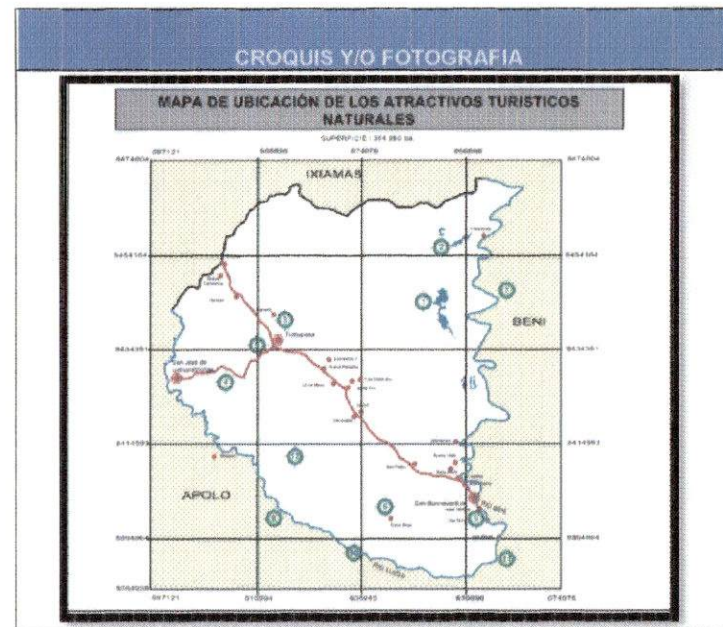
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURISTICO

En su legado cultural existen manifestaciones culturales como la danza de los machu machu, que se parece al auqui-auqui de la parte occidental. Este baile se caracteriza por danzantes con máscaras hechas en madera (en algunos casos) representando a los hombres viejos que según la forma de sus rostros mascaban coca. Al parecer es una analogía jocosa del anciano español. Su ropa es vistosa y mantiene agarrado un bastón. Esta danza va acompañada de música del lugar, que con tambores y unos tipos de flauta dan ritmo a la danza.

Otro de las danzas es el del chaman o curandero con amplios conocimientos de la medicina tradicional. Estas danzas son vistas especialmente en las fiestas patronales de Ixiamas, Tumupasa, San Buenaventura, entre otros

ATRACTIVO	ESSE E.JAS
CATEGORIA	ETNOGRAFIA Y FOLKLORE
TIPO	GRUPOS ETNICOS
SUBTIPO	ETNIAS
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA, TUMUPASA, SAN JOSE
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Comunidades	Terrestre	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús		X	X	---
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			X

Equipamiento urbano	
El área que comprenden es grande, por lo tanto no se describe el equipamiento	

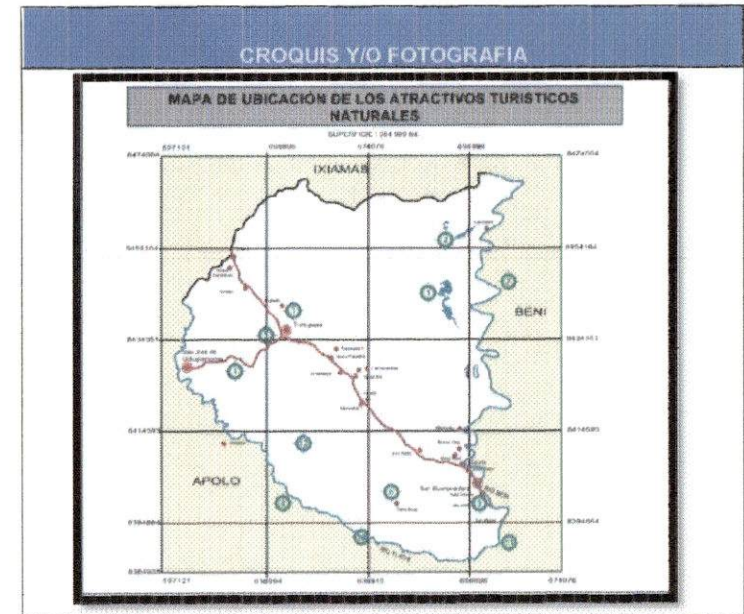
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura, Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
<p>El pueblo Esse Eje, es uno de los grandes navegante fluviales, su año esta organizado en 10 periodos relacionados con actividades productivas y ecológicas. Comienza en el mes de agosto, cuando salen las tortugas a la playa. El primer periodo, por ello mismo se llama de la tortuga o Daqui She y comprende agosto y septiembre. El mes de octubre es el tiempo de las frutas y se denomina Acuijja jja She, el mes de noviembre corresponde al mes de la flecha y se llama Ecohuijji She. Diciembre corresponde al mes de la castaña y se denomina Shihijajaja She. Enero y febrero, Ena She que es el tiempo de lluvias. Marzo o Cuaje She, el tiempo del cacao. Abril o Eljjiacajji She es el tiempo de la caza. Mayo o Biya She es el tiempo del mono gordo cuando salen a cazarlo para su alimentación. Junio o Naó es el tiempo de la pesca y finalmente julio o Bishé She es el tiempo de la canoa.</p>	
<p>Como su vida esta muy relacionada con el agua, son grandes nadadores y navegantes de canoas, pues desde muy pequeños pasan largas horas en las playas pescando y capturando tortugas, lagartos y caimanes.</p>	

ATRACTIVO	TRADICION ORAL
CATEGORIA	ETNOGRAFIA Y FOLKLORE
TIPO	FOLKLORE ESPIRITUAL MENTAL
SUBTIPO	TRADICION ORAL
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA, TUMUPASA, SAN JOSE
ALTURA S/N/M	470 m.

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			X

Equipamiento urbano
El área que comprenden es grande, por lo tanto no se describe el equipamiento

SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	NO
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos

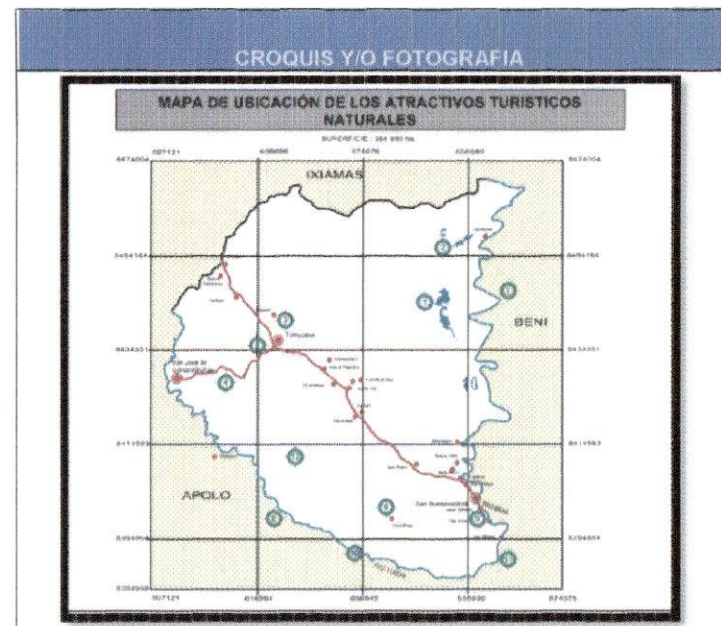
INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Comunidades	Terrestre	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús		X	X	---
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BASICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	NO	San Buenaventura
Alcantarillado	NO	San Buenaventura
Electricidad	NO	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Ninguno	NO	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	NO	-			



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO
La zona es rica en cuentos y leyendas, por ejemplo, la Carrera de Literatura de la UMSA con el apoyo de las facultades de Agronomía y Humanidades y el proyecto Unir, realizó una investigación sobre este tema en su libro llamado "Voces de la Provincia Iturralde" en el que se narran testimonios, historias locales, mitos, cuentos, tradiciones y anécdotas. El tema es interesante ya que todavía queda potencial sobre el mismo.

ATRACTIVO	SAN BUENAVENTURA (16 DE JULIO)
CATEGORIA	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS
TIPO	FIESTAS POPULARES Y RELIGIOSAS
SUBTIPO	FIESTA POPULAR
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA
ALTURA S/N/M	470 m.

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Restaurante de paso	SI	-		X	X

Equipamiento urbano
El pueblo dispone de hospital, canchas de fútbol, escuelas y la alcaldía municipal

SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	SI
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	SI
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura, Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos

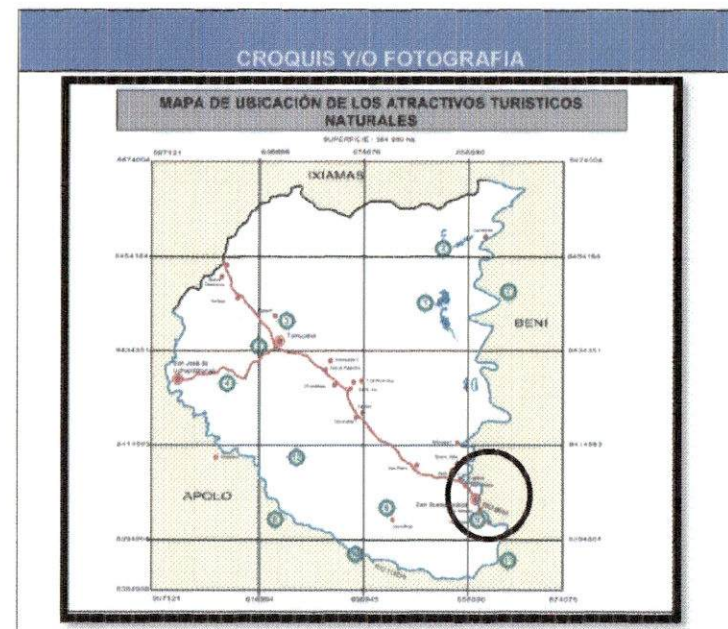
INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	San Buenaventura	Terrestre	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús		X	X	---
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	SI	San Buenaventura
Alcantarillado	SI	San Buenaventura
Electricidad	Motor	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Radio, teléfono	SI	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Hostales, Residenciales, Alojamiento, Hoteles	SI	-	X	X	



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
<p>La fiesta de San Buenaventura se celebra el 16 de Julio de cada año, coincidiendo con las fiestas paceñas en la ciudad de La Paz. Según versiones de los residentes del lugar, se venera al santo que lleva el mismo nombre de la población. Esta fiesta toma una semana entera de festejos, en los que se organizan misas solemnes, concursos de belleza, bailes del lugar y de la parte andina, etc.</p>	
<p>La población de San Buenaventura se encuentra en el margen izquierdo del río Beni al frente de Rurrenabaque, por su posición es una especie de ciudad dormitorio, la principal actividad es la agricultura, no posee un atractivo particular que induzca a los turistas a visitarla, sin embargo a iniciativa del CIPTA se ha instalado un centro (o museo) de artesanía tacana en la plaza principal, el servicio de energía eléctrica es incompleto durante el día (con variaciones de horario), el agua potable es regular durante todo el día, y el alcantarillado es insuficiente, existen algunos restaurantes que atienden principalmente a madereros y residentes temporales (no turistas).</p>	

ATRACTIVO	TUMUPASA (30 DE MAYO)
CATEGORIA	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS
TIPO	FIESTAS POPULARES Y RELIGIOSAS
SUBTIPO	FIESTA POPULAR
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	TUMUPASA
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	Tumupasa	Terrestre	30km	2 horas

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús	X	X	---	
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	SI	San Buenaventura
Alcantarillado	SI	San Buenaventura
Electricidad	Motor	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Radio, teléfono	SI	San Buenaventura

PLANTA TURÍSTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Residenciales, Alojamientos	SI	-		X	X

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Restaurante de paso	SI	-		X	X

Equipamiento urbano	
El pueblo dispone de un centro de salud, canchas de fútbol, escuelas y la intendencia municipal	

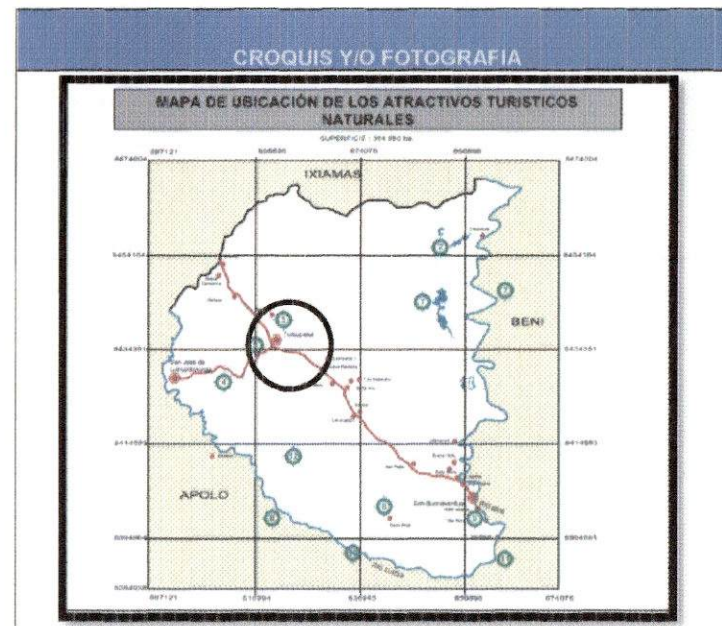
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	SI
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	SI
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura, Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
Tumupasa es considerada la capital del pueblo Tacana, las fiestas de carnavales y patronales son sin duda el mayor atractivo de esta población, donde se puede apreciar la cultura Tacana en su mayor expresión, donde las danzas como los chamas hacen la delicia del espectador, cerca del pueblo se encuentran unos miradores que permiten apreciar toda la llanura que se pierde en su inmensidad en el horizonte.	
Tumupasa cuenta con el apoyo de entidades ligadas al apoyo de las comunidades indígenas, por eso la población posee servicio de energía eléctrica y agua potable durante todo el día, existen dos pensiones, un alojamiento, también existe una posta sanitaria dependiente de San Buenaventura. Tumupasa es un paso obligado para llegar a Napashi, San José de Uchupiamonas e Ixiamas.	

ATRACTIVO	SAN JOSE DE UCHUPIAMONAS (3 DE MAYO)
CATEGORIA	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS
TIPO	FIESTAS POPULARES Y RELIGIOSAS
SUBTIPO	FIESTA POPULAR
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA
DEPARTAMENTO	LA PAZ
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE
SECCIÓN/CANTÓN	SAN JOSE DE UCHUPIAMONAS
ALTURA S/N/M	470 m.

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	San José de U.	Acuática	35 km	8 horas
Tumupasa	San José de U.	Terrestre	30 km	8 horas

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús		X	X	---
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	SI	Tumupasa
Alcantarillado	NO	Tumupasa
Electricidad	Motor	Tumupasa

COMUNICACIÓN		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Teléfono	SI	Tumupasa

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Albergues	SI	-		X	X

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Ninguno	SI	-		X	X

Equipamiento urbano	
Dispone de un pequeño centro de salud	

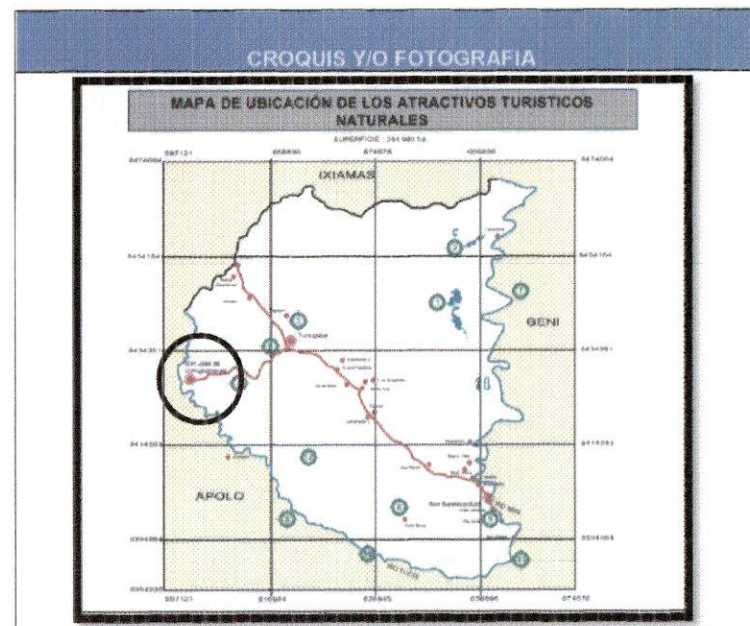
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	SI
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	NO
Otros	NO

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico: Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma: Castellano, Tacana
Vientos O-E	Ocupación: Agricultura, Ganadería, pesca, caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
La fiesta de la comunidad es particular en la región, por la danza de los machu-machu, los hombres disfrazados de animales que representan a los que hay en el bosque, su música, y algunos elementos que muestran el sincretismo quechua-tacana. La fiesta termina en la casa mayor que es el lugar de reunión del pueblo.	

ATRACTIVO		ANIVERSARIO MADIDI (21 DE SEPTIEMBRE)
CATEGORIA	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	
TIPO	FIESTAS POPULARES Y RELIGIOSAS	
SUBTIPO	FIESTA POPULAR	
UBICACIÓN	SAN BUENAVENTURA	
DEPARTAMENTO	LA PAZ	
PROVINCIA	ABEL ITURRALDE	
SECCIÓN/CANTÓN	SAN BUENAVENTURA	
ALTURA S/N/M	470 m.	

INFRAESTRUCTURA				
ACCESIBILIDAD				
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Dist	Tiempo
San Buenaventura	San Buenaventura	Terrestre	----	----

TRANSPORTE				
Tipo	CALIDAD			Frecuencia
	B	R	M	
Bus/minibús	X	X		---
Observaciones				
Procurar tomar precauciones en época de lluvias				

SERVICIOS BÁSICOS		
Tipo	Existencia	Población cercana
Agua potable	SI	San Buenaventura
Alcantarillado	SI	San Buenaventura
Electricidad	Motor	San Buenaventura

COMUNICACION		
Tipo	Existencia	Población Cercana
Radio,teléfono	SI	San Buenaventura

PLANTA TURISTICA					
HOSPEDAJE					
Tipo	Existe en sitio	Cant.	Calidad		
			B	R	M
Hostales,Residenciales, Alojamiento, Hoteles	SI	-	X	X	

ALIMENTACION					
Tipo	Existe en sitio	Cant	Calidad		
			B	R	M
Restaurante de paso	SI	-		X	X

Equipamiento urbano	
El pueblo dispone de hospital, canchas de fútbol, escuelas y la alcaldía municipal	

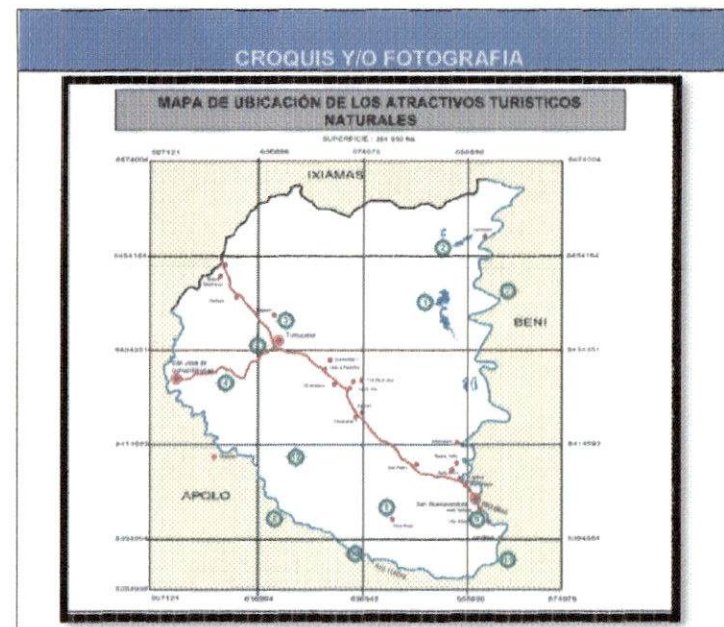
SERVICIOS DE EMERGENCIA	
Tipo	Observaciones
Atención médica	SI
Cambio de moneda	NO
Estación de servicio	SI
Otros	NO

INFORMACION COMPLEMENTARIA	
Datos Climáticos	Datos población
Temperatura: 25°C	Hab.: 6203
Humedad: 80%	Grupo étnico:Tacana
Precipitación: 600mm	Idioma:Castellano,Tacana
Vientos O-E	Ocupación:Agricultura Ganadería,pesca,caza

PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA	
Ropa a llevar	Ligera
Precauciones	Botiquín de primeros auxilios
Otros	Bloqueador solar, linternas, sleeping

Fuentes Consultadas	
Elaboración propia	

Fecha	Realizó
2007	Marcelo Ramos



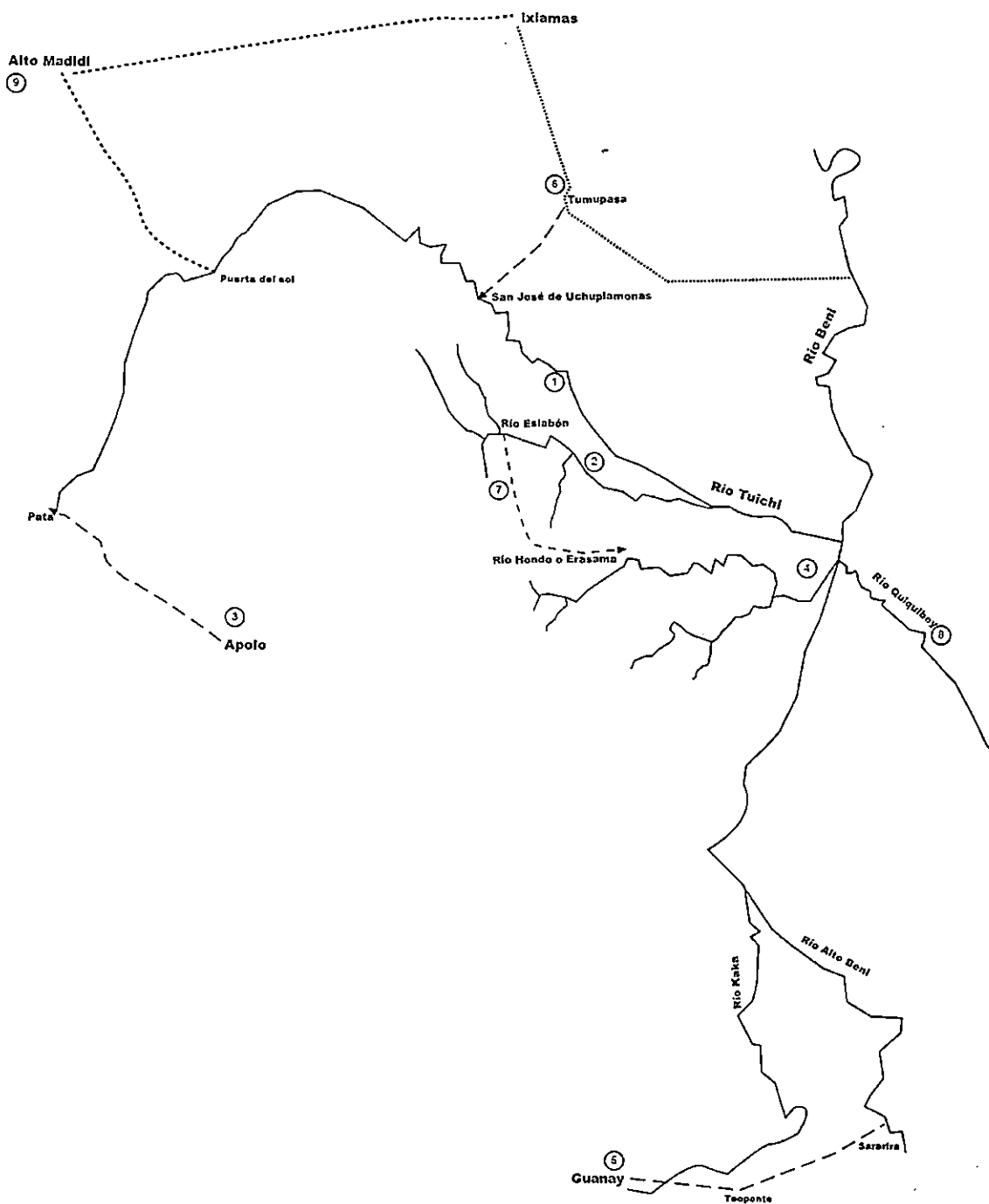
CARACTERÍSTICAS DE INTERÉS TURÍSTICO	
Coincide con la llegada de la primavera, y en esta ocasión se celebra el día en el que el parque fue creado. La duración es de un día y el programa depende de los organizadores del SERNAP.	

CUADRO N° 9

CIRCUITOS TURISTICOS EN LA REGION NORTE DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ

N°	CIRCUITOS TURÍSTICOS SECTOR BOSQUE	ATRATIVOS TURÍSTICOS	ACTIVIDADES	TIEMPO APROXIMADO
1	Alto Madidi	Río Tuichi Puerta del sol (cachuela o torrentada de río) Flora y fauna del bosque	Rafting Navegación en callapos o balsas Caminatas de observación de flora y fauna	20 días
2	Chalalan	Río Tuichi Laguna Chalalan Flora y Fauna del Bosque	Caminatas guiadas de observación de flora y fauna Observación del paisaje Paseos en canoa Caminatas nocturnas de observación Natación	3 a 4 días
3	Eslabón – Santa Rosa	Río Tuichi Río Eslabón o Erasama Flora y fauna del bosque	Rafting / paseos en callapos o balsas Caminatas de observación de flora y fauna	3 a 4 días
4	Apolo – Tuichi	Río Tuichi Flora y fauna	Caminata Navegación por río el río Tuichi	8 días
5	Torewa	Río Beni Flora y fauna	Caminatas de observación de flora y fauna	2 días
6	Guanay - Rurrenabaque	Ríos Kaka, Alto Beni, Beni Flora y fauna	Navegación por ríos	10 o más días
7	Tumupasa – San José de Uchupiamonas	San José de Uchupiamonas Río Tuichi Flora Mirador Yuruma	Caminata Navegación por el río Tuichi Observación de la cultura quechua - tacana	3 días
8	Río Hondo	Ríos Tucichi y Eslabón Flora y fauna	Navegación por ríos Caminatas de observación de flora y fauna	2 a 3 días
9	Pilón Lajas	Ríos Beni y Quiquibey Etnias Flora y fauna	Navegación por ríos Observación de flora y fauna Observación de la cultura endémica, etc	3 a 4 días

Circuitos Turísticos En La Región



1. Chalalan
2. Eslobón - Santa Rosa
3. Apolo - Tuichi
4. Torewa
5. Guanay - Rurrenabaque
6. Tumpasa - San José de U.
7. Río Hondo
8. Pilón Lajas
9. Alto Madidi

Legenda

- Senderos / Caminos
- Ríos

Universidad Mayor de San Andrés
 Carrera de Turismo
 Proyecto: Valorización del Potencial
 Turístico del Municipio de
 San Buenaventura
 Nombre: Mario Marcelo Ramos Rojas

3.2. CIRCUITOS TURISTICOS EN LA REGION

- **Circuito Alto Madidi:** Navegan desde Rurrenabaque por el Beni hasta el río Tuichi, pasan por el puerto de San José de Uchupiamonas, siguen a Puerta del Sol (torrentada o cachuela del río), continúan a pie hasta la cabecera del río Madidi donde navegan en callapos o balsas hasta el campamento de guarda parques en el alto Madidi, siguen a pie 100 Km hasta Ixiamas, luego retornan en vehículo hasta San Buenaventura y de ahí cruzan en bote a Rurrenabaque. El recorrido dura cerca de 20 días y lo realizan una vez por mes diferentes agencias.
- **Circuito Chalalán:** Rurrenabaque – Albergue Ecológico Chalalán – Rurrenabaque por los ríos Beni y Tuichi.
- **Circuito Eslabón – Santa Rosa:** Campamentos turísticos Santa Rosa y río Eslabón, se llega por los ríos Beni y Tuichi.
- **Circuito Apolo – río Tuichi:** La Paz – Apolo, siguen a pie hasta Pata, bajan el río Tuichi hasta Virgen del Rosario, navegan el río Tuichi hasta Rurrenabaque.
- **Circuito Torewa:** Rurrenabaque, por el río Beni hasta el campamento de Torewa.
- **Circuito Rurrenabaque – Guanay:** Por el río Beni.
- **Circuito Tumupasa – San José de Uchupiamonas:** Por tierra a Tumupasa, caminata a San José de Uchupiamonas, bajada por río Tuichi.
- **Circuito Río Hondo:** Rurrenabaque, por los ríos Beni y Tuichi hasta el río Eslabón, caminata hasta Río hondo, bajada en callapo por el río Beni hasta Rurrenabaque.
- Dentro de la Reserva de la Biosfera Pílon Lajas, los operadores llegan a Mapajo que es una empresa también comunitaria.

3.3. CIRCUITOS TURISTICOS EN EL MUNICIPIO

- **Circuito Turístico San Buenaventura – Tumupasa – San José de Uchupiamonas.**

Este circuito está presto para la caminata desde Tumupasa a San José de Uchupiamonas o viceversa, en este sendero se puede apreciar miradores como el Yuruma Grande, además de observar en el camino huellas de anta, jochi, etc. El camino carretero que une a Tumupasa con San Buenaventura es apto para las bicicletas o para montar caballos. Actualmente está en análisis convertirlo en un sendero turístico.

3.4. SERVICIOS TURISTICOS

El servicio turístico está definido por dos componentes: el concepto de servicio y el concepto de servicio turístico. El primero se basa en cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra siendo esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de algo, su producción puede o no estar ligada a un producto físico. El servicio turístico es la oferta turística que incluye el concepto de servicio, en el cual es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia y cuya organización y personal especializado están destinados a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas. (Wallingre; Toyos 1998:182)

Hay una variedad de servicios turísticos: establecimientos de hospedaje, agencias de viaje, restaurantes, etc. Sin embargo, pocos son los servicios que recibirían el adjetivo de "turístico" debido a que no todos son utilizados exclusivamente por visitantes o turistas, una parte son aprovechados por el público local o gente itinerante. Por lo tanto, se describe a las empresas más representativas de acuerdo al tipo de consumidor: los establecimientos de hospedaje y los operadores de turismo.

La descripción fue realizada en la jurisdicción del municipio y la población vecina de Rurrenabaque, este último fue escogido por ser el nodo de distribución de los turistas hacia los atractivos turísticos y por concentrar la mayoría de los servicios en la región.

3.4.1. Hospedaje

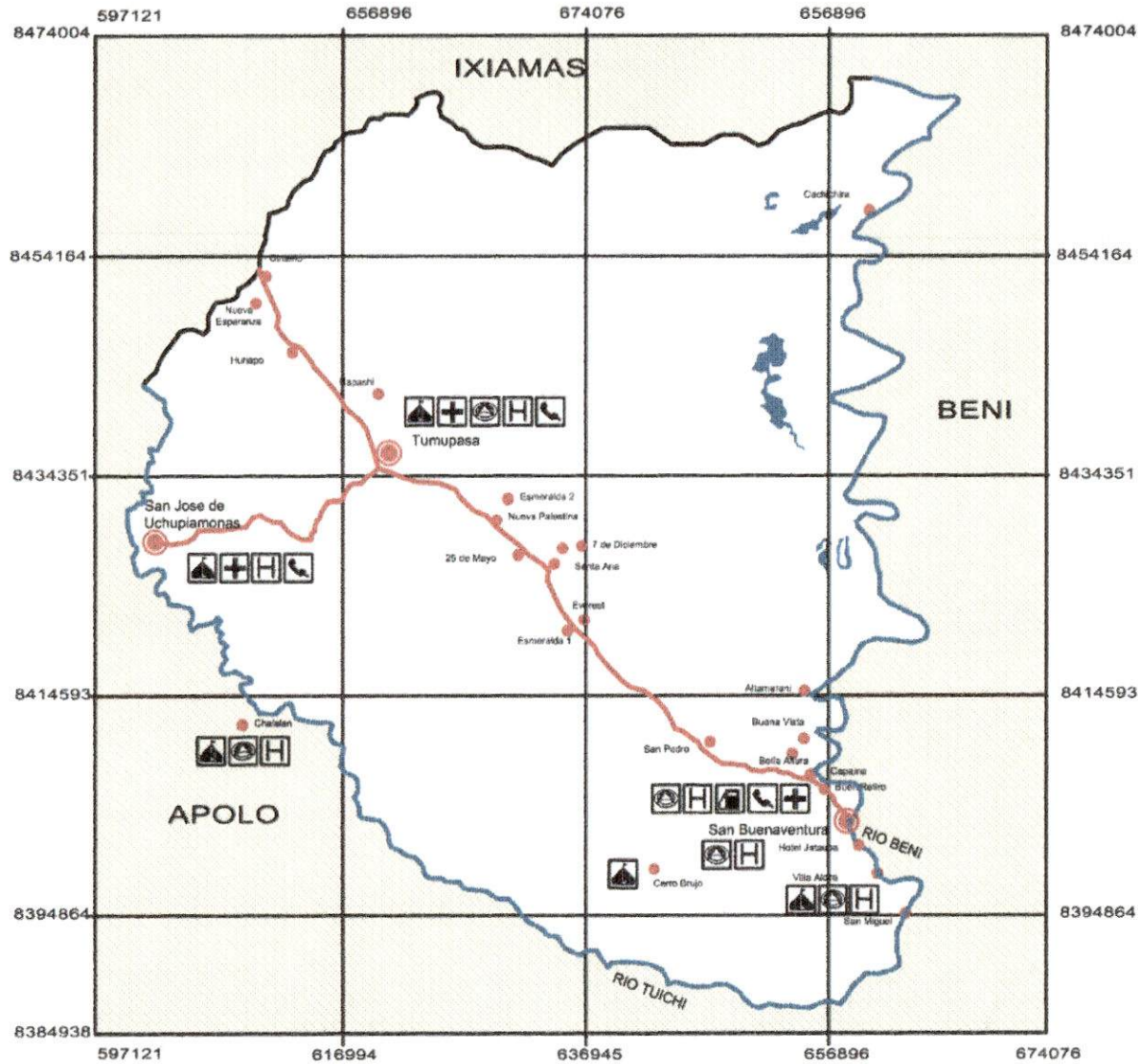
El hospedaje turístico se refiere a aquellos establecimientos que prestan un servicio para alojarse en forma temporal, y que funcionen en una edificación construida o acondicionada para tal fin, cuyas instalaciones reúnan las condiciones mínimas requeridas para el huésped (TELLEZ 2002:166).

En la región en que se hizo la descripción los establecimientos que se presentan con más frecuencia son: hoteles, hostales o residenciales, alojamientos y establecimientos de hospedaje complementario como lodges, albergues, casa de campo y áreas de camping.

En San Buenaventura hay 9 establecimientos de hospedaje: 2 albergues ecológicos, 2 hoteles, 4 residenciales y 1 alojamiento. La otra parte se constituyen en hospedaje complementario: 1 casa de campo, áreas de camping, hospedaje en proyecto de construcción, y habitaciones rústicas

MAPA DE SERVICIOS Y APOYO AL TURISMO

SUPERFICIE : 364 980 ha.



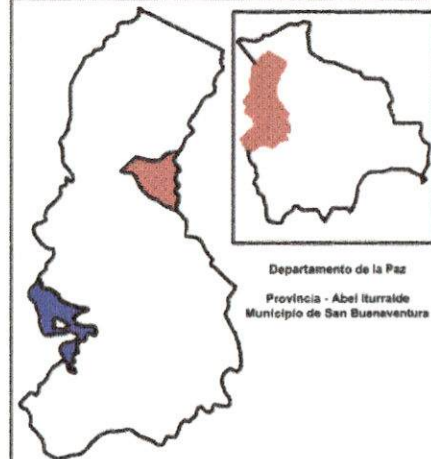
LEYENDAS

- Capitales de Cantón
- Poblaciones Secundarias
- Rios
- Caminos
- Lagos y Lagunas

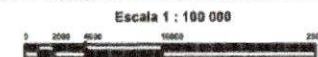
SERVICIOS Y APOYO AL TURISMO

- HOSPEDAJE
- CAMPING
- RESTAURANT
- COMUNICACIÓN TELEFÓNICA
- ASISTENCIA MÉDICA
- ESTACIÓN DE GASOLINA

AREA DE UBICACIÓN



ESCALA / ORIENTACIÓN



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES - CARRERA DE TURISMO

PROYECTO: VALORACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE SAN BUENAVENTURA
NOMBRE: MARIO MARCELO RAMOS ROJAS

para la gente itinerante. Los establecimientos que más destacan por la forma de construcción y por su confort son: Albergue Ecológico Chalalan en el Parque Madidi, Hotel Jatauba, Hotel Jatatal, y el Albergue Ecológico San Miguel del Bala.

En Rurrenabaque hay 21 establecimientos: 10 hostales, 6 residenciales, 4 alojamientos y un hotel. Es necesaria una categorización de estos establecimientos debido a la poca relación entre su denominación y las condiciones mínimas que deberían tener.

El resto del hospedaje complementario se distribuye por las pampas y en los parques Madidi y Pílon Lajas.

CUADRO N° 10**Establecimientos de Hospedaje Turístico Destacados en el Municipio de San Buenaventura**

No	Nombre	Planta Turística	Infraestructura	Actividades Turísticas	Superestructura
1	Albergue Ecológico Chalalan en el Parque Madidi	<p>6 cabañas para alojar a 24 turistas.</p> <p>Las cabañas construidas con palmeras de chonta y hojas de jatata</p> <p>Baños higiénicos</p> <p>Camas cómodas</p> <p>Instalaciones para seminarios</p> <p>Sala de interpretación</p>	<p>Transporte por lancha a motor</p> <p>Red de agua corriente</p> <p>Energía fotovoltaica</p> <p>Distancia de 6 hrs. por los ríos Beni y Tuichi, desde Rurrenabaque o San Buenaventura</p> <p>25 km de sendas señalizadas y temáticas</p>	<p>Paseo en canoa</p> <p>Paseos nocturnos</p> <p>Interpretación de la naturaleza</p> <p>Juegos interactivos sobre diversidad.</p> <p>Visitas a la comunidad.</p> <p>Paseos en canoa.</p> <p>Caminatas por senderos.</p> <p>Cuentos tradicionales.</p>	<p>Comunidad San José de Uchupiamonas</p> <p>Conservación Internacional (ONG)</p> <p>18 agencias de viaje</p> <p>Municipios de San Buenaventura y Rurrenabaque</p>
2	Hotel Jatatal	<p>14 habitaciones para alojar a 32 turistas</p> <p>Las cabañas están construidas también de jatata y chonta</p> <p>Baños higiénicos</p> <p>Camas cómodas hechas en el lugar</p> <p>Espacio para restaurante y eventos al aire libre</p> <p>Cuenta con todas las comodidades</p>	<p>Transporte por lancha a motor</p> <p>Agua potable</p> <p>Energía eléctrica y a bomba</p> <p>Ubicada en San Buenaventura</p>	<p>Paseos en canoa</p> <p>Ofrece paquetes turísticos hacia las pampas y a la selva</p>	<p>Propiedad Privada (Agencia Milenium)</p>

3	Hotel Jatauba	<p>Cabañas pintorescas realizadas con materiales del lugar, y que ofrecen todas las comodidades, baño privado</p> <p>Caidas de agua que forman piscinas naturales donde el turista puede relajarse</p>	<p>Transporte por lancha a motor</p> <p>Red de agua corriente</p> <p>Energía fotovoltaica</p> <p>Ubicada a veinte minutos de Rurrenabaque o San Buenaventura por el río Beni</p>	<p>Paseos en canoa</p> <p>Ofrece paquetes turísticos hacia las pampas y a la selva</p> <p>Caminatas por sendas realizadas por la empresa</p>	Propiedad Privada (Chito Valle)
4	Albergue Ecológico San Miguel del Bala	<p>7 cabañas, cada una para hospedar a tres personas, llegando a 21 personas como capacidad máxima. Cada cabaña cuenta con baño privado, comedor donde el visitante encontrará comida típica y platos internacionales, un bar para degustar una cartilla variada de tragos hasta las 22:00 y una cabaña social, área destinada para descansar o leer.</p>	<p>Transporte por lancha a motor</p> <p>Red de agua corriente</p> <p>Energía fotovoltaica</p> <p>Distancia de 1 hora de Rurrenabaque o San Buenaventura (río Beni)</p>	<p>Visita a lugares paradisíacos</p> <p>Interpretación de la naturaleza</p> <p>Visitas a la comunidad y paseos por el río.</p> <p>Caminatas y senderos</p>	Administrado por los comunitarios

Fuente: Elaboración propia (Recopilación de datos)

CUADRO N° 11**HOSPEDAJE****SAN BUENAVENTURA**

N°	Nombre	Categoría	Tipo/Subtipo	Características
1	Residencial Madidi	Hospedaje	Residencial	7 habitaciones: 2 dobles, 3 triples, 2 cuádruples, todas con baño compartido y ventiladores. Dispone de campo para estacionamiento
2	Residencial La Paz	Hospedaje	Residencial	7 habitaciones: 2 dobles y 3 triples, todas con baño compartido. Dispone de un espacio grande interior que se utiliza como restaurante y sala de eventos
3	Residencial Florida	Hospedaje	Residencial	8 habitaciones: 1 individual, 3 triples, 4 cuádruples, todas con baño compartido. Dispone de un pequeño estacionamiento con un jardín
4	Alojamiento Amazonas	Hospedaje	Alojamiento	6 habitaciones: 1 individual, 2 dobles, 3 triples, todas con baño compartido.
5	Hotel Jatatal	Hospedaje	Hotel	14 habitaciones para alojar a 32 turistas. Las cabañas están construidas también de jatata y chonta. Baños higiénicos. Camas cómodas hechas en el lugar. Espacio para restaurante y eventos al aire libre. Cuenta con todas las comodidades. Esta entre los mejores hoteles de la región, además de su cercanía a los centros urbanos.
6	Hotel Jatauba	Hospedaje	Hotel	Cabañas pintorescas realizadas con materiales del lugar, y que ofrecen todas las comodidades, baño privado. Caídas de agua que forman piscinas naturales donde el turista puede relajarse
7	Albergue ecológico San Miguel del Bala	Hospedaje	Albergue ecológico	7 cabañas, cada una para hospedar a tres personas, llegando a 21 personas

Fuente: Elaboración propia (Recopilación de datos)

CUADRO N° 12**TUMUPASA**

N°	Nombre	Categoría	Tipo	Características
1	Hotel Siyaya	Hospedaje	Residencial	12 habitaciones: 3 individuales, 6 dobles, 3 triples con baño compartido y privado, disponen también de ventiladores (aproximado)

Fuente: Elaboración propia (Recopilación de datos)

CUADRO N° 13**SAN JOSÉ DE UCHUPIAMONAS**

N°	Nombre	Categoría	Tipo	Características
1	Casa Prototipo	Hospedaje	Casa de campo	Habitaciones móviles debido a que ellos definen los espacios a través de juncos, capacidad aproximada 4 a 5 habitaciones, con baño compartido. Construido con materiales del lugar, dispone de cocina, agua permanente y energía a través de paneles solares
2	Casa Grande	Hospedaje	Casa de Huéspedes	2 habitaciones individuales. Es el lugar donde realizan reuniones la comunidad de San José de Uchupiamonas
3	Huayrapata	Hospedaje	Casa de campo (en proyecto)	Área que dispone de agua y energía eléctrica a través de arroyo. Albergue en proyecto de construcción. Área de acampar.
4	Yuruma	Hospedaje	Área de camping	Se encuentra en la parte media de la senda que une San José de Uchupiamonas con Tumupasa, cerca al río Yuruma. Actualmente es un espacio rústico para acampar realizado con materiales del lugar, se proyecta una infraestructura mejor por la comunidad para dar comodidades a los turistas. Área de acampar
5	Chalalan	Hospedaje	Albergue ecológico	6 cabañas para alojar a 24 turistas.

Fuente: Elaboración propia (Recopilación de datos)

CUADRO N° 14**RURRENABAQUE**

N°	Establecimiento de Hospedaje	Dirección	Teléfono
1	Hostal América	Av. Santa Cruz	(591)3-892 2413
2	Hostal Asaí	Calle Vaća diez	(591)3-892 2439
3	Hostal El Balsero	Calle Comercio	(591)3-892 7304
4	Hostal El Paraíso Tropical	Calle German Busch	(591)3-892 2042
5	Hostal Safari	Calle Comercio (final)	(591)3-892 2612
6	Hostal Tuichi	Calle Avaroa	(591)3-892 2759
7	Hostal Turístico Santa Ana	Calle Avaroa	(591)3-892 2399
8	Hostal Beni	Calle Comercio	(591)3-892 2408
9	Residencial Ballivián	Calle Pando	(591)3-892 2645
10	Residencial Pahuichi	Calle Comercio	(591)3-892 2558
11	Residencial Jazmín	Calle Aniceto Arce	(591)3-892 2337
12	Residencial Oriental	Calle Fernando Pelliciolli (Plaza)	(591)3-892 2401
13	Alojamiento Bella Vista	Calle Comercio (Plaza)	(591)3-892 2328
14	Alojamiento Berlín	Calle Comercio	(591)711-25970
15	Alojamiento Lizeth	Calle Aniceto Arce	
16	Residencial Sislene	Calle Comercio	(591)3-892 2526
17	Residencial Los Andes	Calle Ayacucho (lado terminal)	(591)3-892 2251
18	Hotel Los Tucanes de Rurrenabaque	Calle Aniceto Arce	(591)3-892 2039
19	Hostal Rurrenabaque	Calle Vaca Diez	(591)3-892 2481
20	Hostal La Costanera	Calle Comercio	(591)3-892 2329
21	Alojamiento Las Garzas	Calle Avaroa	(591)3-892 2401

Fuente: Cámara Hotelera de Rurrenabaque

3.4.2. Empresas de viajes y turismo

Entendidas como empresas que son el nexo entre las personas y los servicios para facilitar los desplazamientos de las mismas. Las categorías existentes son: empresas operadoras de turismo, agencias mayoristas, y agencias minoristas de viajes y turismo.

Hay aproximadamente 21 agencias efectivamente operando desde Rurrenabaque, entre las categorías mencionadas. Es frecuente la creación de nuevas agencias en especial en temporada alta; sin embargo, algunas desaparecen pasada la estacionalidad.

En la provincia Iturralde, la organización que agrupa a nuevas agencias de viaje es CARETAI⁸⁶. Aproximadamente son 14 empresas afiliadas pero la mayoría no opera aún. Es una de las pocas instituciones organizadas y con personería jurídica en la región.

La mayoría de los programas ofrecidos se orientan a las pampas y selva, con excepción de algunas como TES⁸⁷. Otras empresas poseen albergues acondicionados y cercanos a los atractivos turísticos, el resto son áreas de campamento temporales y rústicos.

La desigualdad en los precios constituía uno de los problemas en la competencia; sin embargo, esa desigualdad se refleja en la calidad de los servicios.

⁸⁶ Cámara Regional de Turismo Abel Iturralde

⁸⁷ Turismo ecológico Social

CUADRO N° 15
MUNICIPIO DE SAN BUENAVENTURA
AGENCIAS DE VIAJES

N°	Nombre	Categoría	Tipo/Subtipo	Características
1	Andino Tropical Tours	Otros servicios	Agencias de viajes	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Agencia cuyo propietario es el señor Aguilar.
2	Ave Tours	Otros servicios	Agencias de Viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Propietario Sr. Wilson Capiona.
3	Bala Tours	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y Pampas. Propiedad del señor Alcides Santalla. Se encuentra en Rurrenabaque.
4	C. Madidi Tours	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores
5	Enin Tours	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi, y río Yacuma (pampas). Propietario Sr. Leoncio Janco
6	El Rocío	Otros Servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Propietario Sr. Alfredo Senzano
7	El Paraiso Madidi	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Propietario Sr. Alejandro Mendoza
8	Flor Madidi	Otros servicios	Agencias de Viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Propietario Sr. Alejandro Mendoza
9	Fluvial Tours	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Propietario Sr. Abelardo Tudela
10	Madidi Expedition	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Propietario Sr. Honorio Pariamo
11	Parque Amazonas	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Propietario Sr. Isaac Alcón Chamba
12	Serere Tours	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Propietario Sr. José Antonio Novak
13	Selva Norte Tours	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y alrededores. Propietario Sr. Manuel Pinto Torrez
14	Viverone tours	Otros servicios	Agencias de viaje	Área de operación: Parque Madidi y Pampas (establecido en Rurrenabaque). Propietario Sr. Martin Laime.

Fuente: Elaboración propia con la colaboración de CARETAI

CUADRO N° 16**OPERADORAS Y AGENCIAS DE TURISMO EN RURRENABAQUE**

N°	Operadora	Dirección	Teléfono	Corre Electrónico
1	Aguilar Tours	Calle Avaroa	(591)71270570	aguilar_tours@hotmail.com
2	Albergue Ecológico Chalalan	Calle Comercio	(591)3-8922419	chalalan eco@yahoo.com
			(591)3-8922309	www.chalalan.com
3	Anaconda Tours	Calle Avaroa	(591)3-892252	anacondatours2004@yahoo.com
4	Amazónico Travel	Calle Avaroa	(591)71983582	amazonicotravel@hotmail.com
			(591)71662759	
			(591)71902882	
5	Amazonia Adventures	Calle Avaroa	(591)3-8922333	amazoniaadventures@bolivia.com
			(591)71991191	
6	Bala Tours	Av. Santa Cruz	(591)3-8922527	balatours@yahoo.com
			(591)3-8922279 Dom.	www.mirurrenabaque.com
7	Chiman Tours	Calle Avaroa	(591)71276076	
8	Deep Rainforest	Calle Comercio		
9	Donato Tours	Calle Avaroa		
10	Enin Tours	Calle Avaroa	(591)3-8922487	enintours@yahoo.com
11	Flecha Tours	Calle Avaroa		
12	Fluvial Tours	Calle Avaroa	(591)3-8922372	
13	Inca Land Tours	Av. Aniceto Arce		
14	Indígena Tours	Calle Avaroa	(591)3-8922091	indigenaecologica6@hotmail.com
15	Jaguar Tours	Calle Avaroa	(591)71218705	jaquartours@yahoo.com
16	Jabirú Tours	Calle Avaroa		
17	Mapajo Indígena Ecoturismo	Calle Comercio	(591)3-8922317	mapajo eco@yahoo.com
				www.mapajo.com
18	Tacanita Tours	Calle Avaroa	(591)3-8922076	
			(591)71930440	
19	Patujú Adventure	Calle Comercio		
20	Turismo Ecológico Social	Av. Santa Cruz	(591)71289664	turismoecologicosocial@hotmail.com
21	Ventour	Calle Avaroa		

Fuente: Dirección de Turismo de Rurrenabaque

3.4.3. Alimentación

La oferta gastronómica se concentra en Rurrenabaque: restaurantes, cafeterías, quioscos, y comedores típicos. Las empresas turísticas disponen de su propio servicio en los albergues y lugares cercanos a las atracciones turísticas.

3.4.4. Esparcimiento

El esparcimiento es limitado en San Buenaventura, solo dirigido al público residente o itinerante. La vecina población cuenta lugares donde el visitante extranjero puede encontrar este tipo de servicio. Algunos espectáculos públicos toman lugar en las fiestas patronales de la región.

3.4.5. Otros servicios

Algunos servicios como oficinas de información, guías de turismo, cambios de moneda, y otros, solo se encuentran en Rurrenabaque, una parte tiene un desarrollo incipiente y otros ni siquiera existen. San Buenaventura no cuenta con ninguno..

3.5. ACCESIBILIDAD

La accesibilidad permite que los atractivos sean accesibles por cualquier medio de comunicación: avión, barco, autobús, etc. Existen dos formas efectivas y comunes de llegar al municipio: el terrestre y el aéreo. En la circunscripción solo se puede llegar por tierra y por río a las diferentes comunidades.

3.5.1. Acuática

En San Buenaventura existen pequeñas comunidades a las que solo es posible llegar por agua, ya sea por los ríos Beni o Tuichi. Estas comunidades son: San José de Uchupiamonas, San Miguel del Bala, Villa Alcira, San Buenaventura, Altamarani, Cachichira y Villa Fátima.

El medio de transporte más utilizado es la katraya con un motor fuera de borda regularmente de 50 hp o más. El tiempo de demora depende de la dirección que se tome, sea río arriba o abajo. Generalmente, estos botes parten del puerto de Rurrenabaque o San Buenaventura transportando víveres y madera por las mañanas. Es recomendable contratar un bote que sirva para todo el viaje, o en todo caso consultar a los dueños de las katrayas el horario de retorno a los puntos de partida.

3.5.2. Terrestre

El camino que une a la ciudad de La Paz con San Buenaventura corresponde a la red complementaria. Ahora esta cuenta con el gran proyecto Cotapata – Santa Bárbara que en su tramo inicial esta asfaltado y permite reducir el tiempo y la distancia en los viajes a los Yungas y al norte paceño.

CUADRO N° 17

CARACTERÍSTICAS DEL CAMINO POR TIERRA DESDE LA PAZ HASTA SAN BUENAVENTURA

Forma del Camino	Tipo	Lugar de Recorrido
Afirmado, Sólido, dos vías	Asfaltado	Hasta Unduavi
Revestimiento suelto o ligero, dos vías	Tierra	Hasta Quiquibey (El Sillar)
Afirmado, Sólido, dos vías	Asfaltado	Quiquibey hasta Yucumo
Revestimiento suelto o ligero, dos vías	Tierra	Yucumo hasta Rurrenabaque
Revestimiento suelto o ligero, dos vías	Tierra	San Buenaventura – Tumupasa – Ixiamas
Revestimiento suelto o ligero, una vía	Tierra	(No transitable para movilidades) Tumupasa – San José de Uchupiamonas

Fuente: Mapa de Caminos. Escala 1:3.000.000.

En el interior del municipio hay comunidades a las que se accede por tierra: Eyoquibo, Capaina, Bella Altura, San Isidro, Buena Vista, Everest, Nueva Jerusalem, Tumupasa y San José de Uchupiamonas. En el caso de San José, el sendero que lo une a Tumupasa no es apto para la circulación de vehículos, especialmente en época de lluvias, por lo que su acceso es más factible y esforzado a pie, tomando alrededor de 8 horas en 30 kilómetros de sendero.

El estado de los caminos que vinculan a estas comunidades es de tierra y presentan problemas en época de lluvias.

3.5.2.1. Empresas de transporte terrestre

El viaje por tierra toma alrededor de 18 horas, y generalmente los buses parten entre 11:00 y 11:30 de la mañana. El costo del pasaje habitualmente es de 50 Bolivianos. Este viaje permite disfrutar de los cambios de altitud, pisos ecológicos y el paisaje; sin embargo, es un viaje bastante agotador.

CUADRO Nº 18**DESCRIPCIÓN DEL TRANSPORTE TERRESTRE**

EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE					
Nº	Empresa	Horario de partida desde La Paz	Precio	Teléfono	Características
1	Trans Total	De 11:00 a 11:30 a.m.	50 Bs. 70 Bs. (Ixiamás) 60 Bs. (Tumupasa)	2-210392	Salidas todos los días en buses de capacidad desde 33 a 41 personas. Las salidas directas a Tumupasa e Ixiamas son los Miércoles y Sábado)
2	Turbus Total	De 11:00 a 11:30 a.m.	50 Bs.	2-260445	Salidas diarias con buses con capacidad de 33 a 41 personas
3	Flota Vaca Diez	11:30 a.m.	50 Bs.		Salidas regulares dependiendo de la demanda, generalmente los viernes
4	Trans 13 de Mayo	Horario definido según contrato	El contrato de la vagoneta según sus administradores es de 1400 Bs. (140 por persona)	2-212276 2-213253	Alquiler o contrato de vagoneta con capacidad para 10 personas como máximo
5	Flota Yungueña	De 11:00 a 11:30 a.m.	50 Bs.	2-212344 2-210898	

Fuente: Elaboración propia

3.5.3. Aéreo

El viaje por avión es mucho más corto, ya que solo toma 1 hora para llegar a la pista de aterrizaje de Rurrenabaque. A partir de ahí, la ida al municipio es cruzando el río Beni.

3.5.3.1. Empresas de transporte aéreo

Las únicas empresas que operan son: el Transporte Aéreo Militar (TAM) y Amazonas. La frecuencia de los vuelos son generalmente 3 veces por semana y el costo del pasaje depende de cada empresa. Es recomendable reservar el pasaje con tres días de anticipación debido a la afluencia permanente de pasajeros.

CUADRO N° 19

DESCRIPCIÓN DEL TRANSPORTE AEREO

EMPRESAS DE TRANSPORTE AEREO					
N°	Empresa	Horarios	Precio	Teléfono	Características
1	Transporte Aéreo Militar (TAM)	Lunes - 7:00 a.m. Miércoles - 13:00 p.m. Viernes - 12:00	350 Bs. Ida 350 Bs. Vuelta 634 Bs. (Ida y Vuelta)	2-121582 2-121585	Salidas solo tres veces por semana. El precio tiene un descuento del 15 % para estudiantes previa fotocopia de la matrícula original
2	Amazonas	Todos los días. Lunes (7:15; 13:30; 16:15) Martes (7:15; 10:00; 16:00; 16:15) Miércoles (7:15; 10:45; 13:30; 16:15) Jueves ((7:15; 10:00; 16:00; 16:15) Viernes, Sábado, y Domingo (al igual que los Martes)	425 Bs. Ida 425 Bs. Vuelta 101 \$us. Ida y Vuelta (ida y vuelta)	2-220848	Salidas todos los días. El horario de retorno desde Rurrenabaque a la ciudad de La Paz varía según la demanda de pasajes, por lo cual es variable

Fuente: Elaboración propia

3.6. DEMANDA TURISTICA

La demanda turística está definida como la población de compradores con suficiente poder adquisitivo para obtener un servicio turístico que satisfaga su necesidad. La descripción establece un breve resumen deductivo de la demanda turística histórica a nivel mundial, nacional y regional donde se encuentra el municipio. Los datos corresponden en su mayoría al 2004, ya que es la última información que esta editada, terminada y publicada.

3.6.1. Demanda turística nivel mundial

A nivel mundial la evolución de llegadas de turistas internacionales en el 2004 llegó a 760 millones. Tal hecho es calificado como bueno debido al incremento considerable respecto a los 3

años anteriores. Dicho incremento esta dividido en 6 regiones: Europa, las Américas, Asia Oriental/Pacífico, África, Oriente Medio, y Asia Meridional. El siguiente cuadro muestra un análisis comparativo con años anteriores.

CUADRO N° 20

TURISMO A NIVEL MUNDIAL EVOLUCION DE LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES (Millones de turistas)

REGION	2000	2001	2002	2003	2004 (p)
EUROPA	393	391	400	399	414
AMERICAS	128	120	115	113	124
ASIA ORIENTAL Y PACIFICO	109	115	125	113	145
AFRICA	27	28	29	31	33
ORIENTE MEDIO	24	24	28	29	35
ASIA MERIDIONAL	6	6	6	6	9
MUNDO	687	684	703	694	760

Fuente: Estadísticas de Turismo 2004. Viceministerio de Turismo Bolivia
(p) Preliminar

De acuerdo a esta información podría decirse que de 10 viajeros en el mundo: 5 están en Europa, 2 en las Américas, 2 en Asia Oriental y Pacífico, y el último se distribuye entre las demás regiones. Este flujo de turistas o visitantes se traducen en ingresos que van en miles de millones. En nuestra región, las Américas, el porcentaje de llegadas se divide entre 4 partes: el Caribe, la parte Central, el Norte y el Sur.

CUADRO N° 21

TURISMO INTERNACIONAL EVOLUCIÓN DE LLEGADAS A LAS AMÉRICAS (En millones de turistas)

REGION	1995	2000	2001	2002	2003	2004
CARIBE	14	17	17	16	17	18
CENTRAL	3	4	4	5	5	6
DEL NORTE	81	91	87	84	77	84
DEL SUR	12	15	14	13	14	16
AMERICAS	109	128	122	117	113	124

Fuente: Estadísticas de Turismo 2004. Viceministerio de Turismo Bolivia

De acuerdo a estos datos de 10 turistas: 1 esta en el Caribe, 1 en la parte Central, 7 en la región del Norte, y 1 en el Sur.

A través de un análisis interpretativo del 2004, nuestro país recibió a 703.715 visitantes, extranjeros y nacionales que vendría a constituir el 4% del total de llegadas a la región Sur de las Américas. En comparación a todas las regiones, se tendría el 0,6% de toda la distribución.

3.6.2. Demanda turística nivel nacional

Existen dos datos sobre la afluencia turística que recibe nuestro país: el primero corresponde a la información recogida en los puestos de migración y el otro pertenece a las estadísticas hoteleras. Según la primera Bolivia recibió a **703.715** visitantes (299.024 nacionales y 404.691 extranjeros). La segunda muestra a **1.262.347** personas que se registraron en los establecimientos de hospedaje en las principales ciudades del país. Las estadísticas hoteleras revelan datos más específicos sobre la distribución de los viajeros por el territorio nacional; sin embargo, presenta limitantes como la sobrevaluación de los resultados debido a la duplicación de registros hoteleros. Hay también una falta de cobertura en los municipios rurales a excepción de Guayaramerín y Rurrenabaque, además San Borja y Riberalta no están incluidos por aspectos metodológicos, y la carencia de datos sobre visitantes nacionales y extranjeros que no utilizan el servicio de hospedaje.

Las fuentes de información provienen del Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Viceministerio de Turismo. El INE muestra los datos obtenidos por el Servicio Nacional de Migración (SENAMIG) sobre el flujo de llegadas y salidas de turistas, además de Comercio Exterior a través de su Dirección Externa. El Viceministerio expone resultados de las estadísticas hoteleras registradas en las capitales de los departamentos y la ciudad de El Alto.

De acuerdo a las estadísticas hoteleras en el 2004 se registraron a **1.262.347** personas de las cuales **390.888** son turistas extranjeros y **871.459** visitantes nacionales. Esta distribución esta comprendida entre las principales ciudades que se muestran a continuación.

CUADRO N° 22**LLEGADAS DE VISITANTES A ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN****CIUDADES AÑO 2004**

Ciudad	Extranjeros	%	Nacionales	%	Total	%
La Paz	175892	45,0	195279	22,4	371171	29,4
El Alto	6618	1,7	81492	9,4	88110	7,0
Santa Cruz	108559	27,8	248985	28,6	357544	28,3
Cochabamba	31340	8,0	131638	15,1	162978	12,9
Sucre	23345	6,0	40099	4,6	63444	5,0
Potosí	20152	5,2	24505	2,8	44657	3,5
Oruro	10621	2,7	79766	9,2	90387	7,2
Tarija	5770	1,5	25342	2,9	31112	2,5
Trinidad	3492	0,9	30158	3,5	33650	2,7
Cobija	5099	1,3	14195	1,6	19294	1,5
TOTAL	390888	100	871459	100	1262347	100

Fuente: Viceministerio de Turismo Bolivia. Anuario 2004

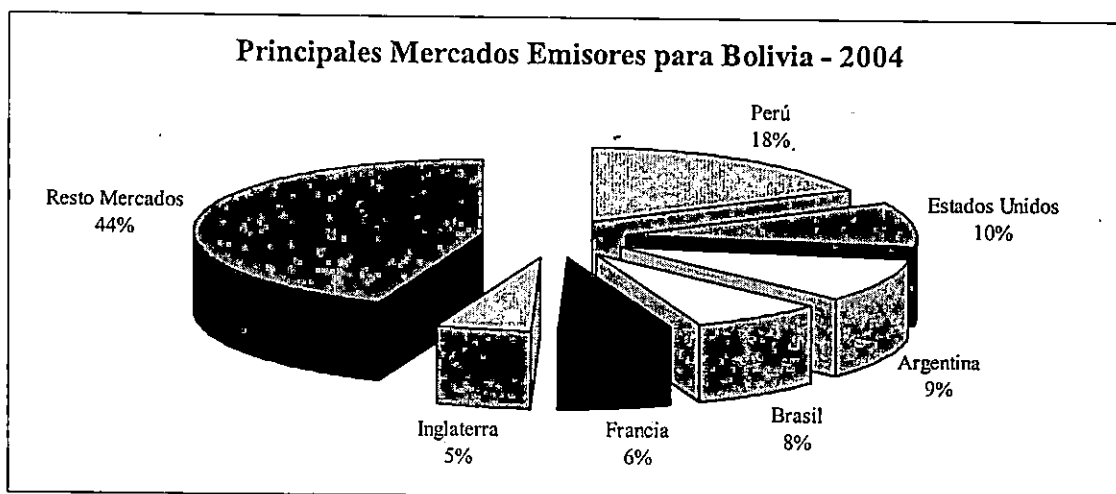
Según este cuadro el turismo receptivo se distribuye mayoritariamente en La Paz y Santa Cruz. Es otras palabras, de 10 turistas extranjeros: 4 están en La Paz, 3 en Santa Cruz, y los 3 últimos en el resto del territorio, con preferencia en Cochabamba, Sucre y Potosí.

Los nacionales se concentran mayoritariamente en: Santa Cruz, La Paz y Cochabamba. Es decir, de 10 personas nacionales: 2 están en La Paz, 3 en Santa Cruz, y el resto se distribuyen por el resto del país con preferencia en Cochabamba, el Alto y Oruro; debido quizás a una mayor fuente de oportunidades y crecimiento económico.

Los mercados emisores para Bolivia en el 2004 son: Perú, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Francia e Inglaterra.



GRAFICO N° 1
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES PARA BOLIVIA SEGÚN REGISTROS
HOTELEROS 2004



Fuente: Viceministerio de Turismo Bolivia. Anuario 2004

La estadía media de los extranjeros es de 2,6 días y los nacionales 1,7 días. La temporada alta para el turismo receptivo se manifiesta en los meses de Julio y Agosto y baja en los meses de Enero y Diciembre. Por otro lado, la estacionalidad del turismo interno difiere del receptivo, puesto que su temporada alta se manifiesta en los meses de Noviembre y Diciembre y la baja en Febrero y Marzo.

3.6.3. Demanda turística región Rurrenabaque-San Buenaventura

Los datos que se presentan corresponden al municipio de Rurrenabaque que a partir del 2003 empezó a elaborar las estadísticas hoteleras. Esta información va junto con otras que son aporte de otras investigaciones y proporciona algunos aspectos sobre el perfil del turista.

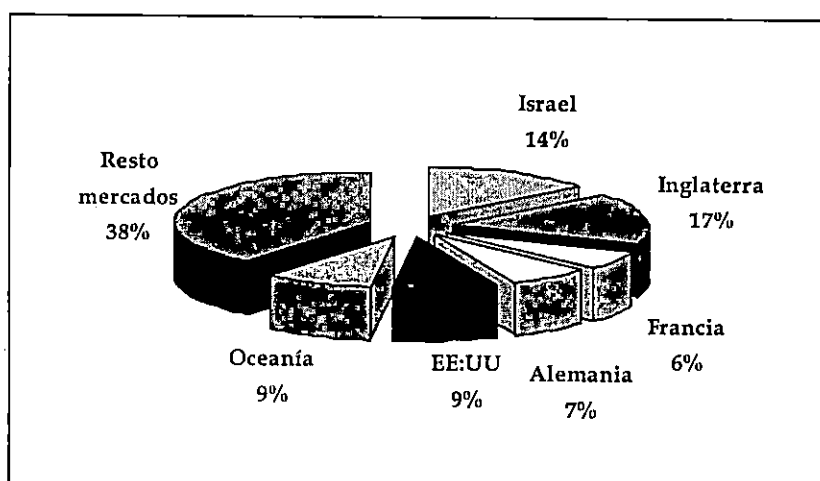
Según los datos, el año 2004 Rurrenabaque recibió a **38.872 visitantes** (22.604 extranjeros y 16.268 nacionales), este número supera al presentado el 2003. Pero en el 2005 acogió a **34.379 visitantes** (17.095 extranjeros y 17.284 nacionales).

CUADRO N° 23
SERIE HISTORICA DE LLEGADAS DE VISITANTES A ESTABLECIMIENTOS DE
HOSPEDAJE

Año	Extranjeros	Tasa anual de crecimiento (%)	Nacionales	Tasa anual de crecimiento (%)	Total	Tasa anual de crecimiento (%)
2003	16681	0,0	11816	0,0	28497	0,0
2004	22604	35,5	16268	37,7	38872	26,4
2005	17095	25,0	17284	43,0	34379	11,0

Fuente: Viceministerio de Turismo Bolivia. Anuario 2004 y 2005

GRAFICO N° 3
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES PARA RURRENABAQUE
AÑO 2005



Fuente: Viceministerio de Turismo Bolivia. Anuario 2005

La temporada alta para el turismo receptivo son los meses de Julio y Agosto, mientras que la temporada baja se concentró en los meses de Enero y Febrero.

Para el turismo interno la temporada alta se concentro en los meses de Julio, Octubre y Diciembre mientras que la temporada baja fue en los meses de Febrero y Marzo.

La demanda de servicios de hospedaje por parte de turistas extranjeros, fueron los Residenciales de 1 estrella (25,9%), Residenciales de 4 estrellas (22,9%) y Alojamientos clase 2B" (16,8%).

En el caso de los visitantes nacionales los Alojamientos de clase "B" (33,7%) y Hoteles de 2 estrellas (20,7%) son los que concentran la mayor demanda.

La estadía promedio en establecimientos de hospedaje fue de 1,4 días para los extranjeros y 1,8 días para los bolivianos.

A partir de esta parte los datos provienen de trabajos realizados por investigadores de la Facultad de Ciencias Puras y Naturales de la UMSA en la especialidad de Conservación, el Instituto de Desarrollo Regional UMSA en sus publicaciones académicas escritas por funcionarios y docentes, datos obtenidos de la ONG Conservación Internacional en la filial en Rurrenabaque, la tesis elaborada por el geógrafo José Flores sobre el análisis del espacio turístico en las provincias Iturrealde y Ballivián, y los datos del Servicio Nacional de Áreas Protegidas (SERNAP) con sede en San Buenaventura. Esta información nos proporciona más datos sobre el perfil del turista.

3.7. Clasificación del visitante⁸⁸

Los visitantes que van a la zona se pueden clasificar en cinco categorías, según el estudio realizado por José Flores en la tesis "Análisis del Espacio Turístico comprendido entre las provincias Abel Iturrealde (La Paz) y Ballivián (Beni)". Estos podrían dividirse de la siguiente manera.

- **Aventureros – Montañeros:** Buscan un reto o desafío en la naturaleza, buscan espacios naturales para la exploración y el desarrollo de una actividad física intensa (deportes de aventura y similares)
- **Naturalistas o Admiradores de la Naturaleza:** Buscan el contacto íntimo con la naturaleza y suelen desarrollar comportamientos cuidadosos con el medio natural. Este tipo engloba también a los investigadores científicos o profesionales y a estudiantes vinculados con el ámbito educativo y el ámbito conservacionista.

⁸⁸ Flores, José. Análisis del Espacio Turístico en las Provincias Iturrealde y Ballivián. 2003.

- **Los Campistas:** Son de amplio espectro de comportamiento, pueden buscar solamente en la naturaleza un lugar para descansar y un escenario agradable para su ocio.
- **Turistas de Naturaleza Informados:** Están interesados en el conocimiento del relieve de las aguas de la fauna y flora, del paisaje, y por ello suelen ir muy documentados de la zona que visitan. Son personas que realizan viajes específicamente para ver áreas protegidas y desean entender la historia natural y cultural del lugar.
- **Turistas de Naturaleza Ocasionales:** Son las que participan de la naturaleza accidentalmente como parte de un viaje más amplio y dedica muy poco tiempo a la visita de un espacio natural; también forman de este tipo los que buscan principalmente paisajes espectaculares y muy conocidos, apenas tienen información de la zona que visitan, ni les importa demasiado, suelen ser muy breves en su estancia.

De acuerdo a la experiencia de los guías entrevistados en ese estudio, los campistas "mochileros" son los que más frecuentan la zona; sin embargo, existen algunas excepciones como el proyecto Chalalan (y actualmente Mapajo y San Miguel del Bala) que según sus objetivos pretenden a turistas con mayor poder adquisitivo como los naturalistas o admiradores de la naturaleza y los turistas de naturaleza informados. Por otro lado, los aventureros y los turistas de naturaleza ocasionales son un número reducido todavía.

En otro trabajo realizado por los estudiantes de la Facultad de ciencias Puras y Naturales en la especialidad en conservación, se entrevisto a 165 turistas extranjeros, de estas encuestas se pudo obtener la siguiente información que tiene que ver con: nacionalidad, edad y sexo; zonas visitadas o por visitar; preferencia de paisajes, preferencia de fauna, tiempo de permanencia, motivación para visitar el lugar, motivación en la elección de la agencia de viajes, y la satisfacción de sus expectativas y los lugares que ya visitó.

3.8. Temporada de baja y alta⁸⁹

De acuerdo a la opinión de los operadores y los establecimientos de hospedaje la temporada alta comprende los meses de Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, hasta mediados de Octubre. La otra parte de los meses son de temporada baja que quizás se deba a que también es

⁸⁹ Facultad de ciencias Puras y Naturales. Especialidad en conservación. Lineamientos para el Desarrollo de San Buenaventura.

temporada de lluvias lo que perjudica sobremanera a la visita de los atractivos, y la crecida de los ríos, además de la cancelación de los vuelos por el estado del tiempo.

3.9. Nacionalidad, edad y sexo

Del total de encuestas la mayor parte de los visitantes son europeos con un 46%, de Sudamérica, África y Oceanía un 33%, y el resto son de Asia con un 21% aproximadamente. La nacionalidad dominante es la israelí con un 20,6% del total, luego están los visitantes pertenecientes a Estados Unidos e Inglaterra con un 13,33%. El 60% son de sexo masculino y 40% sexo femenino, fluctuando entre 18 y 40 años de edad.

Esto muestra una cierta concordancia con el estudio realizado por el geógrafo José Flores que manifiesta que una buena parte de los visitantes esta entre los 27 años de edad, además presenta a los israelíes e ingleses como el grupo más joven que fluctúan entre los 23 y 24 años, y los americanos y alemanes como el grupo de mayor edad entre los 29 y 30, esto como muestra figurativa. También afirma que no hay una predominancia con respecto al sexo ya que la diferencia en el porcentaje entre mujeres y varones es muy pequeña.

3.10. Zonas visitadas o por visitar

Las preferencias se orientan a visitar primero la ciudad de La Paz en un 46%. La mayoría refiere haber visitado Copacabana, Sorata, Coroico, Tiwanacu y Caranavi. Luego está Potosí y el salar de Uyuni en un 27%, Beni, cuyos lugares más visitados son Rurrenabaque, Guayaramerín, Santa Rosa y Trinidad (10%), Santa Cruz (8%), Cochabamba (4%), Sucre (3%), y Tarija (1%).

3.11. Preferencia de paisajes

Respecto a la preferencia de paisajes por los turistas, un 52% prefiere los bosques, los ríos 30%, las pampas 15% y un 3% las montañas.

Se han agrupado bajo el denominativo de bosque los términos de jungla y selva, que se considera que corresponden al mismo tipo de formación vegetal. Igual tratamiento ha tenido el término pampa que ha sido unido con sabana.

En cuanto a la preferencia de observación de animales el más solicitado es el mono (23%), el jaguar (22%), la capibara (15%), los loros (13%), el anta (10%) y las parabas (9%).

3.12. Preferencia de fauna

Los animales más nombrados, son de orden decreciente, el mono (23%), el tigre (19%), capibara (15%), loros (13%), anta (9%) y con el mismo porcentaje (9%) parabas. En el caso de las aves, si bien existe una gran diversidad y variedad de especies, especialmente visibles en los bosques y en el borde del río, tiene un bajo porcentaje de elección (2%), respecto a los mamíferos. Posiblemente se deba al mayor atractivo que ofrece ver animales grandes y mejor conocidos a través de publicaciones y documentales. Las aves necesitan de una explicación adicional, que hable de sus características sobresalientes, como reconocerlas, etc. Es importante que el guía tenga una captación en este sentido y que existan manuales de fauna para el área.

3.13. Tiempo de permanencia en la región y en el país

Un 51% de los entrevistados está en Rurrenabaque 1 semana; un 13% se queda durante 10 días, y solamente un 2% del total de los encuestados se queda 2 semanas. Un porcentaje muy reducido se queda más de de 2 semanas, ya que se encuentra realizando otra actividad aparte del turismo en la zona, principalmente trabajo.

El mayor porcentaje de los turistas entrevistados (16%) se queda en el país alrededor de un mes, el 13% de estos se queda tres semanas

3.14. Motivación para visitar el lugar

De acuerdo a las respuestas obtenidas en ese estudio, son varios los motivos para visitar el lugar, que son: conocer nuevos lugares, la existencia de paisajes bonitos en Rurrenabaque, conocer el bosque y la pampa, estar de vacaciones y viajar con los amigos.

3.15. Motivación para la elección de la agencia de viajes

El mayor porcentaje (28%), escoge la agencia de viajes respectiva, por recomendación (28%), lo cual concuerda con los datos proporcionados por las agencias en las que se indica que los turistas llegan por recomendación. Otro porcentaje (7%) corresponde a los turistas que viajan solos y no

hacen uso de los servicios de una agencia para realizar sus paseos. Estas personas generalmente contratan un guía particular, que no está registrado en ninguna agencia.

3.16. Expectativas de observación en Rurrenabaque

De acuerdo a las respuestas obtenidas en ese estudio, lo que más espera ver el turista son los animales salvajes en su hábitat natural (45%), ver la vida salvaje (10%), plantas (9%), el bosque (7%), aves (4%) y las pampas (3%). Estos datos coinciden con la información proporcionada por las operadoras de turismo y agencias de viaje.

Los turistas visitan lugares de su preferencia, como son la pampa y el bosque principalmente.

3.17. Satisfacción de las expectativas

El 58% de los entrevistados respondió afirmativamente. Un porcentaje que oscila entre el 9 y 17% respondió que no, ya que "no vieron a los jaguares" o "vieron animales y plantas, pero no lo suficiente". En general se pudo constatar que la mayoría están conformes con lo que han visto y visitado.

3.18. Encuestas a Operadores y Establecimientos de Hospedaje

Esta parte corresponde a uno de los objetivos planteados en el proyecto que consiste en conocer la percepción de los operadores de turismo y hoteles respecto a la actividad turística que se realiza en el municipio de San Buenaventura a través de las encuestas presentadas a continuación.

La ejecución de estas encuestas se realizó en el mes de Septiembre del año 2007, en especial en el centro turístico de Rurrenabaque por ser el centro donde se aglutinan la mayoría de servicios de apoyo a la actividad turística en la región.

La mayoría de los encuestados tuvieron una buena disposición a responder cada una de las preguntas formuladas en las encuestas; además, no faltaron personas que dieron su propia interpretación de los temas mencionados en las mismas. Por otra parte, hubo personas que parecían susceptibles a las preguntas y prefirieron no responder a las cuestiones; sin embargo, son tomadas en cuenta debido a que la decisión de no responder es también una opinión.

Las respuestas en algunos cuestionamientos son diferentes debido a la naturaleza de operación de las empresas operadoras y de hospedaje; sin embargo, pueden encontrarse algunas similitudes que se refieren al contexto general del turismo en la región.

A través de esta herramienta, se pudo conocer algunos aspectos que permiten tener un panorama más amplio de cómo se ve al municipio de San Buenaventura desde el punto de vistas de las empresas que trabajan diariamente con el rubro. Esto a su vez propone las pautas para ser consideradas más adelante para alguna futura investigación

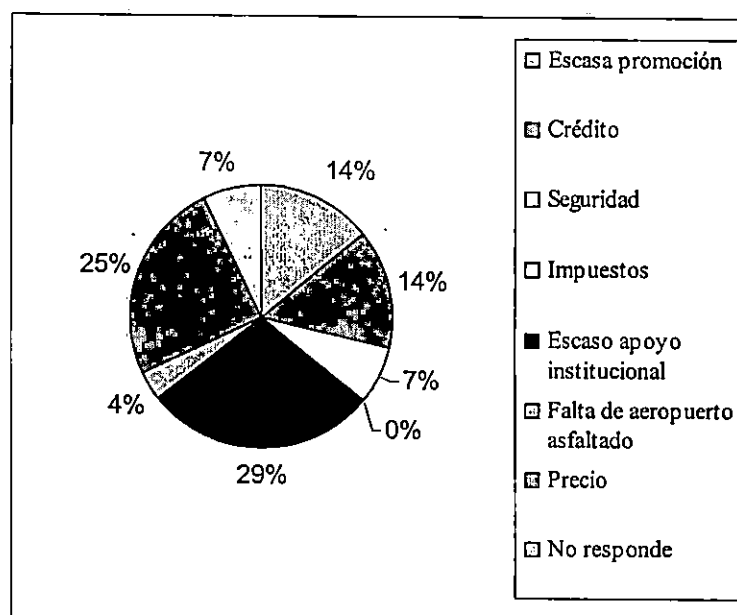
CUADRO N° 24**MATRIZ DE ENCUESTAS A OPERADORES Y ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE**

MATRIZ DE ENCUESTAS A OPERADORES Y ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE			
N°	PREGUNTAS	OPERADORES	HOTELES
1	Principal problema que afronta	Escaso apoyo institucional, precio (competencia desleal)	Necesidad de mayor promoción, créditos accesibles
2	Expectativas de ampliar o diversificar la oferta de servicios	Turismo genera utilidades que dan a pensar en la diversificación u ampliación de la oferta	También genera utilidades, especialmente en establecimientos con más calidad en infraestructura y servicios captando a clientes de mayor poder adquisitivo. Asimismo, la cantidad de empleadores en casi la mitad de los casos corresponden a miembros de familia, se contrata más personal en temporada alta.
3	Conocimiento de atractivos turísticos en el municipio de San Buenaventura	La mayoría conoce atractivos turísticos del municipio: museo tacana, Madidi, Caquiaguara, Alto Madidi, Angosto del Bala, arroyo Majje, cascadas, ríos Beni, Tuichi, cerro brujo, comunidades indígenas, montañas. Debido quizás al permanente requerimiento de este tipo de información	Menos de la mitad de las personas en los hoteles conocen algunos atractivos quizás al inusual requerimiento de este tipo de información
4	Opinión sobre el actual aprovechamiento del potencial turístico en el municipio de San Buenaventura	La gran mayoría opina que el aprovechamiento actual es incipiente	Una pequeña mayoría opina que no hay un gran aprovechamiento de su potencial
5	Causas del desaprovechamiento del potencial turístico del municipio de San Buenaventura	Escasa promoción e información turística	Escasa información y promoción turística
6	Probables actividades a realizar en San Buenaventura	Paseos a caballo, bicicleta, y caminatas	Paseos a caballo, navegación por ríos, caminatas
7	Entidades que más apoyan a la actividad turística	Conservación Internacional (ONG)	Conservación Internacional

Operadores

1 ¿Cómo operador y/o agencia cual es el principal problema que afronta?

Problema	Votación	Porcentaje
Escasa promoción	4	14,3
Crédito	4	14,3
Seguridad	2	7,1
Impuestos		0,0
Escaso apoyo institucional	8	28,6
Falta de aeropuerto asfaltado	1	3,6
Precio	7	25,0
No responde	2	7,1
TOTAL	28	100,0



Interpretación (pregunta 1)

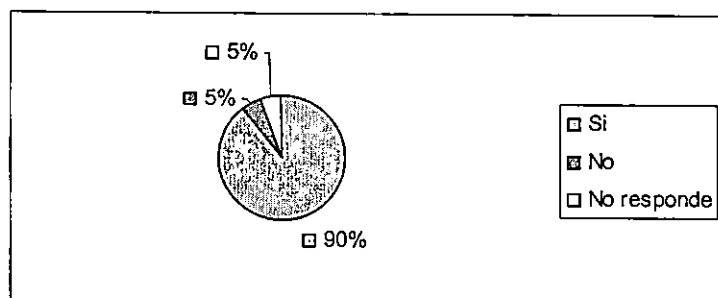
En esta gráfica se muestra que la mayoría de los operadores y agencias de viaje que se encuentran en el área de Rurrenabaque no ven a las instituciones como un gran apoyo para su sector, que quizá se pueda traducir en una escasa coordinación entre la empresa privada y las instituciones públicas y privadas, ya que realizan actividades por su cuenta, y no se ve un trabajo conjunto; sin embargo esto no quiere decir que no se apoye ya que hay instituciones que si cuentan con el visto bueno de las operadoras. Además se puede apreciar que el factor precio que se paga por un tour es una constante pelea por obtener más demanda en el mercado turístico, lo que hace que algunas agencias reclamen por tal hecho y que no entienden como aquellas agencias colegas tengan utilidades en sus operaciones, tal vez por una reducción considerable en la calidad de servicios que proporcionan, esta situación de seguir prolongándose podría hacer que el visitante se acostumbre a pagar un precio "Standard" por el paquete.

El crédito expresa que las operadoras que ofertan sus servicios necesitan de planes de crédito accesibles que les permitan hacer inversiones sustanciales en especial en la infraestructura que ofrecen (cabañas, albergues, etc.). Además, algunas consideran que la promoción de la región debería incrementarse y así darse a conocer de manera más amplia

La seguridad de los turistas en Rurrenabaque parece ser uno de las menores preocupaciones de los operadores, y esta situación es positiva ya que expresa que la delincuencia es mucho menor en esta población. La falta de un aeropuerto asfaltado en la población no es un elemento que ellos controlen, sin embargo es una condicionante para el normal desempeño de sus operaciones ya que grupos de viaje que tenían reservas en determinadas fechas fueron cancelados por el estado del tiempo y la pista de aterrizaje que es de tierra, esta situación generaba una reprogramación de todo y veces hasta la cancelación de los viajes. Las operadoras esperan que se ejecute el proyecto de asfaltado del aeropuerto que fue una de las promesas del gobierno.

2. ¿Tiene expectativas de ampliar o diversificar su oferta de servicios?

Respuesta	Votación	Porcentaje
Si	17	89,47
No	1	5,26
No responde	1	5,26
TOTAL	19	100,00

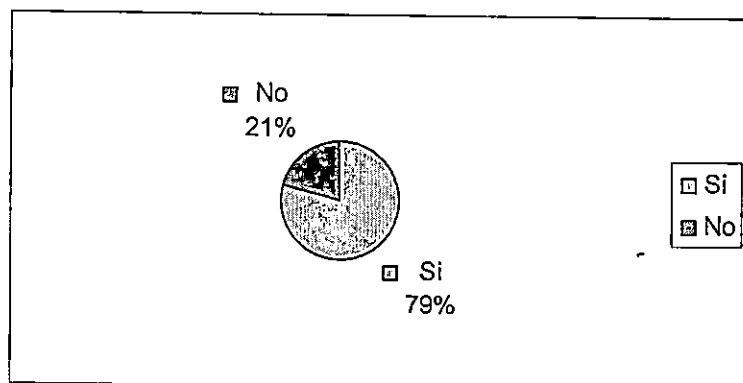


Interpretación (pregunta 2)

La operación de las agencias que respondieron positivamente expresa que la operación que realizan genera utilidades suficientes como para pensar en una ampliación o diversificación de sus servicios, además de que confirma que la actividad turística sigue siendo una gran alternativa económica para esta región.

3. ¿Conoce algunos atractivos turísticos en el municipio de San Buenaventura?

Respuesta	Votación	Porcentaje
Si	15	78,95
No	4	21,05
TOTAL	19	100,00



¿Si los conoce podría mencionar cuales?

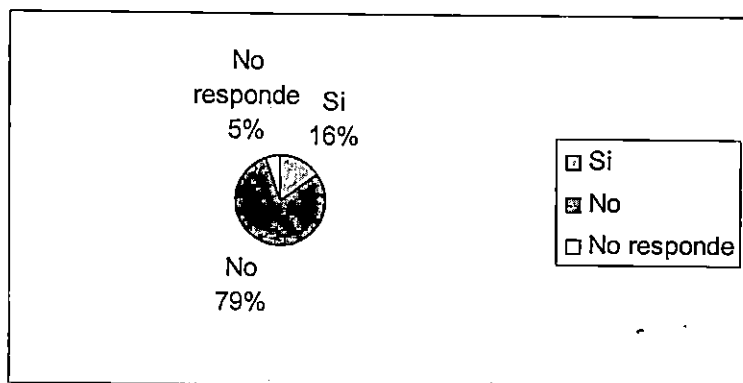
Atractivos Turísticos	
Museo Tacana CIPTA	Río Beni
Parque Madidi	Río Tuichi
Caquiaguara (nidal de parabas)	Río Eslabón
Alto Madidi	Hotel Jatauba (piscinas)
Angosto del Bala	Cerro Brujo
Arroyo Majje (cminata de 3hrs)	Comunidades
Las casacadas	Montañas

Interpretación (pregunta 3)

La mayoría de las agencias si conoce algunos atractivos en San Buenaventura, aunque la mayoría de ellos expresan al Parque Madidi como el único atractivo turístico del municipio, sin mencionar alguno en específico. Las pocas agencias que respondieron con más detalle a esta respuesta expresan algunos lugares que no figuran entre las ofertas de las agencias que en la mayoría de los casos se traduce en pampas o en selva, lo que indica que todavía hay elementos para diversificar o complementar nuevos productos en otros atractivos.

4. ¿Usted cree que el municipio de San Buenaventura aprovecha el potencial turístico que tiene?

Respuesta	Votación	Porcentaje
Si	3	15,79
No	15	78,95
No responde	1	5,26
TOTAL	19	100,00

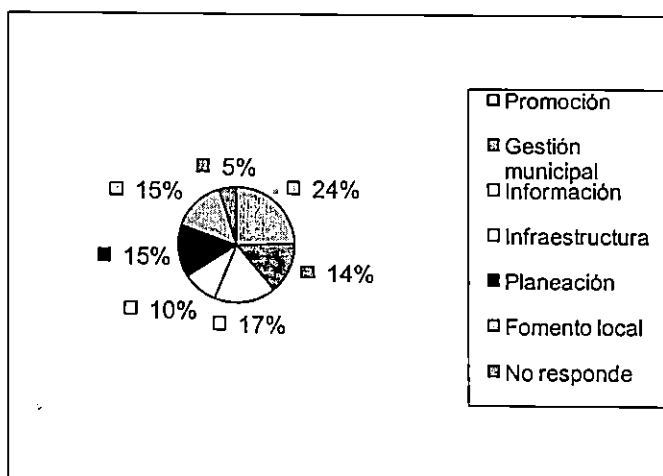


Interpretación (pregunta 4)

Desde el punto de vista de las operadoras, el municipio no aprovecha el potencial turístico que tiene, las razones se plasman en la pregunta 5, sin embargo es necesario tomar en cuenta que según la opinión de algunos operadores de cierta manera se aprovecha ya que cuando se hacen los tours a la selva se tiene que pagar una entrada, cuya parte de este beneficio va directamente al municipio, sin embargo la opinión más general se refiere a la necesaria iniciativa que debería tener la administración pública del municipio.

5. ¿Cuál es el principal problema que no permite al municipio aprovechar de mejor manera su potencial turístico?

Campo	Votación	Porcentaje
Promoción	10	24,39
Gestión municipal	6	14,63
Información	7	17,07
Infraestructura	4	9,76
Planeación	6	14,63
Fomento local	6	14,63
No responde	2	4,88
TOTAL	41	100,00

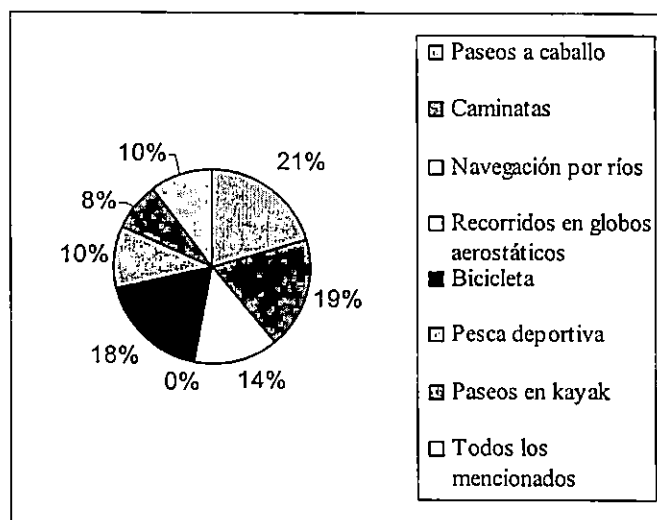


Interpretación (pregunta 5)

La escasa promoción e información respecto al municipio de San Buenaventura constituyen los principales problemas que no permiten al municipio aprovechar su potencial, esta situación podría radicar en una escasa planificación o visión de lo que realmente desea llegar a ser el municipio y de las acciones que debe tomar para llegar a esa meta. El fomento local, la planeación antes mencionada y la gestión municipal también aparecen como los puntos débiles desde el punto de vista de las operadoras, que quizás quiera decir que el gobierno municipal deba tomar las riendas de su futuro y aprovechar de manera ordenada las oportunidades que se le presentan, como la posible construcción de un centro de interpretación del Parque Madidi, además de otras.

6. ¿Qué tipo de actividades se podría realizar en el municipio de San Buenaventura?

Actividades	Votación	Porcentaje
Paseos a caballo	10	20,41
Caminatas	9	18,37
Navegación por ríos	7	14,29
Recorridos en globos aerostáticos		0,00
Bicicleta	9	18,37
Pesca deportiva	5	10,20
Paseos en kayak	4	8,16
Todos los mencionados	5	10,20
TOTAL	49	100



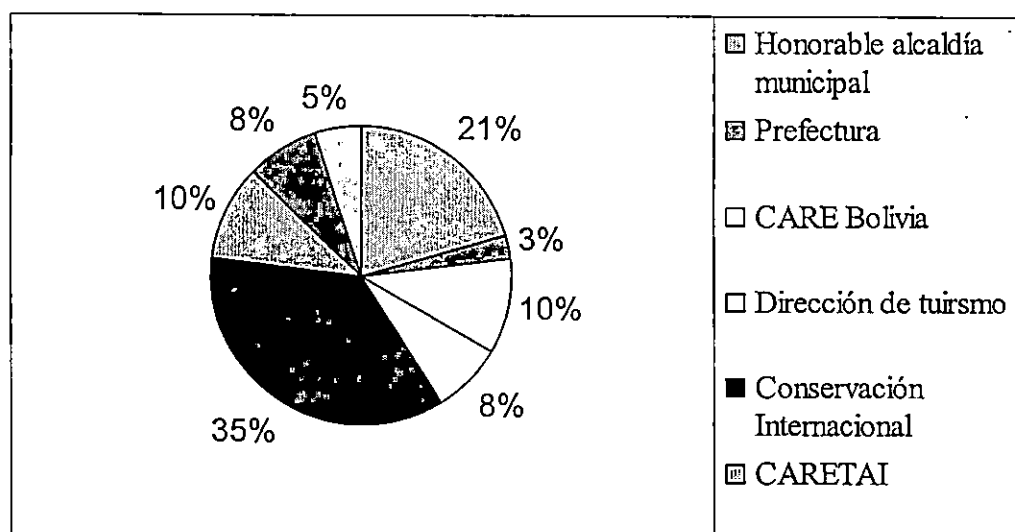
Interpretación (pregunta 6)

Una parte de las operadoras que dieron su opinión afirma que el municipio tiene las posibilidades para desarrollar actividades como paseos a caballo y bicicleta, que pudieran realizarse desde el tramo desde San Buenaventura a Tumupasa, o desde esta población hasta San José de Uchupiamonas. La caminata también constituye otra posibilidad que podría aplicarse en el tramo-sendero Tumupasa-San José, además de otras opciones como el arroyo Maije. La navegación por

ríos y la pesca deportiva no suenan tanto debido a que en las personas entrevistadas consideran que podrían dañar al medio ambiente la masificación de estas actividades debido a la contaminación de los motores de los botes y la posible pesca intensiva en los ríos. Mientras que los paseos en kayak y los paseos e globos aerostáticos todavía no son ideas que se han complementado, sin embargo el paseo en globos podría ser una buena opción dado la inmensa sábana tropical que se aprecia desde el aire.

7. ¿Cuáles son las entidades que más apoyan a la actividad turística en la región?

Instituciones	Votación	Porcentaje
Honorable alcaldía municipal	8	20,51
Prefectura	1	2,56
CARE Bolivia	4	10,26
Dirección de turismo	3	7,69
Conservación Internacional	14	35,90
CARETAI	4	10,26
ONG's	3	7,69
No responde	2	5,13
TOTAL	39	100



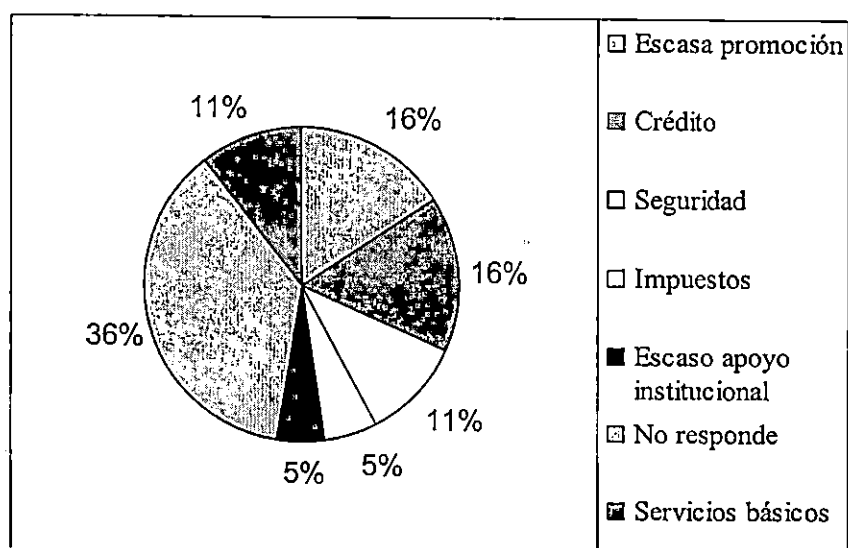
Interpretación (pregunta 7)

Se ve claramente que una de las instituciones que cuenta con el visto bueno de las operadoras y que se consolida cada vez más en la región es Conservación Internacional por su labor de apoyo a través de diversos en la región, además de una regular aceptación acerca del trabajo que realiza la alcaldía en el aspecto turismo que poco a poco va mejorando su imagen ante las operadoras. Las demás opciones se relacionan a otras organizaciones que a pesar de que se encuentran trabajando en la región, todavía no "pisan fuerte" dentro de la percepción de las operadoras.

Hoteles

1 ¿Cómo hotel cual es el principal problema que afronta?

Problema	Votación	Porcentaje
Escasa promoción	3	15,8
Crédito	3	15,8
Seguridad	2	10,5
Impuestos	1	5,3
Escaso apoyo institucional	1	5,3
No responde	7	36,8
Servicios básicos	2	10,5
TOTAL	19	100,0

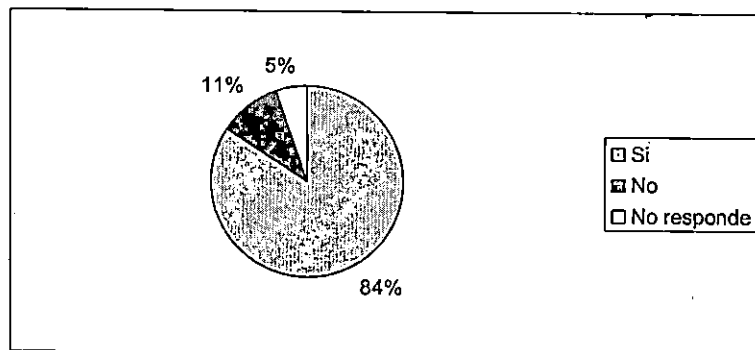


Interpretación (pregunta 1)

Se puede apreciar que el sector hotelero en el área de Rurrenabaque, de acuerdo a los establecimientos encuestados no padece de muchos problemas a comparación de los operadores o agencias de viaje. La promoción es algo que también, según los operadores, debería incrementarse para así darse a conocer de manera más amplia. La necesidad de planes de crédito accesibles para el sector hotelero en su afán de mejorar o ampliar su infraestructura podría ser una gran oportunidad para las instituciones bancarias, en la población solo existen dos instituciones como PRODEM y Cactri. Sin embargo, los servicios básicos todavía constituyen un problema, ya que a pesar de que la población cuenta con estos servicios básicos de manera permanente estos presentan algunas deficiencias algunas veces (cortes de agua o electricidad por algún motivo, clima o inundaciones, etc) provocando la queja de los turistas.

2. ¿Tiene expectativas de invertir para ampliar la infraestructura en el hotel?

Respuesta	Votación	Porcentaje
Si	16	84,21
No	2	10,53
No responde	1	5,26
TOTAL	19	100,00

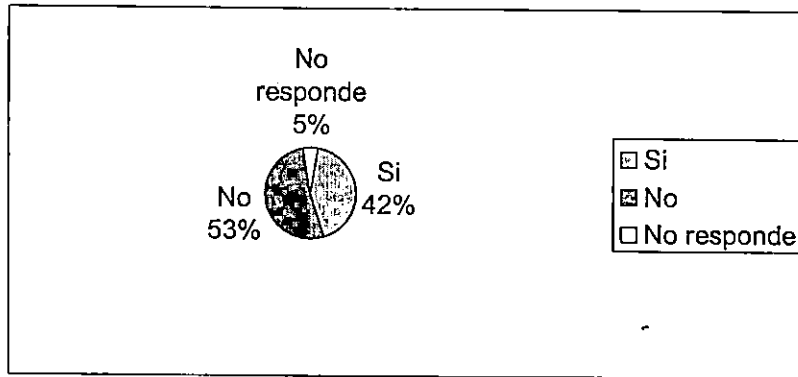


Interpretación (pregunta 2)

Esta respuesta sugiere que la actividad turística si genera los suficientes recursos como para pensar en una inversión en los establecimientos de hospedaje. Sin embargo, es necesario subrayar que los establecimientos que cuentan con más calidad en su infraestructura y servicios son los que más posibilidades tendrían de invertir ya que el público que obtienen posee de un mediano a un alto poder adquisitivo. En cambio hay otros establecimientos que no cuentan con una calidad buena ni en infraestructura o servicios, y captan a un grupo de visitantes de bajo poder adquisitivo o que les podría llamar mochileros.

3. ¿El hotel mantiene el mismo número de empleados toda la temporada?

Respuesta	Votación	Porcentaje
Si	8	42,11
No	10	52,63
No responde	1	5,26
TOTAL	19	100,00

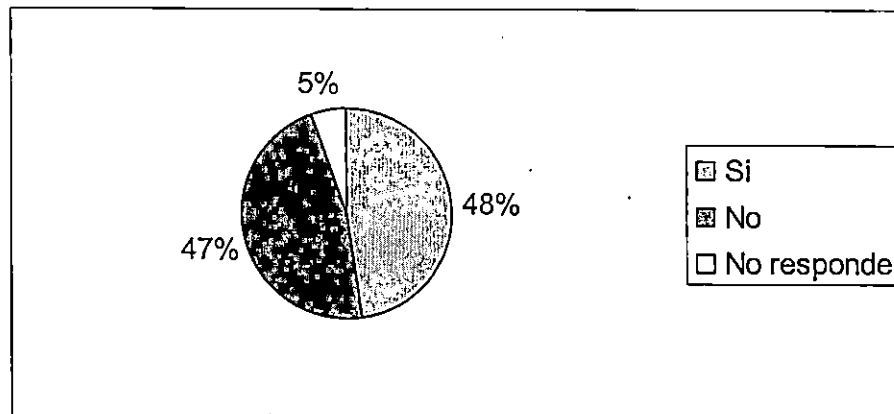


Interpretación (pregunta 3)

Aquí la diferencia entre una y la otra respuesta no es muy grande, esto podría deberse a que en una parte de los casos el establecimiento es atendido por miembros de una familia, solo aquellos que trabajan por su cuenta contratan a personal, en especial en temporada alta (desde Abril hasta Septiembre) en la cual la afluencia es constante.

4 ¿Conoce algunos atractivos en el municipio de San Buenaventura?

Respuesta	Votación	Porcentaje
Si	9	47,37
No	9	47,37
No responde	1	5,26
TOTAL	19	100,00

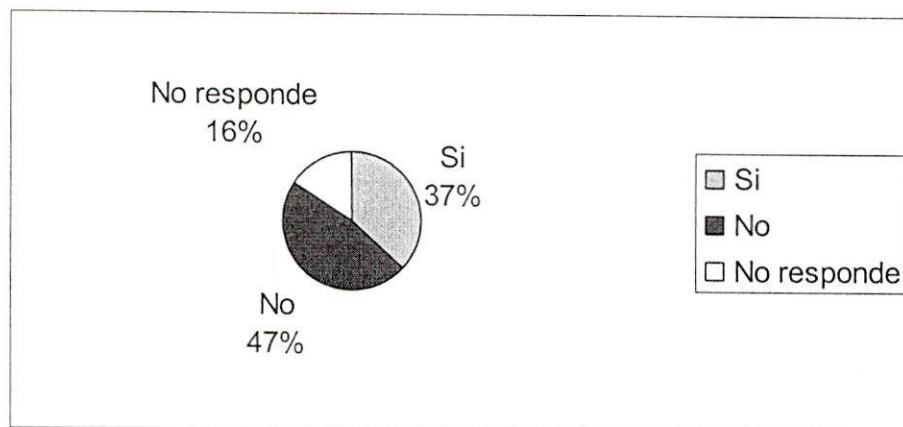


Interpretación (pregunta 4)

En esta pregunta la diferencia entre las respuestas es casi similar, a diferencia de los operadores de viaje cuya gran mayoría afirma que sí, quizás podría deberse a que el personal entrevistado fuera transitorio o que la información sobre el municipio vecino es escasa para poder aconsejar visitar algún lugar.

5. ¿Usted cree que el municipio de San Buenaventura aprovecha el potencial turístico que tiene?

Respuesta	Votación	Porcentaje
Si	7	36,84
No	9	47,37
No responde	3	15,79
TOTAL	19	100,00



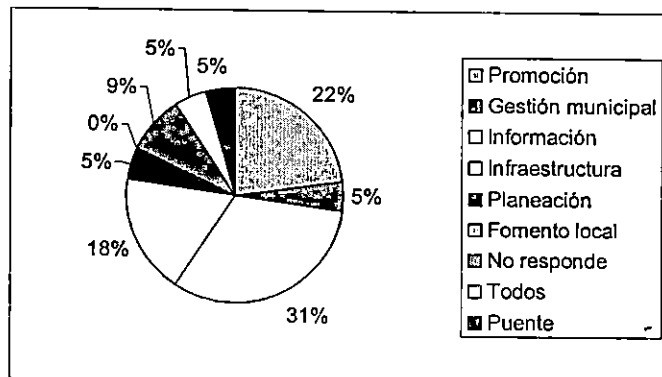
Interpretación (pregunta 5)

Una mayoría no tan notoria afirma que no, según su opinión, la concentración turística se da en Rurrenabaque que vendría a constituirse en un nodo de distribución hacia los diferentes atractivos turísticos, además de ser el punto de llegada de los diferentes medios de transporte (avión y tierra). La otra parte que contestó que si afirma que si se aprovecha por las tarifas de entrada al parque Madidi que se cobran al realizar un tour por la selva.

6 ¿Cual es el principal problema que no permite al municipio aprovechar de mejor manera su potencial

Campo	Votación	Porcentaje
Promoción	5	22,73
Gestión municipal	1	4,55
Información	7	31,82
Infraestructura	4	18,18
Planeación	1	4,55
Fomento local	0	0,00
No responde	2	9,09
Todos	1	4,55
Puente	1	4,55
TOTAL	22	100,00



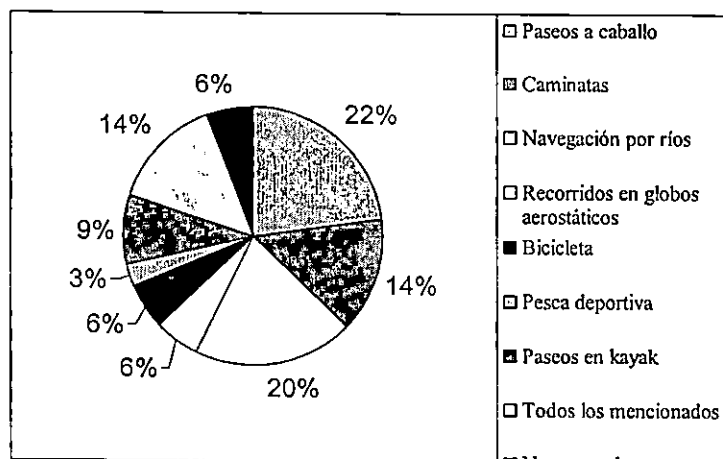


Interpretación (pregunta 6)

Según la opinión de los establecimientos de hospedaje, la información y la promoción del municipio vecino son escasas e incluso inexistentes. Esta respuesta es parecida a la de los operadores, y podría llevar a la misma conclusión. Sin embargo, se subraya que la infraestructura del municipio debe mejorar si desea recibir más visitantes.

7. ¿Qué tipo de actividades se podría realizar en el municipio de San Buenaventura?

Actividades	Votación	Porcentaje
Paseos a caballo	8	22,86
Caminatas	5	14,29
Navegación por ríos	7	20,00
Recorridos en globos aerostáticos	2	5,71
Bicicleta	2	5,71
Pesca deportiva	1	2,86
Paseos en kayak	3	8,57
Todos los mencionados	5	14,29
No responde	2	5,71
TOTAL	35	100,00



¿Habrá otras actividades que se podría realizar?

Complejo recreacional
Selva
Observación de flora y fauna
Laguna azul (San Isidro)

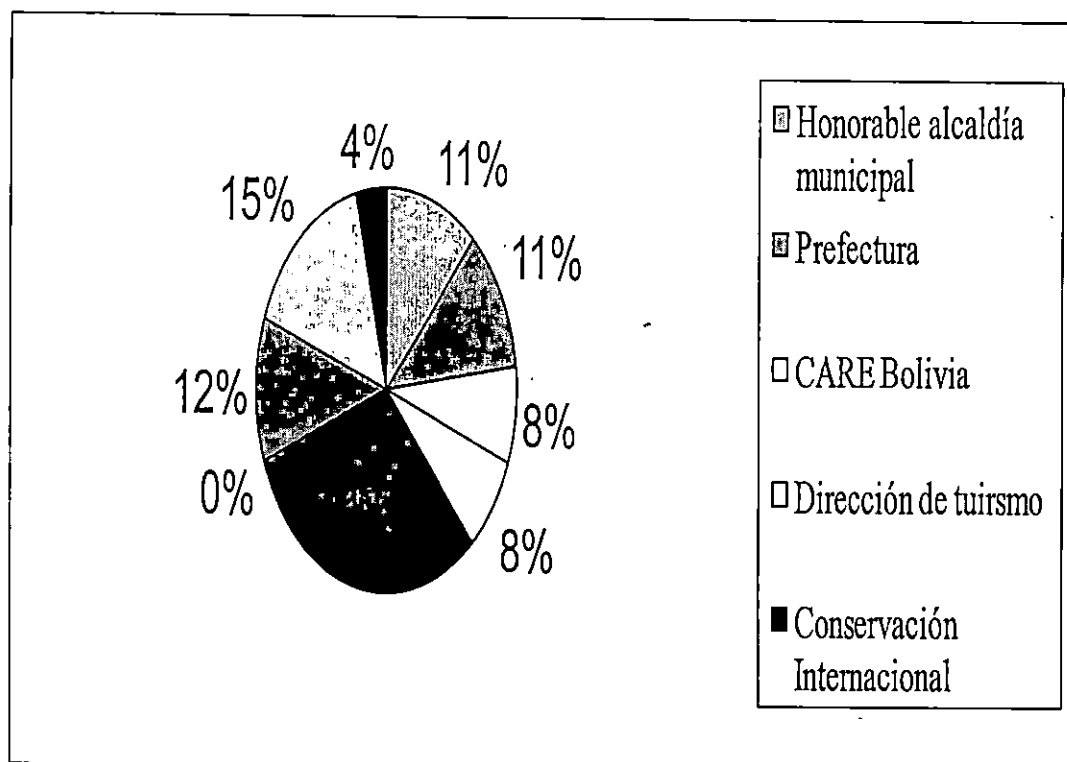
Interpretación (pregunta 7)

Los paseos a caballo llegan a constituir una de las actividades que podría potenciarse, ya esta respuesta también es compartida por los operadores en las mismas rutas mencionadas en la pregunta realizada a las agencias. La navegación por ríos secunda la preferencia de los hoteles, aunque recalcan que debería controlarse si se toma en cuenta por la contaminación de los motores de las katrayas o botes. Y la caminata, que también se constituye en una de las actividades más realizadas en los tours tradicionales, podría ser aplicada en el municipio, eligiendo bien las rutas, porque no todas son aptas para realizarlas. Y una parte de los entrevistados afirma que todas estas actividades pueden aplicarse, ya que a su opinión el lugar da para aquello y mucho más. Las otras no tienen un apoyo relevante.

8. ¿Cuáles son las instituciones que más apoyan a la actividad turística en la región?

Instituciones	Votación	Porcentaje
Honorable alcaldía	3	11,54
Prefectura	3	11,54
CARE Bolivia	2	7,69
Dirección de turismo	2	7,69
Conservación Internacional	8	30,77
CARETAI	0	0,00
ONG's	3	11,54
No responde	4	15,38
Todos	1	3,85
TOTAL	26	100,00





Interpretación (pregunta 8)

En este gráfico se muestra que una de las instituciones que se consolidó entre la aceptación de la empresa privada que trabaja en el sector turístico, tanto en operadores y hoteles, es Conservación Internacional, cuyo reconocimiento se verifica a través de estas encuestas. Otra parte prefiere no responder, ya que no consideran que alguna institución los apoye efectivamente. En cambio las otras organizaciones obtienen un promedio regular, que quizá quiere decir que no trabajan con este sector muy de cerca.

Conclusiones generales

- El turismo es una actividad rentable en la zona; sin embargo el principal problema que afrontan es la escasa promoción turística y el insuficiente apoyo institucional.
- El conocimiento sobre la oferta turística de San Buenaventura es mayor en las operadoras y agencias de viaje que en los establecimientos de hospedaje. Hay otros atractivos por conocer.
- Desde el punto de vista de los encuestados, el aprovechamiento turístico en el municipio es aún incipiente. Algunos creen que se debe a la escasa información y sobre todo a la falta de promoción turística.
- A su modo de ver, las posibles actividades que se pueden realizar son: los paseos a caballo, bicicleta, caminatas y navegación por ríos.
- Las entidades que cuentan con el visto bueno de los encuestados son las organizaciones privadas y no gubernamentales, especialmente Conservación Internacional

CAPITULO IV

PROPUESTA

4.1. INTRODUCCIÓN

Existe una profusión de conceptos sobre valorización turística. Entre ellos tenemos la ejecución de proyectos: construcción de senderos, acondicionamiento del paisaje arquitectónico, etc¹. Involucra también la identificación de circuitos turísticos, determinación de sus vocaciones de aprovechamiento turístico y su estructuración operativa². Finalmente, es entendida como la adecuada gestión turística generadora de otros proyectos turísticos o complementarios². No obstante la variedad de puntos de vista, además del estudio de la problemática del municipio, el proyecto está orientado a la puesta en valor de la información sobre el patrimonio turístico real y potencial dentro de la jurisdicción.

Este proceso involucra desarrollar un trabajo conjunto entre la H. Alcaldía Municipal de San Buenaventura, agencias de cooperación, la comunidad, empresas privadas e instituciones relacionadas directa e indirectamente con el turismo, además de las autoridades de gobierno a nivel departamental y nacional en el marco de los Planes de Desarrollo.

Esta puesta en valor sugiere la realización de 2 fases: la Inventariación y Jerarquización de los Atractivos Turísticos, y la Creación de la Oficina de Información Turística.

La finalidad de esta propuesta es establecer una plataforma de información sobre el patrimonio turístico a fin de orientar óptimamente posibles inversiones y sea una base para definir los lineamientos de desarrollo para el municipio.

- **La Inventariación y Jerarquización de Atractivos Turísticos** es la base de la estructuración del espacio turístico, además es uno de los pasos en la evaluación del potencial turístico de un territorio y la determinación de su vocación turística. Parte de la iniciativa del gobierno municipal, agencias de cooperación, y el Viceministerio de turismo o instituciones que decidan emprender

¹ PATRIMONIO. www.naya.org.ar/turismo

² Bustillos, Sandra. Inventariación de los recursos turísticos del Municipio de Irupana y su puesta en valor. Trabajo dirigido. Carrera de Turismo UMSA. 2005. La Paz-Bolivia. Pag 509

este proceso, en este caso, en el municipio de San Buenaventura. Este proceso consiste en 5 etapas fundamentales: establecer los objetivos del inventario, reconocimiento general del área y delimitación del sitio turístico, definir la aptitud turística y la accesibilidad de los atractivos, evaluación de la aptitud turística y la declaratoria de la imagen turística del municipio. La finalidad de este proceso es disponer de la información necesaria sobre la situación y características del patrimonio natural, cultural e histórico, más aún cuando se encuentra dentro de un área protegida. (Corporación de Conservación y Desarrollo Ecuador 1995: 34)

- **La Oficina de Información Turística** se constituye en una propuesta de equipamiento para recibir a los visitantes y orientarlos sobre las actividades y sitios que pueden visitar en el municipio. Asimismo, esta oficina dispone de espacios de atención al público, espacios de auto consulta, espacios para exposiciones temporales, espacios para la gestión y trabajo interno y finalmente los espacios para almacén. Esta iniciativa debe ser realizada por el municipio y la cooperación externa de ser necesario en los espacios adyacentes a la alcaldía. Más aún, debe disponer de señalización interna y externa. La finalidad de este proyecto es disponer de un ambiente físico que permita trabajar con la información turística. (Nadal 2002:83)

4.2. VISIÓN QUINQUENAL

El Municipio de San Buenaventura dispone de una plataforma de información plasmada en la inventariación de su patrimonio natural, cultural e histórico; el plan de ordenamiento turístico territorial que define el uso turístico de su territorio; la oficina de información turística que orienta al visitante nacional y/o extranjero y la declaratoria de zona de desarrollo turístico que prioriza al turismo en la gestión municipal, todo esto a fin de orientar óptimamente posibles inversiones en el rubro

4.3. OBJETIVOS

4.3.1. Objetivo General

- Valorizar el potencial turístico del municipio de San Buenaventura a través de la realización de dos fases principales: el inventario de atractivos turísticos, y la creación de una oficina de información turística a fin de disponer de una plataforma de información que permita una óptima orientación para posibles inversiones.

4.3.2. Objetivos Específicos

- Inventariar y Jerarquizar los atractivos turísticos en el municipio de San Buenaventura, determinando su vocación e imagen turística, a través de la metodología vigente que tome en cuenta las variables de apreciación por la presencia de un área protegida
- Creación de una Oficina de información turística, tomando como modelo las oficinas de la red Tourist Info de la comunidad Valenciana en España

CUADRO Nº 25

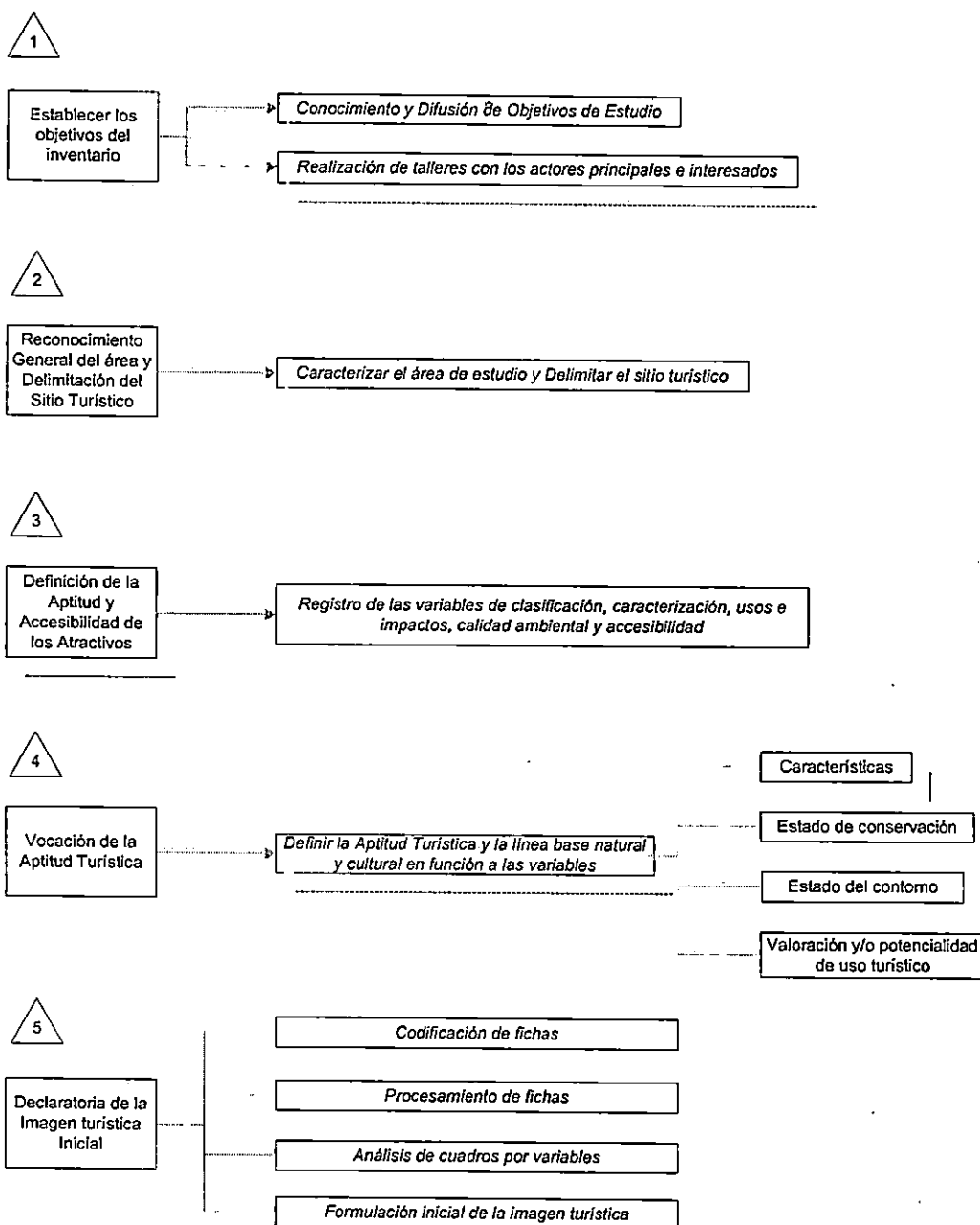
RESUMEN DE PROPUESTA

VALORACION DEL POTENCIAL TURISTICO DEL MUNICIPIO DE SAN BUENAVENTURA	
INVENTARIACION Y CATALOGACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS EN EL MUNICIPIO DE SAN BUENAVENTURA	
○	Establecer los objetivos del inventario
○	Reconocimiento general del área y delimitación del sitio turístico
○	Definir la aptitud y la accesibilidad de los atractivos
○	Valoración de la aptitud turística
○	Declaratoria de la imagen turística del municipio
OFICINA DE INFORMACION TURISTICA	
○	Ubicación y espacios físicos del servicio de información turística
○	Señalización del servicio de información turística
○	Equipamiento técnico del servicio de información turística

Ilustración N° 1

PRIMERA FASE DEL PROYECTO: PRIMER AÑO DE EJECUCIÓN

INVENTARIO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS



Fuente: Corporación de Conservación y Desarrollo. Guía metodológica para la elaboración de proyectos de ecoturismo 1995. Viceministerio de Bolivia. Metodología para la Inventariación y Jerarquización de Atractivos Turísticos

CUADRO N° 26**PRIMERA FASE DEL PROYECTO: PRIMER AÑO DE EJECUCIÓN**

FICHA TECNICA IDEA DE PROYECTO	
Nombre:	Inventariación y Catalogación de los recursos turísticos en el municipio de San Buenaventura
Localización:	Departamento de La Paz – Provincia Abel Iturralde Municipio de San Buenaventura (2da sección)
Objetivo:	Inventariar, catalogar y estimar la jerarquía de los atractivos turísticos en el municipio de San Buenaventura
Meta:	Inventariación y Jerarquización de los atractivos en los primeros 6 meses del primer año de ejecución del proyecto
DESCRIPCION TECNICA	
<p>El proyecto tiene una duración estimada de 6 meses y esta dirigido a la jurisdicción del municipio. Primeramente, la decisión de realizar el estudio debe venir de la iniciativa y participación de la comunidad, las instituciones públicas, y las organizaciones privadas que están relacionadas con el rubro turístico. En segundo lugar, una vez tomada la decisión y a través de la selección de la consultora para el trabajo, se procede al reconocimiento y delimitación del área. Luego, se realiza la caracterización del área de estudio, tomando en cuenta las variables naturales, socio-culturales, infraestructura, servicios públicos, las operaciones turísticas, etc. En último término, se efectúa la identificación preliminar de los atractivos, indicando la aptitud y accesibilidad de los atractivos, la clasificación y registro de sus características, los usos variables, la calidad ambiental, la accesibilidad y la aptitud o vocación turística.</p>	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Establecer los objetivos del inventario ○ Reconocimiento general del área y delimitación del sitio turístico ○ Definir la aptitud y la accesibilidad de los atractivos ○ Valoración de la aptitud turística ○ Declaratoria de la imagen turística del municipio 	
Población beneficiada:	6203 habitantes
RESULTADOS ESPERADOS	
<p>El municipio de San Buenaventura cuenta con un inventario de atractivos turísticos que se constituye en una herramienta básica para encarar la gestión territorial del turismo en el marco de las políticas, programas y proyectos en el Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno.</p>	
Fuente de Financiamiento:	Municipio de San Buenaventura (contraparte municipal), BID u otro organismo de cooperación.
Tiempo estimado de ejecución:	6 meses
Responsables y Participantes	Gobierno Municipal de San Buenaventura, Viceministerio de Turismo, Prefectura de La Paz, Cooperación Alemana GTZ, Consultora seleccionada, Servicio Nacional de Áreas Protegidas

4.4. FASE I – PRIMER AÑO DE EJECUCION

Título: Inventariación y Jerarquización de los Atractivos Turísticos en San Buenaventura

Descripción

La metodología actual de inventariación fue elaborada por la organización de Estados Americanos a través de CICATUR (Centro de Investigación y Capacitación Turística) y ha sido la base para muchos trabajos de registro del patrimonio turístico. Debido a que el municipio se encuentra dentro de un área protegida es conveniente discutir la metodología en cuanto a variables de jerarquización. Esto surge de la experiencia ecuatoriana en la guía metodológica para el desarrollo de proyectos de ecoturismo, base en la estructuración de la presente propuesta.

Esta propuesta, de acuerdo al proyecto, debe ser realizada por una consultora especializada en turismo previa licitación de propuestas, asimismo las instituciones públicas como actores principales deben hacer un permanente seguimiento del trabajo.,

Objetivo General

- Inventariar y Jerarquizar los atractivos turísticos en el municipio de San Buenaventura, determinando su vocación e imagen turística, a través de la metodología vigente que tome en cuenta las variables de apreciación por la presencia de un área protegida

Objetivos Específicos

- Establecer los objetivos del inventario
- Reconocimiento general del área y delimitación del sitio turístico
- Definir la aptitud y la accesibilidad de los atractivos
- Valoración de la aptitud turística
- Declaratoria de la imagen turística

Acciones

1. Establecer los objetivos del inventario
 - 1.1. Taller con las comunidades y actores interesados en el inventario
2. Reconocimiento General del Área y Delimitación del Sitio Turístico

- 2.1. Ubicar geográficamente el área de estudio
 - 2.2. Caracterizar el área de estudio en función de las variables naturales, socio-culturales, infraestructura existente, servicios públicos, y operaciones turísticas existentes
 - 2.3. Identificación preliminar de los atractivos y delimitación del sitio
- 3. Definir la Aptitud y Accesibilidad de los Atractivos**
- 3.1. Clasificar y registrar las variables y características de los atractivos
 - 3.2. Registrar la variable de usos del atractivo
 - 3.3. Registrar la variable calidad ambiental
 - 3.4. Registro de la accesibilidad
- 4. Valoración de la Aptitud Turística**
- 4.1. Valoración de características, estado de conservación, entorno, y uso
 - 4.2. Calculo de la valoración de las características de un atractivo
 - 4.3. Calculo de la valoración del estado de conservación de un atractivo
 - 4.4. Calculo de la valoración del estado del entorno de un atractivo
 - 4.5. Cálculo de la valoración de los parámetros de potencialidad de uso turístico
 - 4.6. Establecer modelos valorados para definir la jerarquía de los atractivos turísticos
- 5. La declaratoria de la imagen turística de un sitio**
- 5.1. Formulación de la declaratoria en función del conocimiento de las características del área y de los atractivos, así como de la evaluación de estos últimos (codificar fichas, procesarlas, analizar los cuadros por tipos de atractivos, por características, calidad ambiental y aptitud turística, jerarquía del atractivo y finalmente formular la declaratoria)

Ilustración N° 2
Establecer los objetivos del Inventario

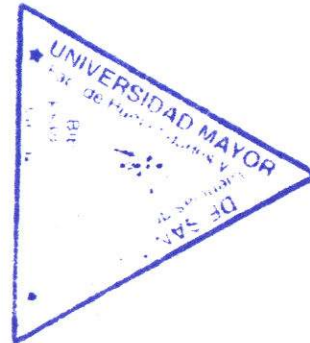
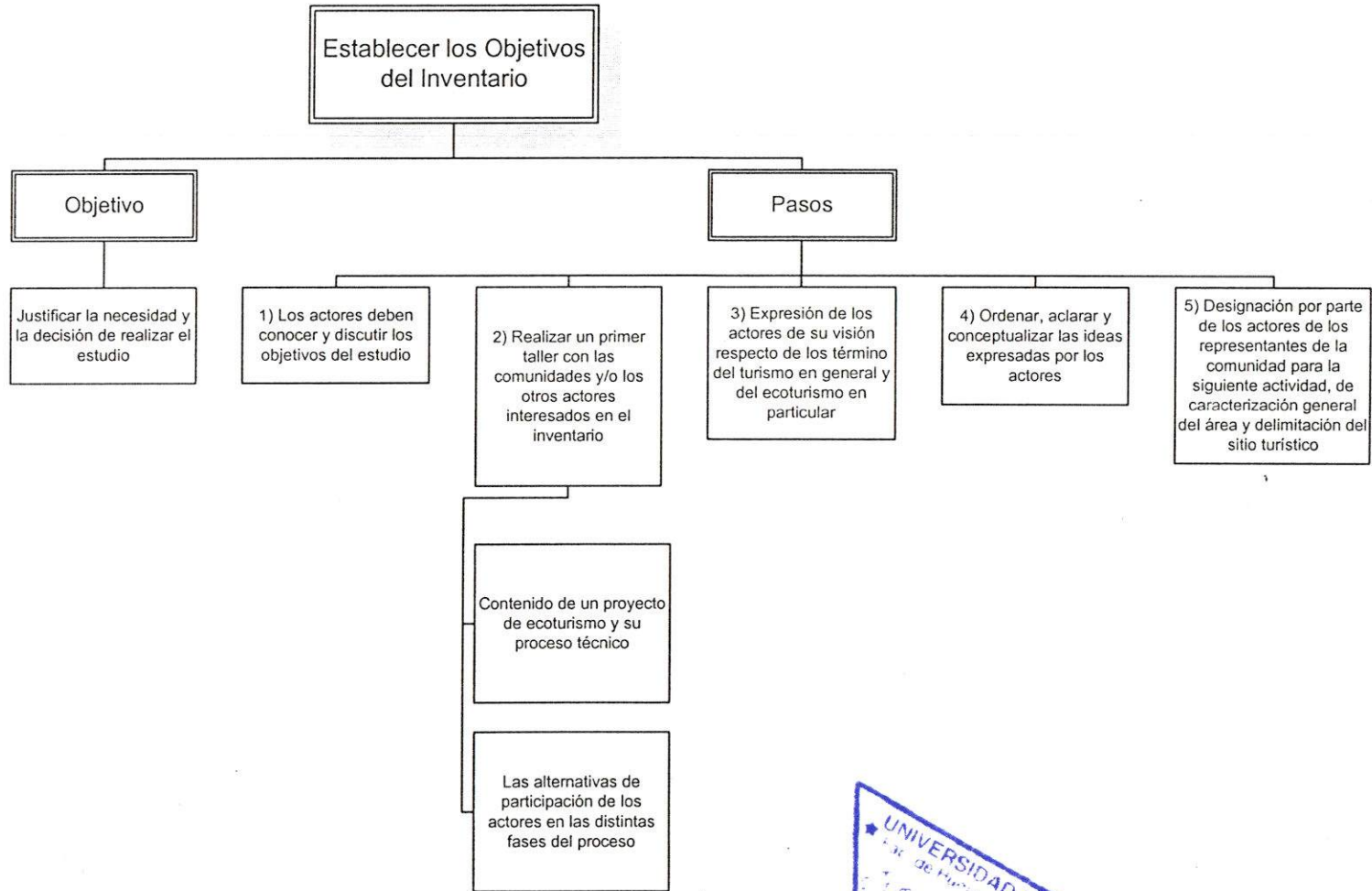
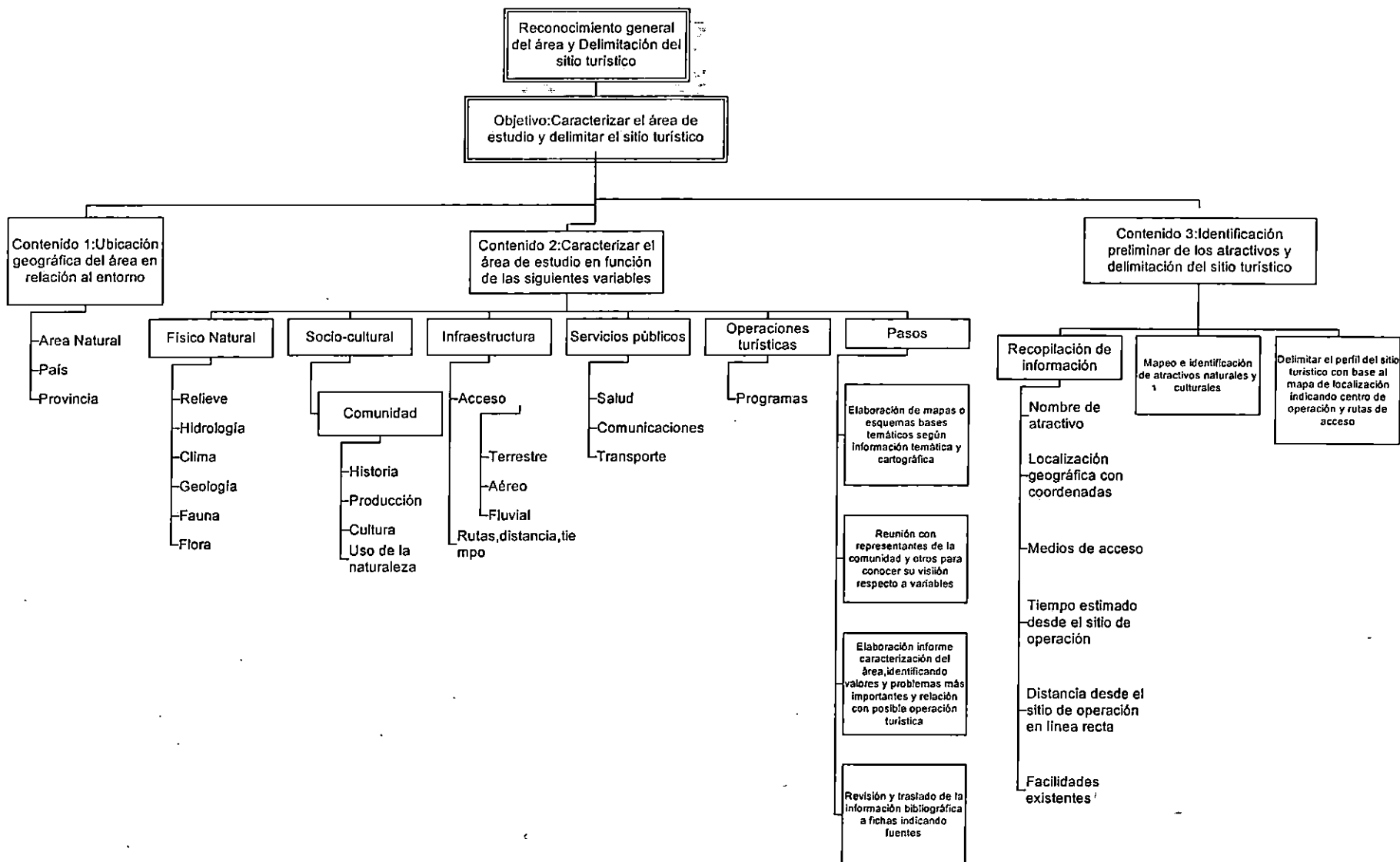


Ilustración N° 3
Reconocimiento General del área y Delimitación del Sitio Turístico



Actividad 3: Definir la Aptitud y Accesibilidad de los Atractivos

Objetivo:

Registrar en cada uno de los atractivos turísticos identificados las variables de: clasificación, caracterización, usos e impactos, calidad ambiental y accesibilidad

Descripción:

En esta fase operativa, se procede primeramente a la clasificación de los atractivos turísticos por tipos y categorías.

Seguidamente, y en una ficha de campo especial, se registran los descriptores, que son las características propias que hacen atrayente a un atractivo, y los parámetros, que constituyen los indicadores en términos numéricos de los aspectos inherentes a los descriptores. Asimismo, se realiza en la ficha de campo un gráfico a escala aproximada del atractivo y la toma de fotos de cada descriptor. (Por ejemplo, Atractivo = Cordillera, Tipo = Montaña, Descriptor = Paisaje, Parámetros = Espectacularidad, Naturalidad, y Armonía traducido en porcentajes, en consecuencia esto se plasma en otros indicadores numéricos divididos en excelente, bueno y malo)

En segundo lugar, se registra la variable usos del atractivo. Al empezar se establece en la misma ficha de campo las posibles actividades turísticas considerando la vocación de cada descriptor (recurso) para la actividad propuesta. Luego, y de acuerdo a las actividades mencionadas, se formularán las posibles facilidades turísticas (senderos, palizadas, torres, miradores, etc) necesarias para el óptimo funcionamiento de las actividades a desarrollar por los turistas. Finalmente, para cada actividad y facilidad se estima los posibles impactos que ellos puedan ocasionar sobre el atractivo (erosión, paisaje, etc)

En tercer lugar está el registro de la variable de calidad ambiental. En la misma ficha de campo o en otra se registra el estado de conservación natural o cultural en que se encuentra el atractivo, tomando como categorías referenciales: conservado, en proceso de recuperación, en proceso de deterioro y deteriorado. Seguidamente y por el mismo proceso se señala el estado de intervención del hombre: sin intervención, semi-intervenido e intervenido, indicando las posibilidades de rehabilitación. Es menester contar con profesionales de distintas ramas como un técnico en turismo, un biólogo y un sociólogo, un antropólogo, un representante de la comunidad y otro de la administración del como mínimo.

Finalmente esta el registro de la accesibilidad. En él se señala la distancia existente entre el centro de operación y el atractivo, así como el tiempo empleado. Estos indicadores deben manifestarse en kilómetros, horas y minutos, además del medio de acceso utilizado. Además, como pasos operativos referenciales están: conformar el grupo de investigación, revisar ficha de relevamiento, revisar las tablas de clasificación, recorrido y observación de campo, validación de la ficha de campo.

Ilustración N° 4
Definición de la Aptitud y Accesibilidad de los Atractivos

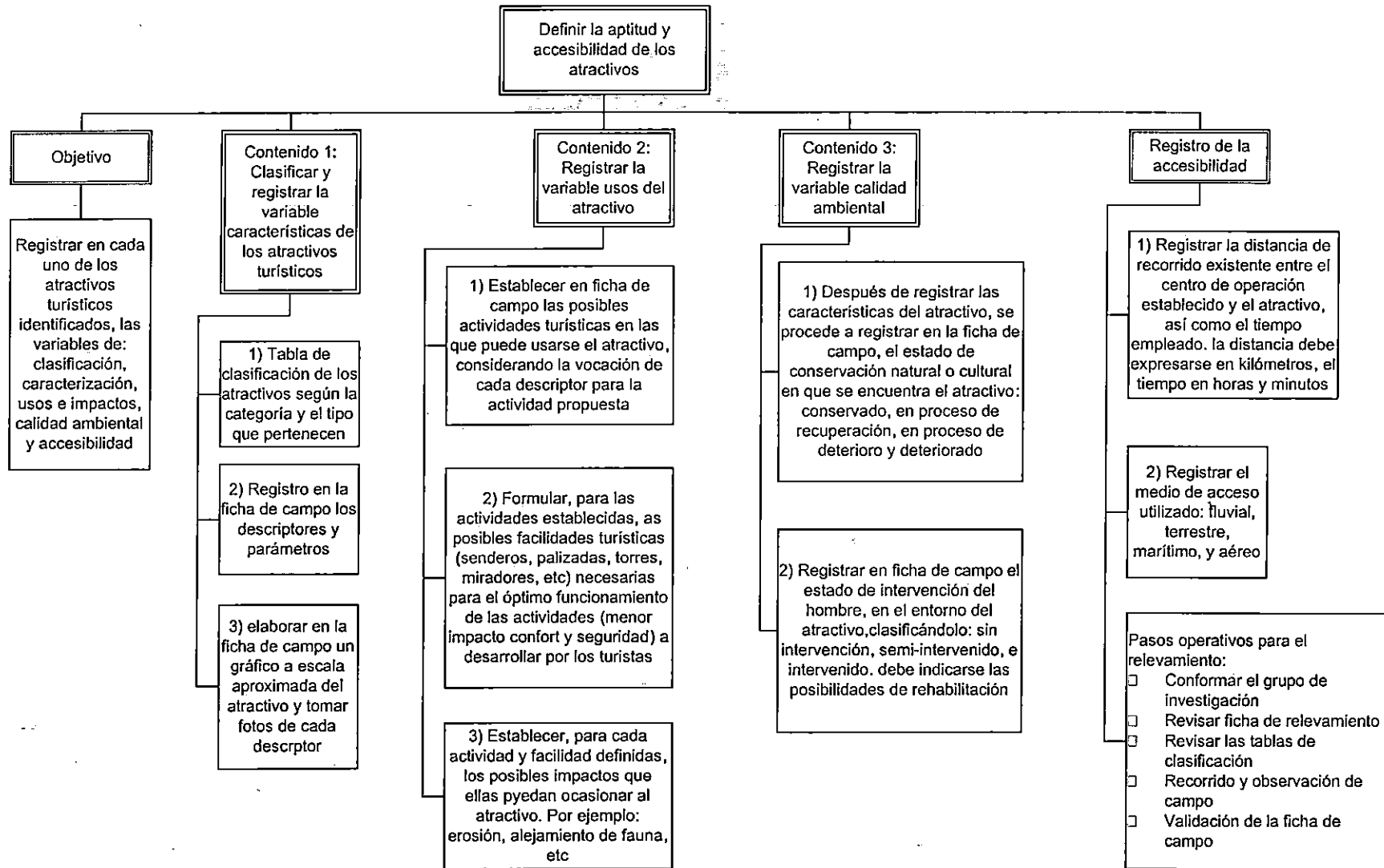


Ilustración N° 5

Valoración de la Aptitud Turística

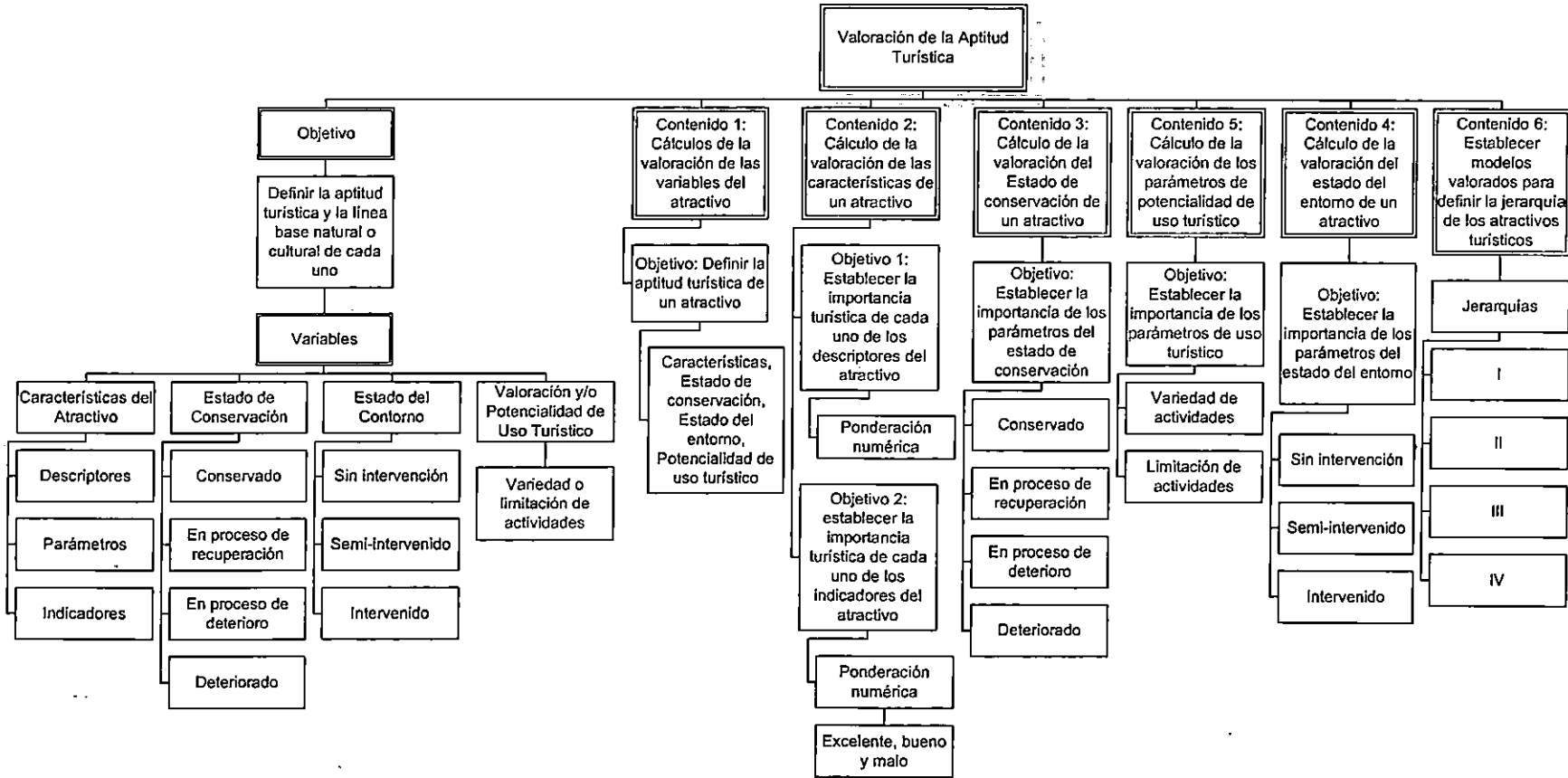
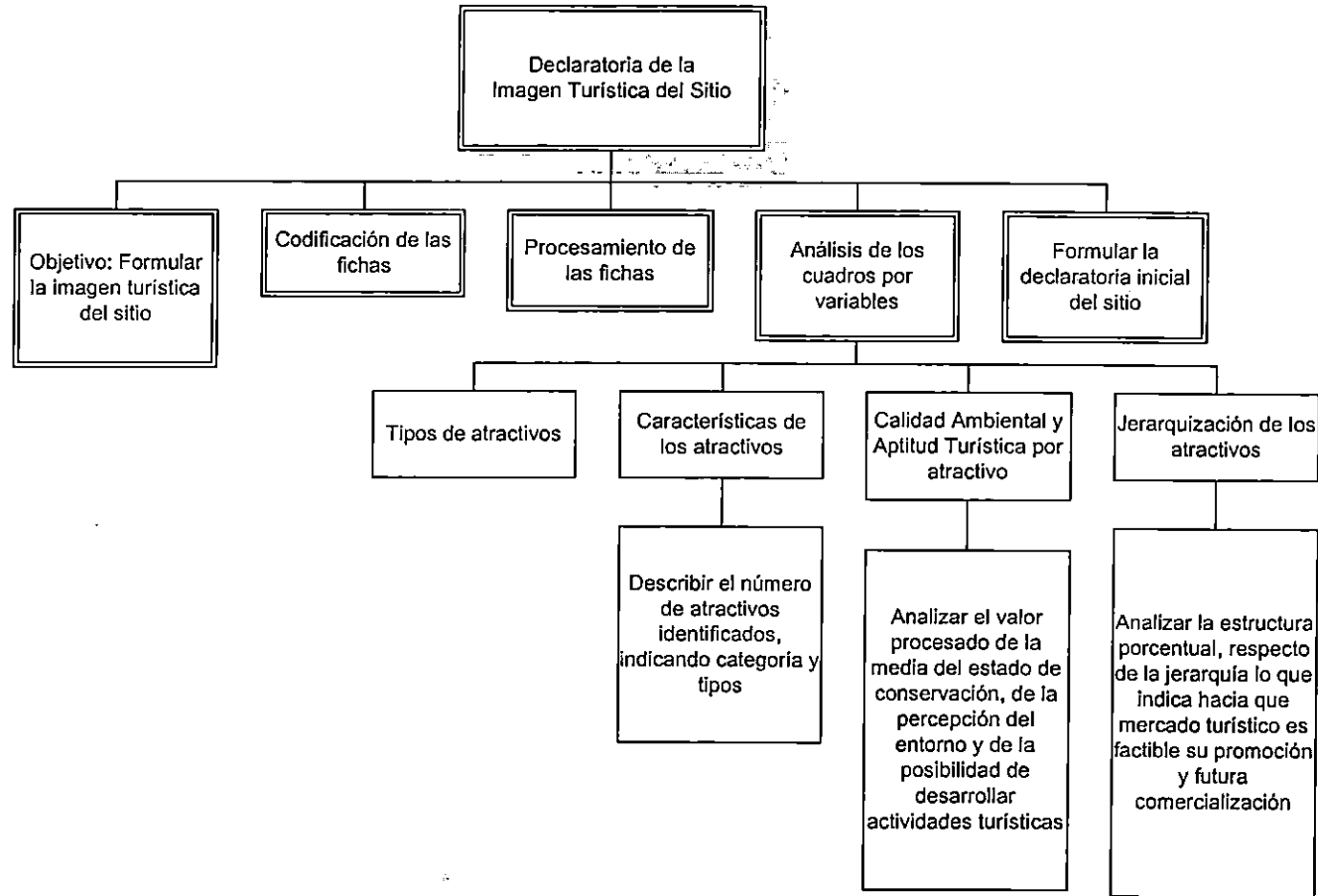


Ilustración N° 6

Declaratoria de la Imagen Turística Inicial del Sitio



CUADRO N° 27
NIVELES DE PARTICIPACION EN EL PROYECTO

Niveles de participación Participantes	POR CONSULTA	FUNCIONAL	INTERACTIVA
Viceministerio de Turismo			Implicado en un proceso de enseñanza y aprendizaje sistemático y estructurado en la formulación, evaluación e implementación del proyecto con la consultora
Comunidad		Forman grupos de trabajo para responder a objetivos determinados del proyecto. No tienen injerencia en la formulación pero son tomados en cuenta para el monitoreo y ajuste de actividades, información y coordinación	
Empresa Privada	Son escuchadas y se toman en cuenta sus puntos de vista		
Gobierno Municipal de San Buenaventura		No tienen injerencia en el proyecto pero son tomados en cuenta en el monitoreo y ajuste de actividades; además, se le debe informar sobre los detalles y el grado de ejecución del proyecto	
Prefectura de La Paz		Tomados en cuenta para el monitoreo y ajuste de actividades además de la consulta	
Cooperación alemana GTZ		Encargada del financiamiento del proyecto. Procura revisar y verificar que la ayuda sea bien administrada y ejecutada	
Consultora			Encargada de la formulación, evaluación e implementación del proyecto
SERNAP			Encargada de ajustar y participar activamente en el proceso de ajuste en la metodología de inventariación de atractivos

Por consulta: Los diferentes puntos de vista son escuchados y tomados en cuenta; sin embargo, no tienen injerencia directa en las decisiones sobre la formulación y evaluación del proyecto

Funcional: Forman grupos de trabajo para responder a objetivos determinados en el proyecto. Son tomados en cuenta en el monitoreo, ajuste de actividades y rendición de informes

Interactiva: Participan en la formulación, evaluación del proyecto, en ambos casos implica una retroalimentación sobre las etapas en el proyecto

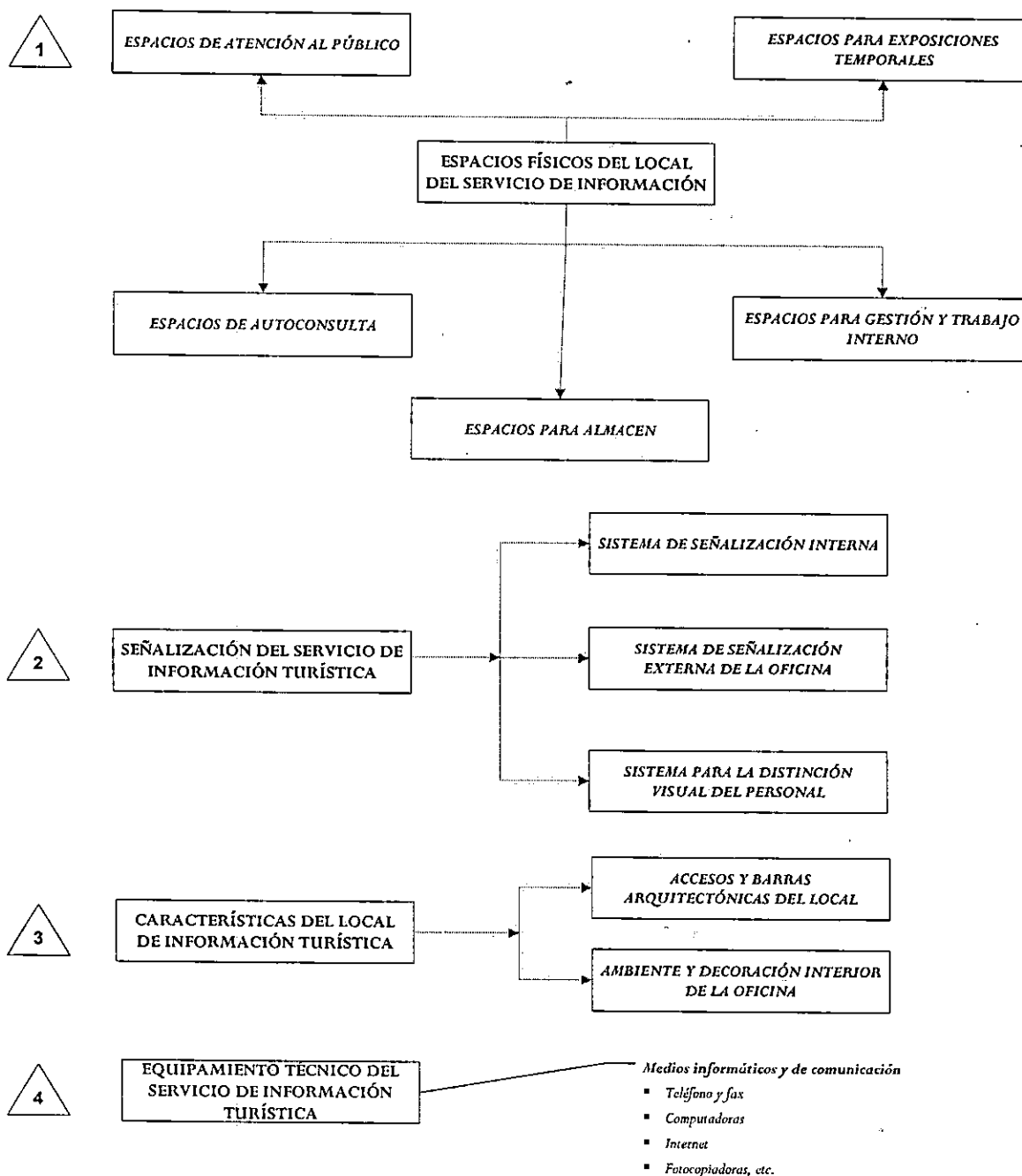
CUADRO N° 28
GRADOS DE RESPONSABILIDAD EN EL PROYECTO

Participantes \ Grado	BAJO	MEDIO	ALTO
Viceministerio de Turismo			Establecer relaciones de retroalimentación en el proceso de la formulación y evaluación del proyecto
Prefectura de La Paz		Velar que el proyecto cumpla con las normas establecidas además de proporcionar toda cooperación al emprendimiento	
Gobierno Municipal			Procurar que el proceso de licitación sea transparente y eligiendo a la mejor consultora, además de supervisar el desarrollo del proyecto
Consultora			Formular, evaluar e implementar el proyecto asegurando la participación armoniosa de todos los actores
Cooperación alemana		Dispone de los recursos y evalúa el destino de estos	
Comunidad	Participar y conocer los propósitos del proyecto, además de facilitar la ejecución del proyecto		
Empresa privada	Participar y conocer los propósitos del proyecto, además de facilitar la ejecución del proyecto		
SERNAP			Participar en el ajuste a la metodología de inventariación de atractivos turísticos y facilitar la ejecución del proyecto

Ilustración N° 7

SEGUNDA FASE DEL PROYECTO: PRIMER AÑO DE EJECUCIÓN

OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



Fuente: Mónica Cabo Nadal. Información Turística en Destino 2002

CUADRO N° 29**SEGUNDA FASE DEL PROYECTO: SEGUNDO AÑO DE EJECUCIÓN**

FICHA TECNICA IDEA DE PROYECTO	
Nombre:	Oficina de Información Turística
Localización:	Departamento de La Paz – Provincia Abel Iturralde Municipio de San Buenaventura (2da sección)
Objetivo:	Creación del equipamiento para el manejo de la información turística
Meta:	Los estudios de pre-inversión e inversión se realizarán en el tercer año después del inventario y el plan de ordenamiento territorial
DESCRIPCION TECNICA	
<p>Esta iniciativa fue tomada de las oficinas turísticas de la red Tourist Info de la comunidad Valenciana en España que son consideradas como unas de las más avanzadas según Mónica Nadal en su libro sobre información turística. Esta incorporación se la realiza mediante un convenio con las administraciones locales y la disposición de un local para la instalación de la oficina, con unas buenas condiciones de ubicación que permitan localizarlo con facilidad y tener buen acceso. Para ello, la estructura interna como externa del local ha de estar en perfectas condiciones para su inmediata ejecución.</p> <p>Este equipamiento dispondrá de espacios físicos, señalización del servicio de información turística, equipamiento técnico del servicio, y algunas características particulares de este tipo de locales.</p>	
ACTIVIDADES	
<p>Taller para la definición objetivos de la oficina Convenio con el municipio a fin de insertar el proyecto en el POA Licitación pública</p>	
Población beneficiada:	6203 habitantes
RESULTADOS ESPERADOS	
<p>El municipio de San Buenaventura dispone de una moderna oficina de información turística. Esta posee espacios físicos para la atención al público, auto consulta, exposiciones temporales, gestión y trabajo interno y almacén. Además, dispone de señalización interna como externa. Más aún, posee el equipamiento técnico como teléfono, fax, Internet, etc. Y finalmente sus ambientes están acondicionados para este tipo de oficinas.</p>	
Fuente de Financiamiento:	Municipio de San Buenaventura (contraparte municipal), BID u otro organismo de cooperación.
Tiempo estimado de ejecución:	1 año
Responsables y Participantes	Gobierno Municipal de San Buenaventura, Viceministerio de Turismo, Prefectura de La Paz, Cooperación Alemana GTZ, Consultora seleccionada por licitación, Servicio Nacional de Áreas Protegidas

4.5. FASE II – SEGUNDO AÑO DE EJECUCION

Título: Oficina de información turística

Descripción

Esta propuesta viene de la consulta al libro "Información turística en Destino" por Mónica Cabo Nadal. Emula a las oficinas de información turística en Valencia, España que pertenecen a la red Tourist Info. Esta iniciativa debe contar con el apoyo y asesoramiento de las autoridades locales, además de disponer de un local para la instalación de la oficina.

Objetivo General

- Creación de una Oficina de información turística, tomando como modelo las oficinas de la red Tourist Info de la comunidad Valenciana en España

Objetivos Específicos

- Ubicación y espacios físicos del servicio de información turística
- Señalización del servicio de información turística
- Equipamiento técnico del servicio de información turística
- Características del local de información turística

Acciones

1. Ubicación y espacios físicos del servicio de información turística
 - 1.1. Espacios físicos del local del servicio de información
 - 1.1.1. Espacios de atención al público
 - 1.1.2. Espacios de auto consulta
 - 1.1.3. Espacios para exposiciones temporales
 - 1.1.4. Espacios para gestión y trabajo interno
 - 1.1.5. Espacios para almacén
2. Señalización del servicio de información turística
 - 2.1. Sistema de señalización interna de la oficina
 - 2.2. Sistema de señalización externa de la oficina
 - 2.2.1. Plan de señalización turística

- 2.3. Sistema para la distinción visual del personal
3. Equipamiento técnico del servicio de información turística
- 3.1. Teléfono, fax, computadora, Internet, fotocopidora
4. Características del local de información turística
- 4.1. Accesos y barreras arquitectónicas del local
- 4.2. Ambiente y decoración interior de las oficinas

Razones que motivaron a tomar el modelo de la red tourist info

Las razones se basan en el prestigio que tiene España al estar entre los países que reciben más afluencia turística en el mundo. A pesar de dividirse en comunidades autónomas, la Red Tourist Info cuenta con más de 150 oficinas de información turística, especialmente en la comunidad Valenciana. Por otro lado, socializa la información sobre las características de sus oficinas lo que facilita la investigación en relación a otras fuentes de información.

CUADRO N° 30
ASPECTOS FUNCIONALES DE LA OFICINA
DE INFORMACION TURISTICA

Espacios físicos del local de servicio de información	Descripción
Espacios de atención al público	Denominada zona de trabajo visible o front office. Con espacio suficiente para atender a la demanda. Dentro de ella hay elementos como el mostrador y estanterías para colocar el material promocional más requerido, además de medios técnicos (teléfono, fax, ordenadores, etc), y un depósito para el material promocional no frecuentemente requerido.
Espacio de autoconsulta	Zona opcional siempre y cuando el espacio sea suficientemente amplio. En esta zona las personas pueden realizar consultas fáciles sin requerir la asistencia de los agentes turísticos, en caso de que estos estén ocupados, ubicado generalmente junto a la zona de acceso a la oficina. Dotado de paneles y estanterías, y el mobiliario necesario (mesa amplia, sillas, sillones, etc) con información sobre empresas y actividades de carácter privado, publicidad turística e información sobre actividades de ocio.
Espacio para exposiciones temporales	Espacio donde se pueden exponer fotografías de paisajes de la zona, artesanía del destino, etc. Las

	exposiciones se cambian cada 2 o 3 meses.
Espacio para gestión y trabajo interno	Denominada back office. Espacio para el trabajo de gestión de los agentes turísticos. Con mesas amplias, sillas y estanterías para una mini biblioteca de consulta privada y las carpetas archivadoras con información relevante. Si hay espacio suficiente y la demanda es mucha habrá un despacho para el jefe de oficina.
Espacio para almacén	Espacio de 10m ² como mínimo para guardar material que no se utiliza diariamente.

Señalización del servicio de información turística	Descripción
Diseño interior de la oficina	Decoración interior de las zonas de la oficina turística.
Señalización interna	Rotulación en paneles/anuncios para la orientación dentro de las zonas de la oficina turística. Pueden ser en forma aérea o estática.
Señalización externa	Rotulación para el exterior de la oficina.
Sistema para la distinción visual del personal	Uniforme como pieza de distinción visual

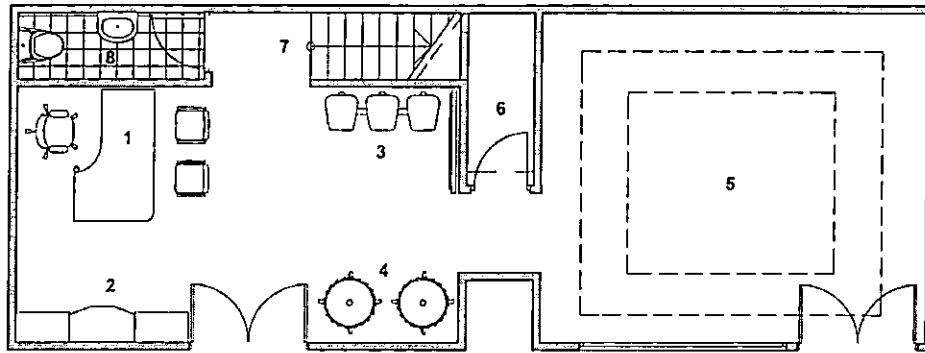
Equipamiento técnico del servicio de información turística	Descripción
Herramientas informáticas	Teléfonos canalizados a través de centralita Fax Ordenadores conectados en red local y a la internet Fotocopiadora

Características de los locales de información turística	Descripción
Accesos	El acceso debe ser amplio. Por otra parte se debe proveer de rampas para las personas discapacitadas

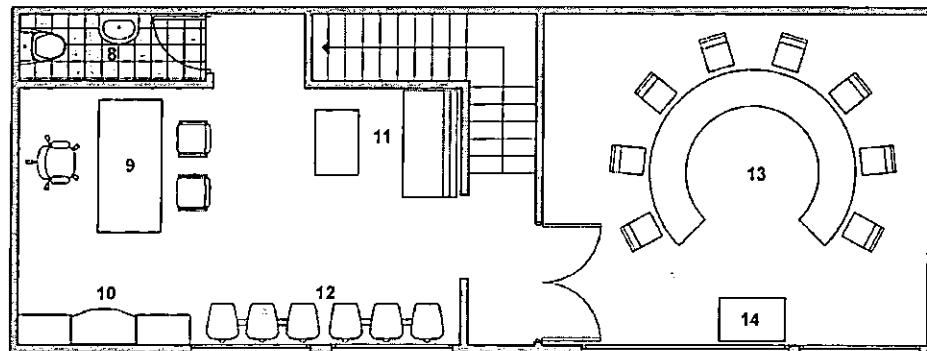
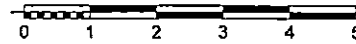
Ambiente y decoración interior de la oficina	Descripción
Diseño de interiores	Procura que el diseño sea actual y moderno, cuidando detalles como la luminosidad, temperatura, etc. Además dispone de imágenes generales sobre la oferta turística del municipio destino

Fuente: Cabo, Mónica. Información turística en Destino. Pag. 80 – 90

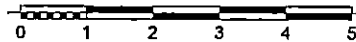
MODELO ARQUITECTÓNICO DE OFICINA TURISTICA



**CASETA TURISTICA
PLANTA BAJA**



**CASETA TURISTICA
PRIMER NIVEL**



Nº	ESPACIO
1	Recepcion
2	Estantes
3	Sala de Espera
4	Módulos para Tripticos
5	Sala de Exposiciones Temporales
6	Deposito
7	Gradas
8	Baño
9	Gestión y trabajo interno
10	Archivo
11	Sala de Espera
12	Sillas
13	Sala de Reuniones
14	Televisor

CUADRO N° 31
MATRIZ DE EJECUCION DE LA PROPUESTA

Valorización del Potencial turístico del Municipio de San Buenaventura					
Objetivos	Actividades	Resultados	Indicadores	Responsables	Tiempo
Inventariar y Jerarquizar los atractivos turísticos en el municipio de San Buenaventura, determinando su vocación e imagen turística	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los objetivos del inventario • Reconocimiento general del área y delimitación del sitio turístico • Definir la aptitud y la accesibilidad de los atractivos • Valoración de la aptitud turística • Declaratoria de la imagen turística 	<p>Inventario de Atractivos turísticos del Municipio de San buenaventura</p> <p>Declaratoria de Imagen Turística</p>	Documento publicado, socializado y promocionado, además de la declaratoria	Gobierno Municipal de San Buenaventura, Viceministerio de Turismo, Prefectura de La Paz, Cooperación Alemana GTZ, Consultora seleccionada.	1 año
Creación de una Oficina de información turística, tomando como modelo las oficinas de la red Tourist Info de la comunidad Valenciana en España	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación y espacios físicos del servicio de información turística • Señalización del servicio de información turística • Equipamiento técnico del servicio de información turística • Características del local de información turística 	Oficina de Información Turística	Operación efectiva del servicio de información turística en destino	Gobierno Municipal de San Buenaventura, Viceministerio de Turismo, Prefectura de La Paz, Cooperación Alemana GTZ, Consultora seleccionada por licitación.	1 año

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
FICHA DE RELEVAMIENTO

FECHA: _____

IDENTIFICACION

NOMBRE DEL ATRACTIVO

NOMBRE DEL AREA NATURAL

NOMBRE DEL SITIO TURISTICO

LOCALIZACION

PROVINCIA: _____
CANTON: _____
ALTITUD: _____
LONGITUD: _____

ACCESIBILIDAD (desde el centro de operación)

AEREO: _____
TERRESTRE: _____
FLUVIAL: _____
MARITIMO: _____
DISTANCIA (KM)
TIEMPO EMPLEADO (h.m)

CLASIFICACION

CATEGORIA: SITIO NATURAL
 MANIFESTACION CULTURAL
TIPO: _____
SUBTIPO: _____

REGISTRO DE DESCRIPCIONES

1. RECURSOS
a: _____
b: _____
c: _____
d: _____
e: _____

2. CALIDAD AMBIENTAL

ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> CONSERVADO
	<input type="checkbox"/> EN CONSERVACION
	<input type="checkbox"/> EN DETERIORO
ESTADO DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> DETERIORADO
	<input type="checkbox"/> SIN INTERVENCION
	<input type="checkbox"/> SEMI INTERVENIDO
	<input type="checkbox"/> INTERVENIDO

3. USO E IMPACTOS

ACTIVIDADES	IMPACTOS POSIBLES

VALORACION:

RECURSOS	a) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	b) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	c) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	d) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	e) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ESTADO DE CONSERVACION	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ESTADO DEL ENTORNO	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
APTITUD TURISTICA	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

JERARQUIA:

Fuente: Desarrollo de Proyectos de Ecoturismo. Guía Metodológica

**TABLA DE CLASIFICACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
POR TIPOS Y CATEGORIAS**

ATRACTIVOS	TIPO	CATEGORIA
Alta Montaña Cordillera Volcán Colina Mirador Glaciar	Montañas	SITIOS NATURALES
Llanura Valle Salitral	Planicies	
Cascada Laguna/lago Playa de río Rápidos Saltos Vado	Ambientes Lacustres	
Pantrano Pozas Ciénagas	Ambientes Palustres	
Trincheras Arrecifes Cuevas Acantilados Cráteres Fozas Bentos y bentonitos Islotes	Ambientes Marinos	
Encañonados Saladeros Pizarras Cráteres Flujos de lava Fumarolas Géiseres Cuevas	Fenómenos Geológicos	
Páramo Cejas de selva oriental Ceja selva occidental Nublado oriental/occidental Tropical Manglar Seco Petrificado	Bosques	

**TABLA DE CLASIFICACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
POR TIPOS Y CATEGORIAS**

ATRACTIVOS	TIPO	CATEGORIA
<div data-bbox="183 433 512 511">Aguas minerales Aguas termales</div> <div data-bbox="183 638 512 820">Aves Mamíferos Peces Invertebrados Reptil Anfibios</div> <div data-bbox="183 866 512 996">Epifitas Acuáticas Arboles Hierbas</div>	<div data-bbox="572 433 898 491">Aguas Subterráneas</div> <div data-bbox="572 638 898 696">Fauna</div> <div data-bbox="572 866 898 924">Flora</div>	<p align="center">SITIOS NATURALES</p>
<div data-bbox="183 1172 512 1328">Comunidades: Afro Quechua Aymara Tacana, etc</div> <div data-bbox="183 1425 512 1483">Santuarios Religiosos</div> <div data-bbox="183 1597 512 1655">Sitios Arqueológicos</div>	<div data-bbox="572 1172 898 1230">ETNICA</div> <div data-bbox="572 1425 898 1483">Religiosa</div> <div data-bbox="572 1597 898 1655">Arqueología</div>	<p align="center">Manifestaciones CULTURALES</p>

Fuente: Desarrollo de Proyectos de Ecoturismo. Guía metodológica- Ecuador

TABLA DE VALORACION DE CARACTERISTICAS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

Fuente: Desarrollo de Proyectos de Ecoturismo. Guía metodológica-Ecuador

ATRACTIVOS	TIPOS	DESCRIPTOR	PARAMETROS	INDICADOR		
				Excelente	Bueno	Malo
Alta Montaña Cordillera Colina Mirador Glaciar	Montañas	Paisaje= x%	Espectacularidad x% x Naturalidad x% x Armonia x% x			
				*	*	*
				*	*	*
				*	*	*
				Subtotal= x		
Llanura Valle Salitral	Planicies	Especies asociadas de fauna: x% Aves Mamíferos Peces Invertebrados Reptil Anfibios	Abundancia x% x Rareza x% x Espectacularidad x% x			
				*	*	*
				*	*	*
				*	*	*
				Subtotal= x		
Encañonados Saladeros Pizarras Cráteres Flujos de lava Fumarolas Géiseres Cuevas	Fenómenos Geológicos	Especies asociadas de flora: x% Plantas acuáticas Arboles Hierbas Epifitas Lianas Enredaderas Arbustos	Colorido x% x Aroma x% x Espectacularidad x% x			
				*	*	*
				*	*	*
				*	*	*
				Subtotal= x		
		Total= x				

CONCLUSIONES

Se carece de objetivos claros y compartidos sobre el desarrollo turístico del municipio, es menester la planificación turística entre todos los actores vinculados directa e indirectamente con el turismo

La información sobre el patrimonio turístico, en especial sobre las atracciones turísticas difiere en los trabajos realizados por distintas instituciones. Probablemente, no manejan los mismos criterios; sin embargo, son una valiosa fuente de información

Las agencias y el hospedaje perciben como principales problemas a la poca promoción turística y a la necesidad de contar con créditos accesibles.

Es necesario resolver o mitigar los problemas de escasa información y promoción turística del municipio de san buenaventura

Atractivos turísticos

El municipio dispone en su mayoría de atracciones naturales ideales para un turismo especializado y de interés especial: turismo deportivo, científico, de aventura, observación de aves, caza fotográfica de mariposas, rafting, biking, paseos en globos aerostáticos, vuelos en ala delta y trekking. Las atracciones culturales, por la gran presencia de grupos étnicos, ofrece grandes posibilidades para el turismo alternativo: artesanal, agroturismo y turismo étnico e indígena.

La información sobre los recursos o atracciones turísticas disiente. Trabajos realizados por el SERNAP (Servicio Nacional de Áreas Protegidas), CIPTA (Consejo indígena del pueblo Tacana) y la Facultad de Biología de la UMSA no coinciden en criterios de clasificación de atractivos turísticos; por lo tanto, algunos son omitidos. No obstante esta situación, son una valiosa fuente de información. El proyecto compiló toda la información referida a los atractivos además de visitar algunos lugares de interés turístico, en consecuencia se dispone de una lista referencial. Sin embargo, la posibilidad de encontrar otros atractivos es aún latente por el vasto territorio. Por esta razón, es imprescindible la inventariación y jerarquización de los atractivos turísticos en el municipio

Servicios turísticos

San Buenaventura dispone de pocos servicios turísticos, la mayoría se encuentra en Rurrenabaque por ser el nodo de distribución a los atractivos turísticos.

CARETAI, dispone de personería jurídica y representa a la provincia Iturralde, pero no cuenta con mucha fuerza institucional. La mayoría de los programas o paquetes van a las pampas o el bosque. Algunos diversifican el producto turístico ofreciendo un mayor contacto con la población local y sus costumbres.

Accesibilidad

El acceso a algunos atractivos en el municipio es difícil, en especial en épocas de lluvias.

Superestructura

Superestructura

Se carece de objetivos claros y consensuados sobre como debería ser el desarrollo turístico en el municipio. La ejecución de proyectos turísticos en el POA operativo presenta ambigüedad en la información y el nivel de ejecución de los proyectos.

Entorno

Hay proyectos importantes que viene ejecutando la prefectura paceña: complejo industrial, carretera Franz Tamayo, etc. Además el norte paceño adquiere más interés por su potencial en posibles hidrocarburos. La improvisación podría hacer perder grandes oportunidades al municipio.

Encuestas

Los operadores y agencias perciben que hay poca promoción y escasas posibilidades de crédito. Conocen algunos atractivos en San Buenaventura y creen que no se aprovecha el potencial turístico debido a la escasa promoción, gestión municipal y la poca información.

Los establecimientos de hospedaje convienen con las agencias respecto a la escasa promoción y crédito. Casi la mitad no conoce los atractivos en San Buenaventura y cree que no se aprovecha su potencial turístico. Atribuyen estos problemas a la escasa promoción e información y a la deficiente infraestructura.

Propuesta

Surge de la necesidad de llenar aquel vacío de la información, en especial sobre su patrimonio turístico. Además de constituir una base para la formulación de su futuro plan de desarrollo turístico. Viene de diferentes fuentes de información y modelos de desarrollo turístico.

RECOMENDACIONES

En la elaboración del proyecto se tropezó con algunos problemas: estadísticas no actualizadas, escasa información, recursos económicos, etc. Sin embargo, fue una valiosa experiencia en el desarrollo del proyecto.

Gracias a PNUD y el gobierno municipal se llegó a la zona y llegar a conocer la realidad que vive el municipio. Los recursos asignados no fueron suficientes para ejecutar una investigación más profunda.

Es recomendable la autonomía y claridad de objetivos en el desarrollo de actividades en el municipio debido a la confusión que puede generar entre los investigadores y las autoridades municipales.

BIBLIOGRAFIA

- FERNANDEZ CHAVEZ, EVELIN IVONNE; GOMEZ CHAO, KATU ROZANA. *Ecoturismo y políticas de desarrollo sostenible: la influencia del albergue ecológico Chalalan en San José de Uchupiamonas*. Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Carrera de Turismo. Tesis - 065. La Paz, 2002, 269.
- MACRO Y MICRO PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE SAN BUENAVENTURA. Informe final. Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Puras y Naturales, Maestría en Ecología y Conservación.
- SUPERINTENDENCIA FORESTAL, GOB. MUNICIPAL DE SAN BUENAVENTURA, BOLFOR-CARE. *Proyecto Manejo Forestal Sostenible: Estrategia de prevención y control de incendios forestales para el municipio de San Buenaventura*.
- CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL BENI (CIDDEBENI), MINISTERIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y PLANIFICACIÓN. *Apoyo al Desarrollo del ecoturismo en el municipio de San Buenaventura*. Perfil de Proyecto. Trinidad, Marzo 2001.
- HERNÁNDEZ DÍAZ, EDGAR ALONSO (1990). *Proyectos Turísticos: Formulación y Evaluación*. México: Ed. Trillas, 2ª Edición 1990 (reimpresión. 1999).
- CÁRDENAS TABARES, FABIO. *Producto Turístico: Aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. México: Ed. Trillas, 2ª edición 1986 (reimpresión 1998).
- ACERENZA, MIGUEL ANGEL. *Promoción turística: Un enfoque metodológico*. México: Ed. Trillas, 6ª edición 1990 (reimpresión 1996).
- DAHDÁ JORGE. *Publicidad Turística*. México: Ed. Trillas, 1ª edición 1990 (reimpresión 1995).
- BOULLÓN ROBERTO C. *Actividades turísticas y Recreacionales*. México: Ed. Trillas 1995.

- CENTRO DE ESTUDIOS ESPECIALIZADOS Y CONSULTORÍA MULTIDISCIPLINARIA “CEECOM SRL”. *Plan de Desarrollo Municipal San Buenaventura 1999–2003: Municipio de San Buenaventura, 1ª sección-provincia Iturralde-departamento La Paz*. La Paz, Bolivia, Septiembre de 1999.
- GOBIERNO MUNICIPAL DE SAN BUENAVENTURA. *Programa Operativo Anual: Presupuesto Municipal 2004*. Dpto. La Paz-provincia Abel Iturralde-San Buenaventura. Enero de 2004
- “LA LUNA ES NUESTRA LUZ”. *Producción Conservación Internacional, Dirección, Jeans Chanze. San José de Uchupiamonas 1995*. Formato VHS. Tiempo 46 min. Castellano. Medio MIX.
- “ESTA TIERRA ES MÍA”. *Producción, Secretaria de Asuntos Étnicos. Dirección, Muñoz Ruz Tacanas-Wenhayek (1997)*. Formato VHS. Etnias tiempo 80 min. Castellano. Medio MIX.
- “LOS CERDOS ASESINOS DEL MADIDI” *Producción National Geograpic, Dirección, José Sartori.. Parque Nacional Madidi (2000)*. Formato VHS. Tiempo 19 min. Castellano. Documental.
- CARLOS JORGE NAVIA ALANEZ. *Elaboración científica del Perfil de Tesis*. La Paz Bolivia: Ed. EDCON, 1ª edición 1997.
- ECHAZÚ ALVARADO, JORGE. *El Desafío de las Naciones*. La Paz-Bolivia: Ed. Liberación, 1ª edición 2003.
- CHAN NELIDA. *Circuitos Turísticos: Programación y Cotización*. Argentina: Ed. Librerías Turísticas “Temas de Turismo”, 2ª edición 1994.
- CORPORACIÓN DE CONSERVACIÓN Y DESARROLLO. *Desarrollo de Proyectos de Ecoturismo: Inventario, diseño, Operación, y Monitoreo*. Quito-Ecuador: Ed. V&O Gráficas, Proyecto SUBIR 1994.
- VICEMINISTERIO DE TURISMO BOLIVIA. *Metodología para la inventariación y jerarquización de atractivos turísticos*. La Paz-Bolivia: Ministerio de Comercio Exterior e Inversión 2000.
- FREDDY YAPU. *Mapas de Uso y Aprovechamiento Turístico de las Provincias de La Paz*. La Paz – Bolivia. Viceministerio de Turismo.1998.

- DAVID JIMENEZ. *Turismo Sostenible (Comisión de Investigación: Proyecto de Investigación vía Internet)*. UMSA. Carrera de Turismo. La Paz – Bolivia.
- DI-BELLA GURRRIA, MANUEL. *Introducción al Turismo*. México D.F. Editorial Trillas S.A.1994.
- ROJAS, KARINA; VASQUEZ WENDY. *Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Caranavi. Trabajo Dirigido*. UMSA – Carrera de Turismo. La Paz – Bolivia 2004.
- MERIDA COIMBRA, GONZALO. *Patrimonio Natural: Administración y Bases para el Desarrollo Sostenible del Turismo de Naturaleza*. Edición auspiciada por la UCB. 1ra Edición 1999. La Paz-Bolivia.
- VICEMINISTERIO DE TURISMO. *Estadísticas del Turismo 2003*. (formato CD). La Paz-Bolivia.
- CAERO, DANTE. *Apuntes de las clases de Turismo II*. UMSA-Carrera de Turismo. La Paz-Bolivia.
- VICEMINISTERIO DE TURISMO BOLIVIA. *Plan Nacional de Turismo (2006-2011)* La Paz-Bolivia.

FUENTES DE INFORMACION A LAS QUE SE ACUDIO

- Viceministerio de Turismo de Bolivia
- Prefectura del Departamento de La Paz
- Gobierno Municipal de San Buenaventura
- Servicio Nacional de Areas Protegidas
- Conservación Internacional (Rurrenabaque)
- Centro Indígena del Pueblo Tacana
- Universidad Mayor de San Andrés (Carrera de Turismo y la Facultad de Biología)
- Instituto de Desarrollo Regional (IDR)