

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS
CARRERA DE CIENCIAS POLITICAS

**“DESARROLLO DEL TURISMO EN
EL ALTIPLANO NORTE”**
(DIAGNOSTICO SITUACIONAL)

**(PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCION
DEL TITULO DE LIC. POLITOLOGO DE LA
CARRERA DE CIENCIAS POLITICAS DE LA UMSA)**

Postulante: Alexander Alvarado Foronda

Tutor: Licenciado Julio Ballivián Ríos

AGOSTO DE 2010
LA PAZ --- BOLIVIA

ÍNDICE

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii

Capítulo I

Elaboración Metodológica

1. Introducción	4
2. Justificación	5
3. Planteamiento del problema	6
4. Objetivos	6
4.1. Objetivo general	6
4.2. Objetivo Secundarios	6
5. Marco Conceptual	6
5.1. Políticas Públicas	6
5.2. Plan	8
5.3. Planificación	10
5.4. Región	12
5.5. Turismo	15
6. Metodología	21

Capítulo II

Vías de Comunicación

2.1. Distancia	25
2.2. Principales Carreteras	26
2.2.1. Principales tramos y longitudes	26
2.3. Transportes	31

2.3.1. Transporte terrestre	32
2.3.2. Transporte pluvial	35
2.3.3. Transporte férreo	37
2.4. Red de Comunicaciones	40
2.4.1. Existencia y servicios de: DITER ENTEL, radio comunicación, telefonía, aficionados y otros (Internet, fax).	40
2.4.2. Medios de comunicación: TV, radioemisoras, prensa escrita, etc.	43
2.5. Conclusiones del capítulo II	51

Capítulo III

Atractivos Turísticos

3.1. Descripción del Lugar	54
3.2. Patrimonio Cultural	61
3.2.1. Ruinas, cavernas, aguas termales, templos y otros	62
3.3. Principales Fiestas	71
3.3.1. Religiones y creencias	72
3.3.2. Calendario festivo y ritual	73
3.4. Principales Productos Artesanales	77
3.4.1. Tejidos (lana, alpaca, oveja, totora)	77
3.4.2. Cerámica	79
3.4.3. Alfarería	81
3.4.4. Orfebrería	82
3.4.5. Madera	84
3.5. Conclusiones del capítulo III	86

Capítulo IV

Infraestructura Turística

4.1. Agencia de Viajes	88
4.2. Oficinas de Información Turística	91

4.3. Hoteles, Alojamientos, Posadas y otros	93
4.4. Restaurantes	96
4.5. Servicio de Emergencia	100
4.6. Flujo Turístico	102
4.7. Conclusiones del capítulo IV	106

CAPITULO V

Desarrollo Matrices FODAS

Matriz FODA capítulo II	108
Recomendaciones	109
Matriz FODA capítulo III	110
Recomendaciones	111
Matriz FODA capítulo IV	112
Recomendaciones	112
Bibliografía	114
Anexos	116
Índice de cuadros	137
Índice de Gráficos	138

CAPITULO I

ELABORACION METODOLOGICA DE PROYECTO DE GRADO **“DESARROLLO DEL TURISMO EN EL ALTIPLANO NORTE”** **(DIAGNOSTICO SITUACIONAL)**

1. Introducción

El presente trabajo de investigación se lo realizara dentro el marco de apoyo institucional que se firmo entre la Prefectura y la carrera de Ciencias Políticas, este trabajo tiene la finalidad de brindar un apoyo tanto teórico como metodológico (según el FODA) para la elaboración de los planes regionales que viene realizando la Prefectura de La Paz.

Del presente trabajo, se obtendrá el diagnóstico situacional del Altiplano Norte en cuanto a los términos de referencia como ser: el sistema artesanal, el sistema de turismo e infraestructura, sistema de producción artesanal, el sistema turístico, hotelería, infraestructura, sistema de transporte y aeropuerto, energía eléctrica, red de comunicaciones, etc. Que se desarrollarán utilizando las diferentes metodologías debidamente supervisadas por los docentes conjuntamente los profesionales encargados de la Prefectura para la obtención de un diagnóstico verás, acertado y concreto de la situación actual de la región del Altiplano Norte donde se sitúan las provincias de Omasuyos, Camacho, Ingavi, Los Andes y Manco Kapac con sus diferentes municipios como ser Achacachi, Ancoraimes, Puerto Acosta, Carabuco, Guaqui, Taraco, Tiahuanacu, Desaguadero, Pucarani, Batallas, Puerto Pérez, Copacabana, San Pedro de Tiquina y Tito Yupanqui, de las cuales no se cuenta con una información real para conocer su estado actual y sus necesidades más urgentes.

Debido a la poca interrelación entre las regiones y de estas con la Prefectura se ve la necesidad imperiosa de realizar proyectos y políticas públicas para el desarrollo de las diferentes regiones del departamento de La Paz y así

poder generar un desarrollo impulsado desde adentro (provincias y municipios) hacia fuera (el país) como toda política estatal y departamental debería ser.

2. Justificación

Dentro del lapso de tiempo que se dio en la implementación del proceso de Participación Popular y la Descentralización administrativa en nuestro país, los municipios se han constituido en escenarios importantes, operativos y participativos para generar procesos de desarrollo social, humano y económico, especialmente del área rural. Sin embargo no se ha logrado identificar un escenario intermedio entre el nivel municipal y departamental que articule de manera efectiva y operativa el accionar de la Prefectura con los Municipios para su total incorporación a la cadena productiva de manera dinámica ya que solo se los considera como un elemento que poco están aportando para el desarrollo del departamento como del país entero.

El presente trabajo de investigación se realizará debido a que en el departamento de La Paz y especialmente la Prefectura no cuenta con un documento o información fehaciente de la situación actual de las diferentes regiones ya que los Planes de Desarrollo Municipal aún no se han podido sistematizar para la verificación de los problemas que tiene nuestro departamento los cuales puedan ayudar al planteamiento de proyectos, propuestas y políticas públicas para la realización y posterior implementación de los planes de desarrollo regional que el departamento tanto necesita para impulsar el desarrollo local como el nacional.

Dentro del marco institucional el presente trabajo de investigación tendrá una alta importancia ya que nos permitirá conocer la situación actual de los diferentes municipios que enmarcan la región y de esta manera será de mucha utilidad para la Prefectura en su afán de lograr el progreso para el departamento de La Paz con la elaboración de los planes de desarrollo regional, de la misma manera será de mucha utilidad para la Universidad en calidad de investigación

formando una información real para el apoyo tanto metodológico como teórico para el apoyo de la Prefectura para la posterior marcha de los planes de desarrollo regional que esta institución está realizando.

3. Problema de la investigación

Tanto la Prefectura del Departamento de La Paz y el departamento de La Paz no cuentan con ningún plan de desarrollo a nivel regional, este nivel de planificación permitirá la elaboración de un esquema de planificación técnica y económica basado en la zonificación de las diferentes regiones, atendiendo a las peculiaridades de las diferentes zonas, regiones geográficas y socioeconómicas del Departamento.

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Realizar el diagnóstico situacional de la región provincial del Altiplano Norte para su posterior utilización en la elaboración de proyectos, planes y políticas públicas para el desarrollo de la región.

4.2. Objetivos Específicos

- Determinar cuales son las vías de comunicación con la cual cuenta la región del Altiplano Norte.
- Determinar cuales son los atractivos turísticos que tiene la región.
- Determinar cuál es la infraestructura con la que cuenta la región Altiplano Norte.

5. Marco Conceptual

El marco conceptual del presente trabajo de investigación serán con las siguientes definiciones según su jerarquía: (tentativa de marco conceptual).

5.1. Políticas Públicas .- Las políticas públicas son la disciplina de la ciencia política que tiene por estudio la acción de las autoridades públicas en el seno de la

sociedad, aunque en su diseño e implementación técnica confluyen otras disciplinas como la economía, la sociología e incluso la ingeniería y psicología. La pregunta central de las políticas públicas es: ¿qué producen quienes nos gobiernan, para lograr qué resultados, a través de qué medios?.¹

- En un estado de derecho, las políticas públicas deben ser la traducción de las leyes de una determinada materia (regulación, educación, desarrollo social, salud, seguridad pública, infraestructura, comunicaciones, energía, agricultura, etc.). Éstas deben buscar el logro de los objetivos planteados en el documento de política pública.²

- Las políticas públicas son un instrumento que busca distribuir y redistribuir, los recursos públicos de una ciudad, buscando siempre favorecer al grupo, a la totalidad, esto al menos en la teoría, es decir que se fundamenta y legitima a través del interés general .³

- Cuando se habla de política pública, se hace referencia, al igual que con el otro concepto, a varias cosas, que no son iguales entre ellas, sugiere que se trata de una política encaminada a dar una solución mediata a un problema determinado, de acuerdo a una de sus variadas definiciones.⁴

- El concepto de políticas públicas parte del entendido que una Política Pública es aquella que se construye a partir de los diferentes estamentos públicos en la búsqueda de un objetivo específico, con el fin de buscar el logro de bienestar común.⁵

- En un concepto mucho más estructurado, donde se concluye que una Política Pública parte de la estructuración de acciones construidas

¹ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 20 de agosto del 2008

² (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 20 de agosto del 2008

³ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 20 de agosto del 2008

⁴ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 20 de agosto del 2008

⁵ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 20 de agosto del 2008

participativamente en torno a un determinado Interés Común y que trasciende los intereses privados o corporativos.⁶

- Una política pública corresponde a cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo público definido en forma democrática; los que son desarrollados por el sector público y, frecuentemente, con la participación de la comunidad y el sector privado.⁷

- Una política pública de calidad son orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales, y la previsión de sus resultados.⁸

- La mínima definición de una política pública es que sea un flujo de información, en relación a un objetivo público, desarrollado por el sector público y consistente en orientaciones. Cada nivel político-administrativo requiere diseñar, gestionar y evaluar políticas públicas, o aspectos de ellas. En algunos análisis, el Estado aparece como el responsable de determinar por sí solo las políticas a seguir y debería ser también su único ejecutor. Para cumplirlas sólo podría utilizar los métodos ya conocidos en el pasado y la única evaluación posible, serían las elecciones. La riqueza de una sociedad se mide por la complejidad de su agenda pública, así como por su capacidad de procesarla. De allí, que en la democracia, debe educar a sus ciudadanos en su habilidad de expresarse públicamente. En el mediano plazo, la agenda pública tiene diversos grados de concreción: algunos objetivos se realizan, otros sólo parcialmente. Algunos son superados u olvidados. Una parte de la agenda social es convertida en programa y sujeta a la aprobación de la ciudadanía.⁹

5.2. Plan.- Dentro de las diversas definiciones que se le han dado al Plan diversos autores coinciden en definir como una toma anticipada de decisiones

⁶ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 20 de agosto del 2008

⁷ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 20 de agosto del 2008

⁸ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 20 de agosto del 2008

⁹ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 20 de agosto del 2008

destinada a reducir la incertidumbre y las sorpresas, y a guiar a la acción hacia una situación deseada , mediante una instrumentación reflexiva de medios. ¹⁰

- El Plan es el acto anticipatorio en el tiempo, la imagen de los futuros y las respuestas posibles. ¹¹

- El Plan es el porvenir deseado y encara la elaboración de previsión de situaciones y de acciones con vistas a satisfacer una intencionalidad, una vocación de alcanzar determinadas situaciones que forman parte del deseo. ¹²

- La definición de “ Plan está presente siempre en la idea de futuro y de construcción del porvenir mediante la acción , y se presenta a la reflexión como un conjunto de interrogantes y de conjeturas sobre el devenir posible, como incógnitas a develar sobre sucesos que pueden acontecer o como situaciones deseadas a mantener o alcanzar. ¹³

- La noción de Plan presupone un conjunto de connotaciones, tales como las de previsión, organización, coordinación de esfuerzos y control de acciones y de resultados. La previsión como una visión anticipatorio de lo que vendrá, la organización como una diferenciación y armonización de los diferentes roles a cumplir y recursos o medios a instrumentar la acción, la coordinación de esfuerzos como una inducción de sinergia que unifique la diversidad de componentes hacia el cumplimiento de aspectos complementarios de la acción y el control de procesos y resultados como una revisión constante de la trayectoria de la acción hacia la situación deseada, con vistas a corregir los desvíos que se pudieran presentar. ¹⁴

¹⁰ OSSORIO , Alfredo 2002 . “ Planeamiento Estratégico Buenos Aires “

¹¹ OSSORIO , Alfredo 2002 . “ Planeamiento Estratégico Buenos Aires “

¹² OSSORIO , Alfredo 2002 . “ Planeamiento Estratégico Buenos Aires “

¹³ OSSORIO , Alfredo 2002 . “ Planeamiento Estratégico Buenos Aires “

¹⁴ OSSORIO , Alfredo 2002 . “ Planeamiento Estratégico Buenos Aires “

- La definición de Plan se asemeja pues a una guía o carta de navegación o mapa en donde se registran los caminos a recorrer, los obstáculos a superar, el destino al que se quiere arribar y los medios necesarios para instrumentar la acción, orientada hacia los propósitos que se pretenden alcanzar.¹⁵

- El concepto de Plan evoca una acción reflexiva e intencional de ordenamiento y encuadre de acciones y de preparación de instrumentos conceptuales y materiales para alcanzar o producir un resultado deseado.¹⁶

- El Plan implica actividades futuras y concierne a las decisiones que se proponen y el futuro resultado de las decisiones del presente.¹⁷

- El Plan es un modelo sistemático que detalla qué tareas se deben llevar a cabo para alcanzar un objetivo, para lo cual se establece metas y tiempo de ejecución.¹⁸

- El Plan es una apuesta y como tal tiene tanta incertidumbre como demuestre el análisis de la solidez de las apuestas parciales que lo componen y de la gran apuesta que lo sintetiza.¹⁹

5.3. Planificación.- Planear significa elegir, definir opciones frente al futuro pero también significa proveer los medios para alcanzarlos.²⁰

- La planeación es algo que se lleva a cabo antes de efectuar una acción , es un proceso que se dirige hacia la producción de uno o más futuros deseados , que no es muy probable que ocurran a menos que se haga algo al respecto .²¹

- La planeación provee un enfoque racional para lograr objetivos preseleccionados, permite salvar la brecha que nos separa del sitio al que queremos ir, la planeación es un proceso que requiere un esfuerzo intelectual,

¹⁵ OSSORIO , Alfredo 2002 . “ Planeamiento Estratégico Buenos Aires “

¹⁶ OSSORIO , Alfredo 2002 . “ Planeamiento Estratégico Buenos Aires “

¹⁷ GOMEZ Ceja, Guillermo: “ Planeación y organización de Empresas ”

¹⁸ KCONTZ , Harold ; WEIHRICH , Heinz . “Administración una Perspectiva Global “

¹⁹ MATUS, Carlos. “ Guía de Análisis teórico, Seminario y Planificación, Método PES ”

²⁰ OSSORIO , Alfredo 2002 . “ Planeamiento Estratégico Buenos Aires “

²¹ ACKOFF, Russell, “ Rediseñando la Empresa del futuro”

requiere determinar conscientemente los cursos de acción a seguir y basar las decisiones en propósitos, conocimientos y estimaciones bien definidos.²²

- Planear no es eliminar la institución, es eliminar la improvisación ya que el planeamiento es instrumento de trabajo por medio del cual las cosas se de la voluntad humana el curso de los acontecimientos.²³

- Los Planes son las formas más diversas preparan, concomitantemente se acompaña la acción y se aprende de lo que en realidad sucede.²⁴

- Planificar es intentar modificar a partir que tienen como contenido común la conciencia y la intencionalidad, opuestos a la fatalidad y al azar.²⁵

- Planificar significa fijar la sucesión temporal de los objetivos y de las medidas aptas para su consecución o sea determinar prioridades, es tarea de estructuración de la acción, y como tal, a cargo de expertos llamados planificadores.²⁶

- Se denomina Plan a la toma anticipada de decisiones que permite prever, organizar, coordinar y controlar situaciones, acciones y resultados, con características como la reflexión previa y concomitante con la acción, la selección y ponderación racional de objetivos y medios que permiten reducir el azar, acciones y decisiones presentes referidas a resultados futuros, la previsión, promoción y estructuración de acciones tendientes a arribar a las metas deseadas con la intención de modificar voluntariamente los acontecimientos y adaptabilidad a los cambios del contexto.²⁷

- La planeación es un procedimiento que implica la selección de misiones y objetivos y de las acciones para llevar a cabo las primeras y alcanzar los

²² KOONTZ, H. Y Weihrich, “ Administración, una perspectiva global ”

²³ LEIFERMAN, Uriel, “ Nociones Organizacionales críticas para el proceso de planificación”

²⁴ LEVY, Alberto, “ Planeamiento Estratégico ”

²⁵ MASSE, Pierre, “ El Plan y el Antiazar ”

²⁶ MORELLO, Agustín, Programa Argentino de Seguridad Social

²⁷ OSSORIO, Alfredo 2002. “ Planeamiento Estratégico Buenos Aires “

segundos que requiere tomar decisiones, esto es, elegir entre alternativas de futuros cursos de acción.²⁸

- Planificar significa establecer parámetros posibles a implementarse en el futuro, es definir hacia donde se quiere ir, que caminos a seguir, para lo cual es necesario conocer los problemas que existen, con qué recursos se cuenta, que ventajas o potencialidades se cuenta y como se los distribuye para arribar al objetivo.²⁹

- La Planificación consiste en decidir el curso de acción que vayan acordes con objetivos o metas para el logro eficiente y eficaz de los mismos.³⁰

- Planificar consiste en reflexionar sobre la naturaleza fundamental de la organización y decidir como conviene situarla o posicionarla en su entorno.³¹

- La Planificación implica que los ejecutivos piensen con antelación en sus objetivos (objetivos y metas se usan como fines hacia los cuales se dirige la actividad) y acciones, y que basan sus actos en algún método plan o lógica, los planes presentan los objetivos de la organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos.³²

- La Planificación es la guía para que la organización obtenga y comprometa recursos requeribles y que las actividades sean congruentes con los objetivos, asimismo que los objetivos puedan ser controlados y medidos.³³

5.4. Región .- Región es una división espacial de un Estado o de un área distinta, determinada por caracteres étnicos, demográficos, históricos, culturales,

²⁸ OROZCO, Loza Flavio 2005. "Referencias Normativas Básicas Para el Funcionamiento de la Organización Estatal "

²⁹ OROZCO , Loza Flavio 2005 . "Referencias Normativas Básicas Para el Funcionamiento de la Organización Estatal "

³⁰ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

³¹ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

³² OSSORIO, Alfredo 2002. "Planeamiento Estratégico Buenos Aires "

³³ OROZCO , Loza Flavio 2005 . "Referencias Normativas Básicas Para el Funcionamiento de la Organización Estatal "

económicos o circunstancias especiales de clima, topografía, administración, gobierno, etc.³⁴

- Etimológicamente procede de regir y su antecedente inmediato es el nombre de reino. En el siglo XIX el nombre de los países se confundía con el de reinos, aunque no se tratara de monarquías.³⁵

- La región es una agrupación de ciudades o municipios, ligados entre sí por razones geográficas e históricas, y asociados en una unidad política superior que proporcione una mejor defensa contra enemigos comunes y una mayor abundancia de medios que permitan la realización integral de los fines humanos.

Lo mismo que se dijo de los municipios, la región goza como toda sociedad, de propia autoridad o autarquía, no independiente y soberana, sino dependiente y subordinada a la autoridad del Estado del que forma parte. Independencia y autarquía que el Estado a su vez, en virtud del principio de subsidiariedad, debe respetar, sin inmiscuirse en todo lo que concierne al campo de acción regional, si no es para ayudar subsidiariamente en aquello que la región necesite y no pueda por sí sola y por lo mismo solicite del Estado.

Es de advertir que así como el individuo al integrarse y vivir en una familia y las familias al integrarse y constituir un municipio no pierden ni tienen por qué perder nada de su fisonomía y personalidad propia, aunque no gocen ya de la misma libertad e independencia, que viviendo aisladamente; de la misma manera, los municipios, al formar las regiones y las regiones al unirse y formar un Estado, no pierden tampoco su fisonomía y personalidad propia, es decir, de su autonomía y autarquía, si bien queda ésta subordinada y dependiente de la autoridad suprema del Estado. Y lo que pierden de independencia, lo ganan al solidarizarse con el Estado y conseguir así lo que aisladamente no podrían conseguir.

Entre la región y el municipio no hay políticamente diferencia esencial, sino accidental, que proviene de la mayor extensión territorial y de la mayor

³⁴ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

³⁵ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

complejidad de servicios y medios, etc., de que dispone la región. Pero no hay diferencia específica respecto del fin esencial, que es, tanto en el municipio, como en la región, el bien común integral o sea proporcionar, además de la defensa de los derechos y libertades, los medios y condiciones de vida para la mejor realización de los fines de la persona humana.

Hay que distinguir entre municipios y regiones históricas y municipios y regiones administrativas.

Los municipios y regiones históricas son sociedades naturales políticas, anteriores al Estado, y por consiguiente con derechos, leyes y costumbres etc., que les son propias y que no deben al Estado, y que éste debe reconocer y conservar según lo pactado. La razón es evidente, porque el orden natural pide que primero fuese la familia, que por evolución natural y agregación espontánea de otras, situadas unas junta a otras en el mismo territorio, forman una ciudad o municipio. Después, diversos municipios, cercanos -comarcales- forman la que del nombre geográfico se llama la región; y finalmente, varias regiones, uniéndose entre sí forman una unidad política superior e independiente, el Estado. La historia confirma esta apreciación a priori, donde quiera que hayan existido verdaderas regiones geográficas.

Estas regiones históricas se han formando y existen antes que el Estado, del que forman parte, y al que han dado existencia, al menos parcialmente, por su integración con las otras regiones o estados. Estas regiones históricas han podido gozar no sólo de autarquía, sino hasta de independencia y soberanía política. Pero bien por razones justas de pactos, bien por conquista, han perdido su independencia y soberanía, y se han integrado en el Estado.³⁶

- La región es una sociedad pública, una nación incipiente, que sorprendida en un momento de su desarrollo por una necesidad poderosa, que ella no puede satisfacer, se asocia con otras naciones, incipientes como ella, y les comunica

³⁶ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

algo de su vida y se hace participe de la de ellas; pero marcando bien las líneas de su personalidad y manteniendo íntegros, dentro de la nueva unidad, todos aquellos atributos, que la constituyen. Así formada la región llega a tener personalidad histórica y jurídica, posee franquicias, y para regir su vida interior tiene también la expresión, unas veces de su lenguaje, casi siempre de su derecho e historia particular y privada con instituciones particulares, que le son tan propias como su lenguaje (Discurso en el Congreso, 18 de junio 1907).³⁷

- Las regiones administrativas o provincias son divisiones regionales, organizadas por el poder central para la mejor administración y gobierno de la Nación. Son, por consiguiente, posteriores al Estado y gozan de aquellos derechos y organización, que el poder central, que las instituye, quiera concederles.³⁸

5.5. Turismo.- El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, etc. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.³⁹

- Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.⁴⁰

- El Turismo es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas (agricultura, construcción, fabricación) y de los

³⁷ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

³⁸ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

³⁹ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

⁴⁰ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas.⁴¹

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a las olimpiadas (que tenían lugar cada 4 años en la ciudad de Olimpia), a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódona.

Durante el Imperio Romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso de una villa de vacaciones a orillas del mar). Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que permitió a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.

Durante la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del santo), fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes). En el mundo Islámico el Hajj o peregrinación a La Meca es uno de los cinco Pilares del Islam obligando a todos los creyentes a esta peregrinación al menos una vez en la vida.(Pavel)

⁴¹ (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

Las peregrinaciones continúan durante la Edad Moderna. En Roma mueren 1500 peregrinos a causa de una peste.

Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

Ésta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar. A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el gran-tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

El Grand Tour es un viaje motivado por la necesidad de instrucción de estos jóvenes aristócratas que en un futuro habrán de gobernar su país. Del conocimiento "in situ" de la grandeza de Roma, París o Atenas así como de los debates en los cafés de los grandes centros termales, los viajeros deberían aprender como llevar las riendas de un Imperio como el británico. Para algunos autores éste es el auténtico fenómeno fundacional del turismo moderno ya que surge como un fenómeno revolucionario en paralelo al resto de transformaciones que se dan en la Ilustración.

Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo

XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.

Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América. Es el gran momento del transporte marítimo y las compañías navieras.

Comienza a surgir el turismo de montaña o salud: Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto. Es también la época de las playas frías (Costa azul, Canal de la Mancha,...).

En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del mundo "Thomas Cook and son".

En 1867 inventa el bono o voucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.

Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes "American Express" que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por

ejemplo el travel-check (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

Cesar Ritz es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración. (convirtió los hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo que le llamaban “mago”).

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector.

La recuperación económica, especialmente de Alemania y Japón, fue asombrosa elevando los niveles de renta de estos países y haciendo surgir una clase media acomodada que se empieza a interesar por los viajes.

Pero la recuperación elevando el nivel de vida de sectores más importantes de la población de los países occidentales. Surge la llamada sociedad del bienestar en la que una vez cubiertas las necesidades básicas aparece el desarrollo del nivel de formación y el interés por viajar y conocer culturas. Por otra parte la nueva legislación laboral adoptando las vacaciones pagadas, la semana inglesa de 5 días laborales, la reducción de la jornada de 40 horas semanales, la ampliación de las coberturas sociales (jubilación, desempleo,...), potencian en gran medida el desarrollo del ocio y el turismo.

También éstos son los años en los que se desarrollan los grandes núcleos urbanos y se hace evidente la masificación, surge también el deseo de evasión, escapar del estrés de las ciudades y despejar las mentes de presión.

En estos años se desarrolla la producción de autos en cadena que los hace cada vez más asequibles, así como la construcción de carreteras y autopistas,

permite un mayor flujo de viajeros. De hecho, la nueva carretera de los Alpes que atraviesa Suiza de Norte a Sur supuso la pérdida de la hegemonía de este país como núcleo receptor, ya que ahora los turistas cruzan Suiza para dirigirse a otros países con mejor clima.

En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Tupolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales charter.

En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud,...) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo. Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de

monumentos, etc.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados. El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.⁴²

6. Metodología

Dentro de lo que se refiere a la investigación las diferentes metodologías que se utilizarán para la realización del trabajo son las siguientes:

- Primer paso; realizaremos la identificación del problema de investigación que ya esta establecida en el proyecto de grado (Trabajo de Investigación tipo Consultoría).

- Segundo paso; realizaremos la técnica de recolección de datos e información de la región mediante las fuentes secundarias (la consulta de bibliografía disponible como ser los Planes de Desarrollo Municipal, los Planes Operativos Anuales, otros textos) para tener una idea de la situación en la que se encuentra la región.

Tercer paso; con la obtención de la información requerida se realizará el ordenamiento de toda la información recopilada para la elaboración de los instrumentos metodológicos como ser la matriz de la operacionalización de variables que nos permitirá dar un análisis concreto y preciso y a la vez nos permitirá realizar la sistematización de dicha información para obtener una tentativa de diagnóstico. La matriz de operacionalización de las variables nos

⁴² (<http://www.wikipedia.gob>) visitado el 22 de agosto del 2008

permitirá realizar la descripción del trabajo de investigación en todas sus facetas desde el planteamiento del perfil de investigación hasta el desarrollo de la misma para que en base a este diagnóstico se pueda realizar las propuestas.

La matriz de la operacionalización de variables para la investigación es la siguiente:

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	INDICADORES
VIAS DE COMUNICACIÓN	<p>2.1. DISTANCIA</p> <p>2.2. PRINCIPALES CARRETERAS</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.1. Principales tramos, longitudes</p> <p>2.3. TRANSPORTES</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.1. Terrestres (Buses, Minibuses, camiones flotas, etc.)</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.2. Pluviales</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.3. Férreas</p> <p>2.4. RED DE COMUNICACIONES</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.1. Existencia y servicios de: DITER ENTEL, radio comunicación, telefonía, aficionados y otros (Internet, fax).</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.2. Medios de comunicación: TV, radioemisoras, prensa escrita, etc.</p>
ATRATIVOS	<p>3.1. DESCRIPCION DEL LUGAR</p> <p>3.2. PATRIMONIO CULTURA</p> <p style="padding-left: 20px;">3.2.1. Ruinas, cavernas, aguas termales, templos y otros</p> <p>3.3. PRINCIPALES FIESTAS</p> <p style="padding-left: 20px;">3.3.1. Religiones y creencias</p>

<p>TURISTICOS</p>	<p>3.3.2. calendario festivo y ritual</p> <p>3.4.PRINCIPALES PRODUCTOS ARTESANALES</p> <p>3.4.1. Tejidos (Lana, Alpaca, Oveja, totora).</p> <p>3.4.2. Cerámica</p> <p>3.4.3. Alfarería</p> <p>3.4.4. Orfebrería</p> <p>3.4.5. Madera</p>
<p>INFRAESTRUCTURA TURISTICA</p>	<p>4.1. AGENCIA DE VIAJES</p> <p>4.2. OFICINAS DE INFORMACION TURISTICA</p> <p>4.3. HOTELES, ALOJAMIENTOS, POSADAS, OTROS</p> <p>4.4. RESTORANTES</p> <p>4.5. SERVICIOS DE EMERGENCIA</p> <p>4.5.1. Postas Sanitarias</p> <p>4.5.2. Hospitales</p> <p>4.6. FLUO TURISTICO</p>

Fuente: Elaboración propia

-Cuarto paso; posteriormente con el asesoramiento pedagógico y metodológico de los docentes encargados de la orientación del trabajo se podrá realizar el respectivo análisis cuantitativo mediante el llenado de porcentajes de los respectivos temas en determinadas matrices que se elaborarán con la supervisión de los docentes, una vez realizado la sistematización de los datos realizaremos un análisis cualitativo para la posterior interpretación de toda la información obtenida, ya con el diagnóstico concluido se podrá realizar la elaboración del método de Fortalezas , Oportunidades , Debilidades y Amenazas (FODA) para lograr de esta manera la elaboración de las respectivas propuestas de posibles soluciones que se podrán implantar en la región para su desarrollo .

MATRIZ FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES	POTENCIALIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS	LIMITACIONES

Fuente: Elaboración INCIIP

- Quinto paso ; finalmente se pasara a realizar la técnica de recopilación de datos mediante las fuentes primarias (mediante la observación directa de la región con los diferentes viajes a realizarse en el transcurso de la elaboración del trabajo de investigación) que nos permitirá valorizar todo el trabajo de investigación mediante dos talleres, el primer taller se lo realizara con el consejo municipal con la técnica de revisado del diagnóstico de estos municipios, el segundo taller se lo realizará directamente con el alcalde municipal en calidad de informante clave para la comparación de la información que se nos pueda brindar con el diagnóstico realizado y de esta manera nos permitirá dar un documento serio y concreto de los problemas que presenta la región y que impide el desarrollo de la misma , con estas características este documento posibilitará la realización de los planes de desarrollo regional que la prefectura del Departamento de La Paz está elaborando para su posterior implantación .

CAPITULO II

VIAS DE COMUNICACIÓN

El objetivo principal y que toda sociedad persigue durante siglos en el mundo entero es mejorar su situación a nivel de muchos factores tanto económicos, sociales, culturales y también intelectual, muchas de las sociedades especialmente del viejo continente lo han logrado en tanto que muchos países de todos los continentes en especial los del nuevo continente como lo denominan al continente americano no han logrado crecer en estos temas y por esta razón tampoco han logrado un desarrollo para sus países.

En el presente capítulo se desarrollará varios temas de importancia para las sociedades, el principal tema a tratar son las vías de comunicación del departamento de La Paz específicamente en la región del Altiplano Norte al cual pertenecen los municipios de Achacachi, Ancoraimes, Puerto Acosta, Carabuco, Guaqui, Taraco, Tiahuanacu, Desaguadero, Pucarani, Batallas, Puerto Pérez, Copacabana, San Pedro de Tiquina y Tito Yupanqui de diferentes provincias del departamento. Se tocará la importancia de estas vías ya que el desarrollo de los países pasa por primera instancia por la comunicación que se tiene en su territorio, las facilidades que estas permitan tanto para el traslado de los productos agrícolas que se producen hasta la conexión con la realidad del país entero.

Otro tema de mayor importancia son los medios con los cuales cuentan los ciudadanos para información que estos puedan brindar a la población para que dicha población esté en constante información para el desarrollo intelectual, cultural y moral que deben tener las sociedades para un constante desarrollo para el bien de la región, del departamento y del país entero.

2.1. Distancia.

Desde la creación del Departamento de La Paz mediante Decreto Supremo del 23 de enero de 1826 hasta la actualidad ha tenido un cambio muy superficial

en lo que se refiere a la conexión carretera dentro del interior del Departamento, en las condiciones actuales las carreteras están poco conservadas y en su defecto existen muchas de ellas que se encuentran en un estado de abandono, en pleno siglo XXI se puede encontrar aún carreteras de tierra cuyo estado se encuentra en precariedad.

La región del Altiplano Norte perteneciente al circuito turístico del Lago Titicaca aún cuenta con pocos mejoramientos en las carreteras que se conectan tanto entre los municipios como con la Sede de Gobierno. Las distancias son variadas por la proximidad de los municipios donde este puede durar 2 horas hasta el municipio más cercano, también se cuenta con municipios alejados donde el viaje se hace muy largo ya que este puede durar hasta 6 horas.

Por las características de la zona se cuenta con diversos paisajes en la región teniendo desde un paisaje árido hasta un verdadero paraíso.

2.2. PRINCIPALES CARRETERAS.

2.2.1. Principales tramos y longitudes.

Dentro de la región del Altiplano Norte las principales carreteras que se conectan con la sede de Gobierno están en un estado aceptable ya que la mayoría de estas pertenecen a las redes camineras troncales que conectan a varios municipios no solo de la región sino también con otras regiones del Departamento de La Paz.

CUADRO Nº 1
DISTANCIAS

PROVINCIA	MUNICIPIO	DISTANCIA
OMASUYOS	Achacachi	96 KM desde la sede de gobierno
	Ancoraimes	135 KM desde la sede de gobierno
CAMACHO	Puerto Acosta	202 KM desde la sede de gobierno
	Carabuco	162 KM desde la sede de gobierno
INGAVI	Guaqui	91 KM desde la sede de gobierno
	Taraco	94 KM desde la sede de gobierno
	Tiahuanacu	72 KM desde la sede de gobierno
	Desaguadero	113 KM desde la sede de gobierno
LOS ANDES	Pucarani	50 KM desde la sede de gobierno
	Batallas	60 KM desde la sede de gobierno
	Puerto Pérez	67 KM desde la sede de gobierno
MANCO KAPAC	Copacabana	158 KM desde la sede de gobierno
	San Pedro de Tiquina	117 KM desde la sede de gobierno
	Tito Yupanqui	147 KM desde la sede de gobierno

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos de la ABC.

En el cuadro se puede observar que el tramo más largo que se recorre para llegar a uno de los municipios de la región es la carretera hacia Puerto Acosta con una longitud de 202 Km. y en tanto el municipio más cercano es el municipio de Pucarani con una longitud de 50 Km. estas distancias están relacionadas con la sede de gobierno.

Dentro de los parámetros establecidos por la ABC (Administradora Boliviana de Carreteras), las condiciones en las que se encuentran las carreteras que nos permiten llegar a los diferentes municipios de la región están en buen estado y no así las carreteras secundarias que en muchos casos se encuentran en un estado malo y en otros regular existiendo algunos que están en buen estado.

CUADRO Nº 2
PRINCIPALES CARRETERAS
RED CAMINERA

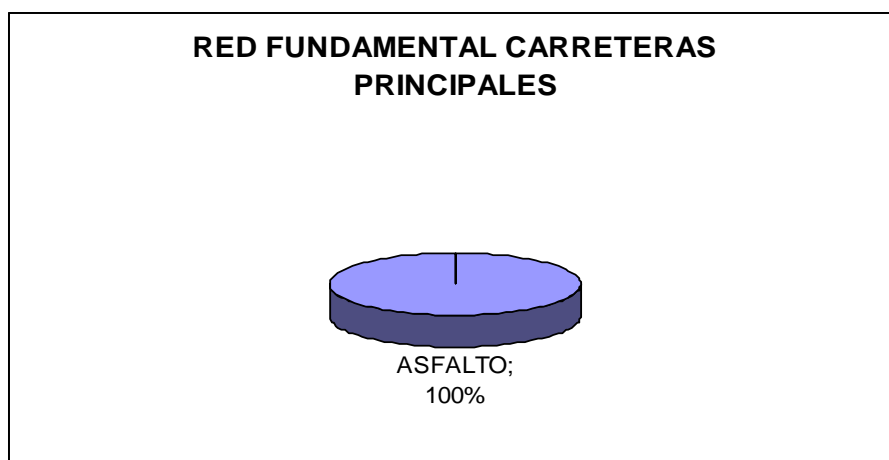
PROVINCIA	MUNICIPIO	ASFALTO	RIPIADO	TIERRA	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	SI	NO	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto
	Ancoraimes	SI	NO	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto
CAMACHO	Puerto Acosta	SI	NO	NO	Caminos secundarios son de tierra
	Carabuco	SI	NO	NO	Caminos secundarios son de tierra
INGAVI	Guaqui	SI	SI	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto
	Taraco	SI	NO	SI	Caminos secundarios son de tierra
	Tiahuanacu	SI	NO	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto
	Desaguadero	SI	NO	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto
LOS ANDES	Pucarani	SI	NO	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto
	Batallas	SI	NO	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto
	Puerto Pérez	SI	NO	SI	Caminos secundarios son de tierra
MANCO KAPAC	Copacabana	SI	NO	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto
	San Pedro de Tiquina	SI	NO	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto
	Tito Yupanqui	SI	NO	NO	Caminos secundarios de tierra y asfalto

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos de la ABC.

En el cuadro se puede observar que la mayoría de las carreteras están asfaltadas con muy poca combinación entre asfaltado y tierra como se presentan en los municipios de Taraco y Puerto Pérez y tan solo la combinación de asfalto y ripiado en un solo municipio que es Guaqui. Las redes fundamentales ayudan en demasía el tránsito que se debe realizar desde las ciudades hacia los municipios y viceversa tanto para la comercialización de los diferentes productos que los pobladores tienen como para el abastecimiento de las ciudades con estos productos.

Por otro lado se puede observar que en su mayoría los caminos secundarios (carreteras que conectan las poblaciones de los diferentes cantones del interior de un municipio), son de tierra con muy pocos metros de asfalto que en algunos municipios sólo son de tierra dificultando así el tránsito de los ciudadanos dentro o en el interior de su propio municipio.

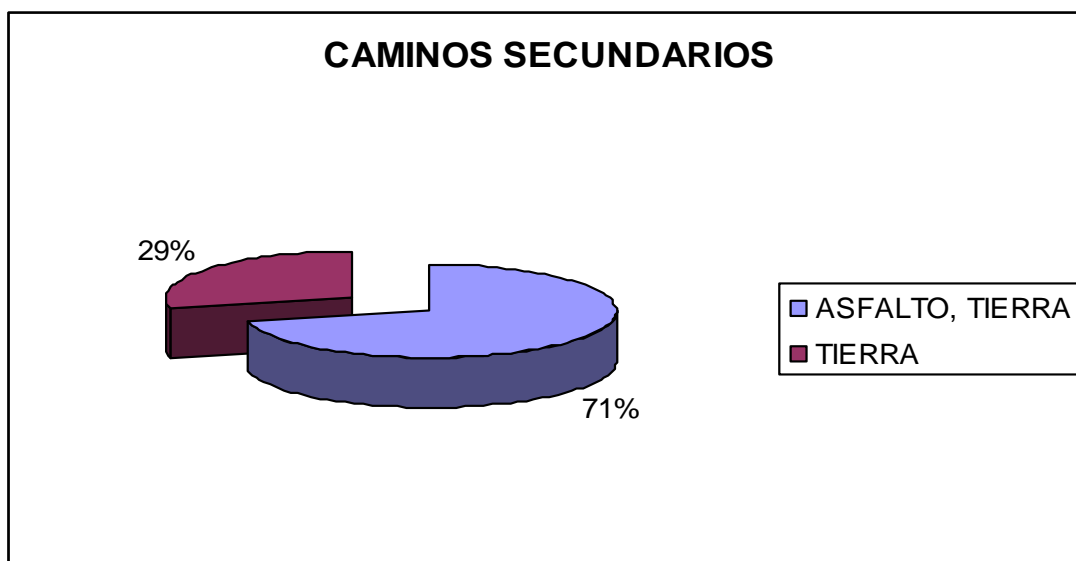
GRAFICO N° 1
RED CAMINERA



En el gráfico se puede observar que todas las carreteras principales que conectan a los municipios de la región del Altiplano Norte en un 100% de su extensión están debidamente asfaltadas ya que estas representan las principales

carreteras del departamento que conectan a la sede de gobierno con los diferentes municipios a nivel departamental y también con otras ciudades y países, pero que no presentan un debido mantenimiento en gran parte de estas carreteras pudiendo así observar constantemente quejas del sector transportes ya que los caminos se encuentran en algunos casos en refacción o en mantenimiento dejando ver el perjuicio al que se someten en el transcurso de su ejecución.

GRAFICO N° 2
RED CAMINERA



En el gráfico n° 2 se puede observar que las carreteras secundarias de los municipios de la región tan solo en un 71% de dichas carreteras están en parte asfaltadas con un porcentaje de tierra lo cual nos permite establecer que no se ha podido mejorar en un 100% de las carreteras que conectan con los diferentes cantones de los municipios, mientras tanto que en un 29% de estas carreteras se encuentran en un estado de total precariedad siendo estos de tierra lo cual llama la atención ya que los diferentes municipios no están poniendo su atención a las vías de comunicación dentro de sus municipios y que estos pueden en gran

medida afectar al desarrollo tanto del mismo municipio como de la región y por que no decirlo del departamento de La Paz.

Anualmente los municipios cuentan con un porcentaje de los recursos que el gobierno destina a los municipios tanto para el mejoramiento de las carreteras y las vías de comunicación de los diferentes municipios de la región, estos deben ser debidamente supervisados por los alcaldes de estos municipios y por los comités ejecutivos de cada uno de estos, debiendo mantenerse la calidad de los servicios públicos lo cual no sucede con muchos de estos, es cierto que dichos recursos no son suficientes para el asfaltado de todas las carreteras secundarias pero esto no implica que se mantengan en estado lamentable destinando lo mínimo para su mantención.



Foto: Camino secundario de Tiwanacu.

2.3. Transportes.

La región del Altiplano Norte el principal medio de transporte es el terrestre que cuenta con un variado servicio de transporte vehicular para llegar a los diferentes municipios de esta región, se puede encontrar desde un minibús hasta

bus y flotas que permiten acceder hasta los municipios, que se pueden utilizar el servicio desde diferentes puntos de la ciudad de La Paz.

En tanto dentro de los municipios también se cuenta con servicios de transporte tanto terrestre como fluvial que conectan muchos municipios entre si, no se puede decir lo mismo de las vías de comunicación férreas ya que tan sólo dos municipios cuentan con estas vías férreas que a la vez sólo en un municipio se puede transportarse mediante este servicio.

2.3.1. Transporte terrestre.

En el sector de transporte terrestre se puede observar diferentes servicios por las características que presenta la región ya que es un importante centro de turismo especialmente por los municipios de Copacabana y Tiwanacu que representan los centros más representativos del turismo Boliviano.

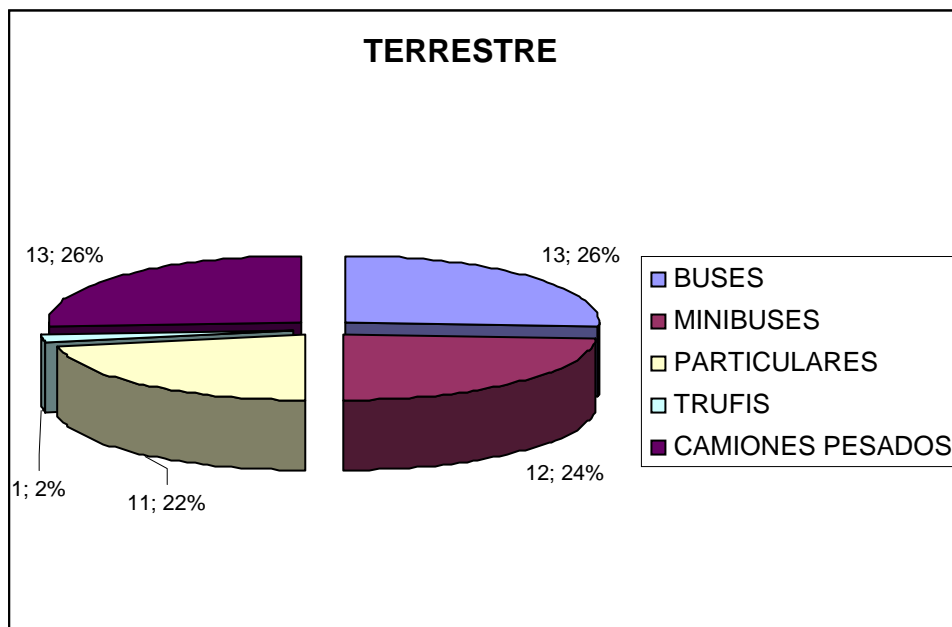
CUADRO N° 3
TRANSPORTES TERRESTRES

PROVINCIA	MUNICIPIO	BUS	MINIBUS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	SI	SI	Camiones pesados y particulares
	Ancoraimes	SI	SI	Camiones pesados y particulares
CAMACHO	Puerto Acosta	SI	SI	Camiones pesados y particulares
	Carabuco	NO	SI	Camiones pesados
INGAVI	Guaqui	SI	SI	Camiones pesados y particulares
	Taraco	SI	SI	Particulares
	Tiahuanacu	SI	SI	Camiones pesados y particulares
	Desaguadero	SI	SI	Camiones pesados y particulares
LOS ANDES	Pucarani	SI	SI	Camiones pesados
	Batallas	SI	NO	Camiones, trufis y particulares
	Puerto Pérez	SI	NO	Camiones pesados
MANCO KAPAC	Copacabana	SI	SI	Camiones pesados y particulares
	San Pedro de Tiquina	SI	SI	Camiones pesados y particulares
	Tito Yupanqui	SI	SI	Camiones pesados y particulares

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos de monografías de las provincias.

En el cuadro se puede observar que para llegar a los municipios existe un variado sistema de servicio vehicular entre los cuales podemos mencionar a los buses y minibuses que por la gran afluencia tanto de turistas como de personas nacionales y del mismo municipio que se traslada tanto a los diferentes municipios como a la ciudad de La Paz este servicio cuenta con muchos ejemplares para brindar el servicio. En tanto que se puede observar una característica muy peculiar ya que también se puede observar la circulación de vehículos particulares y de servicio pesado hacia los municipios y también entre los diferentes municipios que pertenecen a la región.

GRAFICO N° 3
SERVICIO DE TRANSPORTES



El sistema de servicio vehicular esta básicamente compuesta por el servicio de los buses que abarcan el 13,26% del total de los servicios, estos parten desde la sede de gobierno especialmente desde la zona del Cementerio General donde se pueden encontrar en todo el día hasta las 22 horas de la noche cuando parte el último bus hacia los municipios. Este servicio varía por los costos de dicho

transporte, este puede ser de primer nivel, segundo y los económicos que pueden llegar a costar hasta 20 Bs. por lo alejado del municipio.

En segundo lugar podemos mencionar que es el servicio de los camiones pesados que representan el 13.26% del total de los servicios de transportes, estos bien pueden ser para el traslado de la carga de los diferentes productos de la región como también para el traslado de personas encima de la misma carga lo cual es muy peligroso ya que estos no cuentan con un reglamento para evitar estos excesos, por estas características se puede evidenciar que la región tiene una importante incidencia dentro de lo que se refiere a la economía del departamento y por que no decirlo del país.

Dentro del siguiente servicio encontramos que los minibuses son uno de los más utilizados para el traslado principalmente de pasajeros, representando el 12,24% del servicio total es uno de los medios más disponibles en toda hora y para todas las direcciones dentro de los municipios tanto como de la ciudad a los municipios, este servicio presenta algunas características muy singulares ya que en época de fiesta o de aniversario de los municipios estos se hacen de uso masivo ya que gran cantidad de personas de la región solo asisten a estas fiestas y este medio es una alternativa muy buena.

Con un porcentaje de un 11,22% del total del servicio de transporte terrestre se encuentra los vehículos particulares o privados, este flujo de vehículos esta sujeto a la zona turística que existe en la región como los atractivos del municipio de Copacabana, Tiwuanacu, etc. y a los demás municipios este flujo se presenta en ocasiones de las diferentes fiestas que existen en la región, la mayor parte son vehículos contratados o simplemente propios de cada persona.

Por último se encuentra los vehículos denominados trufis con apenas 1,2% del total de los transportes utilizados por los ciudadanos de la región, esta singular característica de la poca utilización de este medio de transporte se debe a que no todos los municipios de la región cuentan con este servicio ya que solo el municipio de Batallas cuenta con este servicio, que a su vez es sindicalizado pero

solo para la zona y no así abarcan distancias mas largas para llegar a otros municipios.

Vale la pena decir que todos los servicios de transportes terrestres no cuentan con una debida normativa ya que muchos de estos exceden las velocidades permitidas por la carretera y que por esta irresponsabilidad de los conductores muchas veces se han tenido que lamentar hechos de transito con descarrilamientos o choques, también indicar que muchos de estos tampoco respetan la carga permitida por vehículo especialmente los camiones de alto tonelaje o transporte pesado que sobrecargan su capacidad teniendo en algunos casos los famosos vuelcos de campana por el excesivo peso que llevan.

2.3.2. Transporte pluvial.

En cuanto a los medios de transportes por la vía acuática se puede indicar que no todos los municipios de la región cuentan con este servicio, debido a las características de la región que es una mezcla de municipios que cuentan con el acceso al Lago Titicaca y algunos de los restantes municipios no cuentan con este acceso por la separación existente entre estos municipios y el Lago.



Foto: Transporte pluvial en Carabuco.

En el siguiente cuadro se podrá observar las características peculiares de la región en cuanto a los medios de transporte pluvial ya que en una gran mayoría de la región este medio de transporte no es tan característico.

CUADRO N° 4
SERVICIO DE TRANSPORTE PLUVIAL

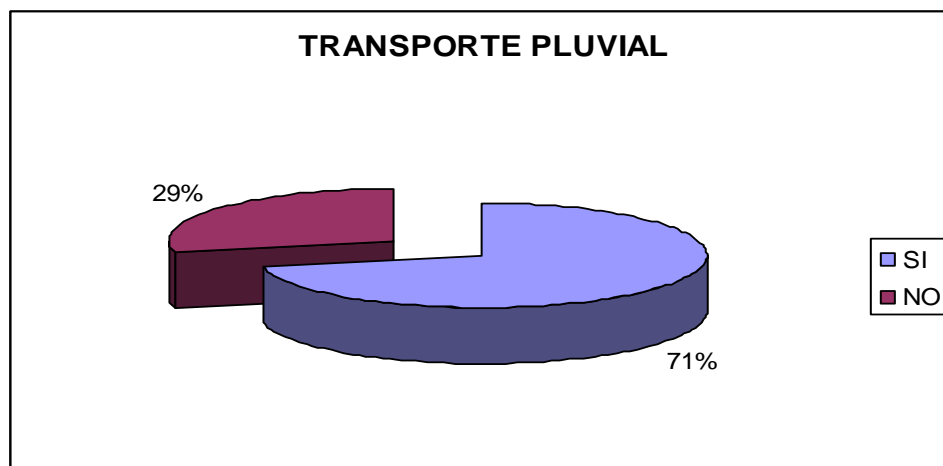
PROVINCIA	MUNICIPIO	LANCHAS Y BOTES
OMASUYOS	Achacachi	NO
	Ancoraimes	NO
CAMACHO	Puerto Acosta	SI
	Carabuco	SI
INGAVI	Guaqui	SI
	Taraco	SI
	Tiahuanacu	NO
	Desaguadero	SI
LOS ANDES	Pucarani	SI
	Batallas	NO
	Puerto Pérez	SI
MANCO KAPAC	Copacabana	SI
	San Pedro de Tiquina	SI
	Tito Yupanqui	SI

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos de monografías de las provincias.

Dentro de la región se puede observar que solo los municipios de Puerto Acosta, Carabuco, Guaqui, Taraco, Desaguadero, Pucarani, Puerto Pérez, Copacabana, San Pedro de Tiquina y Tito Yupanqui son los municipios que tienen el acceso hacia el lago por esta razón estos municipios cuentan con este medio de transporte pero que no existe un plan de servicio de transporte ni siquiera un recorrido de municipio a otro municipio, esto se debe a que la gente de la región no se basa en este medio de transporte. El único servicio de recorrido por medio de este transporte es el que brindan el sindicato de lanchas y botes de San Pedro

de Tiquina que brindan este servicio a los turistas que se apersonan para cruzar el estrecho de Tiquina en el Lago Titicaca para de esta manera llegar a la población de Copacabana y también el sindicato de Copacabana que brinda este servicio a los turistas que hacen su recorrido hacia las islas del sol y de la luna respectivamente.

GRAFICO Nº 4
SERVICIO DE TRANSPORTE



En el gráfico se puede observar que este medio de transporte solo es utilizado por el 71% de los municipios de la región Altiplano Norte, este medio solo es utilizado con fines de realizar una práctica de recolección de peces (pesca) de los comunarios de los municipios que pueden acceder hacia el lago, esta práctica lo realizan durante las tardes y especialmente durante las noches ya que los pescadores se dirigen lo más alejado de la orilla del lago para dejar en estos lugares sus redes de pesca para posteriormente en el transcurso del amanecer recogerlos y llevarlos tanto para su autoconsumo como para la comercialización en las plazas principales de cada municipio.

2.3.3. Transporte férreo.

El transporte férreo o por medio de los ferrocarriles en la región es casi nula debido a que la mayor parte de los municipios no tienen una vía férrea que pase

por los municipios y en los municipios que existe esta vía ya no la utilizan por lo costoso que representa este medio de transporte.

CUADRO Nº 5
SERVICIO DE TRANSPORTE FERREO

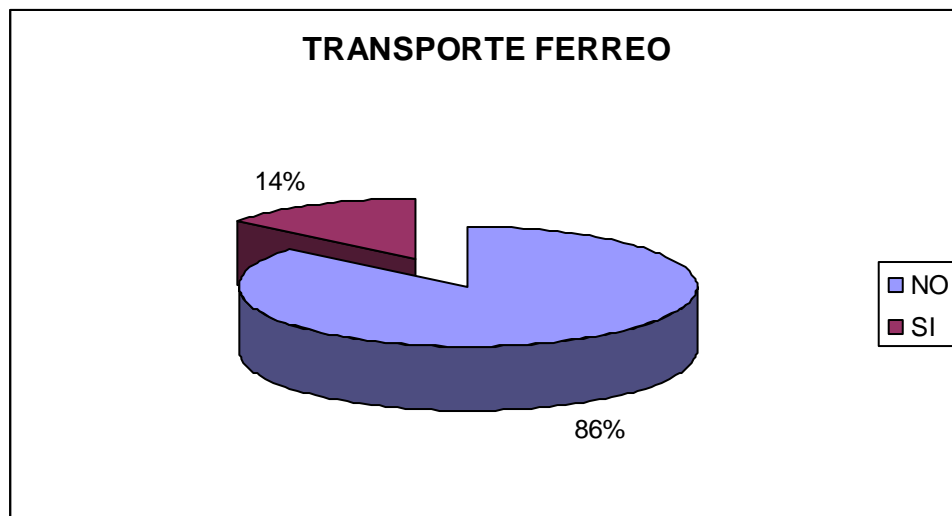
PROVINCIA	MUNICIPIO	FERREA
OMASUYOS	Achacachi	NO
	Ancoraimes	NO
CAMACHO	Puerto Acosta	NO
	Carabuco	NO
INGAVI	Guaqui	SI
	Taraco	NO
	Tiahuanacu	SI
	Desaguadero	NO
LOS ANDES	Pucarani	NO
	Batallas	NO
	Puerto Pérez	NO
MANCO KAPAC	Copacabana	NO
	San Pedro de Tiquina	NO
	Tito Yupanqui	NO

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos de monografías de las provincias.

En el presente cuadro se observa que tan solo dos municipios tienen una vía férrea, estos municipios son Tihuanacu y Guaqui de los cuales sólo el primer municipio tiene un plan de viaje por este medio que parte desde la ciudad de El Alto con un costo de 20 Bs. Por persona y que en su mayoría es utilizado por las agrupaciones de colegiales que van a admirar las maravillas de la cultura tiwanacota, este viaje que se realiza hacia este municipio pasa antes por varios municipios de otras regiones, una vez que llega al municipio de Tihuanacu esta vía férrea sigue hacia el municipio de Guaqui donde esta vía férrea termina pero

que el ferrocarril de este viaje no llega a este municipio que cuenta con una estación de trenes que ya no funciona. Hasta antes de la capitalización de la Empresa Nacional de Ferrocarriles (ENFE)*, esta estación recibía a varios de estos ferrocarriles ya que estos transportaban productos que se embarcaban en el puerto de Guaqui para ser trasladados hacia la República del Perú, este país hacia lo mismo con algunos productos que llegaban al puerto y que luego eran trasladados hacia la ciudad de La Paz y también hacia los diferentes municipios del departamento de La Paz.

GRAFICO Nº 5
SERVICIO DE TRANSPORTE



En el gráfico se puede ver que de toda la región que abarca a 14 municipios tan solo el 14% del total de los municipios cuenta con una vía férrea y que a su

* Durante el Gobierno de Gonzalo Sánchez de Lozada en los años 1992 a 1997 se promulgó la ley de Capitalización y Privatización de las empresas públicas de Bolivia entre ellas la Empresa Nacional de Ferrocarriles ENFE que pasó a manos de la empresa Chilena Cruz Azul que luego de hacerse cargo de esta empresa pública por tres años se declara en quiebra dando de esta manera una estocada final para la muerte de nuestra empresa pública de los Bolivianos, con el desmantelamiento casi total de los pocos equipos con la cual contaba esta empresa estatal.

vez esta vía no cuenta con buen mantenimiento lo cual obliga al poco tránsito por estas vías que no son utilizadas en su totalidad ya que solo este servicio de transporte férreo solo llega a un municipio de los dos que cuentan con las respectivas vías férreas.

2.4. Red de Comunicaciones.

La red de comunicación actualmente dentro de la región se establece en base a los avances tecnológicos que llegan hasta estos municipios como ser la telefonía, radio, TV, Internet, prensa escrita, etc. que en muchos de estos municipios aún no llegan en toda su amplitud y tan solo son muy limitadas debido a la distancia que existe entre estos municipios con referencia de la ciudad de La Paz, en algunos municipios estos servicios llegan con una gran variedad teniendo de esta manera un progreso sustancial por la información y los acontecimientos que van sucediendo en distintos sectores del Departamento de La Paz.

A continuación explicaremos las limitaciones y las ventajas con las que cuentan los diferentes municipios de la región del Altiplano Norte en base a los cuadros que se elaboró de acuerdo a la investigación que se realizó en los diferentes municipios.

2.4.1. Existencia y servicios de: DITER ENTEL, radio comunicación, telefonía, aficionados y otros (Internet, fax).

Se ha podido establecer que dentro los servicios de diter entel, radiocomunicación, telefonía, aficionados y otros, en la región del Altiplano Norte no todos los municipios cuentan con un completo servicio, si bien en la mayoría de los municipios pertenecientes a la región existen estos servicios hay municipios que no cuentan con estos servicios y esto es alarmante ya que el desarrollo de un pueblo esta hecho en base a la buena administración de los recursos tecnológicos y naturales con lo cual algunos municipios no cuentan con el primer elemento.

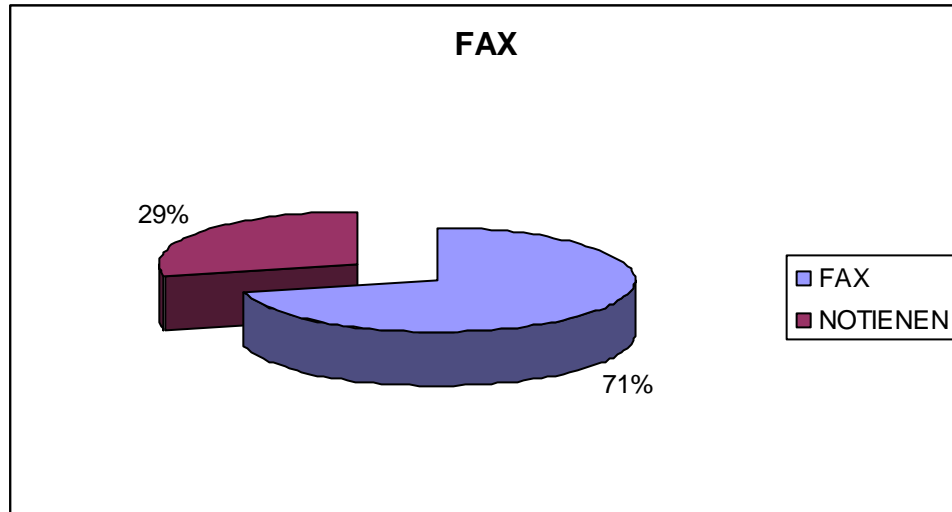
CUADRO N° 6
SISTEMA DE FAX E INTERNET

PROVINCIA	MUNICIPIO	FAX	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	SI	SI se cuenta con el servicio de internet
	Ancoraimes	SI	NINGUNO
CAMACHO	Puerto Acosta	X	X
	Carabuco	SI	NINGUNO
INGAVI	Guaqui	SI	SI se cuenta con el servicio de internet
	Taraco	SI	NINGUNO
	Tiahuanacu	SI	SI se cuenta con el servicio de internet
	Desaguadero	SI	SI se cuenta con el servicio de internet
LOS ANDES	Pucarani	NO	NINGUNO
	Batallas	NO	NINGUNO
	Puerto Pérez	SI	NINGUNO
MANCO KAPAC	Copacabana	SI	SI se cuenta con el servicio de internet
	San Pedro de Tiquina	SI	SI se cuenta con el servicio de Internet
	Tito Yupanqui	NO	NINGUNO

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos de monografías de las provincias.

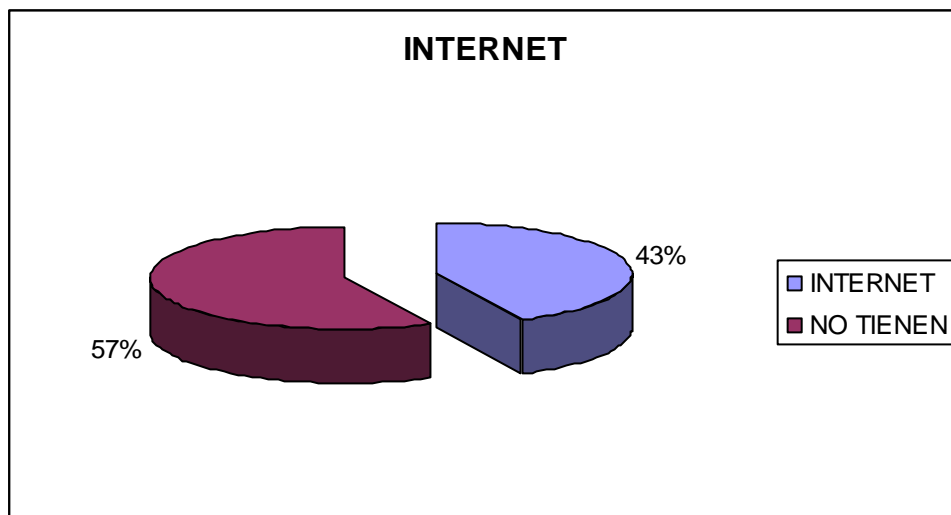
En el cuadro se puede observar que la mayor parte de los municipios no cuentan con un adecuado servicio de fax y de Internet ya que la mayoría de la población no cuenta con estos servicios y más aún ni las propias oficinas de las alcaldías de estos municipios cuentan con algunos servicios.

GRAFICO Nº 6
SISTEMA DE FAX



En el gráfico se puede observar claramente que del total de los municipios que pertenecen a la región del Altiplano Norte tan solo un 71% cuenta con el servicio de Internet en sus oficinas y con un 29% no cuenta con este servicio llegando a la conclusión que la región aún cuenta con grandes carencias incluso para el buen funcionamiento de las funciones ediles que se deben desempeñar en las alcaldías, esto en gran parte debido a que estos municipios priorizan otros servicios en desmedro de aquellos que tampoco son muy necesarios para el buen desenvolvimiento del trabajo de las alcaldías.

GRAFICO Nº 7
SISTEMA DE INTERNET



En el servicio de Internet se puede mencionar que aún es más deficiente ya que tan sólo el 43% de los municipios de la región cuenta con el servicio de Internet y que la mayor parte de los municipios con un 57% no cuenta con este servicio, ni las alcaldías de los municipios y aún peor la población no tiene acceso hacia este servicio retrasando de esta manera el progreso y la investigación para llegar a un estudio científico que tanto hace falta en los municipios para el desarrollo de los mismos y del Departamento.

2.4.2. Medios de comunicación: TV, radioemisoras, prensa escrita, etc.

Los medios de comunicación masiva aún no han mejorado su servicio de transmisión hacia los municipios de la región ya que algunos de estos captan las señales de otros países como el Peruano, si bien se ha podido observar algunas mejoras que en muchos casos sólo fueron sustanciales estos servicios siguen siendo los más requeridos en la población para tener de algún modo contacto con la ciudad y mantenerse informados en todo lo posible de lo que pasa tanto en nuestro departamento como a nivel nacional y por que no decirlo a nivel internacional.

En el siguiente cuadro veremos las características de estos medios de comunicación.

CUADRO N° 7
RED DE COMUNICACIONES

PROVINCIA	MUNICIPIO	RADIOEMISORAS	TELEVISION	PRENSA ESCRITA
OMASUYOS	Achacachi	Si cuenta con su propia radioemisora , las radios más escuchadas son FIDES, SAN GABRIEL , PANAMERICANA, ALIANZA DEL NORTE , OMASUYOS ANDINA, ILLIMANI, LA VOZ CRISTIANA y ALTAR DE DIOS	Si las más vistas son canal 5, 7, 9, y por la cercanía con el Perú muchos canales peruanos	Si solo llega LA RAZON
	Ancoraimes	Si, las más escuchadas son FIDES, SAN GABRIEL y PANAMERICANA	Si las más vistas son canal 11 y 7	SI, EXTRA y EL ALTEÑO
CAMACHO	Puerto Acosta	NO SE CUENTA CON LOS DATOS	NO SE CUENTAN CON LOS DATOS	NO SE CUENTAN CON LOS DATOS
	Carabuco	Si la más escuchadas son MINERA MATILDE, JIWASA y LA VOZ DE LOS ANDES	NO SE CUENTAN CON LOS DATOS	NO SE CUENTAN CON LOS DATOS
INGAVI	Guaqui	Si cuenta con su propia radio llamada Guaqui, entre las más escuchadas son PANAMERICANA, SAN GABRIEL ,FIDES ,APOSTOL SANTIAGO CORAZON AMIGO e ILLIMANI	Si las más vistas son canal 7, 3 de la RED RUBI	Si, las principales son LA RAZON, EXTRA, EL ALTEÑO y EL DIARIO
	Taraco	Si, la más escuchada es la radio TAWANTINSUYO, PANAMERICANA, FIDES y CRUZ DEL SUR	Si las más vistas son canal 7, 2 y 9	NO se cuenta con ningún medio escrito
	Tiahuanacu	Si, la más escuchada es la radio WILLKAKUTI, WIÑAY KHANTATI, TUNUPA, OBISPADO DE LA DIOESIS DEL ALTO y KOLLASUYO MARKA	Si las más vistas son canal 7, 2 de la RED RUBI y 13 TIHUANACU TELEVISION	Si, las principales son LA RAZON, EXTRA, EL ALTEÑO y EL DIARIO

Desarrollo del Turismo del Altiplano Norte

INGAVI	Desaguadero	SI, la más escuchada es la radio WALY	SI las más son canal 7, 2 de la RED RUBI	SI, las principales son LA RAZON, EXTRA, EL ALTEÑO y EL DIARIO
LOS ANDES	Pucarani	SI propias, las más escuchadas son FIDES, SAN GABRIEL, PANAMERICANA y DIOSESIS DE EL ALTO	SI las más vistas son 9, 5, 4 y 11	SI, las principales son LA RAZON, EXTRA, EL ALTEÑO y EL DIARIO
	Batallas	SI propias, las más escuchadas son FIDES, SAN GABRIEL, METROPOLITANA y PANAMERICANA	SI, la única señal televisiva es de canal 7	NO SE CUENTAN CON LOS DATOS
LOS ANDES	Puerto Pérez	SI las más escuchadas son PANAMERICANA, FIDES y SAN GABRIEL	SI la más vista es el canal 7	SI, las principales son LA RAZON, EXTRA, EL ALTEÑO y EL DIARIO
MANCO KAPAC	Copacabana	SI cuenta con su propia radio que es la radio difusoras COPACABANA, las más escuchadas son FIDES, MARKAJA RADIO, MANCO KAPAC, INTI MARKA e ILLIMANI	SI las más vistas son canal 7, 27 y 5 de la RED RUBI	SI, las principales son LA RAZON, EXTRA, EL ALTEÑO y EL DIARIO
	San Pedro de Tiquina	NO SE CUENTAN CON LOS DATOS	NO SE CUENTAN CON LOS DATOS	NO SE CUENTAN CON LOS DATOS
	Tito Yupanqui	SI las más escuchadas son PANAMERICANA, SAN GABRIEL, PACHAMAMA Y COPACABANA	SI las más vistas son canal 2, 4, 7 y 9	SI, las principales son LA RAZON, EXTRA, y EL ALTEÑO

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos de internet.

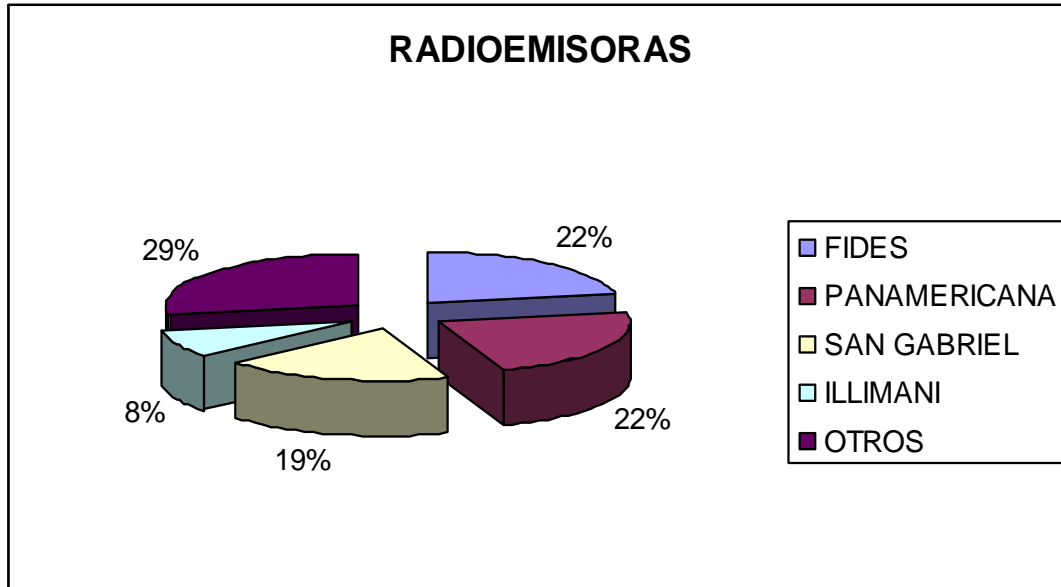
En el cuadro claramente se puede observar que la mayor parte de los servicios de comunicación llegan a casi todos los municipios con sus respectivas

características como por ejemplo en algunos municipios no cuentan con el servicio de prensa escrita, lo interesante es que algunos municipios como Achacachi, Guaqui y Copacabana cuentan con sus propias radioemisoras que tienen un alcance no muy amplio pero que son escuchadas por varias comunidades de la región, otra característica relevante es que algunas radioemisoras tienen una hegemonía especial en la región. Se puede observar de manera muy fehaciente que la mayor parte de la población prefiere escuchar las radioemisoras locales.

Con respecto a los canales de televisión la mayor parte de la población prefieren observar los canales locales y que en poca medida incursionan en los canales extranjeros, especialmente los canales del Perú por la proximidad que se tiene con este país.

En contraposición con los anteriores medios de comunicación la prensa escrita en la región no es tan variada como debería serlo y que no se la puede conseguir fácilmente ya que este medio de información sólo llega en cada feria de los municipios y que estas ferias solo se llevan a cabo dos veces a la semana y por tanto este medio no llega a los municipios de manera regular o diaria, salvo en algunos municipios que cuentan con el servicio todos los días sin excepción alguna, otra característica interesante es que un medio de prensa escrita mantiene su predominación en la región ya que esta es la más leída por los comunarios.

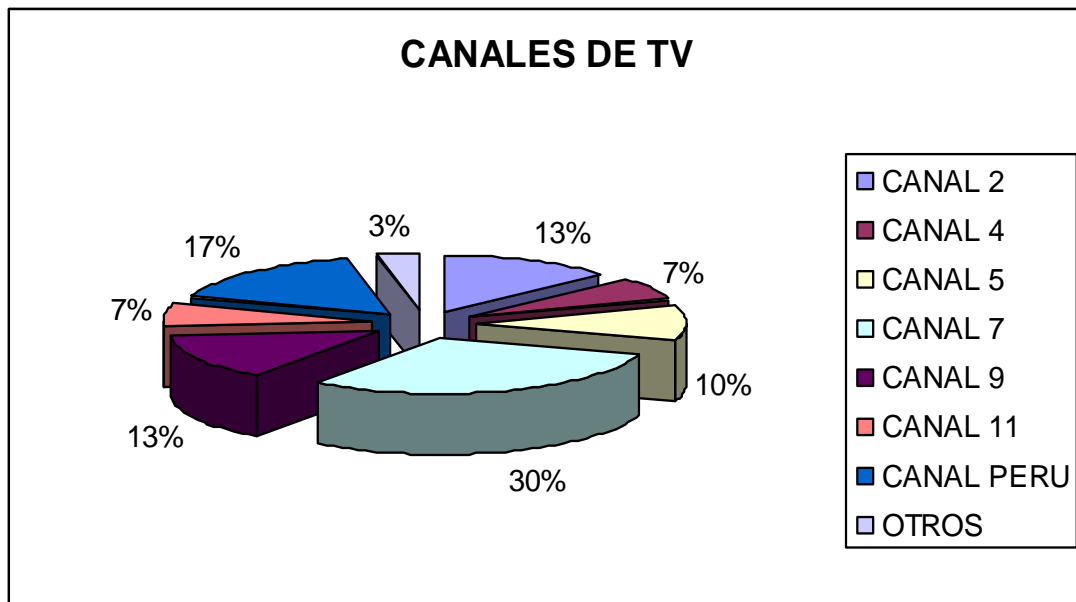
GRAFICO Nº 8
RED DE COMUNICACIÓN



En el anterior gráfico se puede observar que dentro de los medios de comunicación, específicamente las radioemisoras existen una serie de radios que se escucha en la región del Altiplano Norte, podemos mencionar que la que cuenta con aceptación o con la mayor cantidad de radioescuchas son la radio FIDES que cuenta con una aceptación o radioescuchas del 22% de la población de la región, con la misma cantidad de radioescuchas se encuentra la radio PANAMERICANA también con un 22% de la población, en tercer lugar se puede observar que se encuentra la radio de SAN GABRIEL con una aceptación del 19% de los radioescuchas, la siguiente radioemisora si bien no es tan escuchada como las anteriores tiene una importante sintonía de la población de la región con un 8% del total de audición se encuentra la radioemisora ILLIMANI, pero la gran mayoría de la población escucha o sintoniza diversas radios entre ellas las propias de la región como son la radioemisora de Guaqui, Copacabana y de Achacachi, el porcentaje es mayor ya que existen una diversidad de emisoras para la elección

de la población es por eso que con un 29% del total de la población se encuentra las diferentes radios como por ejemplo Omasuyus Andina, La Voz de los Andes, Jiwasa, Tawantisuyu, Wilkakuti, etc. de la gran variedad de radioemisoras a las que tienen acceso los pobladores de la región.

GRAFICO Nº 9
RED DE CONUNICACION



Tanto como en las radioemisoras se ha podido ver que algunas tienen hegemonía en la región, también esta hegemonía existe en los canales de televisión que la población observa en la región, si bien no todos pueden acceder a este medio del total de los que tienen este beneficio se ha podido observar una serie de características importantes como que la gente también tiene acceso a los canales de la República del Perú que llega con una nitidez muy buena superando incluso a los canales locales del Departamento de La Paz.

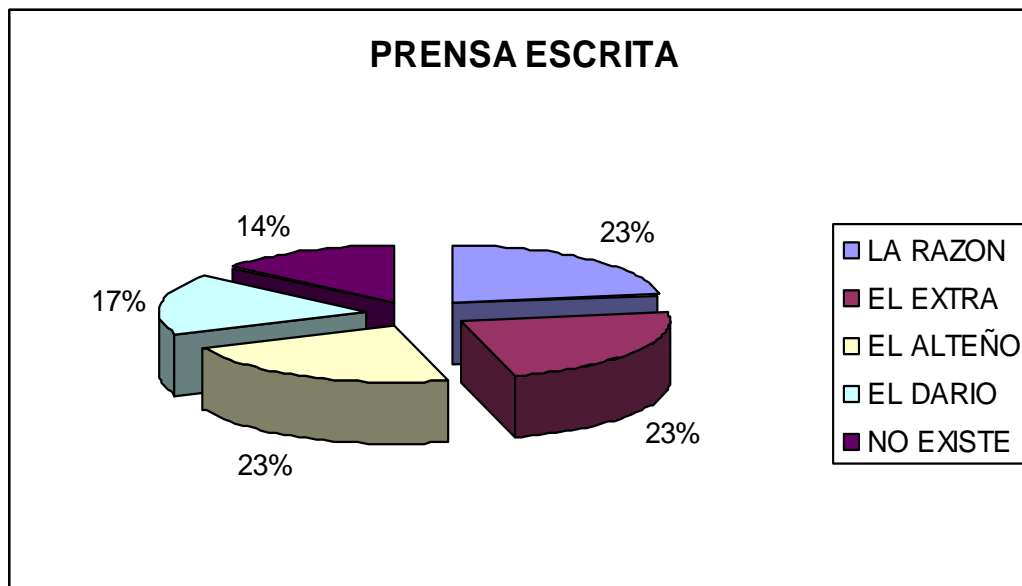
En primer lugar de preferencia televisiva se puede observar que el canal local y además estatal (perteneciente al Estado) que tiene una gran audiencia es el

canal 7 (TVB) con una preferencia de la población del 30% ya que también vale la pena recalcar que es el único canal que hace llegar sus transmisiones a casi todas las comunidades de la región con una alta capacidad de transmisión por la vía satelital a la que el canal tiene acceso.

En el siguiente lugar de preferencia de televidentes se encuentran los canales pertenecientes a la RED RUBI de la República del Perú, esto se debe a la gran proximidad de este país con el nuestro y en especial con los municipios de la región, otro punto interesante de esto se debe a que la mayoría de los canales locales no ingresan con nitidez a estos sectores obstaculizando de esta manera la sintonía de la población hacia los canales locales.

Con una preferencia del 13% del total de los televidentes se encuentran los canales locales 2 (UNITEL) y el canal 9 (ATB) que se encuentran con una similar sintonía. Luego se puede observar al canal 5 (BOLIVISION) con un total del 10% de los televidentes de la región, seguidamente se encuentran los canales locales 4 (RTP) y el canal 11 (RED UNO) de nuestro país con un total de televidentes del 7% en ambos casos y finalmente se encuentran una serie de canales de diversas empresas como los canales locales 13 (TVU), 27 (XTVO) que es un canal de la religión católica y otros más, estos no son tan frecuentados por la población.

GRAFICO N° 10
RED DE COMUNICACIÓN



Las características de la prensa escrita en los municipios no son muy alentadoras ya que la mayoría de los municipios no cuentan con este servicio tanto por la distancia existente entre los municipios con relación a los centros de producción de este medio de comunicación. Entre los principales ejemplares que llegan a los municipios están los siguientes.

El predominio de este medio lo llevan los periódicos LA RAZON, EL EXTRA y EL ALTEÑO, estos tres medios están con un 23% de aceptación dentro los lectores de los municipios, luego se encuentra el periódico EL DIARIO con una aceptación del 17% del total de lectores y no muy lejos se encuentran los municipios que no cuentan con ningún acceso a la comunicación mediante la vía de la prensa escrita, esto realmente es alarmante ya que este medio se esta haciendo necesario en nuestro medio por la importancia de la información que es necesaria para la población y en especial a los sectores o comunidades donde no llega con total claridad los otros medios de comunicación como lo son la radio y la TV.

En estos servicios de comunicación se ha podido determinar que la gran mayoría de la población tienen acceso a los mismos, con este motivo se puede decir que la población de la región del Altiplano Norte en un 80% cuenta por lo menos con un medio de comunicación con lo cual se puede informar de los diferentes temas que se requiere para seguir los acontecimientos de sus Comunidades, Municipios, del Departamento y finalmente de nuestro querido país BOLIVIA.

2.5. CONCLUSIONES DEL CAPITULO II.

En resumidas notas se ha podido observar que en la región del Altiplano Norte se ha tenido un importante desarrollo en muchos aspectos, tales como el mejoramiento de las carreteras principales que nos permiten acceder a los municipios que pertenecen a esta región, otro punto el crecimiento de la cobertura de la red telefónica con la cual cuenta la región y finalmente la variada gama de servicios de transportes y también de la calidad de este servicio, esto se debe principalmente a que la región pertenece a la red fundamental del turismo en Bolivia y que de esta manera la prefectura del departamento ha realizado algunas obras significativas, pero esto no quiere decir que la región esta en pleno desarrollo y que más bien se debe trabajar con mucha intensidad en la región ya que como se ha podido observar avances importantes también existen muchas deficiencias en el tema de carreteras, red de comunicaciones y especialmente en la implementación de la tecnología que permita el desarrollo de la región.

CAPITULO III
ATRATIVOS TURISTICOS



Foto: Virgen de Copacabana

La Región del Altiplano Norte se caracteriza por contar con una serie de escenarios naturales, religiosos y culturales que lo convierten en un centro muy interesante de visitarlo ya que representa un gran potencial en los atractivos turísticos. Los visitantes pueden disfrutar desde los grandes campos abiertos del Altiplano con sus inigualables animales, la flora y los paisajes paradisíacos hasta encontrar las fabulosas ruinas de pueblos pre-incaicos, pre-colombinos con sus respectivas características singulares en cuanto a su historia, costumbres que desde hace millones de años se siguen practicando con total normalidad por la gente del lugar que no se olvida de sus orígenes y que más bien lo llevan muy en alto a su raza.



Foto: Ruinas Isla de la Luna

Entre otras cosas podemos decir que la región tiene una importante mezcla de fiestas rituales con las fiestas de la ciudad que por sus características son muy apreciadas ya que cuentan con bastante religión, ritos y cultura que resalta su belleza en las diferentes ceremonias que se realizan en conmemoración de Vírgenes, Santos y aniversarios de los diferentes municipios con los cuales cuenta la región del Altiplano Norte. Otra característica de la región es que cuenta con un acceso hacia uno de los lagos más altos en particular siendo el Lago más Alto del mundo como lo es el Lago Titicaca centro de constantes visitas por parte de turistas que se quedan maravillados por la esplendidez del majestuoso Lago y que más se puede decir de las islas como son del Sol y de la Luna que encierran entre sus tierras grandes historias que merecen ser conocidas por las generaciones de la actual población mundial.



Foto: Santuario de Copacabana

Con estas características tan peculiares quién se puede negar a ser cautivado por todo lo que representa las fascinantes atracciones turísticas de la región del Altiplano Norte que con su gran acogida de los pobladores uno piensa que esta en su mismo hogar y con todos los halagos que pueden brindar los lugareños que se convierte en un paraíso que cautiva.

3.1. Descripción del Lugar.

Para la descripción de la región del Altiplano Norte se debe tener en cuenta una serie de características de las zonas o municipios como ser el clima, la ubicación en el mapa, la temperatura, los pueblos originarios con que cuenta la región y otros, estas características son las que definen concretamente como se encuentran los diferentes municipios que pertenecen a esta región.

En el presente cuadro observaremos con mayor detalle las características que remencionaron anteriormente.

**CUADRO N° 8
DESCRIPCION DEL LUGAR**

PROVINCIA	MUNICIPIO	UBICACIÓN	LONGITUD Y LATITUD	CLIMA	TEMPERATURA	IDIOMAS	GRUPOS ETNICOS
OMASUYOS	Achacachi	Se encuentra en la región Altiplánica	16° 03' 00" Latitud Sur y a los 68° 11' 00". Longitud Oeste.	Se cuenta con una variedad	Se tiene una Máxima de 18°C y una mínima de -4°C	Aymara y castellano	Aymaras, Kollas
	Ancoraimes	Se encuentra en la región Altiplánica	15° 48' 52" de latitud sur y a los 68° 57' 20" longitud oeste	Se cuenta con dos tipos de clima, uno altiplánico y el otro de cabecera de valle	Se tiene una máxima de 20°C y la mínima de -8°C	Aymara y castellano	Aymaras
CAMACHO	Puerto Acosta	Se encuentra en la región Altiplánica a orillas del Lago Titicaca	15°01'55" de latitud sur y a los 69°15'00" de longitud oeste	Se tiene un clima frío húmedo	Se tiene una máxima de 10°C y una mínima de -4°C	Aymara y castellano	Aymaras
	Carabuco	Se encuentra en la región Altiplánica a orillas del Lago Titicaca	15°44'12" de latitud sur y a los 69°03'50" de longitud oeste	Se tiene un clima frío húmedo	Se tiene una máxima de 10°C y una mínima de -2°C	Aymara y castellano	Aymaras
INGAVI	Guaqui	Se encuentra en la región Altiplánica a orillas del Lago Titicaca	16°35'50" de latitud sur y a los 68°50'12" de longitud oeste	Se tiene un clima frío húmedo	Se tiene una máxima de 8°C y una mínima de -3°C	Aymara y castellano	Aymaras
	Taraco	Se encuentra en la región Altiplánica a orillas del Lago Titicaca	68° 51'36" de longitud oeste. 16° 27'20" de latitud sur	Se tiene un clima frío seco	Se tiene una máxima de 19.0°C y una mínima de -4.1°C	Aymara y castellano	Aymaras

Desarrollo del Turismo del Altiplano Norte

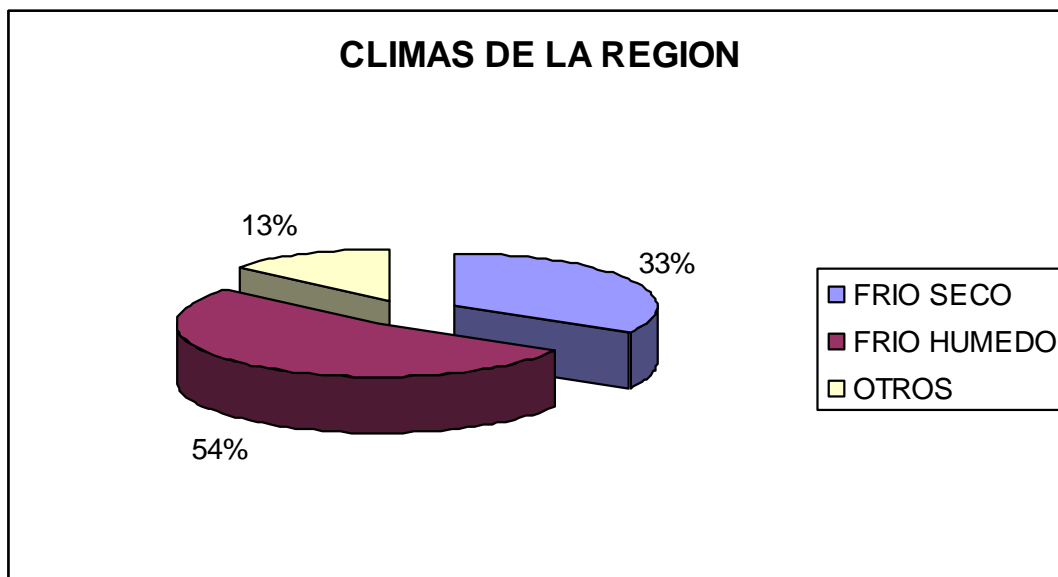
INGAVI	Tiahuanacu	Se encuentra en la región Altiplánica	16°33'00" de latitud sur y a los 68°40'50" de longitud oeste	Se tiene un clima frío seco	Se tiene una máxima de 18°C y una mínima de 8°C	Aymara y castellano	Aymaras
LOS ANDES	Pucarani	Se encuentra en la región Altiplánica	16°04'20" de latitud sur y a los 68° 08'20" de longitud oeste	Se tiene un clima frío seco	Se tiene una máxima de 18°C y la mínima de -3°C	Aymara y castellano	Aymaras
	Batallas	Se encuentra en la región Altiplánica	16° 00' y 16° 45' de latitud sur y 68° 11' y 68° 42' de longitud oeste.	Se tiene un clima frío húmedo	Se tiene una máxima de 15°C y la mínima de 0.7°C	Aymara , castellano y en poca medida quechua	Aymaras
	Puerto Pérez	Se encuentra ubicada en la región Altiplánica a orillas de Lago Titicaca	16 17' y 16 25' de Latitud Sur y los 68 47' y 68 32' de Longitud Oeste.	Se tiene un clima frío húmedo por la presencia del lago	Se tiene una máxima de 8°C y una mínima de -3°C	Aymara, castellano y en poca medida el quechua	Aymaras
MANCO KAPAC	Copacabana	Se encuentra ubicada en la región Altiplánica a orillas de Lago Titicaca	10°09'48" de latitud sur y los 69°05'04" de longitud oeste	Se tiene un clima frío húmedo por la presencia del Lago Titicaca	Se tiene una máxima de 10°C y una mínima de -5°C	Aymara y castellano	Aymaras
	San Pedro de Tiquina	Se encuentra ubicada en la región Altiplánica a orillas de Lago Titicaca	16°13'04" de latitud sur y a los 68°51'06" de longitud oeste	Se tiene un clima frío húmedo por la presencia del Lago Titicaca	Se tiene una máxima de 10°C y una mínima de -5°C	Aymara y castellano	Aymaras
	Tito Yupanqui	Se encuentra ubicada en la región Altiplánica a orillas de Lago Titicaca	16° 09'48" de latitud sur y a los 69° 05'40" longitud oeste	Se tiene un clima frío húmedo por la presencia del Lago Titicaca	Se tiene una máxima de 15°C y una mínima de -3,5° C	Aymara, castellano y en poca medida el quechua	Aymaras y Quechuas

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S, SENAMHI, Atlas, IGM y datos de internet.

En el anterior cuadro se puede observar que la mayor parte de los municipios de la región se encuentran en una zona altiplánica del departamento de La Paz con una temperatura que oscila desde los 20° centígrados como una máxima de temperatura hasta -3° bajo cero como mínima, de este modo se está hablando de una región entre cálida en las épocas de primavera y verano, (recalcando que sólo son algunos de estos municipios que cuentan con este tipo de temperatura), pero que la mayoría de los municipios cuentan con una temperatura muy fría.

En cuanto al clima reinante en la región del Altiplano Norte se cuenta con una variedad de climas ya que en algunos municipios se tienen climas variados como el clima frío, de cabecera de valle, etc. En cuanto a los climas fríos también se cuentan con dos tipos de climas fríos como es el clima frío seco que se presenta en 3 municipios y el clima frío húmedo que se presentan en el restante de los municipios pertenecientes a esta región. (Ver gráfico n° 11)

GRAFICO N° 11
DESCRIPCION DEL LUGAR



Claramente se puede ver que en la mayor parte de los municipios de la región tiene un clima frío húmedo por la presencia del Lago Titicaca, los municipios que se encuentran a orillas del lago son: Puerto Acosta, Guaqui, Taraco, Copacabana, Puerto Pérez, Desaguadero, Carabuco, San Pedro de Tiquina y Tito Yupanqui, que representan el 54% del total de las poblaciones que tienen este clima frío húmedo. Por otro lado se tiene un clima frío seco que es una principal característica del Altiplano y que los municipios de Achacachi, Batallas, Pucarani, Tiwuanacu, Ancoraimes son los municipios que no tienen acceso al lago por la distancia que existe entre estos municipios con referencia al lago sagrado, estos municipios representan un 33% del total de municipios de la región.



Foto: Presencia del Lago vista desde la Isla del Sol.

Por último se cuenta con una variedad de climas que algunos municipios cuenta en determinadas épocas del año, estos climas están representados con un

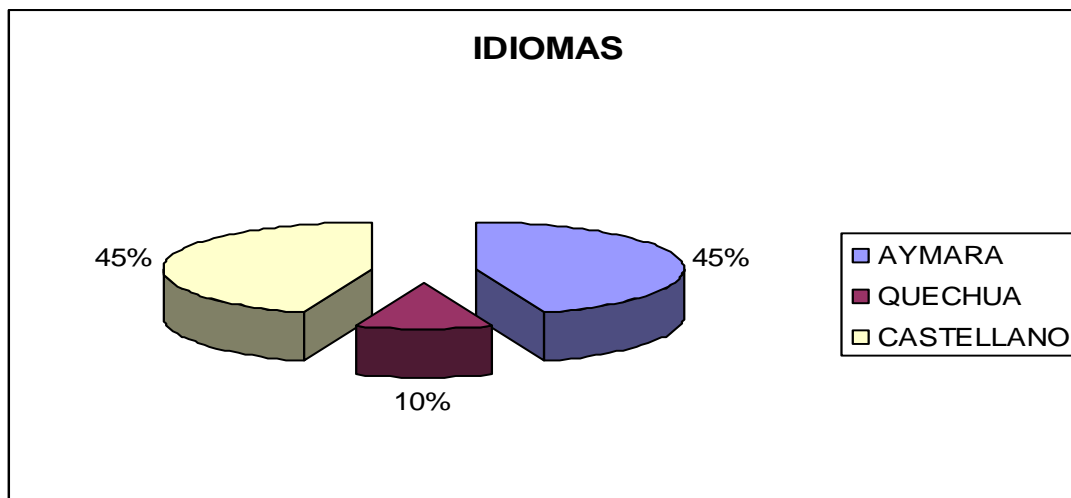
13% dentro de los mismos municipios que tienen un determinado clima, como se ha mencionado estos climas son superficiales ya que en algunos casos sólo duran un par de semanas y que luego los municipios que tienen estas características retornan a su clima normal.



Foto: Tiwanaku

En otras de sus características de la región se tiene una serie de mestizajes en cuanto al idioma que se habla, ya que se pueden mencionar los idiomas del aymara, quechua y el idioma español, otra característica peculiar es la aceptación que se ha tenido de una forma de lenguaje bilingüe en la región. En el siguiente gráfico se tendrá una mayor comprensión de esta tipo de comunicación entre los pobladores de la región.

GRAFICO Nº 12
DESCRIPCION DEL LUGAR



En el gráfico anterior claramente se puede observar que los idiomas predominantes en la región del Altiplano Norte son los idiomas del aymara y del español con un predominio del 45% del total de la población de los municipios pertenecientes a esta región, el idioma español fue ganando terreno gracias al comercio y la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que se dirigen hacia los municipios.

Una peculiaridad que se puede encontrar en la región es que existe aunque en pequeña medida el idioma quechua, con un 10% de hablantes de este idioma es curioso la existencia de este idioma ya que en la región o mejor así decirlo en toda la parte del Altiplano desde millones de años vivieron los aymaras y que el pueblo quechua lo hizo en la región de los valles. Esta característica se debe a que un número importante de la población de la región a practicado la emigración a otros departamentos de Bolivia entre ellos a los del valle, esto debido al comercio y a la búsqueda de mejores condiciones de vida y que después de muy buen tiempo retornaron a sus comunidades no solo con malas noticias o desengaños sino también con este idioma, otra razón que se puede decir es la

migración de personas de los valles que en poca medida se han ido asentando a lo largo de toda la región.

Entre otras características de la región se puede mencionar a los grupos étnicos que se encuentran viviendo en la región. Con el plan del gobierno de auto identificación de toda la población en general a nivel nacional la que predomina en la región es la aymara y que con un porcentaje más pequeña se encuentra la raza quechua y aún con más pequeña identificación están los de la raza kolla. Esta razas sólo se la puede observar en un municipio, la raza quechua y kolla no representan una importancia mayor en la región, si bien su presencia le da un matiz de interculturalidad a la región no son del todo representativas en el Altiplano Norte.

3.2. Patrimonio Cultural.

En lo que se refiere al patrimonio cultural de región del Altiplano Norte se debe tomar en cuenta que no todos los municipios cuentan con un flujo de turistas extranjeros y nacionales, estos municipios cuentan con interesantes atractivos turísticos pero que la gente no los toma en cuenta como debe ser.



Foto: Ruinas Tiwanaku

3.2.1. Ruinas, cavernas, aguas termales, templos y otros.

La región del Altiplano Norte cuenta con una serie de ruinas que se pueden tomar en cuenta ya que son interesantes alternativas de turismo, no solo las ruinas incaicas sino también las ruinas de otros pueblos pre-colombinos, en tanto que los templos y las iglesias son parte fundamental para la atracción de turistas de toda nacionalidad y también la local, no se cuentan con ninguna caverna ni aguas termales debido a que la región esta ubicada en la planicie del altiplano.

En el siguiente cuadro veremos todos estos atractivos y sus cualidades que son un importante referente de la cultura, atractivos y lugares que uno no debe dejar a un lado y mucho peor no visitarlos.

**CUADRO Nº 9
ATRATIVOS TURISTICOS**

PROVINCIA	MUNICIPIO	TEMPLOS	IGLESIAS	RUINAS	AGUAS TERMALES	CHULLPERIOS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	NO	SI	NO	NO	NO	Si se puede mencionar a la Cordillera Real de los Andes
	Ancoraimes	SI	SI	Si se cuenta con las ruinas de la ciudad de piedra de los Incas	NO	SI	Si se pueden mencionar las vertientes de Colani
CAMACHO	Puerto Acosta	SI	NO	NO SE CUNETAS CON LOS DATOS	NO	NO SE CUNETAS CON LOS DATOS	NO SE CUNETAS CON LOS DATOS
	Carabuco	SI	NO	NO SE CUENTA CON LOS DATOS	NO	NO SE CUNETAS CON LOS DATOS	NO SE CUNETAS CON LOS DATOS

Desarrollo del Turismo del Altiplano Norte

INGAVI	Guaqui	SI	NO	NO	NO	NO	SI se puede mencionar el museo del ferrocarril
	Taraco	SI	NO	SI se cuenta con las ruinas de la cultura Chiripa	NO	SI	SI, se puede mencionar los balnearios y arenales
	Tiahuanacu	SI	NO	SI se encuentran las ruinas del imperio Tihuanacota	NO	SI	SI se puede mencionar las ruinas denominadas, Kantatalita, Putuni, Kherikala, Pumapunku Lakkakollu, Lakkaraña, Mollokontu y Chijjjawira
LOS ANDES	Pucarani	SI	NO	NO	NO	NO	NO SE CUNETAN CON LOS DATOS
	Batallas	SI	NO	NO	NO	NO	SI, se puede mencionar las cavernas, pinturas rupestres y los nevados de Huayna Potosí entre otros.

Desarrollo del Turismo del Altiplano Norte

LOS ANDES	Puerto Pérez	NO	NO	NO	NO	SI	Si se puede mencionar el museo arqueológico del lugar además que la construcción de las balsas de totora
MANCO KAPAC	Copacabana	SI el templo de la virgen de Copacabana		SI se cuenta con algunas ruinas del imperio INCA	NO	SI	Si en los cuales se puede mencionar la isla del sol, la isla de la luna, el Asiento del INCA, Intinkala, Kusijata, la Horca del INCA, Chisi, Sampaya
	San Pedro de Tiquina	SI	NO	SI se cuenta con algunas ruinas del imperio Inca	NO	NO	NO SE CUENTA CON LOS DATOS
	Tito Yupanqui	SI	NO	SI se cuenta con algunas ruinas del imperio Inca	NO	SI	Si se puede mencionar algunos muros ceremoniales, depósito de vasijas

Fuente: Elaboración propia en base PDM'S, monografías, Viceministerio de Turismo, internet y monografía del inventario de atractivos turísticos.

En el cuadro se puede observar de manera concreta que la mayor parte de los municipios de la región cuentan de varios patrimonios culturales en los cuales se encuentran templos milenarios, con algunas iglesias que datan de la época pre-

colombina, una característica importante que se puede encontrar en la región es que como la región ha sido territorio de la cultura aymara se pueden encontrar una variada gama de ruinas aymaras pero que también se puede encontrar las ruinas de otras culturas como es la Tiwanacota con una cantidad considerable de ruinas ubicadas en el municipio del mismo nombre.



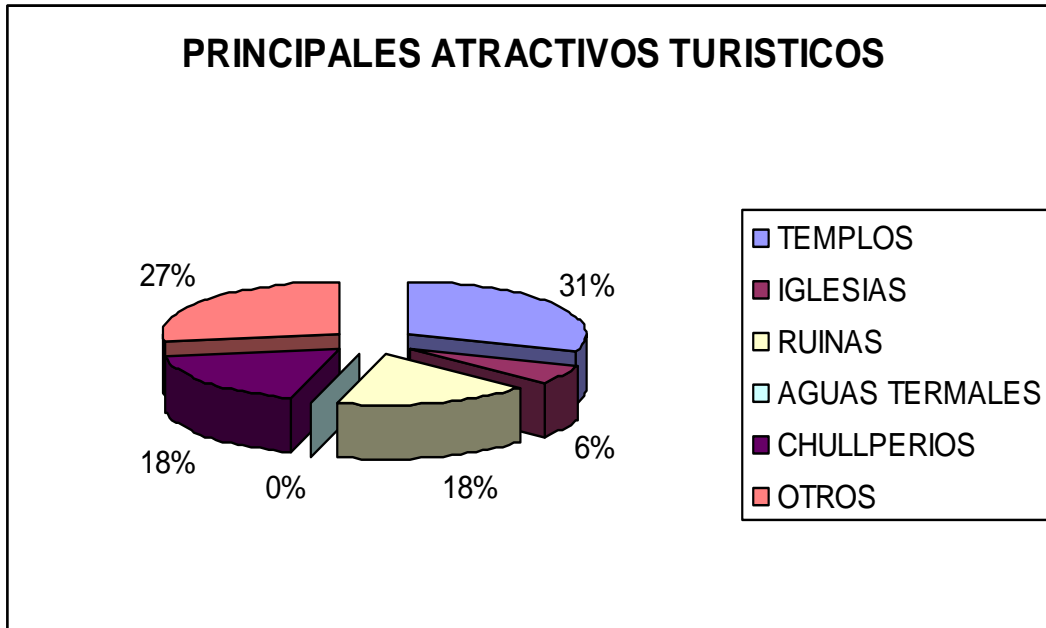
Foto: Ruinas Tiwanaku



Foto: Ruinas de Tiwanaku

Las aguas termales no son características de la región ya que esta no cuenta con importantes volcanes apagados que permiten tener este atractivo turístico, en tanto que los chullperios no son tan ajenos a la región ya que una importante cantidad de municipios cuenta con este atractivo turístico, en tanto se tiene entre otros algunos atractivos turísticos que no son conocidos por la mayoría de los turistas que visitan estos centros por su inigualable belleza.

GRAFICO N° 13
PATRIMONIO CULTURAL



En el gráfico se puede ver claramente que la mayor atracción de los municipios a nivel turístico son los templos coloniales, con un total del 31% estos son los grandes potenciales con los que cuenta la región, entre estos se puede mencionar los más representativos que son el templo de la Virgen de Copacabana que es la más visitada por los turistas tanto nacionales como extranjeros, otro templo es del Tata San Tiago del municipio de Guaqui que también tiene una gran afluencia de gente, estos dos templos son los más representativos de la región.



Foto: Templo de Copacabana

Siguiendo con la investigación nos encontramos con una gran sorpresa ya que la mayoría de los municipios cuentan con una serie de atractivos turísticos que hasta el momento no son reconocidos como patrimonio cultural pero que tienen una gran potencialidad en cuanto se refiere a atractivos turísticos, con un 27% del total de los municipios de la región que cuentan con estos atractivos que se encuentran solo como un gran potencial a futuro que si se los reconoce como tal se puede estar hablando de una gran industria sin chimenea como se denomina al turismo. En estos se puede mencionar las ruinas de Cordillera Real de los Andes del municipio de Achacachi, las vertientes de Colani del municipio de Ancoraimes, el museo del Ferrocarril del municipio de Guaqui, los balnearios y arenales del municipio de Taraco, las ruinas de Kantatalita, Putuni, Kherikala, Pumapunku, Lakkakollu, Lakkaraña, Mollokontu y Chijjawira en el municipio de Tiwanacu, los nevados del Huayna Potosí del municipio de Batallas, el museo arqueológico de Puerto Pérez, las ruinas de el Asiento del INCA, Intinkala,

Kusijata, la Horca del INCA, Chisi, Sampaya en el municipio de Copacabana y los muros ceremoniales y el depósito de vasijas en el municipio de Tito Yupanqui, en mucho de estos casos no se conoce estos atractivos y por ende no son visitados por los turistas o si lo son es en muy poca medida.



Foto: Vista del Lago Titicaca

En seguida se puede mencionar que con el 18% se encuentran las ruinas en especial las de Tiwanacu, las ruinas incaicas de la isla del Sol y de la Luna en el municipio de Copacabana entre las más representativas de la región y que algunos municipios cuentan con algunas ruinas incaicas, junto con las ruinas están los chullperios que con el mismo porcentaje se constituyen en un importante atractivo turístico, entre estos se pueden mencionar los chullperios de Ancoraimes, Taraco, Tiwanacu, Puerto Pérez y Copacabana respectivamente.

Otro atractivo turístico de la región está representada por las iglesias de los diferentes municipios pertenecientes a la región, estos atractivos no tienen mucha

incidencia en lo que se refiere al turismo salvo en las fechas festivas y religiosas del lugar, con un 6% se encuentra más debajo del resto de los atractivos turísticos. En cuanto a las aguas termales estas son ausentes en la región, esto por las características que presenta la región del Altiplano Norte.



Foto: Ruinas Isla del Sol



Foto: Ruinas de Tiwanaku

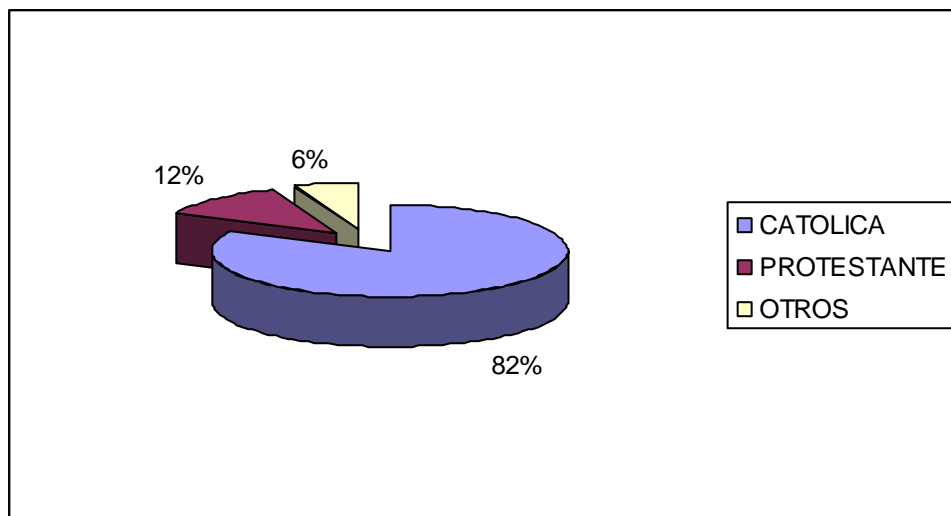
3.3. Principales Fiestas.

En cuanto a las fiestas que tiene la región existen una serie de fiestas con las cuales la región se identifica, pero que se tiene una característica muy singular ya que varios municipios si bien tienen sus propias creencias y rituales coinciden en muchas de estas fiestas por considerarlas primordiales en todos estos municipios. Estas fiestas se pueden clasificar de acuerdo a la importancia que los pobladores le dan a determinadas fiestas estas pueden ser primera generación las cuales son las fiestas de aniversario del País, aniversarios de los municipios y los culturales como el año nuevo aymara y en segunda generación en las cuales podemos mencionar los aniversarios del Departamento de La Paz y los distintos aniversarios de las comunidades que pertenecen a los distintos municipios que conforman la región del Altiplano Norte.

3.3.1. Religiones y creencias.

En lo que se refiere a las diferentes religiones que predominan en la región se puede decir que la más importante es la católica con un 82% de personas que se identifican con esta religión, en tanto que con un 12% son protestantes del total de la población de los diferentes municipios de la región en tanto que tan sólo un 6% dicen profesar otras religiones como las iglesias privadas como los mormones, testigos de Jehová, etc. que no cuentan con un importante apoyo de la gente del lugar.

GRAFICO N° 14
RELIGIONES Y CREENCIAS



Por otro lado las creencias que tiene la región se basan en las costumbres de sus antepasados como lo son los aymaras, esta cultura ha dejado un serie de rituales como el año nuevo aymara, la rotación de la tierra, la conocida Cha'lla de carnavales además que los actos religiosos como el sahumerio, el pasar mesa, el sacrificio de algunos animales para la Pachamama, etc. gestos culturales que se encuentran muy enraizados en los pobladores de la región. Se puede encontrar en algunos municipios algunas danzas autóctonas que antes se las bailaban con

algunos rasgos religiosos propios de la cultura andina y aymara a la cual casi en un 100% pertenecen los pobladores de la región.



Foto: Iglesia de Tiwanaku

3.3.2. Calendario festivo y ritual.

El calendario festivo y ritual de la región es muy nutrido debido a que muchos pueblos que pertenecen a la región tienen una serie de santos y de fiestas en las cuales se realiza una serie de rituales aymaras con características de mestizaje adoptadas de la ciudad.

En el siguiente cuadro observaremos las principales fiestas de la región y también los diferentes rituales que acostumbran realizar las diferentes poblaciones de la región.

CUADRO Nº 10
CALENDARIO FESTIVO Y RITUAL

PROVINCIA	MUNICIPIO	FIESTAS DEL LUGAR	FERIAS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	SI, se pueden mencionar a la fiesta de San Pedro y San Pablo caracterizado por la presencia de los residentes, Fiesta de la Exaltación o Pampa Fiesta, que se realiza el 21 de Septiembre, donde existe mayor participación de las comunidades y del Pueblo y San Cristóbal, misma que esta concentrada al Sector Transporte del Municipio.	SI, en los días jueves y domingos	SI se puede mencionar las fiestas patrias, año nuevo y año nuevo aymara
	Ancoraimes	SI se pueden mencionar las fiestas patronales que están relacionadas a devoción de una Virgen o Santo Patrón de las áreas urbanas o de las comunidades y las Fiestas y/o Conmemoraciones realizadas por los ancianos, en la actualidad todavía son celebradas por gran parte de la población. La conmemoración más importante es la del Año Nuevo Aymará, Carnavales (ch'alla), y en el mes de agosto se realizan los sahumerios en agradecimiento a la tierra (Pachamama) por lo que reciben de ella.	SI, en los días miércoles y domingos	SI se puede mencionar las fiestas patrias, año nuevo y año nuevo aymara
INGAVI	Guaqui	SI se pueden mencionar la mayor fiesta que es del Tata San Tiago además de las fiestas del lugar	SI, en los días sábados y miércoles	SI se puede mencionar las fiestas patrias, año nuevo y año nuevo aymara
	Taraco	SI, se puede mencionar la fiesta de Virgen del Carmen, Carnavales, San Juan , día del Indio, Natividad.	SI	SI, se puede mencionar el año nuevo y las fiestas patrias

Desarrollo del Turismo del Altiplano Norte

LOS ANDES	Pucarani	SI, se puede mencionar la más importante es la que se desarrolla el 18 de Noviembre en la capital del Municipio en honor a la festividad de la Virgen de los Remedios, en el cual participan los residentes paceños, y las comunidades aledañas, otra fiesta importante es la fiesta de Iquiaca en al capital del cantón la cual también es denominada ciudad folklórico el 30 de Agosto.	SI, en los días jueves y domingos	SI se puede mencionar las fiestas patrias, año nuevo y año nuevo aymara
	Batallas	SI, se pueden mencionar las fiestas de Espíritu junto a las de carnavales son las más grandes del municipio, que todavía mantienen su vigencia y tradición, donde se reúnen la mayor cantidad de habitantes, atrayendo tanto a turistas como a residentes radicados en el interior del país.	SI, en el día sábado	SI, se puede mencionar el año nuevo
	Puerto Pérez	SI, solo pequeñas fiestas del lugar	SI, en el día sábado	SI, se puede mencionar el año nuevo
MANCO KAPAC	Copacabana	No se cuenta con los datos	SI	SI, se puede mencionar el año nuevo y la fiesta mayor de Semana Santa
	Tito Yupanqui	SI, se puede mencionar las fiestas de creación de la sección el 6 de febrero, Virgen del Carmen 16 de julio, San Francisco 10 de octubre y Concepción el 8 de diciembre.	SI, en los días viernes y sábados	SI, se puede mencionar el año nuevo y las fiestas patrias

Fuente: Elaboración propia en base PDM'S y datos de la monografía de las provincias.

En el cuadro se puede observar que todos los municipios cuentan con sus propias fiestas en conmemoración de sus comunidades o festejando los aniversarios de los municipios a las cuales asisten todos los pobladores teniendo una importante asistencia de los residentes de las diferentes ciudades de Bolivia

que ya no viven en los municipios por diversas razones, en algunos casos estas fiestas se encuentran observadas por algunos turistas extranjeros que llegan al país con el objetivo de conocer más a fondo de la cultura que se tiene en la región. Algunos municipios realizan las tradicionales entradas folklóricas donde no faltan las danzas que caracterizan a la zona altiplánica como ser las morenadas, caporales, llameradas, kullawadas y otros que se convierten en el principal atractivo de la región.

En la actividad o celebración en la cual todos los municipios coinciden son las fiestas patrias, las fiestas departamentales, el año nuevo aymara, el año nuevo y las fiestas de la religión católica que se encuentra muy enraizada en toda la región, especialmente en el municipio de Copacabana que cada año se prepara para recibir tanto a turistas nacionales como internacionales especialmente en semana santa en la cual se tiene un gran número de visitantes.

Entre otras características de la región se puede mencionar las diferentes ferias que se realizan en los pueblos, principalmente en las plazas principales de los municipios, estas ferias son realizadas para la comercialización de los productos elaborados por los pobladores en diversas gamas de productos, estas también son de gran utilidad hacia los propios comunarios ya que ellos mismos pueden abastecerse de algunos productos con los que no cuentan y de esta manera variar su alimentación. En algunas comunidades se encuentra con gran fuerza una vieja práctica de los antepasados que se la denomina el trueque (intercambio de productos), que es de una gran ayuda para algunos comunarios los cuales no cuentan con el suficiente dinero para adquirir determinados productos que les son necesarios para su alimentación, trabajo, etc.

En los diferentes municipios que pertenecen a la región estas ferias se las realizan por lo menos dos veces a la semana tomando los días miércoles, jueves, sábados y domingos para la realización de estas ferias a la cual asisten gran cantidad de personas para la comercialización de los diferentes productos que se ofrecen en estas ferias. Una peculiaridad en estas ferias es observar los productos

artesanales realizados por los comunarios que tienen una importante calidad y que en muchos casos estos productos son muy apreciados por los diferentes turistas que asisten a estas ferias.

3.4. Principales Productos Artesanales.

En cuanto a los diferentes productos que se produce en la región del Altiplano Norte se puede observar que dichos productos son de una calidad muy buena en cuanto a su fino acabado, el proceso de elaboración y los detalles que se les da a estos los hacen un importante producto de exportación. Entre los diferentes productos sólo uno es el elaborado en la casi totalidad de las comunidades que pertenecen a la región, a continuación observaremos estos productos.

3.4.1. Tejidos (lana, alpaca, oveja, totora).

En lo que respecta a los productos artesanales realizados con la materia prima que es la lana, la lana de alpaca, lana de oveja y la totora se puede observar que la gran mayoría de los municipios que pertenecen a la región del Altiplano Norte practican esta actividad en el núcleo familiar, llegando a obtener una gama de productos en base al tejido como chalinas, chompas, lluchus, chullpas, guantes, buzos de lana, etc. los cuales no cuentan con un mercado definido ya que muchos de estos productos son comercializados en las diferentes ferias de donde la adquieren tanto turistas extranjeros que aprecian en demasía estos productos y también los ciudadanos nacionales, otra cantidad se va al autoconsumo de estas comunidades.

CUADRO Nº 11
TEJIDOS

PROVINCIA	MUNICIPIO	TEJIDO
OMASUYOS	Achacachi	NO
	Ancoraimes	SI
CAMACHO	Puerto Acosta	SI
	Carabuco	SI
INGAVI	Guaqui	SI
	Taraco	SI
	Tiahuanacu	SI
LOS ANDES	Pucarani	SI
	Batallas	SI
	Puerto Pérez	SI
MANCO KAPAC	Copacabana	SI
	San Pedro de Tiquina	SI
	Tito Yupanqui	SI

Fuente: Elaboración propia en base PDM'S y datos del Viceministerio de Turismo.

En el cuadro anterior se puede observar que tan solo un municipio de la región no practica esta elaboración de los tejidos ya que el municipio de Achacachi tiene otra importante producción como lo son los productos lácteos.

También se puede observar que la práctica del tejido de totora para hacer balsas de este material no es muy practicada en los municipios que pertenecen a la región ya que esta práctica es una característica de la población de Huatajata.



Foto: Artesano tejedor de totora

3.4.2. Cerámica.

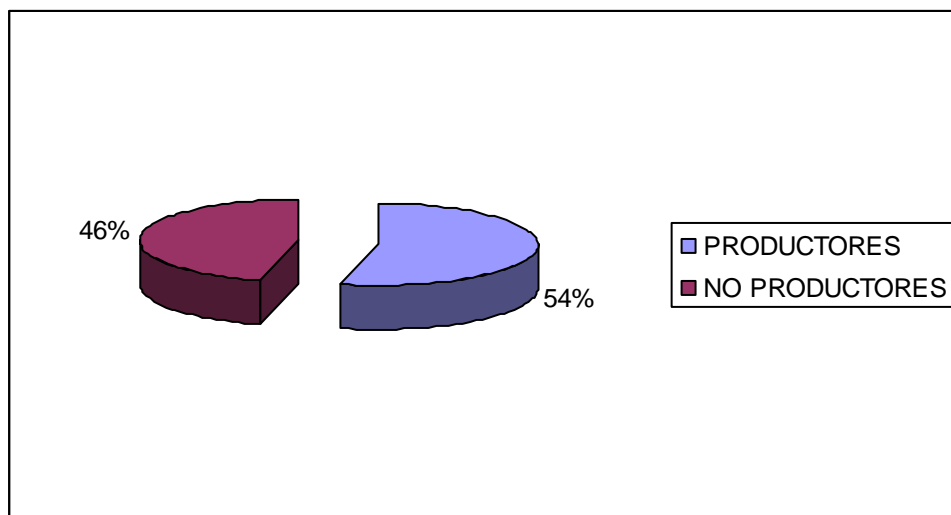
En cuanto a la elaboración de productos en la rama de la cerámica los diferentes municipios que pertenecen a la región no lo han desarrollado con la misma intensidad como con los tejidos ya que son pocos municipios que lo practican, estos productos son de muy buena calidad lo cual les ha permitido comercializarlos a nivel local y nacional ya que estos productos presentan una mayor demanda ya que se constituye en una materia muy importante para el acabado fino para las construcciones.

CUADRO Nº 12
CERAMICA

PROVINCIA	MUNICIPIO	CERAMICA
OMASUYOS	Achacachi	NO
	Ancoraimes	NO
CAMACHO	Puerto Acosta	NO
	Carabuco	SI
INGAVI	Guaqui	SI
	Taraco	NO
	Tiahuanacu	SI
LOS ANDES	Pucarani	NO
	Batallas	NO
	Puerto Pérez	SI
MANCO KAPAC	Copacabana	SI
	San Pedro de Tiquina	SI
	Tito Yupanqui	NO

Fuente: Elaboración propia en base PDM'S y datos del Viceministerio de Turismo.

GRAFICO Nº 15
CERAMICA



Se puede observar que tan solo el 46% del total de todos los municipios de la región producen los productos en cerámica, en tanto que la mayor parte de los municipios como lo representa el 54% del total no producen los productos de cerámica.

3.4.3, Alfarería.

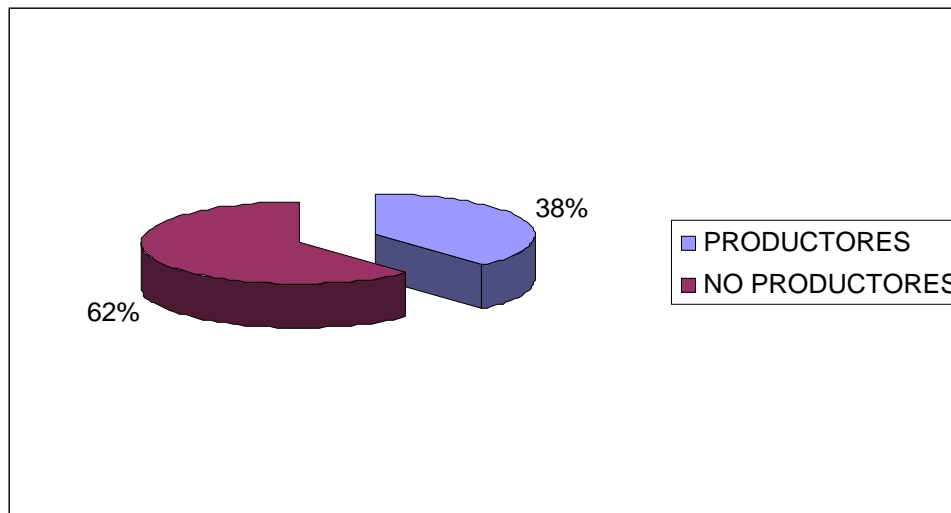
La producción de diferentes productos trabajados en la alfarería son de variada gama ya que esta producción se practica desde muchos siglos atrás siendo de esta manera una de las actividades más antiguas que se practican en los diferentes municipios, entre todas las variedades de los productos de esta práctica se pueden mencionar a las vasijas, platos, ollas, etc. que son muy apreciadas especialmente en la ferias de ramos donde la demanda por estos productos crece de manera considerablemente.

CUADRO Nº 13
ALFARERIA

PROVINCIA	MUNICIPIO	ALFARERIA
OMASUYOS	Achacachi	NO
	Ancoraimes	SI
CAMACHO	Puerto Acosta	NO
	Carabuco	NO
INGAVI	Guaqui	NO
	Taraco	NO
	Tiahuanacu	SI
LOS ANDES	Pucarani	NO
	Batallas	SI
	Puerto Pérez	NO
MANCO KAPAC	Copacabana	SI
	San Pedro de Tiquina	SI
	Tito Yupanqui	NO

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos del Viceministerio de Turismo.

GRAFICO Nº 16
ALFARERIA



Claramente se puede observar que la producción de alfarería en los municipios pertenecientes a la región no es una actividad importante ya que en un 62% del total de los municipios no producen los productos de esta actividad y más al contrario en un 38% solamente se dedican a esta actividad dando de esta manera a entender que la región no se ocupa de esta actividad que es muy importante para el desarrollo de algunas actividades de la vida diaria.

3.4.4. Orfebrería.

Una importante actividad que se ha desarrollado desde la antigüedad es la orfebrería que en la región no es muy practicada por diversas razones en especial ya que no se cuenta con la suficiente materia prima para la elaboración de los productos de esta actividad.

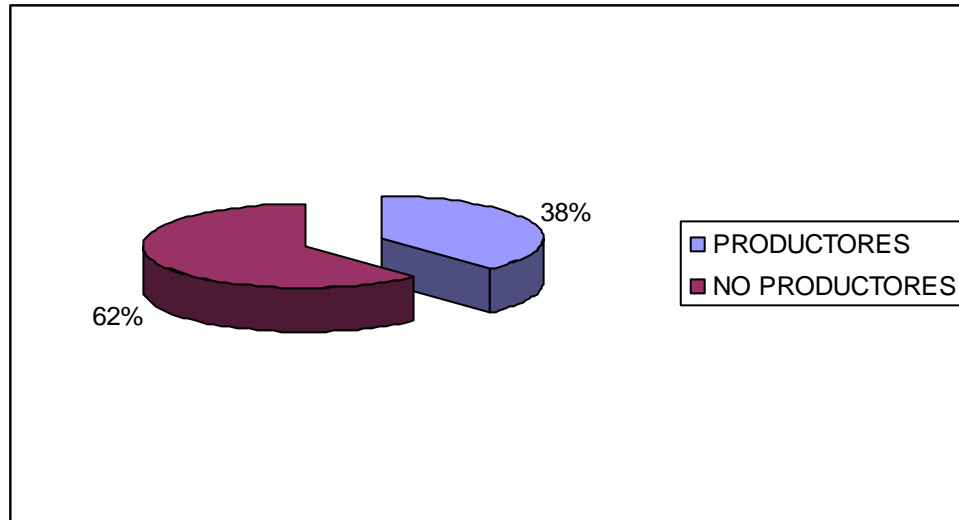
CUADRO No 14
ORFEBRERIA

PROVINCIA	MUNICIPIO	ORFEBRERIA
OMASUYOS	Achacachi	NO
	Ancoraimes	SI
CAMACHO	Puerto Acosta	NO
	Carabuco	NO
INGAVI	Guaqui	NO
	Taraco	NO
	Tiahuanacu	SI
LOS ANDES	Pucarani	NO
	Batallas	NO
	Puerto Pérez	SI
MANCO KAPAC	Copacabana	SI
	San Pedro de Tiquina	SI
	Tito Yupanqui	NO

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos del Viceministerio de Turismo.

Dentro de la región son muy pocos los que se dedican a la producción de la orfebrería ya que esta no representa una importante fuente de ingresos para los pobladores, otro factor determinante para la no producción de los productos resultantes de la orfebrería es que no se cuenta con la suficiente capacitación sobre la producción de esta actividad y aquellos que lo realizan lo hacen por que es una tradición familiar y que paso de generación a generación.

GRAFICO No 17
ORFEBRERIA



La producción de esta actividad está remarcada por la poca práctica que realizan los municipios de la región ya que tan solo un 38% del total de los municipios son productores de esta actividad siendo una actividad no muy explotada por los pobladores de la región, en tanto que con casi un contundente 62% de los municipios son los que se dedican a esta actividad considerándose de esta manera a esta actividad una de las actividades menos practicadas en la región del Altiplano Norte.

3.4.5. Madera.

La producción de muebles, adornos, mosaicos, etc. que se practican en material como lo es la madera no cuenta con el apoyo de los municipios para su realización ya que tan solo uno de los municipios específicamente el municipio de Copacabana es quien produce los diferentes productos de este material. Los municipios de la región no dan mucho valor a esta actividad ya que la mayor parte

de sus pobladores prefieren realizar otras actividades como el tejido, la alfarería, etc.

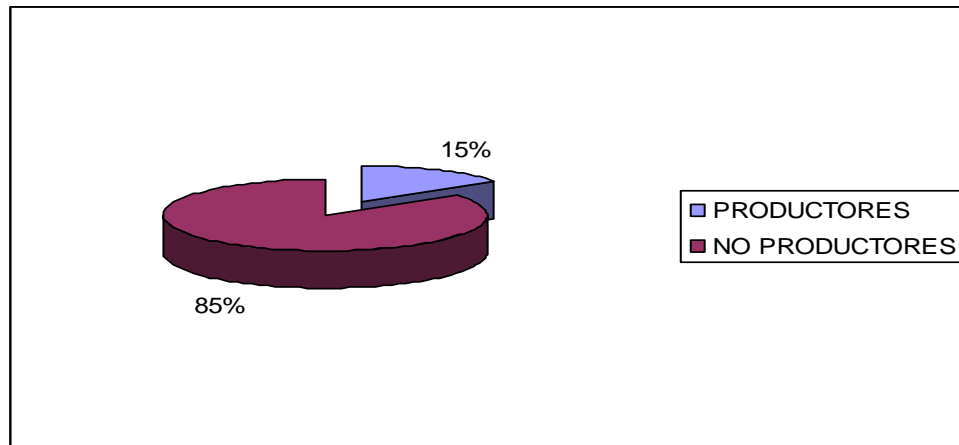
CUADRO No 15
MADERA

PROVINCIA	MUNICIPIO	MADERA
OMASUYOS	Achacachi	NO
	Ancoraimes	NO
CAMACHO	Puerto Acosta	NO
	Carabuco	NO
INGAVI	Guaqui	NO
	Taraco	NO
	Tiahuanacu	SI
LOS ANDES	Pucarani	NO
	Batallas	NO
	Puerto Pérez	NO
MANCO KAPAC	Copacabana	SI
	San Pedro de Tiquina	NO
	Tito Yupanqui	NO

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos del Viceministerio de Turismo.

En el cuadro anterior claramente se puede evidenciar lo que se dijo anteriormente ya que tan solo 2 de los municipios de la región realizan esta actividad contra una gran mayoría que no lo realizan.

GRAFICO Nº 18
MADERA



También se puede observar que tan solo el 15% del total de los municipios de la región son los que producen mediante esta actividad en tanto que el 85% de los municipios no lo producen, esta cifra es alarmante ya que una gran cantidad de pobladores necesita de estos productos y al no obtenerlos dentro de los municipios se ven obligados a recorrer grandes distancias para obtener los productos de esta actividad.

3.5. CONCLUSIONES DEL CAPITULO III.

La región del Altiplano Norte por su geografía es caracterizada por ser una región fría con algunas características de climas variados pero que en su esencia es de una temperatura fría. La presencia del Lago Titicaca le da un aire especial ya que esta proporciona una gran cualidad a los atractivos turísticos de la región.

La realidad en los temas que se desarrollaron es evidentemente muy rica en recursos turísticos por la variada gama de sitios tan importantes en materia turística, las diferentes fiestas con las cuales cuentan todos los municipios que pertenecen a la región del Altiplano Norte con un toque mágico de costumbres aymaras convierten a las diferentes prácticas religiosas, festivas y rituales con una gran riqueza en lo turístico, estos atractivos son un gran potencial de desarrollo

para la región, pero en gran parte de los municipios estos atractivos no son reconocidos ni mucho menos promocionados para que el turista pueda dirigirse hacia estos municipios que cuentan con importantes atractivos turísticos. Tanto como los municipios como las agencias de turismo que se encuentran en constante comunicación con los turistas no cuentan con ningún tipo de estrategia agresiva para promocionar a dichos atractivos los cuales no son muy visitados ni siquiera por los turistas nacionales ya que no existe una adecuada información sobre este tema.

Los medios de producción de artesanías se encuentran en un total abandono ya que si es cierto que se producen excelentes productos con calidad de exportación estos no encuentran en los gobiernos municipales y aun departamentales un fomento que les permitan ofrecer estos productos tanto a los turistas extranjeros como a los nacionales y de esta manera incentivar las practicas de estas actividades en beneficio de la población de la región.

CAPITULO IV

INFRAESTRUCTURA TURISTICA

Es necesario tocar algunos aspectos característicos a este tema para un mejor desarrollo en lo que se refiere a la infraestructura con que cuenta la región del Altiplano Norte, se debe tener en cuenta para este tema la diferentes agencias de viaje que puedan brindar alguna información con respecto a los principales centros turísticos y también a los centros que son reconocidos o promocionados, la existencia de oficinas de información turística dentro los municipios, las diferentes ofertas con las cuales cuentan en materia de hospedaje para los turistas, si estas son de primera categoría o no, los servicios que ofrecen, etc.

Otro aspecto importante son los centros de alimentación a las cuales tiene acceso los diferentes turistas que visitan los lugares de turismo, otro tema que se desarrollara a continuación y que es muy importante son los servicios de emergencias en cuanto a los centros médicos, postas sanitarias, centros médicos, etc. con los cuales cuentan los diferentes municipios para la atención de los visitantes de la región y el último tema que se desarrollará es la frecuencia con la cual visitan los diferentes turistas tanto nacionales como extranjeros, las fechas en las cuales asisten con mayor frecuencia , etc.

4.1. Agencia de Viajes.

En las características más importantes que se tiene que remarcar en el tema de infraestructura turística es la información con la cual se cuenta sobre todos los atractivos turísticos, medios de transporte, todos los servicios que pueden ofrecer los distintos municipios que cuentan con estos atractivos. Para esto es necesario observar a las agencias de viajes que pueden ofrecer tours por toda la región, a esto se llama paquete completo o solo por algunos de los más importantes municipios que solo es el medio paquete.

A continuación podremos observar en el siguiente cuadro la existencia o no de estas agencias que brindan un servicio de información y también de viajes a esta región.

CUADRO Nº 16
INFRAESTRUCTURA TURISTICA

PROVINCIA	MUNICIPIO	AGENCIAS	PAQUETES TURISTICOS	GUIAS
OMASUYOS	Achacachi	SI	NO se tiene uno especifico	NO se cuenta con los datos
	Ancoraimes	NO	NO	NO se cuenta con los datos
CAMACHO	Puerto Acosta	NO	NO	NO se cuenta con los datos
	Carabuco	SI	NO	NO se cuenta con los datos
INGAVI	Guaqui	SI	SI se cuenta con el paquete del circulo del Lago Titicaca	NO se cuenta con los datos
	Taraco	SI	SI se cuenta con el paquete del circulo del Lago Titicaca	NO se cuenta con los datos
	Tiahuanacu	SI	SI se cuenta con el paquete del recorrido por las ruinas	NO se cuenta con los datos
LOS ANDES	Pucarani	NO	NO	NO se cuenta con los datos
	Batallas	NO	NO	SI, algunos
	Puerto Pérez	NO	NO	NO se cuenta con los datos
MANCO	Copacabana	SI	SI se cuenta con el paquete del circulo del Lago Titicaca, también se cuenta con el paquete del recorrido por las ruinas incaicas	NO se cuenta con los datos
KAPAC			SI se cuenta con el paquete del circulo del Lago Titicaca	NO se cuenta con los datos
MANCO KAPAC	Tito Yupanqui	NO	SI se cuenta con el paquete del circulo del Lago Titicaca	NO se cuenta con los datos

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y Agencias de viaje.

En el cuadro se puede evidenciar que las agencias de viaje solo se encargan de ofrecer solamente los atractivos turísticos de las zonas a las cuales creen que ya están consolidadas como un verdadero atractivo turístico y no así a los demás municipios que también cuentan con estos atractivos pero que son reconocidos si no tan solo por los turistas nacionales que las conocen, es una pena que estas empresas no se encarguen de promocionar los diferentes centros turísticos pero de todos los municipios que cuentan con estas maravillas para de esta manera fomentar más la visita de los turistas hacia estas zonas.

Por los paquetes turísticos que estas empresas ofrecen a los turistas se puede mencionar que de todos los paquetes solo dos resaltan como los más importantes dentro de esta industria como lo es el circuito del Lago Titicaca donde se incluyen algunos de los municipios pertenecientes a la región como los municipios de Copacabana, Guaqui, Tito Yupanqui, Taraco y San Pedro de Tiquina, en tanto que los demás municipios no cuentan con una promoción agresiva para la visita de estos hermosos lugares.

Otro importante paquete que se ofrece a los turistas especialmente extranjeros es el famoso recorrido de las ruinas incaicas que tan solo menciona a dos municipios de la región como lo es el municipio de Tihuanacu y el municipio de Copacabana y muchos otros pueblos especialmente de la república del Perú como el Machu Picchu, lo cual nos muestra que las agencias de viaje si bien están brindando un servicio hacia la población no se preocupa por promocionar nuevos atractivos turísticos de la región y que esto va en desmedro de toda la región y del departamento.

Para un mejor conocimiento de los atractivos turísticos de la región es necesario la presencia de los guías turísticos tanto de las agencias de viaje como de los municipios que cuentan con estos atractivos en este caso no se ha podido recabar mucha información debido a que tanto las agencias de viaje no dan esta información que para estas es confidencial debido a la gran cantidad de ofertas que puedan recibir de otras empresas de la competencia y de los municipios

tampoco se ha podido recabar la información ya que en los diferentes municipios aquellas personas que se dedican a esta actividad solo son eventuales y no así constantes, es por esta razón que no se cuenta con los datos salvo del municipio de Batallas que tiene registrado a 5 guías del lugar que son frecuentes en esta actividad.

4.2. Oficinas de información turística.

Para una mejor promoción de los centros turísticos se debe contar con una serie de oficinas turísticas tanto de los lugares donde se encuentran las agencias turísticas como de los municipios a los cuales llegan los turistas, esta información permite al turista una mejor orientación de los lugares a donde se dirige y también lo que espera encontrar en sus visitas. Esta información debe ser concreta y muy detallada para una mejor comprensión de los visitantes que vienen a invertir su dinero en estas zonas, estas oficinas que generalmente se encuentran en las ciudades se encargan también de promocionar los diferentes atractivos del país, del departamento, de la región y por último del municipio, en cambio las oficinas de información de los municipios se encargan de brindar una información mucho más concreta de los diferentes atractivos con las cuales cuentan los municipios que cuentan con estas oficinas lo cual se debe mencionar son muy pocas en la región.

CUADRO Nº 17
OFICINAS TURISTICAS

PROVINCIA	MUNICIPIO	OFICINAS TURISTICAS LA PAZ	OFICINAS TURISTICAS MUNICIPIO	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	SI dan la información de los atractivos turísticos del municipio(estos son de la Alcaldía Paceña y agencia de viajes)	NO se cuenta con la información	NO se cuenta con la información
	Guaqui	SI dan la información de los atractivos turísticos del municipio(estos son de la Alcaldía Paceña y agencia de viajes)	NO se cuenta con la información	NO se cuenta con la información
	Taraco	SI dan la información de los atractivos turísticos del municipio(estos son de la Alcaldía Paceña y agencia de viajes)	NO se cuenta con la información	NO se cuenta con la información
INGAVI	Tiahuanacu	SI dan la información de los atractivos turísticos del municipio(estos son de la Alcaldía Paceña y agencias de viaje)	SI existe una oficina de información turística propia del municipio	NO se cuenta con la información
MANCO KAPAC	Copacabana	SI dan la información de los atractivos turísticos del municipio(estos son de la Alcaldía Paceña y agencia de viajes)	SI existe una oficina de información turística propia del municipio	NO se cuenta con la información
	San Pedro de Tiquina	SI dan la información de los atractivos turísticos del municipio(estos son de la Alcaldía Paceña y agencias de viaje)	SI existe una oficina de información turística propia del municipio	NO se cuenta con la información

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos de las Agencias de viaje.

En materia de las oficinas de información turística no se ha podido recabar mucha información ya que la mayor parte de estas oficinas ubicadas en la ciudad de La Paz (muchas de estas que son propiedad de la Alcaldía de la ciudad de La

Paz y las otras solo son las agencias de viajes que pertenecen a empresarios privados), no cuentan con la suficiente información sobre los diferentes atractivos turísticos de la región y de esta manera también desinforman a los diferentes turistas que se aproximan a estas oficinas para recabar mayor información sobre los sitios que quieren visitar, otro problema es la información que brindan solo de los centros turísticos mas visitados por los turistas como el Santuario de Copacabana, las Ruinas de Tihuanacu, el Estrecho de Tiquina, etc. y no así brindan la información de los demás centros turísticos de los otros municipios que no dejan de ser un importante aporte a la industria sin chimenea como lo es el Turismo.

4.3. Hoteles, Alojamientos, Posadas y otros.

La infraestructura hotelera se encuentra muy limitada en la región debido a que no existen variedad en este servicio encontrándose de esta manera en una situación de incapacidad de albergar a grandes cantidades de turistas en épocas que lo requieren, en este caso particular ni los alojamientos ni incluso las casas de los pobladores que brindan este servicio abastecen a la gran demanda de estas épocas. En el siguiente cuadro se podrá observar con mucha claridad este aspecto peculiar de los municipios que pertenecen a la región.

CUADRO Nº 18
HOSPEDAJE

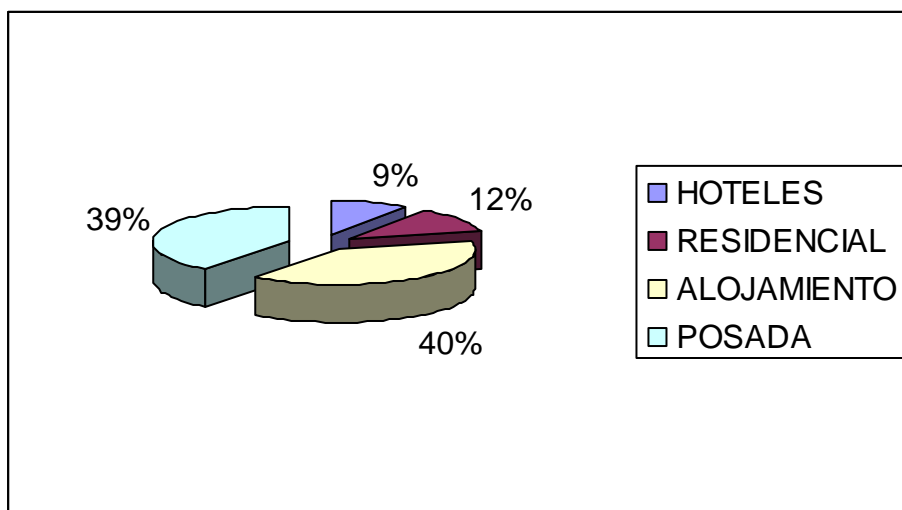
PROVINCIA	MUNICIPIO	HOTELES	RESIDENCIAL	ALOJAMIENTO	POSADAS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	SI	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
	Ancoraimes	NO	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
CAMACHO	Puerto Acosta	NO	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
	Carabuco	NO	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
INGAVI	Guaqui	NO	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
	Taraco	NO	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
	Tiahuanacu	SI	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
LOS ANDES	Pucarani	NO	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
	Batallas	NO	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
	Puerto Pérez	SI	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan

MANCO KAPAC	Copacabana	SI	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
	San Pedro de Tiquina	NO	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las casas de los comunarios en situaciones que lo ameritan
	Tito Yupanqui	NO	NO	SI	SI	NO

Fuente: Elaboración propia en base PDM'S, internet y datos del Viceministerio de Turismo.

Se puede evidenciar que la mayor parte de los pobladores ofrecen sus hogares para el hospedaje de los visitantes a los diferentes municipios y de esta manera logran un ingreso económico no muy alto pero si importante.

GRAFICO N° 19
HOSPEDAJE



Se puede observar con claridad que el rubro con más presencia dentro a lo que se refiere al hospedaje en la región son los alojamientos con un total del 40% de presencia dentro de los municipios de la región, en tanto que con un 39% de presencia son las posadas que existen en casi todos los municipios de

la región, por otra parte se encuentran los hoteles con una escasa presencia con un 9% de presencia en la región en este caso es demasiado preocupante esta situación ya que la mayor parte de los turistas extranjeros prefieren hospedarse en los hoteles, solamente se ha podido constatar que los hoteles con presencia en la región son muy pocos y que se encuentran presentes en los municipios que cuentan con una mayor cantidad de visitantes tal es el caso de los hoteles; Hotel Gloria, Hotel Las Balsas, Hotel Ambador, Hotel Rosario del Lago, Hotel Copacabana Palace, etc. los cuales tienen su presencia dentro de lo que es la región. Otra de las variedades que existen en la región son las residenciales que con tan solo el 12% de presencia se convierte en otra variedad que tiene poca presencia en lo que respecta a la región.

4.4. Restaurantes.

En la región del Altiplano Norte se caracteriza por ser una región exquisita en la variedad de platos en lo que respecta a la comida, es por esta razón que es un medio de mucha importancia que debe ser desarrollada en cualquier medio de investigación, en el siguiente cuadro observaremos las diferentes alternativas con las cuales cuentan la región con respecto a la gastronomía.

CUADRO Nº 19
ALIMENTACION

PROVINCIA	MUNICIPIO	RESTAURANT	PENSIONES	COMEDOR POPULAR	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
	Ancoraimes	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
CAMACHO	Puerto Acosta	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos

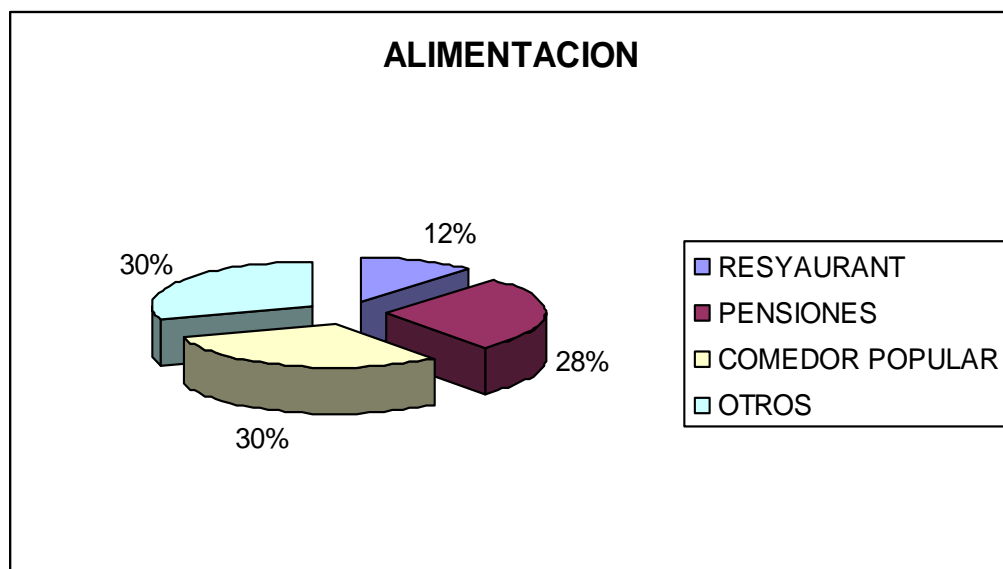
Desarrollo del Turismo del Altiplano Norte

CAMACHO	Carabuco	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
INGAVI	Guaqui	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
	Taraco	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
	Tiahuanacu	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
LOS ANDES	Pucarani	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
	Batallas	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
	Puerto Pérez	NO	NO	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
MANCO KAPAC	Copacabana	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
	San Pedro de Tiquina	SI	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos
	Tito Yupanqui	NO	SI	SI	SI, se puede mencionar las señoras que venden la comida en carritos

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y datos del Viceministerio de Turismo.

En el cuadro anterior se puede observar de manera concreta que la gama de centros gastronómicos que ofrecen una serie de variedades para que tanto los pobladores como los turistas tanto nacionales como extranjeros puedan tener una diferenciada gama de alternativas, se puede observar la presencia de restaurantes internacionales en muchos casos en especial en los municipios que reciben una gran cantidad de personas en determinadas épocas del año, también la presencia importante de las pensiones que no dejan de ser importantes en los municipios que pertenecen a la región, otra importante presencia que se ha convertido en infaltables en los municipios son los comedores populares especialmente en los mercados de la región y por último se tiene la presencia de las famosas señoras que se encargan de vender los variados platos de la región que son llamados los agachaditos.

GRAFICO N° 20



En el gráfico anterior se puede ver que la mayor parte de los municipios pertenecientes a la región cuentan con el servicio gastronómico de los comedores populares con presencia del 30% del total es un importante rubro en lo que

respecta a la economía de la región, otro que se sitúa a la par de los comedores populares son los famosos agachaditos que con un 30% de presencia en los municipios son otro importante factor para la industria gastronómica de la región, luego se puede ver que se sitúan las pensiones que en algunos casos no cuentan con la presencia contundente en la región como los anteriores mencionados ya que con una presencia de un 28% deja muchas incógnitas del por qué de una presencia pobre en la región y algo aún más preocupante es la poca presencia de los restaurantes en la región ya que con tan solo 12% de presencia, se convierte en el sector menos productivos de la región ya que estos casi en su totalidad se encuentran en los centros turísticos importantes o centrales como se los han denominado a las ruinas de Tihuanacu y al Santuario de Copacabana.

Un muy importante tema se refiere a la gran variedad de platos que se pueden ofrecer en estos centros de venta de comida ya que en su mayoría presentan una variedad de platos de peces como ser los sábalos, ispis, truchas, mauris, pejerrey, etc. que son muy degustados por los visitantes de estos centros, otra variedad de platos exquisitos son las famosas ancas de rana muy ricas que se ofrecen especialmente en el municipio de Copacabana con una impresionante aceptación no solo de los visitantes extranjeros sino también de los visitantes nacionales que en cuanto se llega al lugar lo primero que se averigua son los centros que ofrecen este platillo.

El tema más preocupante que afecta a esta actividad de comidas es la falta de la preservación de los peces en el Lago Titicaca ya que con la contaminación y la pesca indiscriminada por parte de los mismos comunarios de los municipios se ha tropezado con la dificultad de la escasez de peces para la elaboración de estos platos poniendo en riesgo tanto la generación de comidas como la generación de empleos y mucho peor el cierre de muchos de estos centros de consumo.

Entre otras variedades de platos se tiene los platos de carne de oveja como ser el famoso thimpu, asado de cordero, brazuelo, etc. que también son muy requeridas por los visitantes, otro importante elemento para la elaboración de los

platos es la carne de pollo del cual se puede degustar la sajta, fricasé de pollo, caldo de pollo, etc. todos estos platos debidamente acompañados de las variadas verduras de la región que le dan un toque de magnífico sabor a todos los platos elaborados por estos centros gastronómicos.

4.5. Servicio de Emergencias.

Los servicios de emergencias de la región son limitadas para el abastecimiento de la población y de los visitantes que llegan a la región, esto es demasiado preocupante ya que en caso de accidentes graves los heridos son remitidos a la ciudad de La Paz y que en el recorrido en muchos casos pierden la vida, esto a causa de son muy pocos o casi nada de la existencia de hospitales de tercer nivel con los cuales se cuenta en la región.

CUADRO Nº 20
SERVICIOS DE EMERGENCIA

PROVINCIA	MUNICIPIO	HOSPITALES	POSTAS SANITARIAS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	SI se cuenta con un Hospital de Segundo nivel	SI se cuenta con 5 Postas Sanitarias de primer nivel	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas y también con 9 Puestos de Salud
	Ancoraimes	SI se cuenta con un Hospital de Primer nivel	SI se cuenta con 5 Postas Sanitarias de primer nivel	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
CAMACHO	Puerto Acosta	SI se cuenta con un hospital de Primer Nivel	SI se cuenta con 1 centro de salud	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
	Carabuco	SI se cuenta con un hospital de Primer Nivel	NO se cuenta con los datos	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
INGAVI	Guaqui	SI se cuenta con un Hospital de Primer nivel	NO se cuenta con los datos	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
	Taraco	NO se cuenta con un Hospital	SI se cuenta con 1 Posta Sanitaria de primer nivel	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas y también con 2 Puestos Sanitarios

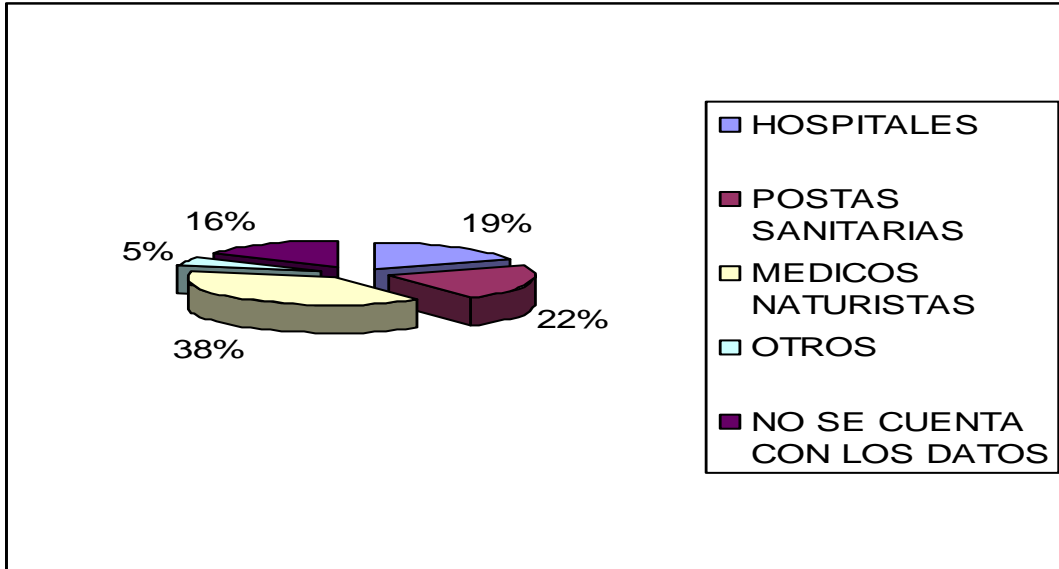
INGAVI	Tiahuanacu	NO se cuenta con los datos	NO se cuenta con los datos	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
	Desaguadero	NO se cuenta con los datos	NO se cuenta con los datos	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
LOS ANDES	Pucarani	SI se cuenta con un Hospital de primer nivel	SI se cuenta con 6 Postas Sanitarias de primer nivel	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
	Batallas	NO se cuenta con ningún Hospital, pero SI con un Centro de Salud	SI se cuenta con 3 Postas Sanitarias	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
	Puerto Pérez	NO se cuenta con ningún Hospital	NO se cuenta con ninguna Posta Sanitaria	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
MANCO KAPAC	Copacabana	SI se cuenta de un Hospital de Segundo nivel	SI se cuenta con 5 Postas de Salud de primer nivel	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
	San Pedro de Tiquina	NO se cuenta con los datos	NO se cuenta con los datos	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas
	Tito Yupanqui	NO se cuenta con ningún Hospital pero se cuenta con un Centro de Salud	SI se cuenta con 1 Posta Sanitaria de primer nivel	Se cuenta con la medicina tradicional con los médicos naturistas

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S.

En el cuadro se puede evidenciar que tan solo son 5 los municipios los cuales cuentan con un hospital y no precisamente de tercer nivel sino en algunos casos de segundo y de primer nivel, en cuanto a las postas sanitarias es un caso similar a los hospitales ya que no todos los municipios cuentan con estas y en la mayor parte de no se ha podido encontrar datos de la existencia de estos.

Se ha podido notar que la medicina tradicional se encuentra en total vigencia en los municipios ya que todos los municipios cuentan aunque con un solo naturista que se encarga de realizar las curaciones con la medicina tradicional y que estos cuentan con una gran aceptación dentro la población que en muchos casos aún desconfían de los médicos titulados.

GRAFICO Nº 21
SERVICIOS DE EMERGENCIA



El 38% de los municipios de la región cuenta con la medicina tradicional que tiene bastante aceptación en la sociedad, luego se encuentran las postas sanitarias con una presencia del 22% en toda la región en muchos de los municipios se cuenta con una cantidad considerable y en otros no se cuenta con este servicio, con una presencia del 19% están ubicados los hospitales que como se ha mencionado es de alarmante ausencia de estos para una gran cantidad de gente que vive en la región, con un 16% de porcentaje no se ha podido encontrar los datos y por último se encuentran los puestos sanitarios con una presencia del 5% estos se crearon para no dejar en el total abandono de la población y de esta manera poder brindar una atención a la población.

4.6. Flujo Turístico.

La región por contar con importantes centros turísticos cuenta con la visita de varios turistas tanto extranjeros como nacionales, esta visita es frecuente en

determinadas fechas especialmente en las fechas rituales de las diferentes culturas que se asentaron en la región del Altiplano Norte.

Para una mayor explicación del tema de flujo turístico en el siguiente cuadro se podrá observar algunas de las características que presenta la región.

CUADRO Nº 21
FLUJO TURISTICO

PROVINCIA	MUNICIPIO	CANTIDAD DE VISITANTES	PROCEDENCIA		EPOCAS DE MAYOR FLUJO
			NACIONAL	INTERNACIONAL	
OMASUYOS	Achacachi	El total de visitantes durante el año es de 68.500 visitantes extranjeros y nacionales	60.000 visitantes entre la población como excursionistas	8.500 visitantes extranjeros	Las visitas con más frecuencias a este municipio son en las fechas festivas del municipio y fines de semana
	Ancoraimes	Lamentablemente no se cuenta con mucho flujo turístico ya que los visitantes son ocasionales	No se cuenta con los datos	No se cuenta con los datos	No se cuenta con los datos
INGAVI	Taraco	El total de visitantes durante el año es de 5.000 visitantes extranjeros y nacionales	4.150 visitantes entre la población	850 visitantes extranjeros	Las visitas con más frecuencias a este municipio son en las fechas festivas del municipio y en semana santa

Desarrollo del Turismo del Altiplano Norte

	Tiahuanacu	El total de visitantes que se tiene durante el año es de 45,300 visitantes extranjeros.	No se cuenta con los datos	45,300 visitantes extranjeros.	Las visitas con más frecuencia a este municipio son los fines de semana, la fecha cívica del municipio y con mucho más importancia la iniciación del año nuevo aymara en el mes de junio al cual asisten gran cantidad de turistas.
	Pucarani	Lamentablemente no se cuenta con mucho flujo turístico ya que los visitantes son ocasionales	No se cuenta con los datos	No se cuenta con los datos	Las visitas con más frecuencias a este municipio son los fines de semana, la fecha cívica del municipio y con más importancia durante la realización de la carrera automovilística
LOS ANDES	Batallas	Lamentablemente no se cuenta con mucho flujo turístico ya que los visitantes son ocasionales	No se cuenta con los datos	No se cuenta con los datos	Las visitas con más frecuencias a este municipio son los fines de semana y la fecha cívica del municipio
	Puerto Pérez	Existe un creciente flujo turístico en la zona que no se lo ha podido contabilizar	No se cuenta con los datos	No se cuenta con los datos	Las visitas con más frecuencias a este municipio son en las fechas festivas del municipio y fines de semana además que en semana santa
	Copacabana	El total de visitantes durante el año es de 80,883 visitantes extranjeros.	No se cuenta con los datos	80,883 visitantes extranjeros.	Las visitas con más frecuencias a este municipio son en las fechas festivas del

					municipio y en semana santa donde se da la mayor cantidad de concentración de turistas por el santuario.
MANCO KAPAC	Tito Yupanqui	El total de los visitantes durante el año es de 1.550 visitantes extranjeros y nacionales	1.250 visitantes entre la población como algunos excursionistas	300 visitantes extranjeros	Las visitas con más frecuencia a este municipio es tan solo una vez al año en semana santa

Fuente: Elaboración propia en base a PDM'S y al Viceministerio de Turismo.

En el cuadro anterior se puede observar lamentablemente que la mayor cantidad de los municipios que pertenecen a la región del Altiplano Norte, no cuentan con un flujo turístico bueno y que en algunos casos particulares es casi inexistente por la poca importancia que estos municipios le prestan a sus recursos turísticos o tan solo por la negligencia de algunas autoridades que buscan más su bienestar personal que de la región.

Es muy lamentable que centros tan ricos en cultura y de singular belleza no son frecuentados ni por turistas extranjeros y mucho peor por los turistas nacionales que tan solo frecuentan en una gran mayoría a los centros más conocidos como las ruinas de Tiwanacu, el Santuario de Copacabana, etc. dejando a un lado a aquellos centros turísticos que cuentan con las fascinantes culturas milenarias o con grandes potenciales en tema de los paisajes, incluso en desmedro de los hallazgos tanto de artesanía de estas culturas y que son muy poco frecuentadas por los turistas.

En cambio es alentador el desarrollo e incluso el crecimiento de algunos centros turísticos que están siendo visitados masivamente especialmente por las promociones que se están dando para que los visiten, como el caso del Lago Titicaca y sus alrededores, otro importante centro de visita masiva se encuentra

en el municipio de Tiwanacu al cual los turistas extranjeros y nacionales asisten para poder admirar las fascinantes ruinas de las cultura Tiwanacota que es muy admirada por el mundo entero.

Pero algo que nos ha llamado la atención en estos centros turísticos es el poco cuidado que se tiene en la mantención de estas reliquias turísticas dejando de esta manera que se las pueda deteriorar y en muchos casos destruir, ocasionando de esta manera la pérdida de dichos centros en desmedro de estos municipios y por que no decirlo del departamento de La Paz.

4.7. CONCLUSIONES DEL CAPITULO IV.

Dentro de este capítulo se puede mencionar que las condiciones para mejorar el turismo en la región no se han podido en su plenitud mejorar ya que algunos municipios son los que realmente se ocupan de esta industria sin chimenea y también puntualizar que en el restante de los municipios reina el no importismo para el desarrollo de esta actividad que puede ocasionar un gran desarrollo para la región entera.

Llama poderosamente la atención la poca promoción hacia estos centros turísticos tanto de sus propias autoridades como de la Prefectura misma de La Paz, este hecho se deberá a que en estos municipios hace mucho la falta de proyectos turísticos que puedan dar alguna alternativas tanto hacia los turistas como de trabajo y de desarrollo para el municipio y para el departamento en su conjunto. Tanto es así que se puede observar con mucha tristeza que en el municipio de Copacabana recientemente se ha empezado a reemplazar la moneda nacional por la moneda extranjera (específicamente los soles Peruanos), esto debido a la cercanía con este país que tan solo es de un par de horas o por la obtención de más recursos económicos para el mejoramiento económico sólo de las personas que realizan las diferentes actividades económicas y no así en beneficio ni del municipio, del Departamento y mucho menos del Estado Boliviano.

Se debe tratar de mejorar muchas de estas actividades pero aún más importante es de mejorar los servicios que se prestan tanto en las ramas de: servicios médicos, hotelería, alimentación y transporte público para que de esta manera se pueda optimizar la captación de más turistas y que de esta manera se pueda crear una imagen positiva dentro de lo que se refiere al turismo en nuestro país.

CAPITULO V
DESARROLLO DE LAS MATRICES FODAS

Dentro del desarrollo metodológico del presente trabajo se realizara la respectiva matriz FODA para un mejor desarrollo de las recomendaciones que se deben realizar para esta investigación que ayudara a la elaboración de proyectos, planes, políticas públicas y/o estrategias para aplacar los problemas más inmediatos de la región.

MATRIZ FODA
CAPITULO II
VIAS DE COMUNICACIÓN

FORATLEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Vías principales y secundarias existentes.- Variedad de transportes para la visita a los municipios de la región.- Transporte pluvial existente.- Existencia de radioemisoras propias de los municipios.- Presencia importante de los medios tecnológicos (fax, telefonía, internet, celular).- Presencia de medios de información (radio, tv, prensa escrita).	<ul style="list-style-type: none">- Recursos destinados a la mantención de las vías.- Constante flujo vehicular.- Demanda de productos del Lago Titicaca.- Información que llega a los municipios.- Crecimiento de la cobertura tecnológica.- Potencia en la transmisión de los medios de información.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Vías secundarias en mal estado. - Horarios insuficientes de los transportistas sindicalizados para la región. - La inexistencia del transporte férreo. - Deficiente llegada de los medios tecnológicos hacia algunos municipios. - Deficiente transmisión de los medios de información locales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Despreocupación por la conexión entre los cantones. - Casi inexistente iluminación en las carreteras. - La Capitalización de ENFE. - Poco presupuesto para ampliar la cobertura de los medios tecnológicos. - Buena transmisión de los medios informativos del Perú (radio, tv).

Fuente: Elaboración propia

Recomendaciones.

1. Se debe implementar proyectos para la apertura de carreteras para una mayor conexión entre los pueblos de la región para un mejor desarrollo en todos los ámbitos.
2. Desarrollar políticas públicas apropiadas y eficientes para el mejor mantenimiento de las carreteras que conectan a los municipios con los principales centros urbanos del departamento con mejor iluminación y de esta manera evitar o en su defecto disminuir los accidentes de tránsito por estas causas.
3. Incentivar a los empresarios de la tecnología en lo económico (ej. reducción de impuestos), para que estos puedan realizar una mayor inversión en el rubro y de esta forma ampliar la cobertura para que los mismos lleguen a los municipios de una manera más formal manteniendo de esta manera informados a los ciudadanos.

MATRIZ FODA
CAPITULO III
ATRATIVOS TURISTICOS

FORATLEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Presencia importante de ruinas de culturas pre colombinas.- Presencia de iglesias y templos ceremoniales de las culturas asentadas en la región.- Presencia de algunos chullperios de las cuales se han rescatar arqueología para los museos del país.- Expresión cultural mediante la danza en las fiestas de los municipios.- Existencia de productos artesanales con calidad de exportación.- Organización de los productores de los diferentes productos artesanales.	<ul style="list-style-type: none">- Visita masiva de turistas hacia las principales ruinas.- Promoción de algunos templos ceremoniales mediante los medios de comunicación.- Llegada de turistas para las diferentes fiestas de la región.- Demanda de los diferentes productos artesanales por parte de los visitantes.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Poca preservación de los centros turísticos por parte de las autoridades.- Deterioro de algunos templos ceremoniales.	<ul style="list-style-type: none">- Mala imagen que se ha dado por motivos políticos ajenos al turismo.- Poca iniciativa prefectural y nacional para la promoción de centros turísticos.

<ul style="list-style-type: none">- La falta de proyectos para el desarrollo y crecimiento del turismo.- La no promoción de algunos centros turísticos incluso por parte de las autoridades del lugar.- Falta de capacitación hacia los artesanos para mejorar su producción.	<ul style="list-style-type: none">- Implementación de tecnología en la industria en desmedro de los productores artesanales.- Importación de ropa usada.
---	---

Fuente: Elaboración propia

Recomendaciones.

1. Se debe desarrollar nuevos sistemas de control para la preservación de los centros turísticos que son visitados frecuentemente para de esta manera evitar el deterioro de los mismos.
2. Se debe realizar diversos programas para la promoción de nuestros centros turísticos con mayor apoyo del gobierno departamental, esta promoción debe ser integra y que se demuestre la seguridad que existe hacia el visitante.
3. Se debe crear escuelas de capacitación en diferentes ramas artesanales o en su defecto organizar estos cursos para de esta manera se pueda tener productos de mayor calidad para la exportación de los mismos a diferentes países del mundo.
4. Se debe resguardar la producción nacional con leyes de mayor protección hacia los productos de nuestros artesanos ya que las flexibles leyes existentes hacia los productos de importación están de alguna manera matando la producción nacional.
5. Desarrollar algún proyecto para la implementación de tecnología de punta para el apoyo de los productores de artesanía para de esta manera se pueda ingresar a un mercado de mayor demanda de estos

productos ya que los artesanos no cuentan con esta tecnología y no llegan a cubrir demandas de gran cantidad.

MATRIZ FODA

CAPITULO IV

INFRAESTRUCTURA TURISTICA

FORATLEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Variedad de centros de hospedaje.- Diversidad de platos típicos.- Existencia de servicios de salud.	<ul style="list-style-type: none">- Existencia de agencias de información en las ciudades capitales.- Gran cantidad de visitantes del exterior y nacionales.- Ampliación de la promoción del Circuito Turístico del Lago Titicaca.- Demanda de los turistas para degustar de los diferentes platos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Inexistencia de oficinas de información turística.- Baja calidad en los servicios de hospedaje.- Servicio de salud insuficiente para la región.- Bajo flujo turístico en algunos centros de atractivos.	<ul style="list-style-type: none">- Deficiente información por parte de oficinas de promoción del turismo.- Problemas internos entre el gobierno y los municipios.- Reducción de presupuesto por parte del gobierno.

Fuente: Elaboración propia

Recomendaciones.

1. Se debe desarrollar un proyecto del turismo local con la implementación de propios circuitos turísticos de diferentes atractivos con los que cuenta

la región, estos centros turísticos deben ser los no contemplados en los actuales circuitos existentes.

2. Se debe captar recursos humanos dentro de los municipios para su capacitación y de esta manera tener un importante número de guías de turismo a nivel comunal bajo el principio de información adecuada y actualizada hacia los turistas.
3. Se deben crear oficinas de información turística que se encuentren en los municipios para una mayor información de atractivos no conocidos por los visitantes.
4. Se debe realizar nuevas propuestas hacia la industria hotelera para mejorar la calidad de servicio que se brinda y de esta manera tratar de que los visitantes se vayan conformes con el servicio.
5. Se debe realizar una inversión importante para el equipamiento de los centros de salud existentes en la región, por otro lado la creación de postas sanitarias en algunos municipios que así lo requieran para brindar de esta manera más seguridad a los turistas en materia de salud.

Bibliografía.

OSSORIO, Alfredo 2002. "Planeamiento Estratégico Buenos Aires": Ediciones Dirección de Documentación de Información, Instituto Nacional de la Administración Pública Argentina .

OROZCO, Loza Flavio 2005. "Referencias Normativas Básicas Para el Funcionamiento de la Organización Estatal": Edición Primera; Editorial: Servicios Gráficos ILLIMANI; La Paz – Bolivia.

KCONTZ, Harold; WEIHRICH, Heinz. "Administración una Perspectiva Global": Edición Duodécima; Editorial: Mc Graw Hill; México.

GOMEZ Ceja, Guillermo: "Planeación y organización de Empresas". Editorial Edicol, México, 1976.

MATUS, Carlos. "Guía de Análisis teórico, Seminario y Planificación, Método PES", Caracas, 1993.

ACKOFF, Russell, "Rediseñando la Empresa del futuro", Editorial Limusa, México, 1993.

LEVY, Alberto, "Planeamiento Estratégico", Ediciones Macchi, Buenos Aires, 1981.

LEIFERMAN, Uriel, "Nociones Organizacionales críticas para el proceso de planificación", Ficha técnica de contenidos, INAP, 1996 .

MASSE, Pierre, "El Plan y el Antiazar", Editorial Nueva Colección Labor, Buenos Aires, 1966.

MORELLO, Agustín, Programa Argentino de Seguridad Social, PASS, Buenos Aires, 1966.

COSTA, Rolando, "Monografía de la Provincia Camacho" Ediciones Industria Grafica, La Paz Bolivia 1996.

COSTA, Rolando, "Monografía de la Provincia Ingavi" Ediciones Industria Grafica, La Paz Bolivia 1996.

COSTA, Rolando, "Monografía de la Provincia Manco Kapac" Ediciones Industria Grafica, La Paz Bolivia 1996.

FLORES, Franz, “Revisión, Complementación y Localización del inventario de Atractivos Turísticos del Departamento de La Paz”, Monografía, Carrera de Turismo Universidad Católica Boliviana.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL (PDM) del municipio de Achacachi en formato digital.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL (PDM) del municipio de Ancoraimes en formato digital.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL (PDM) del municipio de Batallas en formato digital.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL (PDM) del municipio de Pucarani en formato digital.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL (PDM) del municipio de Puerto Pérez en formato digital.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL (PDM) del municipio de Tito Yupanqui en formato digital.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL (PDM) del municipio de Taraco en formato digital.

CATALOGO ESTADISTICO, del Vice ministerio de Turismo, Actualizado hasta el año 2007, formato digital.

ATLAS DE BOLIVIA, del año 2007 Ediciones Bruño.

Página Web

<http://www.wikipedia.gob>

<http://www.Observatorio Bolivia Democrática>

<http://www. Vice ministerio de turismo.gov.bo>

<http://www. Ine.gov.bo>

<http://www. Senamhi.gov.bo>

<http://www. lgm.gov.bo>

ANEXOS

DISTANCIAS

PROVINCIA	MUNICIPIO	DISTANCIA
OMASUYOS	Achacachi	
	Ancoraimes	
CAMACHO	Puerto Acosta	
	Carabuco	
INGAVI	Guaqui	
	Taraco	
	Tiahuanacu	
	Desaguadero	
LOS ANDES	Pucarani	
	Batallas	
	Puerto Pérez	
MANCO KAPAC	Copacabana	
	San Pedro de Tiquina	
	Tito Yupanqui	

RED CAMINERA

PROVINCIA	MUNICIPIO	ASFALTO	RIPIADO	TIERRA	OTROS
OMASUYOS	Achacachi				
	Ancoraimes				
CAMACHO	Puerto Acosta				
	Carabuco				
INGAVI	Guaqui				
	Taraco				
	Tiahuanacu				
	Desaguadero				
LOS ANDES	Pucarani				
	Batallas				
	Puerto Pérez				
MANCO KAPAC	Copacabana				
	San Pedro de				
	Tito Yupanqui				

TRANSPORTES TERRESTRES

PROVINCIA	MUNICIPIO	BUS	MINIBUS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi			
	Ancoraimes			
CAMACHO	Puerto Acosta			
	Carabuco			
INGAVI	Guaqui			
	Taraco			
	Tiahuanacu			
	Desaguadero			
LOS ANDES	Pucarani			
	Batallas			
	Puerto Pérez			
MANCO KAPAC	Copacabana			
	San Pedro de Tiquina			
	Tito Yupanqui			

SERVICIO DE TRANSPORTE PLUVIAL

PROVINCIA	MUNICIPIO	LANCHAS Y BOTES
OMASUYOS	Achacachi	
	Ancoraimes	
CAMACHO	Puerto Acosta	
	Carabuco	
INGAVI	Guaqui	
	Taraco	
	Tiahuanacu	
	Desaguadero	
LOS ANDES	Pucarani	
	Batallas	
	Puerto Pérez	
MANCO KAPAC	Copacabana	
	San Pedro de Tiquina	
	Tito Yupanqui	

SERVICIO DE TRANSPORTE FERREO

PROVINCIA	MUNICIPIO	FERREA
OMASUYOS	Achacachi	
	Ancoraimes	
CAMACHO	Puerto Acosta	
	Carabuco	
INGAVI	Guaqui	
	Taraco	
	Tiahuanacu	
	Desaguadero	
LOS ANDES	Pucarani	
	Batallas	
	Puerto Pérez	
MANCO KAPAC	Copacabana	
	San Pedro de Tiquina	
	Tito Yupanqui	

SISTEMA DE FAX E INTERNET

PROVINCIA	MUNICIPIO	FAX	OTROS
OMASUYOS	Achacachi		
	Ancoraimes		
CAMACHO	Puerto Acosta		
	Carabuco		
INGAVI	Guaqui		
	Taraco		
	Tiahuanacu		
	Desaguadero		
LOS ANDES	Pucarani		
	Batallas		
	Puerto Pérez		
MANCO KAPAC	Copacabana		
	San Pedro de Tiquina		
	Tito Yupanqui		

RED DE COMUNICACIONES

PROVINCIA	MUNICIPIO	RADIOEMISORAS	TELEVISION	PRENSA ESCRITA
OMASUYOS	Achacachi			
	Ancoraimes			
CAMACHO	Puerto Acosta			
	Carabuco			
INGAVI	Guaqui			
	Taraco			
	Tiahuanacu			
	Desaguadero			
LOS ANDES	Pucarani			
	Batallas			
	Puerto Pérez			
MANCO KAPAC	Copacabana			
	San Pedro de Tiquina			
	Tito Yupanqui			

DESCRIPCION DEL LUGAR

PROVINCIA	MUNICIPIO	UBICACIÓN	LONGITUD Y LATITUD	CLIMA	TEMPERATURA	IDIOMAS	GRUPOS ETNICOS
OMASUYOS	Achacachi						
	Ancoraimes						
CAMACHO	Puerto Acosta						
	Carabuco						
INGAVI	Guaqui						
	Taraco						
	Tiahuanacu						
LOS ANDES	Pucarani						
	Batallas						
	Puerto Pérez						
MANCO KAPAC	Copacabana						
	San Pedro de						
	Tito Yupanqui						

ATRATIVOS TURISTICOS

PROVINCIA	MUNICIPIO	TEMPLOS	IGLESIAS	RUINAS	AGUAS TERMALES	CHULL- PERIOS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi						
	Ancoraimes						
CAMACHO	Puerto Acosta						
	Carabuco						
INGAVI	Guaqui						
	Taraco						
	Tiahuanacu						
LOS ANDES	Pucarani						
	Batallas						
	Puerto Pérez						
MANCO KAPAC	Copacabana						
	San Pedro de Tiquina						
	Tito Yupanqui						

CALENDARIO FESTIVO Y RITUAL

PROVINCIA	MUNICIPIO	FIESTAS DEL LUGAR	FERIAS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi	.		
	Ancoraimes			
INGAVI	Guaqui			
	Taraco			
LOS ANDES	Pucarani			
	Batallas			
	Puerto Pérez			
MANCO KAPAC	Copacabana			
	Tito Yupanqui			

TEJIDOS

PROVINCIA	MUNICIPIO	TEJIDO
OMASUYOS	Achacachi	
	Ancoraimes	
CAMACHO	Puerto Acosta	
	Carabuco	
INGAVI	Guaqui	
	Taraco	
	Tiahuanacu	
LOS ANDES	Pucarani	
	Batallas	
	Puerto Pérez	
MANCO KAPAC	Copacabana	
	San Pedro de Tiquina	
	Tito Yupanqui	

CERAMICA

PROVINCIA	MUNICIPIO	CERAMICA
OMASUYOS	Achacachi	
	Ancoraimes	
CAMACHO	Puerto Acosta	
	Carabuco	
INGAVI	Guaqui	
	Taraco	
	Tiahuanacu	
LOS ANDES	Pucarani	
	Batallas	
	Puerto Pérez	
MANCO KAPAC	Copacabana	
	San Pedro de Tiquina	
	Tito Yupanqui	

ALFARERIA

PROVINCIA	MUNICIPIO	ALFARERIA
OMASUYOS	Achacachi	
	Ancoraimes	
CAMACHO	Puerto Acosta	
	Carabuco	
INGAVI	Guaqui	
	Taraco	
	Tiahuanacu	
LOS ANDES	Pucarani	
	Batallas	
	Puerto Pérez	
MANCO KAPAC	Copacabana	
	San Pedro de Tiquina	
	Tito Yupanqui	

ORFEBRERIA

PROVINCIA	MUNICIPIO	ORFEBRERIA
OMASUYOS	Achacachi	
	Ancoraimes	
CAMACHO	Puerto Acosta	
	Carabuco	
INGAVI	Guaqui	
	Taraco	
	Tiahuanacu	
LOS ANDES	Pucarani	
	Batallas	
	Puerto Pérez	
MANCO KAPAC	Copacabana	
	San Pedro de Tiquina	
	Tito Yupanqui	

MADERA

PROVINCIA	MUNICIPIO	MADERA
OMASUYOS	Achacachi	
	Ancoraimes	
CAMACHO	Puerto Acosta	
	Carabuco	
INGAVI	Guaqui	
	Taraco	
	Tiahuanacu	
LOS ANDES	Pucarani	
	Batallas	
	Puerto Pérez	
MANCO KAPAC	Copacabana	
	San Pedro de Tiquina	
	Tito Yupanqui	

INFRAESTRUCTURA TURISTICA

PROVINCIA	MUNICIPIO	AGENCIAS	PAQUETES TURISTICOS	GUIAS
OMASUYOS	Achacachi			
	Ancoraimes			
CAMACHO	Puerto Acosta			
	Carabuco			
INGAVI	Guaqui			
	Taraco			
	Tiahuanacu			
LOS ANDES	Pucarani			
	Batallas			
	Puerto Pérez			
MANCO KAPAC	Copacabana			
	San Pedro de Tiquina			
	Tito Yupanqui			

OFICINAS TURISTICAS

PROVINCIA	MUNICIPIO	OFICINAS TURISTICAS LA PAZ	OFICINAS TURISTICAS MUNICIPIO	OTROS
OMASUYOS	Achacachi			
	Guaqui			
INGAVI	Taraco			
	Tiahuanacu			
MANCO KAPAC	Copacabana			
	San Pedro de Tiquina			

HOSPEDAJE

PROVINCIA	MUNICIPIO	HOTELES	RESIDENCIAL	ALOJAMIENTO	POSADAS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi					
	Ancoraimés					
CAMACHO	Puerto Acosta					
	Carabuco					
INGAVI	Guaqui					
	Taraco					
	Tiahuanacu					
LOS ANDES	Pucarani					
	Batallas					
	Puerto Pérez					
MANCO KAPAC	Copacabana					
	San Pedro de Tiquina					
	Tito Yupanqui					

ALIMENTACION

PROVINCIA	MUNICIPIO	RESTAURANT	PENSIONES	COMEDOR POPULAR	OTROS
OMASUYOS	Achacachi				
	Ancoraimes				
CAMACHO	Puerto Acosta				
	Carabuco				
INGAVI	Guaqui				
	Taraco				
	Tiahuanacu				
LOS ANDES	Pucarani				
	Batallas				
	Puerto Pérez				
MANCO KAPAC	Copacabana				
	San Pedro de Tiquina				
	Tito Yupanqui				

SERVICIOS DE EMERGENCIA

PROVINCIA	MUNICIPIO	HOSPITALES	POSTAS SANITARIAS	OTROS
OMASUYOS	Achacachi			
	Ancoraimes			
CAMACHO	Puerto Acosta			
	Carabuco			
INGAVI	Guaqui			
	Taraco			
	Tiahuanacu			
	Desaguadero			
LOS ANDES	Pucarani			
	Batallas			
	Puerto Pérez			
MANCO KAPAC	Copacabana			
	San Pedro de Tiquina			
	Tito Yupanqui			

FLUJO TURISTICO

PROVINCIA	MUNICIPIO	CANTIDAD DE VISITANTES	PROCEDENCIA		EPOCAS DE MAYOR FLUJO
			NACIONAL	INTERNACIONAL	
OMASUYOS	Achacachi				
	Ancoraimes				
INGAVI	Taraco				
	Tiahuanacu				
	Pucarani				
LOS ANDES	Batallas				
	Puerto Pérez				
	Copacabana				
MANCO KAPAC	Tito Yupanqui				



Foto: Templo de Copacabana



Foto: Vista de una Isla de Copacabana



Foto: Vista por fuera del Templo de Copacabana



Foto: Vista del Lago en Copacabana



Foto: Camino Secundario de Tierra



Foto: Gruta de la Isla de la Luna



Foto: Ruinas de la Isla de la Luna Copacabana



Foto: Atardecer de la Isla de la Luna



Foto: Atardecer de la Isla de la Luna

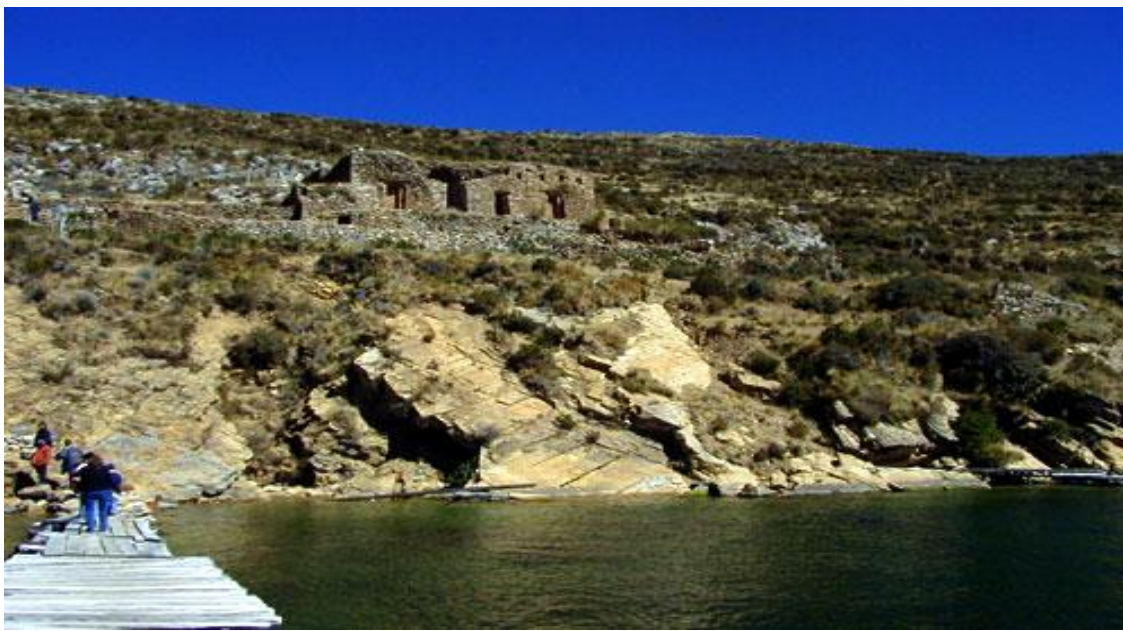


Foto: Isla del Sol



Foto: Ruinas de la Isla del Sol



Foto: Portal Isla del Sol



Foto: Ruina de Tiwanaku



Foto: Entrada al Templo de Tiwanaku



Foto: Vista de las Ruinas de Tiwanaku



Foto: Ruinas de Tiwanaku



Foto : Ruinas de Tiwanaku



Foto: Templo de Tiwanaku



Foto: Tumba Tiwanacota

Índice de Cuadros

Cuadro 1. Distancia	27
Cuadro 2. Red Caminera	28
Cuadro 3. Transporte Terrestre.....	32
Cuadro 4. Transporte Pluvial.....	36
Cuadro 5. Transporte Férreo.....	38
Cuadro 6. Sistema de Fax e Internet.....	41
Cuadro 7. Red de Comunicaciones.....	44
Cuadro 8. Descripción del Lugar	55
Cuadro 9. Atractivos Turísticos	62
Cuadro 10. Calendario Festivo y Ritual	74
Cuadro 11. Tejidos	78
Cuadro 12. Cerámica	80
Cuadro 13. Alfarería	81
Cuadro 14. Orfebrería	83
Cuadro 15. Madera	85
Cuadro 16. Infraestructura Turística.....	89
Cuadro 17. Oficinas Turísticas	92
Cuadro 18. Hospedaje	94
Cuadro 19. Alimentación	96
Cuadro 20. Servicio de Emergencias	100
Cuadro 21. Flujo Turístico	103

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Red Caminera.....	29
Gráfico 2. Red Caminera (caminos secundarios).....	30
Gráfico 3. Transporte Terrestre.....	33
Gráfico 4. Transporte Pluvial.....	37
Gráfico 5. Transporte Férreo.....	39
Gráfico 6. Sistema de Fax.....	42
Gráfico 7. Sistema de Internet.....	43
Gráfico 8. Radiodifusoras.....	47
Gráfico 9. Canales de TV.....	48
Gráfico 10. Prensa Escrita.....	50
Gráfico 11. Climas de la Región.....	57
Gráfico 12. Idiomas.....	60
Gráfico 13. Principales Atractivos Turísticos.....	67
Gráfico 14. Religiones y Creencias.....	72
Gráfico 15. Cerámica.....	80
Gráfico 16. Alfarería.....	82
Gráfico 17. Orfebrería.....	84
Gráfico 18. Madera.....	86
Gráfico 19. Hospedaje.....	95
Gráfico 20. Alimentación.....	98
Gráfico 21. Servicios de Emergencia.....	102