

TURISMO COMUNITARIO EN LA RUTA HACIA EL LAGO TITICACA EN BOLIVIA

1. El producto turístico

El Circuito Turístico Aimara de Batallas es un atractivo turístico full day, diseñado para quienes desean conocer la cultura y la vida cotidiana de la población aimara que habita en comunidades ubicadas a lo largo de la ruta principal hacia el Lago Titicaca. La visita incorpora 5 actividades principales resumidas de la siguiente manera:

- Visita a Igachi para un desayuno temprano con productos lácteos y pan del lugar elaborado con cereales andinos. Participación en la elaboración de ollas de barro, actividad artesanal que caracteriza a esta localidad.
- Paseo en bote por el Lago Titicaca
- Visita a Huancané para un almuerzo elaborado en base a pescados del lago. Participación en la elaboración de artesanía en totora, planta que crece alrededor del Lago Titicaca.
- Visita a Peñas, pueblo de la época colonial en el cual los visitantes recorren una iglesia del siglo XVI y la plaza en la cual las autoridades que representaban a España desuartizaron al líder indígena Tupac Katari. Degustación de un postre tradicional en la cocina tradicional del país.
- Visita a Chirapaca para ascender al mirador, flanqueado por pinturas rupestres, desde el cual se observan las montañas nevadas, el altiplano y sus poblados y el Lago. Allí mismo los visitantes escuchan el relato de la historia del lugar en tiempos precoloniales y durante la vigencia del sistema de grandes haciendas. Como cierre del recorrido, ya al atardecer, los visitantes son agasajados con un snack de despedida, elaborado en base a los recursos naturales locales.

2. La región:

El producto turístico está ubicado en las inmediaciones de la Carretera que lleva desde La Paz hasta el Lago Titicaca, ciudad ubicada a una hora de distancia. Este Lago es el más alto del mundo y fue considerado como un sitio Sagrado. De una de sus islas salieron Manco Cápac y Mama Ocllo para fundar Cuzco que sería la capital del Imperio Incaico. Sus habitantes son de origen aimara y esa es la lengua en la que se comunican.

3. Los actores:

3.1. El CIEP:

El Centro de Investigaciones de Energía y Población (CIEP) es la organización no gubernamental que con apoyo de la Interamerican Foundation y varios otros apoyos de contraparte condujo el Proyecto de creación del circuito turístico, a través de actividades de capacitación en destrezas productivas y guiaje turístico, asistencia técnica, construcción de infraestructura, equipamiento productivo y asesoramiento para el fortalecimiento organizativo.

El CIEP es una entidad especializada en brindar apoyo integral a pequeños productores que elaboran productos y desarrollan servicios basados en la adaptación de conocimientos tradicionales a las demandas del mundo de hoy. Ha trabajado en varios puntos de Bolivia apoyando grupos de mujeres, jóvenes y poblaciones indígenas del área rural.

3.2. La población local:

Los beneficiarios del apoyo del CIEP con recursos de la IAF son sobre todo mujeres aimaras que habitan en cuatro comunidades rurales indígenas. En cada comunidad existe un grupo especializado que atiende a los turistas, especialmente delegaciones estudiantiles como una empresa intercomunal. La coordinación y la complementariedad está reforzada por su estructura organizativa que agrupa a los grupos productores de cada comunidad. Esta estructura se llama Coordinadora de Emprendimientos Turísticos del Municipio de Batallas (CETMB). Actualmente la Coordinadora está desarrollando capacidades para su funcionamiento autogestionario, es decir, sin la tutela de la ONG.

4. Expectativas:

El CIEP, como integrante fundador de la Red ALTUS, tiene las siguientes expectativas con relación a la Red.

1. Lograr una Red sostenible en el tiempo, apoyada por una red de donantes.
2. Incorporar en la Red a las poblaciones beneficiarias directas, además de las entidades ejecutoras de proyectos o asesoras.
3. Generar espacios virtuales y presenciales para compartir experiencias en temas como: acceso a mercados, desarrollo del producto turístico, organizaciones de turismo comunitario.
4. Generar plataformas virtuales de promoción de los productos turísticos
5. Generar rutas turísticas entre países.

La Paz, abril 2025