



UNIDAD I

I.- INTRODUCCION

1.- INTRODUCCION

La presente investigación va dirigida a conocer las problemáticas globales, regionales y locales existentes en la ciudad de (Camargo), de manera conceptual, sistémica y crítica, abarcando distintos niveles de estudio o análisis (regional y local), desde un marco urbano-arquitectónico, para así plantear de manera organizada el estudio y comprensión de la situación actual con una postura propia de nuestra realidad en los aspectos histórico, político-administrativo- jurídico, económico-financiero, socio-poblacional-cultural y físico-territorial, por las que atraviesa la población Camargueña, con el propósito de contribuir proyectos que den soluciones a las problemáticas urbano-arquitectónicas existentes, que no sólo beneficien a un sector sino a toda la sociedad.

1.1.-Antecedentes

Primeros Pobladores de Camargo son los Yuru uruquillas asentados en caseríos en las laderas del cañón en modo de defensa contra chiriguano.

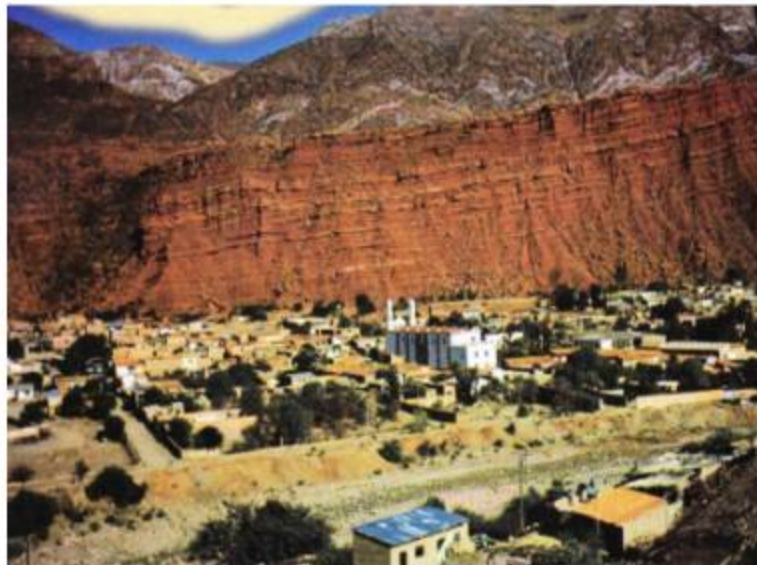
Antes de 1574 se conoce que Don Luis de fuentes y Vargas fue fundando Pueblos y provincias menciona a Pilaya y Pazpaya así como a Cinti abriendo Caminos que unían chichas con Tucumán y Paraguay.

Pazpaya a pacificar ataques chiriguano y chichas en 1547 entonces es de suponer que Pazpaya hoy Camargo se fundó alrededor de 1540 o 1545 antes de la fundación de Tarija.



Se tiene datos que en 1588 los frailes agustinos crearon el Priorato un establecimiento monástico de Pilaya y Pazpaya .En pazpaya asentados los jesuitas y franciscanos.

En 1815 se creó la Republiqueta de Cinti como protección contra el ataque masivo de Realistas, en 1826 desapareció el vocablo Pilaya Pazpaya y se creó la Provincia Cinti formada Por 3 secciones Camargo antes CINTI, Camataqui hoy Villa Abecia y San Lucas.



CAMARGO EN EL SIGLO XX

En 1827 pueblo de Cinti paso a constituir la VILLA DE CAMARGO como capital Camargo, es nombrada Camargo en honor al héroe potosino de Chayanta que luchó por la causa libertaria José Vicente Camargo muerto en 1816.

1906 la villa de Camargo logra volverse ciudad debido a la importancia en su producción agrícola como su crecimiento poblacional.



CAMARGO EN PRIMAVERA

En las últimas décadas Camargo ha vivido profundos cambios que han alterado la tranquila y pequeña ciudad de antes generando la ruptura de estilos arquitectónicos preeminentes.



ANTIGUO MERCADO CENTRAL

La expansión urbana está generando una gran demanda de equipamientos generando un caos al tener un crecimiento urbano desenfrenado y no planificado el cual genero muchos problemas vehiculares y peatonales con un comercio muy disperso.



1.2.- Conclusión

El proceso evolutivo de Camargo generó una espontánea mancha urbana nacida como caseríos pasando a Pueblo Colonial y luego a una Ciudad de Paso marcando su avance mediante asentamientos en su crecimiento para luego convertirse en barrios algunos colindantes al cañón buscando protección pero expuestos a la amenaza de deslizamientos, luego se fueron expandiendo en base a sus necesidades sin una proyección urbana definida

2.-ANALISIS DE LA PROBLEMÁTICA

La información recopilada, expresa el estado actual del Municipio de Camargo, principalmente en los aspectos: Físico naturales, Socio culturales, Económico productivo y Organizativo institucionales, al tiempo que permite identificar un conjunto de problemas y limitaciones que obstaculizan su desarrollo. En consecuencia como resultado de este análisis de problemas, se establece el siguiente:

La ciudad de Camargo muestra un Bajo nivel de calidad de vida de los pobladores del Municipio, fruto de una consecuencia terminal de los problemas, obstáculos y limitaciones que impactan negativamente en las condiciones del medio ambiente, educación, salud y producción.



2.1.-Comercio

- **Comercio formal:** esta problemática del comercio ha comenzado a invadir los lugares destinados para el peatón, reduciendo la circulación del mismo, desplazándolo muchas veces a la calzada. Sin respetar al ciudadano de a pie.
- **Comercio informal:** esta clase de comercio afecta directamente a la fractura de la imagen urbana, es una consecuencia del comercio formal no controlado.



CALLES QUE SE CORTAN DEBIDO AL COMERCIO INFORMAL

2.2.- Contaminación

Una de las grandes problemáticas de Camargo, es la contaminación y la degradación del medio ambiente, debido primordialmente al uso y explotación irracional de los recursos naturales. El ejemplo más notorio es el del río chico y sus quebradas, que a través de todo este tiempo son contaminados de gran manera, ya que en sus aguas son arrojados todo tipo de desechos, empezando del alcantarillado, basura hasta los desechos del matadero, por otro lado la extracción clandestina de áridos, ocasionando



Desvíos de las aguas y cambio de su curso.



MATADERO MUNICIPAL PRIMER CONTAMINANTE



BASURA EN LAS CALLES

2.3.-Problemática vial

Se genera este problema por la mala estructuración vial ocasionando calles estrechas, las cuales no generan un buen tráfico vehicular, los callejones donde no ingresan ningún vehículo también son un problema, la falta de señalización vehicular.



CALLES ESTRECHAS DEL CENTRO DE LA CIUDAD

2.4.- Factores Espaciales

Camargo presenta un crecimiento desordenado, lo que genera problemas en sus espacios, esto afecta en la circulación ya que se ve reducido por la existencia de calles angostas, callejones, y plazas mal estructuradas.

Dentro de su paisaje genera armoniosas vistas de la ciudad con sus serranías y el cañón rojizo bordeado por el río e interesantes recorridos en sus viñedos, que provocan ambientes agradables.



VIVIENDAS EN CRECIMIENTO
DESORDENADO, AL PIE DEL SERRO.



2.5.- Características del Medio Ambiente

El territorio del municipio de Camargo, presenta un paisaje predominante de serranías, colinas, y valles. Sus espacios destinados a las actividades agropecuarias, con el río y quebradas limitando a la ciudad, proporcionado interesantes vistas panorámicas.



AMANECER CAMARGUEÑO

2.6.- Conclusión

Es una ciudad sin ninguna planificación, que fue creciendo y acomodándose a sus necesidades, afectando a su entorno natural y urbano, presenta un comercio informal ubicándose en la avenida y calles aledañas a los mercados, ocasionando desorden y un caos vehicular.



3.- JUSTIFICACION DEL TEMA

Fortalecer sus valores e identidad para aportar a la imagen paisaje cultural vitivinícola turístico productivo sostenible en armonía con el lugar y su gente. Desarrollando proyectos arquitectónicos, dentro de la temática de un desarrollo sostenible para el turismo y la producción que demuestra una simbiosis pasado- presente que puede ser una alternativa atractiva para el futuro dejando de ser un pueblo de paso y llegar a ser un destino turístico activo

4.-OBJETIVOS

4.1.-Generales

El propósito del diagnóstico es para conocer la información actualizada de cada uno de los distritos del municipio, en la que se identificará las condiciones socioeconómicas y demandas respectivas. Resultados de estas y otros, no solo nos permitirá identificar alternativas de programas y proyectos, sino que la misma servirá para la elaboración de un Plan de Desarrollo sostenible.

- **Geográfico, histórico**

La situación actual según la geografía del lugar que nos muestra un paisaje urbano cultural simbiótico al cañón y viñedos en relación con su historia y estructura urbana para lograr una capacidad de desarrollo apuntando a la sostenibilidad del mismo.

- **Turismo productivo**

La valorización del turismo se potencializara mediante un apoyo masivo a una producción sostenible debido a todos sus derivados despertando el interés al visitante.



4.2.- Específicos

- **-Urbano**

Obtener de Camargo una alternativa de ordenamiento vial y Peatonal con fácil acceso a los puntos más importantes de la Ciudad con paseos Históricos y puntos estratégicos que impulsen al Turismo y a la Expo producción mediante un tratamiento analítico Histórico de fachadas y vías de Camargo. También se lograra un mejoramiento de la Imagen Urbana de la Ciudad tratando de definir de esta forma su Identidad.

- **Arquitectónico**

Encontrar en los aspectos Histórico- Arquitectónicos un Proceso de Diseño adecuado a la Evolución de Camargo, mediante normas, políticas, acciones de conservación, revitalización y protección, para garantizar un mejor Desarrollo sostenible del Paisaje Urbano Cultural.

- **Ambiental**

La reducción de la Contaminación de Río y Quebradas de Camargo se lograra con el tratamiento de aguas servidas, recuperando mediante reforestación de las Laderas hídricas, campañas educativas y preventivas reducirán el porcentaje de Desechos Sólidos y Basura mejorando el Paisaje Cultural Camargueño.

- **Social**

la población Camargueña necesita una nueva concientización de como la ciudad puede mejorar dando mayores alternativas de atracción turística, generando mayores recursos económicos .



- **Temático**

Definir la Histórica de Camargo dará bases razonables para seguir un Desarrollo Sostenible impulsando al Turismo y la Producción de forma que la Percepción del Poblador y Visitante muestre una clara Identidad Cultural. Las necesidades y Oportunidades nacerán no solo de la Actualidad sino que también surgirán de la misma Historia

5.-MISION

Iniciar un proceso de cambio para un desarrollo sostenible tomando como punto de partida la historia y como elementos estratégicos el turismo y la producción haciendo de estos factores de integración que beneficie a la ciudad. Contribuyendo así a la ciudad como una región de paisajes culturales-turísticos.

6.-VISION

Se convierta en el punto Principal de la ruta del vino, forjando una estructuración urbana con perspectiva de futuro, con vías urbanas óptimas para la circulación ordenada y fluida del peatón, contando con infraestructura que le permita ser prestador de servicios de calidad, dinamizador del turismo, centro económico del municipio y de la región, con instituciones que orientan su trabajo hacia la reactivación del sector vitivinícola; con infraestructura acorde a la exposición y comercialización de los productos, con sistemas efectivos de canalización y tratamiento Hídrico, donde se propicia el mejoramiento urbano, en armonía con el medio ambiente y el respeto de las buenas costumbres y el buen vivir



7.-FODAS

POTENCIALIDADES (FORTALEZAS - OPORTUNIDADES)

- Población
- Riqueza cultural y turística
- Biodiversidad y riqueza natural
- Integración de comercio internacional

CONFLICTOS (DEBILIDADES - AMENAZAS)

- Incertidumbre jurídica
- Economía y comercio informal
- Mala gestión y poca ejecución financiera
- Elevados niveles de pobreza
- La migración
- **POTENCIALIDADES (FORTALEZAS - OPORTUNIDADES)**



• **POTENCIALIDADES**







• CONFLICTOS (DEBILIDADES - AMENAZAS)







8.-CONCLUSION

Todos los aspectos (político, económica, sociocultural y físico territorial) están vinculados de una manera recíproca, es decir cualquier de estos aspectos estén mal organizados no va a funcionar una ciudad tiende a desaparecer, en cuanto a su identidad, cultura, economía costumbres y tradiciones, por esta situación se detectaron diferentes potencialidades y conflictos que van a influir en el desarrollo del proyecto.

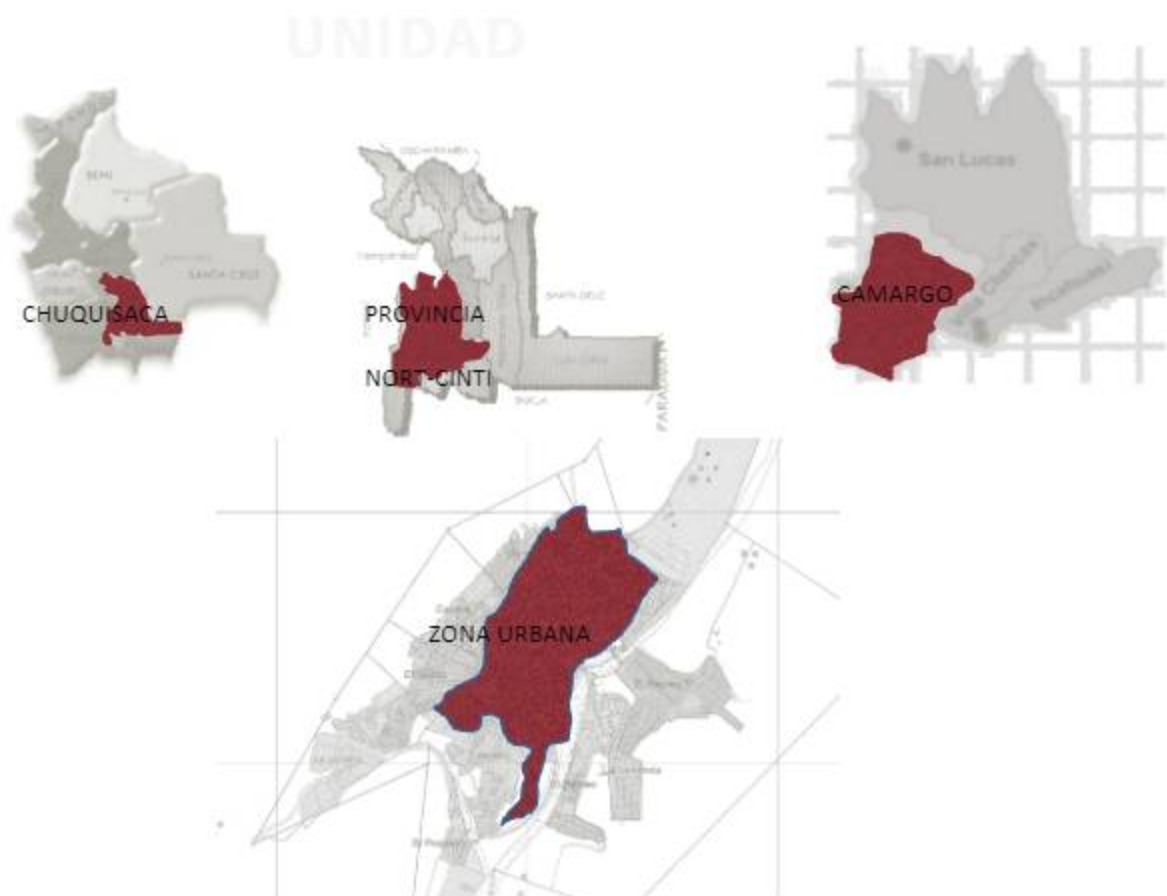


UNIDAD II

II MARCO REAL

1.- UBICACIÓN

1.1.-ubicación y Superficie del Lugar



Camargo se encuentra ubicado en la Primera Sección de la Provincia Nor Cinti del Departamento de Chuquisaca a una altitud media de 2.406 metros sobre el nivel del mar, está en el punto medio del camino troncal entre Potosí y Tarija, distando 197 km



de la ciudad de Potosí y 187 km de la ciudad de Tarija. La distancia desde Sucre la capital del departamento y del país, es de 325 km.



Ubicación de la ciudad de Camargo en la carretera nacional

La superficie territorial de la primera sección de la provincia Nor Cinti, representada por el Municipio de Camargo, cubre una superficie total de 90 km²

2.- CARACTERÍSTICAS DE LA CIUDAD DE CAMARGO

2.1.- División política de Camargo

Camargo está dividido en 3 sub comunidades:

- 1.- La ciudad de Camargo
- 2.- El Molino
- 3.- Vella Vista

La ciudad de Camargo cuenta con 17 juntas vecinales representados de los 17 barrios

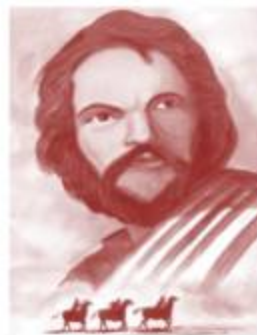


- 1.-Barrio Central
- 2.-Molino
- 3.-Lozeria
- 4.-El recreo
- 5.-El norte
- 6.-6 de Agosto
- 7.-San Francisco
- 8.-Santa Rosa Alta
- 9.-Santa Rosa Baja
- 10.-3 de abril
- 11.-Bella Vista
- 12.-Las coloradas
- 13.-Luis Michel (En trámite)
- 14.-La Vendimia (en trámite)
- 15.-El Chilcar (en trámite)
- 16.-El recreo II (en trámite)
- 17.-El Progreso (en trámite)

2.2.- Aspecto Histórico de la ciudad de Camargo

2.2.1.-Pasado:

Camargo fue creciendo con mezclas de costumbres y tradiciones, de los primeros habitantes de estos lugares, que fueron los Yurú uruquillas asentados en caseríos en las laderas del cañón, en modo de defensa contra chiriguano, y los chichas, que luego se asentaron en estas tierras. Se conoce que a partir de la creación de Potosí, en 1546 recibieron la inversión extranjera, iniciado el auge de la minería, fueron los pertenecientes a los Valles de Cinti, Camataqui, y San Lucas, por sus condiciones apropiadas para el desarrollo



JOSE VICENTE CAMARGO 1785 -1816



de nuevas actividades, como la agricultura.

Don Luis de fuentes y Vargas fue el fundador de Pilaya y Pazpaya al igual que Cinti, aproximadamente en 1540 - 1545 antes de la fundación de Tarija. En 1588 llegaron a Pilaya y Pazpaya, los jesuitas y franciscanos.

En 1815 se creó la Republiqueta de Cinti, como protección contra el ataque masivo de Realistas. Se le nombra Camargo en honor al héroe potosino de Chayanta, José Vicente Camargo, que luchó por la causa libertaria, muerto en 1816 en manos de Buenaventura quien lo decapito con sus propias manos.

En 1826 desapareció el vocablo Pilaya Pazpaya y se creó la Provincia Cinti formada Por 3 secciones Camargo antes CINTI, Camataqui hoy Villa Abecia y San Lucas. 1827 pueblo de Cinti pasó a constituir la VILLA DE CAMARGO como capital.

Su mayor actividad fue en 1850 a 1900 fue la construcción de la Iglesia, hospital y Defensivos para la quebrada Tota.

El 5 de diciembre de 1906 se dispuso que la villa de Camargo quedaba erigida en CIUDAD por haber alcanzado el progreso necesario y el aumento de población.

La primer escuela "José Vicente Camargo "fundada el 1 de mayo de 1916.

Dos obras importantes ocurrieron en 1910 el puente colgante y el hospital San Juan de Dios, en 1927 también se empezó la construcción del camino Culpina Camargo potosí generando que 1936 construyeran el puente de piedra sobre la quebrada Tota.

El 23 de Marzo 1948 inicia sus labores escolares el colegio "3 de Abril"



Por el decreto supremo 06518 el 5 de julio de 1963 se crea la 1era feria Nacional Vitivinícola que fue realizada en el patio de la Alcaldía de Camargo.

2.2.2.-Actualidad

El municipio de Camargo actualmente tiene un paisaje accidentado con serranías, colinas predominantes y cimas irregulares, principalmente están restringidos a formaciones de valles, con bellas vistas panorámicas, y perspectivas interesantes de la ciudad.

Con una extensión total de 2.200 Km², según el último diagnóstico urbano municipal, que representa el 28% del territorio de la Provincia Nord Cinti (7.983 Km²). Unos 4.502 habitantes (censo 2001) en la parte central del distrito.

Los equipamientos que se realizaron en este periodo fueron; el matadero municipal en el año 2007, el coliseo de Camargo que fue entregado el 2012, y un nuevo mercado central que se encuentra en proceso de construcción actualmente.

Las obras en proyección son: la nueva terminal de buses, y una nueva ubicación para el matadero municipal.

En la actualidad presenta muchas deficiencias, ya que es una ciudad no planificada desde su creación. Generando pasajes irregulares destinados a ser calles. El planteamiento de equipamientos sin una proyección adecuada provocando que esta región pierda su identidad, por haber sido un pueblo de paso, deteriorando sus calles, dándole una mala impresión a la región, generando un comercio disperso y rompiendo con su imagen histórico urbana, formando también una contaminación ambiental.

Una de las principales causas de que los pobladores dejen de cultivar la vid, fue el proyecto de crianza de la chinchilla, que tuvo su valor en un corto plazo de buena



producción, ocasionando que los productores dejen en abandono sus tierras, generando un gran porcentaje de la población migre a otras ciudades en busca de nuevas oportunidades.

Una mala planificación de la planta de aguas hervidas que colapsaron, y estas vayan directamente depositadas al río Chico, creando una gran contaminación, al igual que los desechos arrojados del matadero que contaminan la quebrada Tota

2.3.- Aspecto Físico Natural

2.3.1.- descripción Fisiográfica

El territorio del Municipio de Camargo, posee un paisaje quebrado con predominancia de serranías, colinas y cimas irregulares, sus espacios destinados a las actividades agropecuarias y antrópicas principalmente están restringidos a formaciones de valles angostos, piedemontes y en menor proporción a terrazas aluviales a una altura de 2.420 m.s.n.m.

2.3.2.-Topografía

Las características del paisaje del Municipio, determinan que su topografía se clasifique como mayormente irregular, por la existencia de pendientes abruptas y escarpadas, que originan la formación de cuencas hidrográficas de magnitud variable, con mayor presencia de quebradas y cárcavas profundas, dando lugar a los ríos



Expresión topográfica de la ciudad de Camargo y alrededores.



2.3.3.-Características del Ecosistema

Lo conforman componentes biofísicos tales como el suelo, agua; biológicos como la flora y fauna y antropocéntricos como los aspectos socioeconómicos, culturales, institucionales. Todos están interrelacionados y al producirse alteraciones en esta interrelación, se pueden observar que existen desequilibrios entre algunos de sus componentes, tales como la erosión de suelos, escasa vegetación, bajo aprovechamiento del agua, lo cual afecta a otros componentes.

2.3.4.-Pisos Ecológicos

En el Municipio se tienen definidos 4 pisos ecológicos, que son: Piso Ecológico de Valle que desciende desde los 2.650 hasta los 2.300 m.s.n.m., Piso Ecológico de Cabeceras de Valle, que desciende desde los 3.450 hasta los 2.800 m.s.n.m., Piso Ecológico de Sub Puna que va desde los 3.201 a 3.600 msnm.

Cañón Cinteño es de una formación geomorfológica más representativa en el piso ecológico de valle, caracterizado por un paisaje de cimas irregulares que rodean el valle.

3.-AREAS DE RIESGO Y AMENAZA AMBIENTAL

3.1.-Clima

De manera general, Camargo se caracteriza por su clima templado, seco y con una clara diferenciación de las cuatro estaciones del año: primavera (octubre – diciembre), verano (enero – marzo), otoño (abril – junio) e invierno (julio – septiembre).

Entre las características meteorológicas más importantes tenemos:



- Temperatura media anual: 19.2° C. Valores medios de 14.5° C son registrados en julio y de 22.2° C en diciembre. La temperatura máxima fue de 35.5 °C y la mínima absoluta de - 0,3 °C

3.2.-Áreas Verdes

Este tipo de suelo están destinados a la recreación, dividiéndose en dos categorías: Plazas y Campos deportivos.

Las áreas libres y verdes, como son los parques, plazas, y plazuelas. Los espacios con esta actividad utilizan tan solo 0,95 hectáreas.

Respecto a los parques infantiles se puede mencionar que no existen espacios destinados al esparcimiento infantil.



PARQUE TOBOGAN



PLAZA PRINCIPAL

3.3.-Campos Deportivos

Es el lugar donde se practican ejercicios físicos que permiten un relajamiento psicológico personal o colectivo. Las canchas construidas en la ciudad ocupan 3,49 Has., del total del área intensiva.

La ciudad cuenta con un estadio en el barrio 3 de abril, una piscina en el mismo barrio, un coliseo en el barrio Central con capacidad de 4500 personas y 12 canchas poli funcionales que son en su mayoría de uso restringido y solamente 4 de uso



público. Existen otros de uso privado, como el frontón en la calle Potosí y la cancha de tenis en el barrio El Recreo.



ESTADIO DEPORTIVO



COLISEO



PISCINA OLIMPICA

3.4.-Tipos de Vegetación

Predomina principalmente, la vegetación natural el Churqui, Molle a orillas del río chico, otras como el eucalipto y vegetación baja en zonas donde no se urbanizaron.

3.5.-Recursos Hídricos (ríos y quebradas)

Camargo está delimitada por el río chico, la quebrada Thota que bordea el cementerio y la quebrada Santa Rosa que pasa por orillas al Nor Este de la ciudad.



CAUDAL DE LOS RIOS ANTES



CAUDAL DE LOS RIOS ACTUAL



3.6.-Áreas de Riesgo y Amenaza Ambiental

Los principales afectados es toda la población debido a la contaminación hídrica, contaminación ambiental y degradación de los suelos.

3.7.-Contaminación de Ríos

La contaminación de los ríos y quebradas en el municipio afecta a la salud, suelos de cultivo y por ende a las plantas donde reciben y absorben aguas contaminadas, que actualmente como consecuencia de la acumulación de desechos mineralógicos provenientes de explotaciones mineras del departamento de Potosí.

En cuanto por la industria licoreras tiene caída sobre las aguas del río Chico y Grande de Camargo.

Los efectos actuales se traducen en una creciente mineralización (acostramiento) de los suelos de cultivo, reducción de la capacidad de retención de humedad, intoxicación

biológica, por ende un creciente deterioro de suelos y aguas.



RÍO CONTAMINADO DE CASCOSES Y BASURA. AGUAS HERBIDAS

3.8.-Deterioro de los Suelos

En el Municipio de Camargo, el uso de los suelos agrícolas es aprovechado de manera irracional y por ende la degradación y del pecuario, que se manifiestan sobre todo en una creciente pérdida de sus componentes orgánicos, erosión de suelos cultivables.



Otro de los factores que erosionan los suelos, es por los desastres naturales las:

- Heladas, Junio, Julio y Agosto,
- Granizadas, octubre, noviembre, diciembre, enero y febrero

3.9.-Contaminación Atmosférica

Las contaminaciones atmosféricas vienen dadas por partículas en suspensión, originadas por vías que no tienen tratamiento ya que estas mismas son tierras. La presencia de áreas erosionadas y otras sin forestación como los cerros desnudos, el vertedero Municipal de basura que se encuentra cerca del lugar que contribuyen a aumentar el polvo en la atmosfera.

A pesar de que la ciudad de Camargo cuenta con el servicio de recojo de residuos sólidos, se observa que varios puntos en las riberas del Río Chico, son utilizados como depósitos de basura.

La ubicación del matadero municipal, próximo a la quebrada Thota, genera contaminación permanente en la misma, a pesar de que la mayor parte del año se presenta seca.

4.- ASPECTO FISICO TRANSFORMADO

La ubicación estratégica de la ciudad, tanto como paso en la ruta nacional como conexión con comunidades circundantes, define la imagen actual de la ciudad, donde el crecimiento y el cambio de uso la van modificando constantemente.



DENSIDAD POBLACIONAL POR BARRIOS

| BARRIOS | Nº DE PREDIOS | SUP. USO INTENSIVO HAS. | DENSIDAD VIV/HA. | POBLACION 4 HAB/VIV | DENSIDAD HAB/HA. | OBS. |
|-----------------|---------------|-------------------------|-------------------|---------------------|--------------------|--|
| 6 DE AGOSTO | 117 | 8.13 | 14.39 | 468 | 57.56 | |
| CENTRAL | 192 | 9.59 | 20.02 | 576 | 80.08 | |
| NORTE | 263 | 9.59 | 27.42 | 1052 | 109.70 | |
| EL MOLINO | 228 | 8.14 | 28.01 | 912 | 112.04 | |
| LA LOCERIA | 83 | 9.21 | 9.01 | 332 | 36.05 | |
| 3 DE ABRIL | 216 | 9.63 | 22.43 | 864 | 89.72 | |
| SAN FRANCISCO | 36 | 1.52 | 23.68 | 144 | 94.74 | |
| SANTA ROSA BAJA | 69 | 3.40 | 20.28 | 276 | 71.14 | |
| SANTA ROSA ALTA | 42 | 7.64 | 5.50 | 168 | 21.99 | |
| LUIS MICHEL | 79 | 7.39 | 10.69 | 316 | 42.75 | |
| EL RECREO NUEVO | 289 | 10.12 | 28.55 | 1156 | 114.21 | La mayor parte de los predios se encuentran vacíos |
| EL RECREO | 123 | 5.36 | 22.96 | 492 | 91.85 | |
| LA VENDIMIA | 87 | 5.53 | 15.74 | 348 | 62.95 | |
| LAS COLORADAS | 20 | 32.57 | 0.61 | 80 | 2.46 | Barrios sin personería jurídica |
| EL PROGRESO | 30 | 11.76 | 2.55 | 120 | 10.20 | |
| EL CHILCAR | 20 | 28.10 | 0.71 | 80 | 2.85 | |
| Totales | 1897 | 167.68 | 9.11 media | 7576 | 36.43 media | |

Fuente: INE 2001

5.- DESCRIPCION FISIOGRAFICA (USO DE SUELO)

5.1.-Uso Residencial

El área residencial forma parte del territorio urbano y es todo aquel suelo específico para la construcción de viviendas, el suelo destinado para el uso habitacional ocupa el 35,71% del suelo identificado como de uso intensivo y en proceso de consolidación, existiendo diferencias en su interior, tanto en densidad como en tipologías .



5.2.-Área de Uso Mixto

Se refiere al área que combina uso de vivienda y comercio principalmente, aunque también está considerado el uso de vivienda y servicios, vivienda y cultivo en algunas zonas de la ciudad como ser el barrio La Locería y El Recreo o como vivienda y taller, en sectores de los barrios Santa Rosa Alta y 3 de abril.

También forman parte de este suelo combinado las oficinas de profesionales independientes instalados en la parte central.



VIVIENDAS DE USO MIXTO

5.3.-Tipología Urbana Antigua

Vivienda en plaza Abaroa, calle Estefanía Quinteros esquina calle Arenales.

Este tipo de vivienda es una adaptación de la tipología rural, mantiene el sistema constructivo con una diferencia en la cubierta, que ya utiliza la teja. Se mantiene la fachada y la distribución interior de ambientes alrededor del patio y el zaguán.

La ubicación de las puertas en las habitaciones, es central. Las ventanas son de pequeñas dimensiones y dispuestas de manera simétrica tomando la puerta como eje de composición.

La construcción mantiene los cimientos de piedra y los muros de adobe.



VIVIENDAS ANTIGUAS

5.4.-Tipología Urbana Remodelada

El tipo de vivienda urbana antigua mantuvo su aspecto morfológico, sin embargo se puede observar que se han realizado remodelaciones en el tipo de material de acabados en las fachadas principalmente y en la implementación de nuevos elementos como ser rejas de protección en ventanas o el cambio de material de cubierta por calamina.



VIVIENDAS ANTIGUAS DEL CENTRO DE LA CIUDAD ACTUALMENTE REMODELADAS

5.5.-Tipología Urbana Patrimonial

Fiscalía de Distrito, avenida Cardenal Maurer.

Se consideran de valor patrimonial por el aporte histórico que tiene la construcción y el aporte a la imagen urbana de la ciudad.



CASA 1



FISCALIA

5.6.-Tipología Urbana Modernizada

Esta tipología se refiere a las construcciones que manteniendo la forma original en cuanto a fachada continua y la disposición de puertas y ventanas hacia el exterior, cambian el uso de materiales, implementando el ladrillo en los muros y la calamina en las cubiertas y el uso del hormigón en edificios de dos a tres plantas.



TIPOS DE VIVIENDAS CON NUEVOS MATERIALES

5.7.-Templos y Capillas

Dentro del estudio realizado en la ciudad de Camargo, se pudo identificar que el elemento que corresponde a esta categoría es la iglesia de Santiago Apóstol, con gran valor histórico – artístico representativo de diferentes épocas constructivas, la capilla Santa Rosa que es una construcción pequeña y contemporánea, y un espacio de culto



en la plaza Avaroa. La capilla Santa Rosa consta de un solo ambiente de oración y ambientes complementarios.



IGLESIA SANTIAGO APOSTOL



PARROQUIA

5.8.-Urbanizaciones en Proceso de Consolidación

Dentro del análisis urbano se revisó las características de las nuevas urbanizaciones en proceso de consolidación, de las cuales se presentan las siguientes observaciones: La urbanización Luis Michel, El Recreo Nuevo, La Vendimia.



· USO ESPECÍFICO DEL SUELO
(ÁREA INTENSIVA)

| USO | SUPERFICIE (Has.) | PORCENTAJE |
|---------------------------|----------------------|----------------|
| ÁREA DE USO INTENSIVO | 84,17 | 90,01% |
| ÁREA EN CONSOLIDACION | 9,34 | 9,99% |
| TOTAL | 93,51 | 100,00% |
| ÁREA OCUPADA: | | |
| USO RESIDENCIAL | 33,39 | 35,71% |
| ÁREA DE USO MIXTO | 6,89 | 7,36% |
| OFICINAS PRIVADAS | 0,99 | 1,06% |
| OFICINAS PUBLICAS | 0,39 | 0,42% |
| LOTES BALDIOS | 19,17 | 20,50% |
| ÁREA COMERCIAL | 0,35 | 0,38% |
| ENTIDADES FINANCIERAS | 0,09 | 0,10% |
| HOTELES | 1,62 | 1,74% |
| TELECOMUNICACIONES | 0,35 | 0,38% |
| ÁREA VERDE EXISTENTE | 0,95 | 1,02% |
| ÁREA VERDE PROGRAMADA | 0,25 | 0,27% |
| ÁREA DEPORTIVA EXISTENTE | 3,49 | 3,73% |
| ÁREA DEPORTIVA PROGRAMADA | 0,14 | 0,15% |
| EDUCACION | 2,29 | 2,44% |
| SALUD | 0,89 | 0,96% |
| CULTO | 0,80 | 0,86% |
| ÁREA CULTURAL | 0,03 | 0,03% |
| USO PUBLICO | 0,10 | 0,10% |
| SERVICIOS PUBLICOS | 1,40 | 1,50% |
| QUEBRADA INT. MANZANO | 0,09 | 0,09% |
| | | |
| TOTAL VIAS DE CIRCULACION | 19,83 | 21,20% |
| TOTAL | 93,51 | 100,00% |

FUENTE: INE 2001



6.- EQUIPAMIENTOS

6.1.-Educación

Existen 5 Unidades Educativas, agrupadas en el Núcleo Bolivia: la Unidad Educativa Bolivia, José Vicente Camargo, escuela 3 de abril, Juana Azurduy de Padilla y 15 de abril.



UNIDAD EDUCATIVA BOLIVIA



ESCUELA 3 DE ABRIL



COLEGIO JOSE VICENTE CAMARGO

6.2.- Educación Superior

Es importante hacer notar la presencia de la Universidad Mayor Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca en la ciudad de Camargo, con dos carreras ofertadas: Ingeniería Agroindustrial de la Facultad de Ciencias Agrarias y Prótesis dental, de la Facultad de Odontología, ambas a nivel técnico superior.

Las clases de la carrera agroindustrial se imparten en una construcción antigua, originalmente de uso para vivienda, y que fue adaptada para el nuevo uso.



UNIVERSIDAD AGROINDUSTRIAL DE CAMARGO



6.3.-Salud

Camargo cuenta con un hospital de segundo nivel denominado San Juan de Dios. Otro establecimiento de salud de gran importancia en la ciudad de Camargo, es la clínica privada San Clemente, ubicada en el barrio Norte y que está administrada por la Iglesia Católica. La Caja Nacional de Salud, solo la atención de las personas aseguradas cuenta con oficinas de atención al público.



CAJA NACIONAL DE SALUD



HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS

6.4.- Administración

Está referido a las oficinas de servicios de la administración Nacional, Departamental o Municipal, Justicia, Trámites en General, Entidades financieras, cooperativas y otras oficinas de interacción entre los gobiernos y los habitantes.

El Gobierno Autónomo Municipal, como principal institución de representación al gobierno local, y ubicado en la esquina de las calles Bolívar y Ayacucho.

La construcción de la Fiscalía de Distrito se encuentra ubicada en la plaza principal. En un sector más aislado del centro, se ubican las oficinas de la policía nacional.

FISCALIA DE DISTRITO



ALCALDIA MUNICIPAL



DIRECCION DISTRITAL





IMPUESTOS INTERNOS



BANCO FIE



BANCO UNION

6.5.-Uso Comercial y de Servicios Financieros

La presencia de la actividad de comercio y servicios de mercados, tiendas con venta de diferentes productos, farmacias y otros. Este tipo de comercio se encuentra diseminado a lo largo de las calles, en uso mixto con viviendas y agrupados en zonas específicas de la ciudad.

El mercado central y el mercado campesino son elementos centrales del abastecimiento de los productos de primera necesidad, que agrupan a su alrededor muchos predios de uso mixto, que proveen a la población de diferentes artículos electrodomésticos y ropa en general.

Los servicios financieros en Camargo están ofrecidos por entidades como ser: Prodem, Banco Unión, Banco Fie, Crecer. El emplazamiento de estas entidades está centralizado en la calle Ayacucho del barrio Central, donde además se puede observar diferentes actividades comerciales y de servicios profesionales a la población.



MERCADO CAMPESINO



MERCADO CENTRAL



6.6.-Hoteles y Alojamientos

Por las características de ciudad de paso, la infraestructura hotelera en Camargo tiene gran importancia. En el presente estudio no se llegó a determinar la calidad de servicio que se ofrece, sino únicamente su ubicación, tamaño de predios y radios de influencia.



HOTEL PLAZA



HOSTAL LA HIGUERA



HOTEL MUNICIPAL

6.7.-Telecomunicaciones

El uso de suelo para telecomunicaciones está referido a los predios destinados específicamente a instalaciones de ENTEL, Radio Camargo, Radio Lasser y los predios donde se ubican las antenas.



OFICINAS DE ENTEL



6.8.-Otros usos (específicos)

Los usos específicos están referidos a espacios de uso público como ser el matadero municipal, el cementerio, pozos de tratamiento de aguas servidas, cajas de agua y otros



CEMENTERIO GENERAL



MATADERO MUNICIPAL

7.-VIALIDAD

La ciudad de Camargo se encuentra articulada con las capitales de departamento de Tarija y Potosí, mediante la carretera nacional que atraviesa la mancha urbana actual y la nueva carretera asfaltada que bordea la misma, y a su vez sirve de nexo entre la capital de la sección y las comunidades vincula de norte a sur con el Municipio.

Dentro de la red complementaria están aquellas vías que comunican el Distrito 1 con otros distritos, cuyos tipos de rodadura son el asfalto, ripio, adoquines pero principalmente tierra. El estado de estas vías es deteriorable.

7.1.-Principales medios de Transporte

El Distrito I al encontrarse en un punto estratégico de vinculación caminera, presenta un flujo vehicular constante de servicios privados de transporte de pasajeros en buses



y transporte de carga, con paso obligado y paradas temporales en la ciudad de Camargo.

El transporte de pasajeros desde Camargo hacia Tarija, Potosí, comunidades y viceversa, utiliza principalmente los servicios de taxis, que están organizados en sindicatos y ofrecen servicios frecuentes y flexibles.



TRANSPORTE EN MINIBANS



TRANSPORTE PESADO



TRANSPORTE INTERDEPARTAMENTAL

7.2.-Estado de las Vías

La mitad de las vías carreteras del Distrito I son de tierra, el 30% es de pavimento y el 20% restante son de ripio.

Asimismo, el 56% de las vías de tierra están en regular estado, el 42% presentan un mal estado principalmente por la falta de mantenimiento. Con relación a las vías de ripio, el 25% se encuentran en mal estado; respecto a las vías de asfalto o pavimento el 75% presentan un estado regular y el 25% se encuentran en mal estado.

Una de las vías más importantes es la del asfaltado de la carretera interprovincial que ya está terminada.



VIAS DE TIERRA



VIAS ASFALTADAS



VIAS DE ADOQUINE



8.-SERVISIOS BASICOS

La ciudad de Camargo cuenta con los servicios de:

Agua Potable, Alcantarillado sanitario, Energía eléctrica, Gas licuado, Gas domiciliario

8.1.-Agua potable

La población de Camargo (área urbana y suburbana), cuenta con servicio de agua potable, la encargada de este suministro la Cooperativa de Servicios (COSERCA). Las nuevas urbanizaciones también cuentan con agua potable.



VIVIENDA CON AGUA POTABLE

8.2.-Alcantarillado Sanitario

El área urbana de Camargo cuenta con un sistema de alcantarillado sanitario que fue construido en 1970 y actualmente es administrado, operado y mantenido por COSERCA. De acuerdo a información del Censo INE 2001, 815 viviendas, es decir el 75 % del total de viviendas ubicadas en el área urbana accedían al servicio. Entre los problemas relacionados con el funcionamiento del servicio de alcantarillado sanitario, además del colmata miento de tuberías receptoras, están los pozos de Tratamiento de Aguas Residuales que no cumplen a totalidad su función, puesto que



las aguas desembocan en el río Chico sin un tratamiento adecuado para evitar la contaminación.

La Planta de Tratamiento de Aguas Residuales está ubicada en las riveras del Río.

8.3.-Energía eléctrica

El servicio de energía eléctrica en el Distrito 1 es atendido por la Cooperativa de Servicios Camargo (COSERCA)

La mayoría de las familias en la ciudad de Camargo que tienen acceso a energía eléctrica la utilizan para fines domésticos (iluminación y otros) , el restante se utiliza para fines productivos.

8.4.-Gas Domiciliario

Camargo cuenta con el servicio de instalación de gas domiciliario, que por el momento se encuentra solo en los barrios más céntricos y consolidados, no así en las nuevas urbanizaciones que se encuentran en proceso de consolidación.

PLANO DE INSTALACION DE GAS DOMICILIARIA





8.5.-Gas Licuado

El uso de gas licuado tiene gran importancia en el área urbana del Municipio solamente un porcentaje muy pequeño de la población no lo utiliza o no tiene acceso

9.- ASPECTO SOCIAL

9.1.-Densidad Demográfica

La población actual es de 4502 según el Censo 2001, el municipio de Camargo tiene una densidad poblacional de 6.37 habitantes/Km². Esta densidad de población es ligeramente baja.

POBLACION POR SEXO SEGÚN DISTRITOS

| DISTRITO | TOTAL | Hombres | % | Mujeres | % |
|--------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| I.- Camargo | 4502 | 2159 | 47,96 | 2343 | 52,04 |
| II.- Río Grande | 1194 | 560 | 46,90 | 634 | 53,10 |
| III.- Carpachacra | 832 | 408 | 49,04 | 424 | 50,96 |
| IV.- La Torre | 1435 | 744 | 51,85 | 691 | 48,15 |
| V.- Falsuri | 1192 | 581 | 48,74 | 611 | 51,26 |
| VI.- Río Chico | 853 | 439 | 51,47 | 414 | 48,53 |
| VII.- Muyuquiri | 1487 | 731 | 49,16 | 756 | 50,84 |
| VIII.- Suquistaca | 770 | 374 | 48,57 | 396 | 51,43 |
| IX.- Yurac Caballo | 552 | 248 | 44,93 | 304 | 55,07 |
| X.- Huaca Cancha | 455 | 206 | 45,27 | 249 | 54,73 |
| XI.- Cueva Pampa | 737 | 353 | 47,90 | 384 | 52,10 |
| Total | 14.009 | 6.819 | 48,68 | 7.190 | 51,32 |

FUENTE: INE – Chuquisaca (CNPV- 2001)



9.2.- Proyección de Crecimiento

El municipio de Camargo señala se puede constatar bajas tasas de crecimiento que señalan una disminución de la población, atribuible a la migración y las limitaciones de algunos sectores para insertarse en la dinámica productiva del municipio.

**ESTRUCTURA POBLACIONAL
POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO – 2008**

| ESTRUCTURA POBLACIONAL EN AÑOS | HOMBRE | MUJER | TOTAL | % |
|--------------------------------|--------|-------|--------|-----|
| 00 - 4 | 1.270 | 1.169 | 2.439 | 16 |
| 05 - 9 | 1.174 | 1.091 | 2.265 | 15 |
| 10 - 14 | 1.050 | 979 | 2.029 | 14 |
| 15 - 19 | 678 | 726 | 1.404 | 9 |
| 20 - 24 | 427 | 477 | 904 | 6 |
| 25 - 29 | 395 | 449 | 844 | 6 |
| 30 - 34 | 403 | 432 | 835 | 6 |
| 35 - 39 | 360 | 395 | 755 | 5 |
| 40 - 44 | 290 | 342 | 632 | 4 |
| 45 - 49 | 261 | 298 | 559 | 4 |
| 50 - 54 | 236 | 277 | 513 | 3 |
| 55 - 59 | 197 | 241 | 438 | 3 |
| 60 - 64 | 169 | 223 | 392 | 3 |
| 65 - 69 | 153 | 187 | 340 | 2 |
| 70 - 74 | 118 | 143 | 261 | 2 |
| 75 - 79 | 69 | 102 | 171 | 1 |
| 80 y + | 45 | 75 | 120 | 1 |
| Totales | 7.295 | 7.606 | 14.901 | 100 |

Fuente: PDM Camargo 2005-2009 en base a información del INE

9.3.- Nivel de Pobreza

De acuerdo a la distribución poblacional del Municipio de Camargo, más del 67% está

Concentrada en el área rural, según el último censo de Población y Vivienda 2001, Habitando en las diferentes comunidades de su jurisdicción municipal, mientras que la

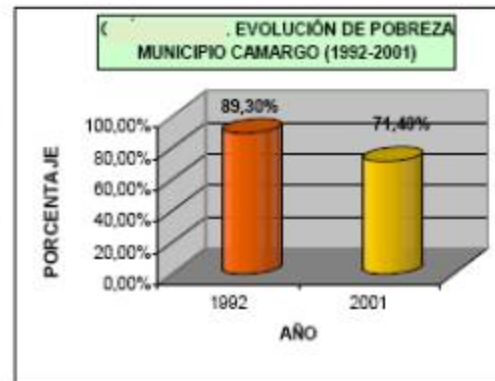


población restante se considera población urbana y peri urbana de la ciudad de Camargo y sus alrededores.

La pobreza es una situación de carencia o privación de bienes y servicios necesarios para el desarrollo humano (como alimentación, vivienda y vestido, y servicios como educación, salud e información), que a la vez deriva de una pobreza indigente, pobreza de tipo marginal.

TASA DE EVOLUCIÓN DE
POBREZA EN EL MUNICIPIO DE CAMARGO

| LUGAR | POBREZA | | Valor Promedio Anual |
|-------------------|---------|--------|----------------------|
| | 1992 | 2001 | |
| Bolivia | 70,90% | 58,60% | -1,33% |
| Chuquisaca | 79,80% | 70,10% | -1,04% |
| Nor Cinti | 95,30% | 91,40% | -0,42% |
| Municipio Camargo | 89,30% | 71,40% | -2,21% |



Fuente: Mapa de pobreza de Bolivia y datos del CNPV-2001, PDM -2000 Camargo.

10.- ASPECTO ECONOMICO PRODUCTIVO

Si bien el Municipio de Camargo está caracterizado por tener una actividad agrícola importante, en el área urbana la actividad más relevante es la prestación de servicios y el comercio, la agricultura se encuentra restringida a los sectores próximos al río Chico.

La ubicación del área urbana de Camargo corresponde al piso ecológico de Valle, por lo que la producción más importante es la de frutas, verduras y hortalizas.

Las actividades productivas agrícolas en la actualidad se ven afectadas por la pérdida de capacidad productiva de los suelos. A pesar de la diversidad de pisos ecológicos y condiciones climáticas, el sector agropecuario en el Municipio de Camargo se



caracteriza por un relativo bajo rendimiento en su producción, aspecto determinante de la pobreza rural y del continuo proceso de migración rural-urbano.

10.1.-Turismo

La belleza y singularidad de la Tierra del Sol y Vino de sus atractivos turísticos como ser Cañón Cinteño y el Cultivo de la Vid en los Molles, su vocación turística y su ubicación geográfica, además de la proximidad a las ciudades de Tarija y Potosí, contribuyen a enriquecer la oferta turística del sector, proporcionando las condiciones óptimas para conformar una sola Ruta Turística con el Valle Central de Tarija, la Ruta Turística —Vinos y Singanis de Altura. Estas condiciones peculiares le proporcionan al municipio la posibilidad de pasar de una ciudad de paso a un destino turístico.

Finalmente “la ciudad de Camargo le proporciona a la región de los Cintis, la identidad histórica y cultural, necesaria para el desarrollo social y sentido de propiedad del Cinteño”.

10.2.-Sistema de Producción

MES DE SIEMBRA

En el caso de la papa hay dos épocas de siembra: La siembra temprana o mishkha y la siembra grande. La primera se realiza entre julio y agosto, y la segunda entre octubre y noviembre. El maíz se siembra entre agosto y septiembre, en tanto que el trigo y la cebada desde noviembre hasta el mes de enero. La densidad de siembra para todos los cultivos es variada.

La mayor parte de producción es en Camargo, Rio Chico, Papagallo, Rio Grande, La Palca. Frutas, como durazno, la vid, ciruelos, albarillo, higo y parte hortalizas como tomate, cebolla, lechuga, zanahoria y remolacha.

RESUMEN DE PRINCIPALES CULTIVOS AGRICOLAS SEGÚN ZONAS,
EN EL MUNICIPIO DE CAMARGO

| ZONAS | CULTIVOS | VARIETADES |
|---|--|--|
| Temporales (Partes altas): Explotación familiar intensiva Regimenes a secano Destinado al autoconsumo | 1. Cebada - trigo 2. Papa 3. Oca 4. Papaliza | 1. Criollos 2. Criolla, sani- imilla, revolución, desiré y runa 3. Criolla: amarilla, blanca y roja 4. La amarilla y verde |
| Cabeceras del Valle: Explotación familiar semi-Intensivo a intensivo. Regimenes combinado riego- secano > autoconsumo y venta | 1. Maíz 2. Papa 3. Haba - arveja 4. Cebada - trigo 5. Durazno | 1. Cubano, blanco, perico blanco, chulpi 2. Criolla, sani imilla, revolución, desiré y runa 3. Criollas, habilla, arveja blanca y negra 4. Criollas 5. Criollo, porcelanas, ulincates de blanca y amarillo |
| Valles: Explotación familiar intensiva. Regimenes mayormente bajo riego > venta y autoconsumo | 1. Maíz 2. Papa 3. Durazno 4. Haba - arveja 5. Vid 6.- Alvarillo-damasco 7.- Higo 8.- Ciruelos 9.- Cítricos 10.- Hortalizas | 1. Criollo, cubano, blanco, perico 2. Criolla, revolución, desiré, alfa 3. Criollo, porcelana blanca y amarilla, ulincates, G. Reyes 4. Criollas, habilla, arveja blanca y negra 5. Moscatel blanca, negra criolla, Vischoqueña, cereza 6.- Criollos. 7.- Criolla la Brevia y tardío el higo 8.- Criollos la blanca y rosada 9.- Limones y naranjas criollos 10.- Criollas (tomate, zanahoria, cebolla de cola, lechuga). |

10.3.-Riegos

Se realiza en temporadas de sequías que son de Marzo a Octubre en las zonas de valles sin embargo no es recomendable por la contaminación de las aguas debido a los minerales y salitres que presenta.

10.4.-Aporques

Durante el ciclo productivo de la papa y el maíz se realizan entre uno y dos aporques, para lo cual se requiere que el suelo tenga cierta humedad, ya sea por efecto de la lluvia o por riego. Las herramientas utilizadas son el arado de palo y picos, con la utilización de la mano de obra familiar, prioritariamente la del varón.



10.5.-Deshierbes

Se lo realiza de acuerdo a la proliferación de la maleza, lo que varía entre dos hasta cinco veces; se lo hace manualmente y con la participación de la mano de obra familiar.

10.6.-Cosecha

En la papa, es de acuerdo a la época de siembra, la primera se realiza en los meses de noviembre a diciembre, la segunda (cosecha grande) se circunscribe a los meses de abril y mayo. En el caso del maíz, también se lo realiza en dos ocasiones: en estado lechoso de los granos de maíz, es decir; para consumo en fresco (choclo) entre enero y febrero y la otra es para producción de grano, que se realiza entre marzo y abril; en los cultivos de trigo y cebada se requiere que las espigas tengan una total maduración para realizar el segado, donde el maíz maduro sirve para sustento de la alimentación de los mismos productores, referido principalmente en el área rural.

En el maíz la recolección de las mazorcas es manual, para la producción de grano se hace el secado, deshojado y el almacenamiento en pirwas; entanto que en el trigo y la cebada se lo hace por medio del segado manual con el empleo de la hoz, luego viene el engavillado, secado, trillado y finalmente el venteado.

10.7.-Selección

Si nos referimos al cultivo de papa, se lo realiza en la misma parcela luego de la cava, la selección es manual, la clasificación es según el tamaño de los tubérculos y contempla las siguientes clases: menuda, semilla, consumo y comercial. En el caso del maíz, previamente se seleccionan las mejores mazorcas de grano bien maduro, se clasifican para semilla, consumo y para venta; en el trigo y la cebada, es suficiente que los granos estén totalmente maduros. La selección en todos los casos es manual y con la participación de toda la familia.



11.-SISTEMA DE COMERCIALIZACION (FORMAL E INFORMAL)

CUADRO Nº 100; PRINCIPALES CULTIVOS DE FRUTALES
Y VARIEDADES SEGÚN DISTRITOS

| DISTRITO | DESCRIPCION DE FRUTALES | |
|--------------------|---|---|
| | TIPO DE FRUTAS | VARIEDADES |
| I.- Camargo | 1. Durazno, 2. Vid, 3. Higo, 4. Alvarillo- damasco, 5. Ciruelo, 6. Pera | 1. Ulincates, 2.- moscatel, cereza, Vischoqueña; 3. brevas tempranera, higo el tardío; 4.- criollo; 5.- criollo de rosada y blanco; 6.- criollo |
| II.- Río Grande | 1.- Vid, 2.- Durazno, 3.- Higo, 4.- Limón, 5.- Pera, 6.- Ciruelo | 1.- Moscatel, cereza, Vischoqueña; 2.- Ulincates y criollo; 3.- Tempranera la breva, tardío higo; 4.- Injertos y criollos; 5.- Criollo; 6.- Criollo la rosada y blanco |
| III.- Carpachaca | 1.- Durazno, 2.- Pera, 3.- Ciruelo, 4.- Manzana, 5.- Vid, 6.- Guinda, 7.- Limones, 8.- Alvarillo-damasco, 9.- Membrillo | 1.- Ulincates y criollo; 2.- Criollo; 3.- Criollos la rosada y blanca; 4.- Criolla; 5.- Moscatel, cereza, vischuqueña; 6.- Criolla; 7.- Criollos; 8.- Criollos; 9.- Criollos. |
| IV.- La Torre | 1.- Durazno, 2.- Manzana, 3.- Damasco - alvarillo, 4.- Higo, 5.- Peras, 6.- Vid, 7.- Membrillo, 8.- Naranja. | 1.- Ulincates; 2.- Criolla; 3.- Criolla; 4.- La breva y higo tardío; 5.- Criolla; 6.- Moscatel, criolla la negra; 7.- Criolla; 8.- Criolla. |
| V.- Falsuri | 1.- Durazno, 2.- Vid, 3.- Tuna, 4.- Higo, 5.- Alvarillo | 1.- Criolla la amarilla y rosada; 2.- Criolla la negra; 3.- Criollo; 4.- La breva y tardío el higo; 5.- Criollo. |
| VI.- Río Chico | 1- Durazno, 2- Vid, 3- Alvarillo, 4- higo, 5- ciruelo, 6- Pera y cilncos | 1- Ulincates, 2- Moscatel, vischuqueña, cereza; 3- Criollo; 4- La breva y tardío el higo; 5- Criollo; 6- Criollos. |
| VII.- Muyuquiri | 1.- Durazno, 2.- Manzana, 3.- Pera | 1.- Criollos y ulincates; 2.- Criolla, 3.- Criolla. |
| VIII.- Suqistaca | 1- Durazno, 2- Manzana, | 1- Criollo; 2.- Criolla |
| IX.- Yurac Caballo | 1- Durazno, 2.- Manzana | 1- Ulincates y criollo, 2- Criolla |
| X.- Huaca Cancha | 1- Durazno, | 1- Criollo. |
| XI.- Cueva Pampa | 1- Durazno, 2- Tuna, 3.- Vid, 4- Manzana, 5- Alvarillo | 1- Criollo y ulincates, 2- Criolla; 3.- Criolla; 4- Criolla; 5.- Criolla. |

La mayor exportación frutal, tales como el durazno que asciende en este caso a 1.597,76 \$US, que relativamente representa el 61,79%, seguido la vid con 24,33%, la que en términos absolutos representa de \$US 629,12; mientras que las hortalizas (choclo, haba/arveja), cereales (Maíz grano, cebada/tigo) y tubérculos (papa) no son rentables frente a los resultados de frutales, ya que en general su participación solamente fluctúan entre 0,47 y 8,35%.



11.1.-Mercado de Durazno.

La alta calidad de durazno de Camargo a nivel Nacional, es claro y concluyente, que está relacionado principalmente por el sabor dulce comparado frente a los demás duraznos de otras zonas productoras del País y con el importado.

El consumo per- cápita Nacional de durazno es de 1,55 Kg. /año, Por otro lado, el durazno de los cintis, no solo sirve para el consumo en fruta, sino también como fuente de materia prima, de gran potencial para la elaboración de dulce en almíbar entero con la pepa para el mercado nacional y de exportación a Venezuela y Colombia.

11.2.-Mercado de Uva

Entre los mercados más importantes para este producto es La Paz, Santa Cruz, Cochabamba, Sucre, Potosí, Oruro y Tarija.

El consumo per- cápita nacional asciende a 2,7 Kg., según datos del ADRA. Uno de las variedades requeridas por el mercado es Uva blanca de mesa (Moscatel de Alejandría), Uva Rosada- Negra común- Caber Net y otros.

El producto agrícola estrella de la zona de Camargo, es la uva Blanca de mesa, donde su calidad es reconocida a nivel nacional por los intermediarios mayoristas y minoristas. Además, el potencial de ventas de la uva blanca de mesa, no solamente está difundido a nivel nacional, sino también a nivel del Mercado Andino para países como Colombia, Venezuela y Ecuador que son importadores netos de este producto de Argentina y Chile. La oferta del producto nacional es de febrero – abril, donde el producto importado

Prácticamente ya sale del mercado, o sea, no hay el cruce del mercado.



11.3.-Costos de Comercialización (22 kg. / bs.)

Los costos de comercialización de la uva es superior al costo de comercialización de Durazno, donde la caja de 22 Kg. de uva asciende a 19 Bs., y por su mayor fragilidad, las mermas físicas son mayores que el durazno, pues, el sistema de empaque es el mismo de cajas de madera retornables.

11.4.-Precios de Uva en el Mercado Interior

El precio promedio al consumidor de la uva blanca nacional de primera calidad, oscila entre Bs. 5-7/ kg. y la uva importada oscila de Bs. 8-10/ kg. En tanto, los precios de venta que maneja ADRA oscilan entre 70 a 130 Bs. /caja, con datos de precios diferenciados según mercados mencionados, aspecto que se presenta en el siguiente cuadro.

INGRESO NETO ESTIMADO POR LA VENTA DE UVA,
SEGÚN PRINCIPALES MERCADOS (en Bs. / caja de 22 Kg.)

| Detalle | La Paz | Santa Cruz | Cochabamba | Sucre | Potosí |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Costo de producción/caja. | 26,4 | 26,4 | 26,4 | 26,4 | 26,4 |
| Más Costos de Comercialización. | 19,0 | 19,0 | 17,0 | 14,0 | 13,0 |
| Costo del producto en el mercado. | 45,4 | 45,4 | 43,4 | 40,4 | 39,4 |
| Menos Precio del mercado. | 65,0 | 65,0 | 65,0 | 65,0 | 65,0 |
| Ingreso Neto del Productor. | 19,6 | 19,6 | 21,6 | 24,6 | 25,6 |

Por tanto, los restantes son destinados, aunque de menor proporción a la venta, que no se acerca por lo menos al 38%, excepto el trigo con 24,88%, pero este último solamente va al consumo y la semilla y cero a la venta.

En tanto los cultivos de haba, arveja, el choclo y las hortalizas, son destinados en su mayoría a la venta, que oscilan entre 45,17 a 92,59%; pero con aclaración de que generalmente comercializados en productos tiernos (fresca).



De la producción de duraznos aproximadamente el 85% se destina a la venta, de los cuales el 35% en fruta fresca, seguidamente el 60% en forma deshidratada (mock'ochinchi), y los restantes 5% a proceso de enlatados de conservas; mientras que 80% de la producción de uva destinada a la venta, y de esto, el 20% se comercializa como fruta fresca, y el restante 80%, procesados como licores (vinos y singanis) y/o vendidos para ese fin, a destiladores o empresas locales, y también deshidratados (pasa de uva y mermeladas).

Los volúmenes de producción de otros frutales como ciruelo, damasco, manzana, higo, guindas, son destinados mayormente a la venta el 70%, y comercializados en más de 60% en fruta fresca durante el proceso de maduración; la producción restante se comercializa en forma deshidratada (pasas), en conservas y en licores (trago).

11.5.-Comercialización de Productos en Fresco

Contempla al producto sin someterlo a ningún proceso de transformación. En esta forma principalmente se comercializan las hortalizas: Zanahoria, cebolla, tomate, legumbres (haba y arveja verde), y choclo; y un porcentaje, tales como Manzana, ciruelos, albarillo, higo, en fruta fresca.

Por la naturaleza de estos productos, mayormente la venta o comercio se realiza en la misma U.U.A.A., en centros de consumo cercanos o en ferias locales.

11.6.-Comercialización de productos deshidratados

Son los productos que por limitaciones de almacenamiento, transporte, calidad y/o precio, no pueden ser comercializados a través de procesos naturales y/o un manejo pos cosecha básicamente artesanal. Los productos más comercializados en esta forma, son los cereales: Maíz, trigo/cebada; asimismo, las hortalizas: cebolla, haba y arveja; y mayor porcentaje de los frutales: durazno (pelón o mock'ochinche), manzana y uva (pasas o q'isas).



11.7.-Productos Industrializados

Los productos que se destinan a la industria artesanal o mecanizada, para su comercialización son mayormente los frutales: Uva, higo y durazno; en menor escala los cereales: trigo, maíz, los que a través de diferentes procesos son transformados en licores (vinos, singanis piscos o tragos), mermeladas y jaleas; y en el caso de los cereales transformados en harinas (más integrales para su uso familiar).

Asimismo, el desarrollo de mermeladas, conservas de durazno, tienen una buena presentación y etiquetadas, que al principio contaron en fortalecimiento del ADRA.

11.8.-Los productos Pecuarios

Son comercializados en menor escala y principales son: Carne de ovinos y caprinos, también sus derivados como leche y queso, son generalmente no comercializados en los centros de intercambio local, sino comercializados en los mismos lugares de la producción, o sea, consumidos por los mismos pobladores en la que habitan.

POCAS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRICOLAS,
SEGÚN PRINCIPALES PRODUCTOS

| Productos | Ene. | Feb. | Mar. | Abr. | May. | Jun. | Jul. | Ago. | Sept | Oct. | Nov. | Dic. |
|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Maíz grano | | | | | X | | X | X | | | | |
| Cebada Trigo | | | | | X | X | | | | X | X | X |
| Papa | X | X | X | | X | X | | X | | X | X | X |
| Haba | | X | | | | | | | X | X | | X |
| Arveja | | | X | | | | | | | | | X |
| Zanahoria | X | X | X | X | X | X | | | X | X | X | X |
| Maíz choclo | X | X | | | | | | | | | | X |



12.- ASPECTO SOCIO CULTURAL

12.1.- Idioma

Respecto al idioma se tiene los siguientes datos provistos por el Instituto Nacional de Estadística, según Censo Nacional de Población y Vivienda 2001, la mayor parte de la población del municipio de Camargo habla el idioma castellano como lengua materna, existiendo un número de personas representativo que conocen otras combinaciones de idiomas nativos, especialmente quechua.

El 69% (8.633 personas) de la población del municipio de Camargo tiene como idioma materno el castellano; el 29% (3.619 personas) el quechua; el 0,49% el aymara; y por último un extranjero el 0,04%.

· LENGUA MATERNA

| IDIOMA | NÚMERO | % |
|--------------|---------------|---------------|
| Castellano | 8.633 | 69,91 |
| Quechua | 3.619 | 29,31 |
| Aymara | 61 | 0,49 |
| Extranjero | 5 | 0,04 |
| Total | 12.318 | 100,00 |

Fuente: Atlas Estadístico de Municipios 2001

12.2.- Religión

La mayoría de la población profesa la religión católica y en menor número profesan otros credos. Existe la presencia de iglesias como ser la Adventista, de los Santos de los Últimos Días, Testigos de Jehová y Evangélica cristiana.

La religiosidad de la población indígena es fuertemente concentrada, lo que permitió que sus creencias y prácticas tradicionales se mantengan en la actualidad.



Durante más de cuatro siglos los quechuas de Camargo mantuvieron ocultas muchas de sus tradiciones, creencias y costumbres. Actualmente, se está tratando de recuperar esas tradiciones, costumbres y valores.

12.3.- Calendario festivo y ritual

Se identifican las siguientes fiestas y celebraciones más importantes en Camargo

.- CALENDARIO FESTIVO

| PRINCIPALES FIESTAS | FECHAS DE REALIZACION | MOTIVOS |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------------|
| 1. Año Nuevo | Enero, 1° | Ch'alla, Comienzo Año Nuevo |
| 2. Reyes | Enero, 6 | Religiosos |
| 3. Carnaval | Febrero (Movable) | Ch'alla, Costumbres |
| 4. Pascua | Abril-Marzo (Movable) | Religiosos (Semana Santa) |
| 5. Aniversario Dptal. | Mayo, 25 | Aniversario, Cívico |
| 6. San Juan | Junio, 24 | Recuerdo del Santo |
| 7. Santiago | Julio, 25 | Recuerdo del Santo |
| 8. Día de la Patria | Agosto, 6 | Aniversario de la Patria |
| 9. Todos Santos | Noviembre, 2 | Fiesta de los Difuntos |
| 10. Navidad | Diciembre, 25 | Fiesta Religiosa Católica |

FUENTE: Diagnóstico PDM Camargo 2004 – ONG AADUR

13.-CONCLUSIONES

Después del análisis, vemos que las edificaciones antiguas, no cuentan con la atención adecuada, y se ve que al pasar de los años se va perdiendo la riqueza patrimonial que representan en sus diseños y estructuras. Con las edificaciones nuevas que rompen con todo su entorno sin respetar el lenguaje de la ciudad antigua. El paisaje natural que se encuentran contaminadas, por la falta de consciencia y educación de sus habitantes, que hace que no cumplan con ninguna normativa, para proteger su medio ambiente, y su historia, la ciudad crece sin consciencia de identidad y cultura.



14.- PROPUESTA URBANA

SISTEMA DE REVITALIZACION, MEJORAMIENTO URBANO Y RECUPERACION DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE CAMARGO

La estrategia del Sistema es de atacar con zonas de Potencial Cultural, Tradicional, Expresivo y Natural al crítico estado de Pérdida de Identidad que está afectando drásticamente a su Paisaje Cultural Urbano, articulando en la ciudad este sistema que impulsara al Turismo, Producción y Expresión Histórica. Este Sistema se relacionaría mediante:





14.1-Peatonalización de pasajes y vías: Recuperar y mejorar la calidad de los espacios públicos, da más énfasis en que estos sectores sean aprovechados por los peatones generando de áreas de descanso, degustación, acogida.

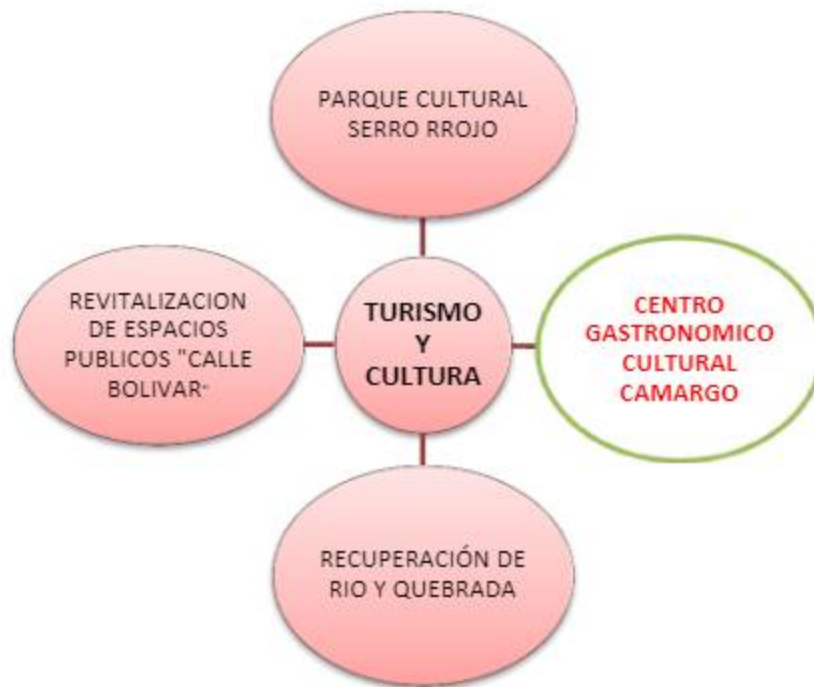
14.2.-Infraestructura expresiva cultural: La Expresión Cultural así como la Exposición de esta son necesarias para fortalecer la debilitada Identidad del Lugar. Expresando su misma Identidad Productiva, Cultural, Urbana, etc. De esta manera Camargo expondrá lo mejor de sí.

15.-JUSTIFICACION

Fortalecer sus valores e identidad para aportar a la imagen del paisaje cultural vitivinícola, turística, productiva sostenible en armonía con el lugar y su gente. Desarrollando proyectos arquitectónicos, dentro de la temática de un desarrollo sostenible para el turismo y la producción que demuestra una simbiosis pasado-presente que puede ser una alternativa atractiva para el futuro dejando de ser un pueblo de paso y llegar a ser un destino turístico activo.

16.-PROYECTOS

Después de realizar esta propuesta urbana grupal se detectaron las debilidades y falta de equipamientos que ayudaran al desarrollo turístico productivo de la población, definiendo como puntos de referencia a intervenir en: GASTRONOMIA DEL LUGAR , RECUPERACION DE RIOS Y QUEBRADAS,EDIFICIO MUNICIPAL, PARQUE CULTURAL MEDIANTE LOS SIGUIENTES PROYECTOS:



16.1-Centro Gastronómico Cultural Camargo: La Expresión de Camargo no solo englobará la Cultura sino que también lo Culinario Tradicional, exponiendo y expresando lo mejor de la Comida Camargueña mediante sus costumbres y tradiciones.

16.2.-Recuperación de Rio y Quebrada: Debido a su creciente contaminación de las estructurantes Hídricas la recuperación de áreas aledañas a sus orillas expresara la antigua presencia de Viñedos que hubo en estos lugares.

16.3.-Revitalizacion de espacios publico Calle Bolivar.: La integración de la Vía peatonal colindante a este inmueble impondrá más interés a su valor visual entonces el tratamiento de este será de mostrar sus elementos constructivos antiguos e integrarlo a todo el manzano de esta edificación.



16.4.-Parque Cultural Serro Rojo: Debido al constante crecimiento de la población joven y niñez, la ciudad de Camargo no cuenta con lugares de esparcimiento, parques ni áreas verdes destinados con este fin, lo cual nos lleva a intervenir esta área.



17.-INTRODUCCION

La socialización es el mecanismo Socio-Cultural básico por el cual un conjunto social asegura su continuidad. Los principales agentes de la socialización son los padres y otros miembros de la familia, las instituciones educativas y los medios de comunicación social.

Por lo general, ellos cumplen la función de transmitir a los niños los valores y las creencias de su mundo socio-cultural, así como los significados otorgados en su mundo socio-cultural a las relaciones interpersonales y a los objetos. Las generaciones adultas transmiten la cultura como patrimonio o legado, hay un doble juego ya que se selecciona lo que se transmite y el que recibe también selecciona según sus intereses.

Camargo es una ciudad que posee debilidades en incentivación a la cultura, y motivaciones a realizar actos que eleven esta potencialidad, esto parte desde las Autoridades que se olvidaron de este importante patrimonio e identidad.

Debido a todos los aspectos analizados he llegado a intervenir el área de la Gastronomía de la Ciudad de Camargo, proponer un proyecto donde se fomente al turismo y la cultura a través de un "CENTRO GASTRONOMICO CULTURAL" el mismo que aportara al desarrollo de la ciudad de Camargo.



18.-JUSTIFICACIÓN

18.1.-Teórica

La gastronomía no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra. Por lo que la gastronomía, está inexorablemente vinculada, a la cultura de los países. Por esto podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía. La mismas que se han ido popularizando, con el correr de los años, debido no sólo a que sus inmigrantes las han introducido por todo el mundo, sino también por su excelencia en la preparación de diversos platos. Los cuales han logrado imponerse, en paladares nacionales e internacionales de la más alta exigencia tratándose de sabor y distinción por la presentación.

Es por todo aquello, que existen estudios de gastronomía, los cuales se ven reflejados en diversa literatura. Y es que en la gastronomía, uno puede ver una gran gama de elementos o materias, las cuales confluyen dentro del término. Podemos señalar a la historia, la sociología, la antropología, diversas artes, el estudio de los alimentos por parte de la agronomía, etc. Todos elementos o materias presentes en la cultura arraigada de una nación. La cual, con el paso de los siglos, va dando forma a la gastronomía típica del país o región.

Algunos de los sitios de venta de comida criolla más representativos de la ciudad de Camargo son los restaurantes del centro de la ciudad que son:

Y otros que venden solo los fines de semana que están más alejados de la ciudad, ,Taco bonito, Churrasquería Restaurante La Viña en Patapampa,



| | |
|-----------------------------|-------------------------|
| Restaurante Ukamau | Comunidad Tacaquira |
| Restaurante Los Eucaliptos | Km 3 Carretera a Tarija |
| Restaurante La Cabaña | Plaza Avaroa s/n, |
| Restaurante El Cinteño | Calle Bolívar N° 7 |
| Restaurante Cintillajta | Calle Ayacucho N° 57, |
| Restaurante La Vieja Casona | Plaza 6 de Agosto N° 14 |
| Restaurante El Buen Gusto | Calle Cobija N° 138, |
| Snack Daniela | Calle Ayacucho N° 64, |
| Café-Snack El Kapricho | Calle Ayacucho N° 78, |

Sobre la parte cultural la gran variedad sobre danza, música, colorido del país se basa en la cultura de épocas coloniales, republicanas e incluso antes. Ahora para poder apreciar música y danzas se tiene que recurrir a la presentación de alguna fecha festiva como el Carnaval, la feria de la uva y algunas danzas en los colegios que son ocasionales en sus oras cívicas,

Nuestra cultura no solo está limitada a la gastronomía, la música y danza sino también, a la pintura, escultura, fotografía, etc. La mayoría de los artistas son capacitados en la escuela de Bellas Artes, donde la exposición de sus obras o trabajos queda encerrada en su recinto, en algunos casos se exponen en la casa de la cultura. Entonces estas obras de pintura, escultura, fotografía, etc. No tienen un lugar adecuado de exposición, en la ciudad para difundir la cultura del departamento, el país y también innovar sobre otras culturas.



Estas potencialidades culturales combinadas serian de gran aporte a la actividad cultural comercial, y turística de la ciudad de Camargo y por ende para el país, como es la gastronomía y el arte estos dos aspectos son cada vez más fuertes dentro de nuestra sociedad y parece permanecer para siempre.

Ahora hay que dar respuestas a todos estos aspectos mencionados, sobre cómo hacer para promover nuestra variada cultura en todos sus aspectos.

Debido a los aspectos analizados y explicados he llegado a la conclusión de apuntar al sector gastronómico y proponer un proyecto donde se capacite y produzca la gastronomía local, departamental y nacional con la fusión de difundir la cultura nacional a través de espectáculos artísticos, como danza, música, pintura, letras, fotografías, etc.

Entonces el proyecto a proponer sería un: **“Centro Gastronómico Cultural Camargo”**



18.2.-Grafica



VENTA DE INSTRUMENTOS DEL LUGAR



CAMARGUEÑA ,PREPARACIÓN DEL CHANCHO



PEQUEÑO RESTAURANT QUE ESTA LLENO



CHANCHO AL HORNO



18.3.-Estadística

En muchos países se conceptúa el turismo como uno de los sectores económicos más dinámicos. En Bolivia es la quinta actividad económica en la captación de divisas, según información al 2009.

Tiene un efecto multiplicador sobre las áreas: financiera, comunicaciones, transporte, artesanía, restaurantes, producción de artículos de primera necesidad, centros de diversión y otros, constituyéndose en una gran dinamizador de la economía.

La actividad turística se ha desarrollado rápidamente en el contexto internacional durante los últimos 50 años. Según la Organización Mundial del Turismo, el volumen de viajeros internacionales pasó de 25 millones en 1950 a 898 millones el 2006 y se prevé que esta cifra aumente a 1.600 millones el 2020.

En Bolivia, en los últimos años, la actividad del turismo ha cobrado mayor importancia con un impacto significativo en la economía nacional, registrándose para el año 2008 ingresos superiores a los \$us318 millones.

Si bien es evidente que la actividad turística está caracterizada por tener una alta sensibilidad a factores ajenos, las cifras muestran a una actividad menos vulnerable a estos efectos y reorientada en términos de mercado, precios y servicios hacia diferentes segmentos del turismo que se encuentran en alza, los turismos: ecológico, histórico, de aventura, recreativo, ecoturismo y comunitario.



Como potencial turístico, Bolivia cuenta con una amplia oferta turística, dada su diversidad geográfica, cultural y étnica, y posee ventajas competitivas en cuanto a vocación natural especialmente debido a sus diferentes ecosistemas, con biodiversidad de flora y fauna, nevados, altiplano, valles, llanos amazónicos y selvas. Estas condiciones hacen que el país se adecue de manera natural a las demandas internacionales especialmente por turismo ecológico, eco-turismo y turismo de aventura. Esta clase de turismo se caracteriza principalmente por un alto compromiso con la naturaleza, el medio ambiente y el bienestar de las poblaciones locales.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, se considera:

Turismo Interno: es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del País de referencia

Turismo Receptor: es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia.

Turismo Emisor: es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia

Turismo Interior: es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país de referencia

Turismo Nacional: es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.

Turismo Internacional: es el turismo de los visitantes, a nivel mundial.



18.4.-Contribución al PIB

La magnitud y dinamismo de todos los sectores están sistematizados y cuantificados en las cuentas nacionales. En este contexto, el turismo no aparece como un sector específico sino como parte integrante de la producción de los demás sectores, especialmente el transporte, los restaurantes y hoteles y otros aunque en menor proporción.

Como actividad económica, el turismo absorbe casi la totalidad de la producción de sectores de hotelería y agencias de turismo, y parte considerable de la producción del sector de transporte de pasajeros y una proporción de aquellas actividades que están indirectamente relacionadas con el turismo tales como las empresas proveedoras de insumos. Estos aspectos dificultan su identificación precisa dentro de las ramas productivas de la economía.

Una aproximación del impacto económico del turismo, puede ser realizada considerando los ingresos del turismo receptivo⁵ como variable *proxy* del aporte del sector al PIB. En este sentido, se observa que los ingresos por turismo receptivo representaron en promedio más del 2.15% del PIB en el periodo 1995-2008.

Para el 2008 los ingresos por turismo receptivo alcanzaron \$us318 millones, equivalente a 1.91% del PIB, esto debido fundamentalmente al incremento considerable de visitantes extranjeros.



**Ingresos por turismo receptivo respecto al PIB
(En millones de dólares)**

| Año | PIB a precios corrientes | Ingresos Turismo Receptivo | % del PIB |
|---------|--------------------------|----------------------------|-----------|
| 1995 | 6,715.6 | 144.8 | 2.16% |
| 1996 | 7,389.1 | 159.4 | 2.16% |
| 1997 | 7,932.2 | 171.8 | 2.17% |
| 1998 | 8,497.7 | 186.7 | 2.20% |
| 1999 | 8,288.5 | 182.6 | 2.20% |
| 2000 | 8,402.7 | 169.3 | 2.01% |
| 2001 | 8,137.7 | 163.9 | 2.01% |
| 2002 | 7,905.5 | 164.4 | 2.08% |
| 2003 | 8,081.5 | 190.3 | 2.35% |
| 2004 | 8,769.0 | 214.5 | 2.45% |
| 2005 | 9,544.5 | 238.6 | 2.50% |
| 2006(p) | 11,454.2 | 235.2 | 2.05% |
| 2007(p) | 13,122.2 | 258.7 | 1.97% |
| 2008(p) | 16,670.4 | 318.4 | 1.91% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y Viceministerio de Turismo (VMT)

) preliminar

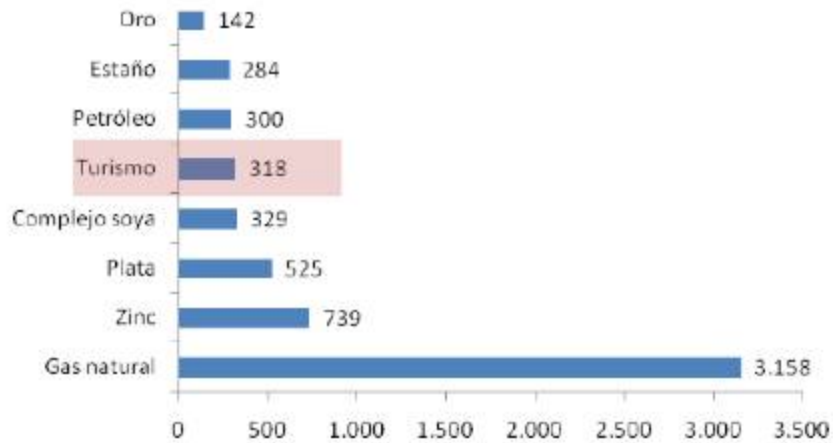
18.5.-Contribución a las Exportaciones

Los ingresos registrados por el turismo en los últimos años se han incrementado y en su caso superan las exportaciones de estaño y plata, dos de las exportaciones tradicionales de la economía. En el 2008, los ingresos en divisas por turismo receptivo ascendieron a \$us318 millones.

Comparando estos ingresos con el de los principales productos exportados se tiene que el turismo receptivo se constituye en el quinto rubro en importancia dentro de las exportaciones bolivianas, después del gas natural (\$us3.158 millones), minerales como la plata y el zinc (\$us1, 548 millones) y el complejo soya (\$us 329 millones).



2008(p): Ingresos por turismo receptivo vs. valores de exportación de los principales productos tradicionales y no tradicionales (En millones de dólares)

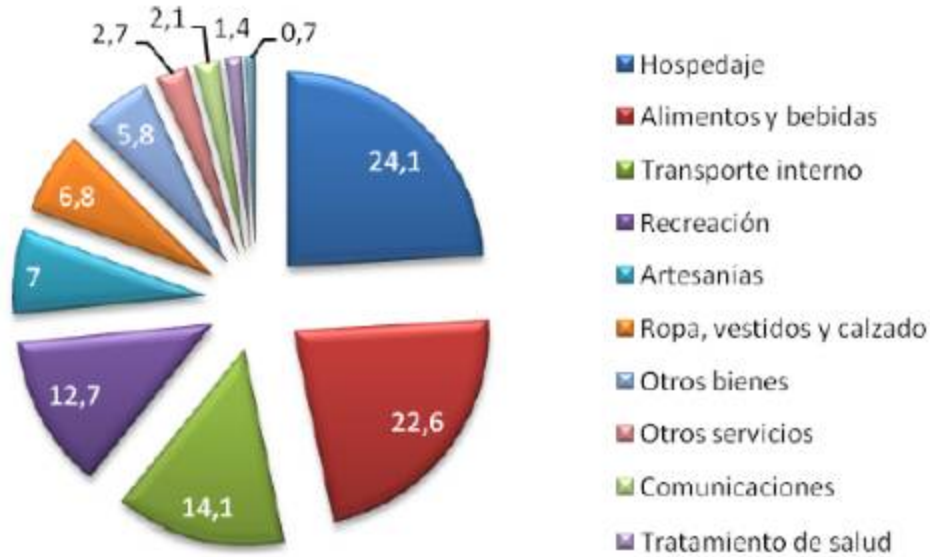


Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

De esta manera el turismo ha aumentado su importancia relativa respecto a las exportaciones bolivianas, representando en promedio durante los últimos años el 12% del total de las exportaciones y el 30% de las exportaciones no tradicionales.



Turismo receptor
Distribución del gasto turístico (en %)



Fuente: Encuesta Gasto del Turismo Receptor y Emisor 2007
INE, VMT y BCB

Turismo Receptor: Gasto medio de viaje según país de procedencia
(En dólares americanos)

| País | Estadía Media | Gasto medio del viaje | Gasto medio diario |
|---------------|---------------|-----------------------|--------------------|
| España | 13,1 | 725,6 | 57,9 |
| Francia | 12,0 | 624,3 | 54,3 |
| Italia | 11,9 | 676,4 | 57,9 |
| Estado Unidos | 11,6 | 680,6 | 59,4 |
| Suiza | 11,0 | 610,6 | 57,8 |
| Canadá | 10,8 | 696,0 | 63,6 |
| Inglaterra | 10,8 | 597,2 | 59,1 |
| Alemania | 10,7 | 595,8 | 56,4 |
| Argentina | 9,8 | 456,3 | 54,7 |
| Australia | 9,1 | 587,9 | 61,1 |
| Brasil | 8,4 | 479,6 | 61,0 |
| Colombia | 7,9 | 506,4 | 67,3 |
| Paraguay | 7,5 | 429,8 | 62,5 |
| Chile | 7,0 | 362,3 | 57,7 |
| Perú | 5,5 | 300,0 | 60,3 |
| Prom. General | 8,9 | 509,6 | 59,6 |

Fuente: Encuesta Gasto del Turismo Receptor y Emisor 2007, INE, VMT y BCB



Los montos invertidos por el Estado en turismo. En el periodo 1995-2007, la inversión pública promedio alcanzó a \$us18.1 millones, por lo general en programas de desarrollo de actividades turísticas en varias regiones del país, como ser: el Lago Titicaca, la Amazonía, la Reserva Eduardo Avaroa, el Salar de Uyuni y la Laguna Colorada y otros.

Según el Reglamento de la Ley de Promoción y Desarrollo de la actividad turística, las Prefecturas Departamentales a través de sus Unidades Departamentales de Turismo son las encargadas de recibir, verificar, tramitar y autorizar las solicitudes de inscripción de los prestadores de servicios, en el marco de las disposiciones de los reglamentos sectoriales de turismo.

Asimismo, como una aproximación de la inversión del sector privado se puede utilizar información de los montos de los créditos otorgados por el Sistema Bancario al rubro de hoteles y restaurantes, pese a que este indicador podría estar afectado por el consumo de los habitantes locales.



Inversión Pública en Turismo (En miles de dólares)

| Año | Inversión Pública en Industria y Turismo | Financiamiento Interno | Financiamiento Externo | Inversión Extranjera Directa a Hoteles y Restaurantes | Créditos otorgados por el Sistema Bancario a Hoteles y Restaurantes |
|---------|--|------------------------|------------------------|---|---|
| 1995 | 467,0 | - | 16,01 | n.d. | n.d. |
| 1996 | 474,0 | 3,65 | - | - | n.d. |
| 1997 | 310,2 | 169,14 | 141,04 | 1,000 | n.d. |
| 1998 | 649,2 | 439,42 | 209,81 | - | 335 |
| 1999 | 1,632,4 | 539,83 | 1,092,57 | - | 40,060 |
| 2000 | 1,853,0 | 298,30 | 1,554,75 | 31,406,6 | 50,913 |
| 2001 | 2,056,9 | 598,08 | 1,458,83 | 1,000,0 | 56,180 |
| 2002 | 1,128,6 | 744,01 | 384,62 | 15,4 | 57,806 |
| 2003 | 638,3 | 363,27 | 275,03 | 227,1 | 57,086 |
| 2004 | 933,3 | 468,80 | 464,49 | 234,2 | 53,825 |
| 2005 | 1,894,4 | 724,17 | 1,170,27 | 179,7 | 57,703 |
| 2006(p) | 2,499,4 | 1,231,12 | 1,268,24 | 176,6 | 49,911 |
| 2007(p) | 4,547,8 | 2,098,71 | 2,449,08 | 133,9 | 68,348 |
| 2008(p) | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | 77,472 |

Fuente: INE, Viceministerio de Turismo (VMT), (VIPFE) y Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras (SBEF). n.d. No Disponible

18.6.-Empleo en el sector

Los productos y servicios que consumen los turistas extranjeros y nacionales se originan en varias ramas de la producción, lo que impide elaborar un concepto formal del "sector turismo" exclusivamente. Por lo tanto, se debe considerar al turismo como un conjunto de actividades económicas que producen bienes y servicios consumidos de manera total o parcialmente por los turistas.

En este sentido, la actividad turística genera empleos no solamente en los sectores base, tales como alojamiento, operadores turísticos, agencias de viajes, transporte y otros, sino que también da lugar a la creación de empleos indirectos, a través de actividades complementarias, como son la industria de alimentos y la construcción entre otros. De esta manera se pueden distinguir entre empleos directos e indirectos.

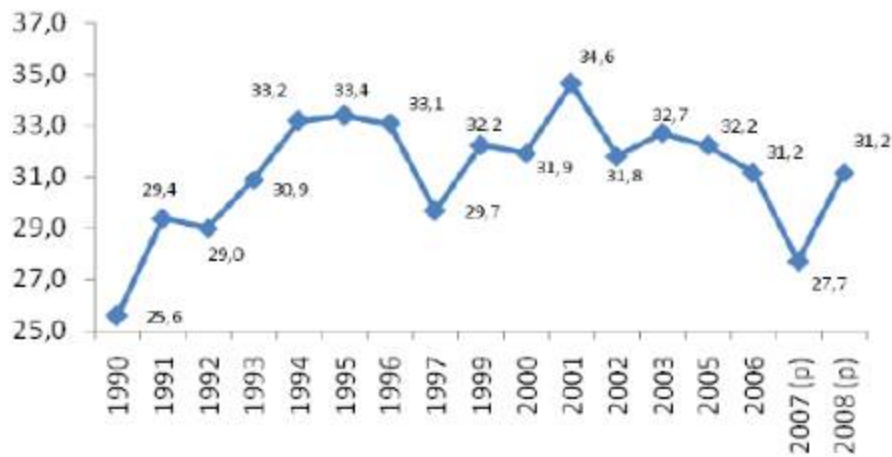
Los directos se refieren a aquellas empresas que producen directamente para el turismo, tales como establecimientos de hospedaje, agencias de viajes y turismo,



transportadores turísticos, productores de artesanías, líneas aéreas, restaurantes, alquiler de vehículos, etc.

El empleo en los sectores de comercio, hoteles y restaurantes (UDAPE, 1990-2008) ha tenido un comportamiento variable, representando en promedio durante el periodo 1990-2008, el 31% del empleo total.

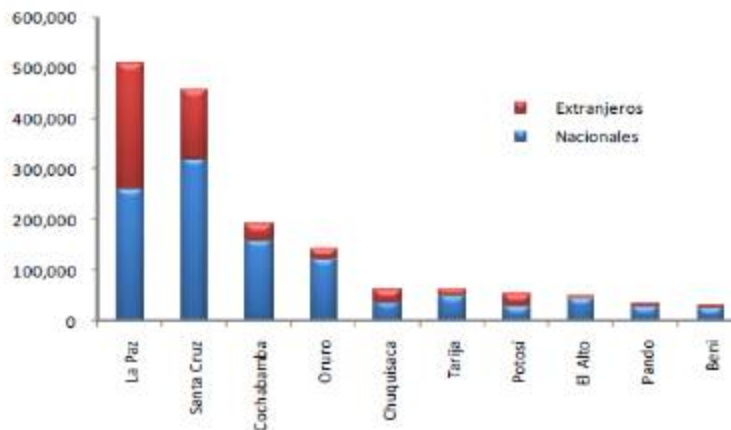
Empleo en Comercio, Hoteles y Restaurantes (en %)



Nota: Los datos que corresponden al año 2004 no son estadísticamente significativos, por lo tanto, no se incluyen en la serie.

Fuente: Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas
(p) preliminar

2008(p): Llegadas de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje según ciudades



Fuente: INE
(p) preliminar



El mayor flujo de turismo nacional y extranjero se presenta en el eje central del país (La Paz, Santa Cruz y Cochabamba). El flujo de turistas en estas ciudades representa en promedio el 81% del total del flujo de turismo receptivo y el 68% del total del flujo de turismo interno para el año 2008

18.7.-Normativa

Ley De Promoción Y Desarrollo De La Actividad Turística En Bolivia

Ley N° 2074 - Ley De 14 De Abril De 2000

HUGO BANZER SUAREZ

DECRETA:

LEY DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA

TITULO I

AMBITO DE APLICACIÓN Y DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1°.- AMBITO DE APLICACIÓN.- La presente Ley constituye el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia.

ARTICULO 2°.- IMPORTANCIA DEL TURISMO.- El turismo es una actividad económicamente estratégica para el desarrollo integral del país. El turismo receptivo es actividad de exportación fundamental para la generación de divisas.



ARTÍCULO 3º.- PRINCIPIOS.- Son principios de la actividad turística:

- a) La participación de la iniciativa privada como pilar fundamental de la dinamización del sector para contribuir al crecimiento económico, a la generación de empleo y al incremento de los ingresos para el país.

- b) La participación y beneficio de las comunidades donde se encuentran los atractivos turísticos para fortalecer el proceso de identidad e integración nacional.

- c) El fomento a la construcción de infraestructura y el mejoramiento de la calidad de los servicios, para garantizar la adecuada satisfacción de los usuarios.**

- d) La conservación permanente y uso sostenible del patrimonio cultural y natural del país.

- e) La participación y el beneficio de los pueblos originarios y etnias que integrados a la actividad turística, preserven su identidad cultural y ecosistema.

ARTICULO 4º.- DEFINICIONES.- Para los fines de la presente Ley, se adoptan las siguientes definiciones:

Turista. Toda persona que se desplaza a un sitio distinto de aquel donde tiene su residencia habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.



Servicios turísticos. Son los bienes y servicios producidos por las empresas e instalaciones turísticas que son consumidos y utilizados por los turistas.

Actividades turísticas. Son aquellas derivadas de las interrelaciones entre los turistas, los prestadores de servicios turísticos y el Estado.

Productos turísticos. Son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas.

Turismo interno. Es el realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.

Turismo receptivo. Es la actividad realizada dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior del país.

Prestadores de Servicios. Son las empresas legalmente establecidas en el país que se dedican habitualmente al negocio de las actividades turísticas.

ARTÍCULO 5º.- OBJETIVOS DE LA POLÍTICA ESTATAL.- Los objetivos de la política estatal referidos a la actividad turística son los siguientes:

a) Reconocer que, bajo los principios de una economía de mercado transparente, la actividad turística corresponde a la iniciativa privada, donde Estado debe asegurar las



condiciones necesarias para el potenciamiento del turismo, a través del mantenimiento de un producto turístico competitivo.

b) Garantizar la conservación y uso racional de los recursos naturales, históricos, arqueológicos y culturales que tienen significación turística y que son de interés general de la Nación.

c) Proteger al turista y fomentar la CONCIENCIA TURÍSTICA.

d) Establecer, en materia de turismo, las directrices de coordinación entre El Gobierno Central, las Administraciones Departamentales y los Gobiernos Municipales.

e) Promover la capacitación técnica y profesional, tanto en instituciones estatales como en el sector privado.

TITULO II

ENTE RECTOR

ARTICULO 6°.- ENTE RECTOR.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, en todo el ámbito nacional, es el ente rector competente en materia turística. El ente rector ejecutará sus acciones a través del Viceministerio de Turismo.



ARTICULO 7°.- ATRIBUCIONES.- Las atribuciones del ente rector son la formulación y ejecución de la estrategia nacional de turismo y sus políticas, así como la elaboración normativa, realizando el proceso de coordinación necesario con otras entidades públicas y privadas.

TITULO III

COMPETENCIAS DE OTROS ORGANISMOS

ARTICULO 8°.- GOBIERNOS MUNICIPALES.- Los Gobiernos Municipales tienen la facultad de promover y promocionar los recursos turísticos en su jurisdicción territorial, ejecutando las acciones y programas acordes con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, a través del Viceministerio de Turismo.

ARTICULO 9°.- PREFECTURAS.- Las Prefecturas Departamentales, en tanto representantes del Poder Ejecutivo central, ejecutan y administran programas y proyectos de promoción y desarrollo turístico, emanados por el ente rector en estrecha coordinación con los Gobiernos Municipales.

TITULO IV

CONSEJO NACIONAL Y CONSEJOS DEPARTAMENTALES DE TURISMO



ARTICULO 10° CREACIÓN DEL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO.- Se crea el Consejo Nacional de Turismo para propiciar la coordinación entre el sector público y privado, con la finalidad de promover y desarrollar el turismo en el país.

ARTICULO 11°.- COMPOSICIÓN.- El Consejo Nacional de Turismo está presidido por el Ministro de Comercio Exterior e Inversión, como Presidente Nato e integrado por:

- El Viceministro de Turismo que ejercerá como Secretario Ejecutivo del Consejo y asumirá la Presidencia en ausencia del Ministro.

- El Viceministro de Transportes, Comunicaciones y Aeronáutica Civil o su representante legal.
- El Viceministro de Régimen Interior y Policía o su representante legal.
- El Viceministro de Cultura o su representante legal.
- El Viceministro de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente o su representante legal.
- El Presidente de la Cámara Boliviana de Turismo.
- El Presidente de la Cámara Boliviana de Hotelería.
- El Presidente de la Cámara Nacional de Operadores de Turismo (CANOTUR).
- El Presidente de la Asociación Boliviana de Agencias de Viajes y Turismo (ABAVYT).
- El Presidente de la Asociación de Líneas Aéreas (ALA - Bolivia).
- **El Presidente de la Cámara Nacional de Empresarios Gastronómicos.**

ARTICULO 12°.- FUNCIONES Y ATRIBUCIONES.- El Consejo Nacional de Turismo tendrá las siguientes funciones y atribuciones:



- a) Delinear acciones, planes, proyectos y otras actividades orientadas a la efectiva implementación de la política turística nacional.
- b) Establecer mecanismos efectivos para la promoción y desarrollo del turismo tanto interno como receptivo.

ARTICULO 13°.- CONSEJOS DEPARTAMENTALES.- Se crean los Consejos Departamentales de Turismo para coordinar la actividad turística en cada Departamento.

ARTICULO 14°.- COMPOSICIÓN.- Los Consejos Departamentales de Turismo están presididos por el Prefecto, como presidente nato, e integrado por:

- Dos representantes de las Prefecturas Departamentales (preferentemente de las unidades de Cultura y Turismo).
- Un Representante del Gobierno Municipal por la Provincia Capital.
- Un Representante de los Gobiernos Municipales de las Provincias.
- La Cámara Hotelera Departamental.
- La Asociación Departamental de Operadores de Turismo.
- La Asociación Departamental de Agencias de Viajes y Turismo.
- La Asociación Departamental de Líneas Aéreas.
- **La Cámara Departamental de Empresarios Gastronómicos.**



ARTÍCULO 15°.- FUNCIONES Y ATRIBUCIONES.- Las funciones y atribuciones de los Consejos Departamentales de Turismo deberán estar acordes con las acciones y funciones del Consejo Nacional de Turismo.

TITULO V

LOS PRESTADORES DE SERVICIOS

ARTÍCULO 16°.- PRESTADORES DE SERVICIO.- Son prestadores de servicio:

- a) Empresas operadoras de turismo receptivo.
- b) Establecimientos de hospedaje turístico en todas sus modalidades y categorías.
- c) Empresas de viajes y turismo en todas sus modalidades y categorías.
- d) Empresas de transporte turístico.
- e) Empresas arrendadoras de vehículos
- f) **Restaurantes turísticos y peñas folklóricas.**
- g) Empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales.
- h) Guías de Turismo
- i) Museos privados y centros artesanales.
- j) Aquellos servicios afines al turismo que adquieren la categoría de servicios turísticos a través de una reglamentación expresa.

ARTICULO 17°.- GUÍAS DE TURISMO.- Para ejercer la función de guía oficial de turismo, se debe estar legalmente autorizado y registrado por la Prefectura del Departamento correspondiente y cumplir con todas las disposiciones legales en vigencia.



ARTICULO 18°.- REQUISITOS.- Los requisitos para ser prestador de servicios turísticos se establecerán en los reglamentos sectoriales.

TITULO VI

FOMENTO AL TURISMO

ARTICULO 19°.- REALIZACIÓN DE CONVENIOS.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, a través del Viceministerio de Turismo, podrá suscribir convenios con personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, que tengan por objeto la instrumentación de programas conjuntos de promoción y capacitación de desarrollo turístico del país.

ARTICULO 20°.- COOPERACIÓN INTERNACIONAL.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión coordinará con el Ministerio de Hacienda, o cualquier organismo gubernamental, para identificar, gestionar y celebrar acuerdos de cooperación turística con organismos gubernamentales y no gubernamentales extranjeros y organizaciones internacionales, con el fin de incentivar el desarrollo de las actividades turísticas.

ARTICULO 21°.- PROMOCIÓN.- Créase la entidad Promoción Boliviana de Turismo (PROBOTUR), como institución descentralizada dependiente del Viceministerio de Turismo, con participación de la empresa privada, con autonomía de gestión administrativa, económica, financiera y técnica, con personalidad jurídica propia y patrimonio independiente, para realizar la promoción turística integral del país, institución que deberá ser reglamentada mediante Decreto Supremo.



ARTICULO 22°.- DESCUENTO DEL IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE BIENES INMUEBLES (IPBI) A LA ACTIVIDAD HOTELERA.- Los Bienes Inmuebles dedicados exclusivamente a la actividad hotelera y que formen parte de los activos fijos de la empresa hotelera, a efectos del pago del Impuesto a la Propiedad de Bienes Inmuebles (IPBI), serán valuados tomando en cuenta el cincuenta por ciento (50%) de la base imponible obtenida de acuerdo a los procedimientos establecidos por el Título V, Capítulo I de La Ley N° 843 (Texto Ordenado), por el plazo de diez años (10 años) a partir de la promulgación de la presente Ley, de conformidad con las normas de uso y clasificación de cada Gobierno Municipal.

ARTICULO 23°.- CAPACITACIÓN Y CONSCIENTIZACIÓN.-

El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, en coordinación con el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, las Prefecturas Departamentales y los Municipios respectivos, el sector privado y las universidades promoverán la capacitación de recursos humanos afectados a la actividad turística en sus diferentes modalidades y la concientización de la población sobre la importancia del turismo en el desarrollo sostenible del país.

ARTICULO 24°.- IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN EL SECTOR DE TURISMO.- A efectos de la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el sector de turismo, se considera como exportación de servicios:



- a) La venta de servicios turísticos que efectúen los operadores nacionales de Turismo Receptivo en el exterior.

- b) Los servicios de hospedaje prestados por establecimientos hoteleros a turistas extranjeros sin domicilio o residencia en Bolivia.

El respectivo procedimiento será reglamentado por el Poder Ejecutivo.

ARTICULO 25°.- BIENES DE CAPITAL.- A efecto del pago del Gravamen Arancelario, consolidado (GAC), se consideran como bienes de capital, los equipos destinados a la actividad hotelera, de acuerdo a reglamentación específica.

ARTICULO 26°.- ZONAS PRIORITARIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO.- Los Concejos Municipales, en estrecha coordinación con los Consejos Departamentales de turismo y en función a la articulación de los Planes de Desarrollo Municipal y Departamental, podrán determinar zonas prioritarias de desarrollo turístico con la aceptación del Consejo Nacional de Turismo.

En el caso de territorios indígenas los Planes de Desarrollo Distrital Indígena articulados con la participación de las autoridades originarias en igual forma. Tal determinación producirá los siguientes efectos:

- a) Obligatoriedad de utilización del suelo afectado en el desarrollo prioritario de actividades turísticas.



b) Apoyo local en servicios públicos e infraestructura básica acorde con los planes de desarrollo municipal y regional.

c) Apoyo técnico a los prestadores de servicios turísticos que vayan a desarrollar sus actividades en esas áreas.

ARTICULO 27°.- INFRAESTRUCTURA.- Las obras de infraestructura básica y aeroportuaria, implementadas o por implementarse por parte del Estado, tomarán en cuenta los requerimientos del desarrollo turístico para facilitar el transporte terrestre, fluvial, lacustre y aéreo, de tal forma que se garantice su competitividad.



18.8.-Económica

Dirección General de Inversión Pública
Cuadros Históricos Programado/Ejecutado 2009
(al Cuarto Trimestre)

DISTRIBUCIÓN INSTITUCIONAL DE LA INVERSIÓN PÚBLICA (CON MUNICIPIOS)

(En miles de Bolivianos)

| INSTITUCION | 2009 | | | | | | | |
|---|------------------|---------------|-----------------------|---------------|------------------|---------------|--------------------|--------------------|
| | Presup.(*) | Part. % | Presup.(*) Vigente | Part. % | Ejec.(*) | Part. % | % Ejec. Presup. | % Ejec. Vigente |
| GOBIERNO CENTRAL | 5.685.129 | 44,07% | 7.685.105 | 45,15% | 3.564.422 | 35,53% | 62,70% | 46,38% |
| Ministerio y Otras Entidades | 3.732.864 | 28,94% | 4.380.179 | 25,73% | 2.799.181 | 27,90% | 74,99% | 63,91% |
| Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto | 0 | 0,00% | 2.389 | 0,01% | 0 | 0,00% | - | 0,00% |
| Ministerio de Gobierno | 8.804 | 0,07% | 13.929 | 0,08% | 8.941 | 0,09% | 101,56% | 64,19% |
| Ministerio de Educación | 175.722 | 1,36% | 191.510 | 1,13% | 153.741 | 1,53% | 87,49% | 80,28% |
| Ministerio de Defensa Nacional | 0 | 0,00% | 73.241 | 0,43% | 25.549 | 0,25% | - | 34,88% |
| Ministerio de la Presidencia | 23.502 | 0,18% | 3.289 | 0,02% | 1.315 | 0,01% | 5,59% | 39,97% |
| Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural | 37.178 | 0,29% | 36.763 | 0,22% | 10.920 | 0,11% | 29,37% | 29,70% |
| Ministerio de Salud y Deportes | 43.480 | 0,34% | 281.804 | 1,66% | 245.235 | 2,44% | 564,02% | 87,02% |



| | | | | | | | | |
|--|----------|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|--------|---------------|
| Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras | 208.495 | 1,62% | 214.814 | 1,26% | 112.890 | 1,13% | 54,14% | 52,55% |
| Ministerio de Autonomía | 0 | 0,00% | 22.362 | 0,13% | 8.072 | 0,08% | - | 36,10% |
| Ministerio de Culturas | 0 | 0,00% | 1.205 | 0,01% | 526 | 0,01% | | 43,65% |
| Ministerio de Planificación del Desarrollo | 81.512 | 0,63% | 74.146 | 0,44% | 37.235 | 0,37% | 45,68% | 50,22% |
| Ministerio de Trabajo | 8.001 | 0,06% | | | | | | |

DISTRIBUCIÓN DEPARTAMENTAL DE LA INVERSIÓN PÚBLICA (CON MUNICIPIOS)

(En miles de Bolivianos)

| DEPARTAMENTO | 2009 | | | | | | | |
|-------------------|------------------|--------------|--------------------|--------------|----------------|--------------|-----------------|-----------------|
| | Presup.(*) | Part. % | Presup.(*) Vigente | Part. % | Ejec.(*) | Part. % | % Ejec. Presup. | % Ejec. Vigente |
| Chuquisaca | 1.122.302 | 8,70% | 1.327.183 | 7,80% | 834.564 | 8,32% | 74,36% | 62,88% |
| La Paz | 2.178.193 | 16,88% | 3.578.078 | 21,02% | 2.200.280 | 21,93% | 101,01% | 61,49% |
| Cochabamba | 1.380.934 | 10,70% | 1.606.852 | 9,44% | 995.004 | 9,92% | 72,05% | 61,92% |
| Oruro | 1.311.675 | 10,17% | 1.431.894 | 8,41% | 759.657 | 7,57% | 57,92% | 53,05% |
| Potosí | 1.814.791 | 14,07% | 1.959.939 | 11,52% | 1.269.110 | 12,65% | 69,93% | 64,75% |
| Tarija | 1.837.564 | 14,24% | 1.936.517 | 11,38% | 1.080.167 | 10,77% | 58,78% | 55,78% |
| Santa Cruz | 1.897.460 | 14,71% | 3.630.793 | 21,33% | 1.943.775 | 19,37% | 102,44% | 53,54% |



| | | | | | | | | |
|---------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|---------------|---------------|
| Beni | 643.764 | 4,99% | 721.078 | 4,24% | 508.697 | 5,07% | 79,02% | 70,55% |
| Pando | 317.200 | 2,46% | 314.532 | 1,85% | 165.778 | 1,65% | 52,26% | 52,71% |
| Nacional | 396.787 | 3,08% | 513.703 | 3,02% | 275.602 | 2,75% | 69,46% | 53,65% |
| TOTAL (Bs.) | 12.900.671 | 100,00% | 17.020.567 | 100,00% | 10.032.633 | 100,00% | 77,77% | 58,94% |
| TOTAL (\$US) | 1.850.885 | | 2.441.975 | | 1.439.402 | | | |

(*) Incluye estimación de Gobiernos Municipales

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LA INVERSIÓN PÚBLICA (CON MUNICIPIOS)

(En miles de Bolivianos)

| SECTOR | 2009 | | | | | | | |
|--------------------------------|------------------|---------------|-----------------------|---------------|------------------|---------------|--------------------|--------------------|
| | Presup.(*) | Part. % | Presup.(*) Vigente | Part. % | Ejec.(*) | Part. % | % Ejec. Presup. | % Ejec. Vigente |
| Productivos | 2.798.500 | 21,69% | 3.732.420 | 21,93% | 1.285.394 | 12,81% | 45,93% | 34,44% |
| AGROPECUARIO | 1.042.267 | 8,08% | 1.121.107 | 6,59% | 627.973 | 6,26% | 60,25% | 56,01% |
| HIDROCARBUROS | 752.163 | 5,83% | 1.487.991 | 8,74% | 217.446 | 2,17% | 28,91% | 14,61% |
| INDUSTRIA Y TURISMO | 233.596 | 1,81% | 350.732 | 2,06% | 105.631 | 1,05% | 45,22% | 30,12% |
| MINERO | 770.475 | 5,97% | 772.590 | 4,54% | 334.346 | 3,33% | 43,39% | 43,28% |



| | | | | | | | | |
|--------------------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|----------------|---------------|
| Infraestructura | 6.068.281 | 47,04% | 7.395.524 | 43,45% | 4.839.565 | 48,24% | 79,75% | 65,44% |
| COMUNICACIONES | 38.980 | 0,30% | 369.589 | 2,17% | 254.454 | 2,54% | 652,78% | 68,85% |
| ENERGIA | 1.023.942 | 7,94% | 1.014.279 | 5,96% | 576.620 | 5,75% | 56,31% | 56,85% |
| RECURSOS HIDRICOS | 166.553 | 1,29% | 382.169 | 2,25% | 264.232 | 2,63% | 158,65% | 69,14% |
| TRANSPORTES | 4.838.806 | 37,51% | 5.629.486 | 33,07% | 3.744.259 | 37,32% | 77,38% | 66,51% |
| Sociales | 3.297.957 | 25,56% | 4.765.103 | 28,00% | 3.313.040 | 33,02% | 100,46% | 69,53% |
| EDUCACION Y CULTURA | 634.486 | 4,92% | 1.373.307 | 8,07% | 1.054.640 | 10,51% | 166,22% | 76,80% |
| SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL | 522.253 | 4,05% | 896.814 | 5,27% | 636.821 | 6,35% | 121,94% | 71,01% |
| SANEAMIENTO BASICO | 768.756 | 5,96% | 958.705 | 5,63% | 553.650 | 5,52% | 72,02% | 57,75% |
| URBANISMO Y VIVIENDA | 1.372.462 | 10,64% | 1.536.277 | 9,03% | 1.067.928 | 10,64% | 77,81% | 69,51% |
| Multisectoriales | 735.933 | 5,70% | 1.127.520 | 6,62% | 594.634 | 5,93% | 80,80% | 52,74% |
| COMERCIO Y FINANZAS | 27.174 | 0,21% | 39.884 | 0,23% | 7.117 | 0,07% | 26,19% | 17,85% |
| DEFENSA NACIONAL | 5.340 | 0,04% | 184.138 | 1,08% | 90.901 | 0,91% | 1702,27% | 49,37% |
| JUSTICIA Y POLICIA | 100.939 | 0,78% | 121.270 | 0,71% | 46.176 | 0,46% | 45,75% | 38,08% |
| MULTISECTORIAL | 602.480 | 4,67% | 782.228 | 4,60% | 450.439 | 4,49% | 74,76% | 57,58% |



| | | | | | | | | |
|--------------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|--------|--------|
| TOTAL (Bs.) | 12.900.671 | 100,00% | 17.020.567 | 100,00% | 10.032.633 | 100,00% | 77,77% | 58,94% |
| TOTAL (\$US) | 1.850.885 | | 2.441.975 | | 1.439.402 | | | |

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL SEGÚN PLAN NACIONAL DEL DESARROLLO (CON MUNICIPIOS)
(En miles de Bolivianos)

| ENTIDAD EJECUTORA | 2009 | | | | | | | |
|---|----------------|--------------|-----------------------|--------------|----------------|--------------|--------------------|--------------------|
| | Presup.(*) | Part. % | Presup.(*) Vigente | Part. % | Ejec.(*) | Part. % | % Ejec. Presup. | % Ejec. Vigente |
| ADMINISTRACION CENTRAL | 812.227 | 6,30% | 1.213.764 | 7,13% | 776.296 | 7,74% | 95,58% | 63,96% |
| Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto | 0 | 0,00% | 2.389 | 0,01% | 0 | 0,00% | - | 0,00% |
| Ministerio de Gobierno | 8.804 | 0,07% | 13.929 | 0,08% | 8.941 | 0,09% | 101,56% | 64,19% |
| Ministerio de Educación | 183.193 | 1,42% | 220.333 | 1,29% | 173.472 | 1,73% | 94,69% | 78,73% |
| Ministerio de Defensa Nacional | 491 | 0,00% | 74.349 | 0,44% | 26.379 | 0,26% | 5372,52% | 35,48% |
| Ministerio de la Presidencia | 23.502 | 0,18% | 3.289 | 0,02% | 1.315 | 0,01% | 5,59% | 39,97% |
| Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural | 37.178 | 0,29% | 36.763 | 0,22% | 10.920 | 0,11% | 29,37% | 29,70% |
| Ministerio de Salud y Deportes | 43.480 | 0,34% | 281.804 | 1,66% | 245.235 | 2,44% | 564,02% | 87,02% |
| Ministerio de Desarrollo Rural y | 236.332 | 1,83% | 233.313 | 1,37% | 118.722 | 1,18% | 50,24% | 50,89% |



| | | | | | | | |
|--|----------|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|---------------|
| Tierras | | | | | | | |
| Ministerio de Autonomía | 0 | 0,00% | 22.362 | 0,13% | 8.072 | 0,08% | 36,10% |
| Ministerio de Culturas | 0 | 0,00% | 1.205 | 0,01% | 526 | 0,01% | 43,65% |
| Ministerio de Planificación del Desarrollo | 81.512 | 0,63% | 74.146 | 0,44% | 37.235 | 0,37% | 50,22% |
| Ministerio de Trabajo | 8.001 | 0,06% | 8.001 | 0,05% | 382 | 0,00% | 4,78% |
| Ministerio de Minería y Metalurgia | 50.306 | 0,39% | 51.019 | 0,30% | 31.644 | 0,32% | 62,02% |
| Ministerio de Hidrocarburos y Energía | 6.046 | 0,05% | 6.181 | 0,04% | 4.274 | 0,04% | 69,15% |

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL SEGÚN PLAN NACIONAL DEL DESARROLLO (CON MUNICIPIOS)

(En miles de Bolivianos)

| PLAN | 2009 | | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|---------------|-----------------------|---------------|------------------|---------------|--------------------|--------------------|
| | Presup.(*) | Part. % | Presup.(*) Vigente | Part. % | Ejec.(*) | Part. % | % Ejec. Presup. | % Ejec. Vigente |
| BOLIVIA PRODUCTIVA | 10.502.942 | 81,41% | 11.949.666 | 70,21% | 6.542.873 | 65,22% | 62,30% | 54,75% |
| Ciencia y Tecnología | 39.889 | 0,31% | 40.315 | 0,24% | 23.524 | 0,23% | 58,97% | 58,35% |
| Desarrollo Agropecuario | 1.287.173 | 9,98% | 1.414.485 | 8,31% | 765.542 | 7,63% | 59,47% | 54,12% |
| Electrificación | 1.017.150 | 7,88% | 978.367 | 5,75% | 551.123 | 5,49% | 54,18% | 56,33% |
| Empleo | 12.045 | 0,09% | 24.539 | 0,14% | 14.088 | 0,14% | 116,96% | 57,41% |
| Hidrocarburos | 761.862 | 5,91% | 1.497.808 | 8,80% | 217.995 | 2,17% | 28,61% | 14,55% |



| | | | | | | | | |
|---------------------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| Minería | 771.232 | 5,98% | 780.277 | 4,58% | 340.639 | 3,40% | 44,17% | 43,66% |
| Recursos Ambientales | 341.015 | 2,64% | 446.420 | 2,62% | 269.117 | 2,68% | 78,92% | 60,28% |
| Telecomunicaciones | 4.381 | 0,03% | 5.908 | 0,03% | 2.022 | 0,02% | 46,16% | 34,22% |
| Transformación Industrial/Manufactura | 135.865 | 1,05% | 290.175 | 1,70% | 93.812 | 0,94% | 69,05% | 32,33% |
| Transporte | 4.767.721 | 36,96% | 5.271.802 | 30,97% | 3.481.510 | 34,70% | 73,02% | 66,04% |
| Turismo | 114.146 | 0,88% | 101.309 | 0,60% | 38.181 | 0,38% | 33,45% | 37,69% |
| Vivienda | 1.250.463 | 9,69% | 1.098.262 | 6,45% | 745.318 | 7,43% | 59,60% | 67,86% |



19.-Objetivos

19.1.-Objetivo principal

El objetivo principal del proyecto es el brindar a la ciudad de Camargo un Centro Gastronómico Cultural para difundir la cultura nacional, departamental y local a la población Camargueña en general, lograr que las personas se transporten al pasado mediante las comidas típicas del lugar y sus costumbres y tradiciones.

19.2.-Objetivos específicos

Potencializar la economía local y el turismo a través de un Centro Gastronómico Cultural dentro de una nueva centralidad ubicado en una zona comercial y turística.

Lograr que el centro se convierta en un lugar donde: presentar, exponer, promocionar las actividades culturales artísticas, a través de convenios con los autores principales, autoridades legales, con los ballets de distintas ciudades.

El centro ofrecerá cocina nacional, cocina internacional, heladería y churrasquerías como se pretende tener algunas fusiones en cultura y comidas.



19.3.-Visión Del Proyecto

Este proyecto pretende ser un hito en la ciudad, que el proyecto sea parte de la cultura y el turismo de nuestro departamento y nuestro país, que el proyecto sea el inicio de un serie de proyectos relacionados a la preservación, la difusión y el conocimiento cultural a nivel nacional.

Un proyecto donde se pueda ofrecer a la población un fácil acceso al conocimiento de otras culturas, donde también sea un aporte a la educación, un aporte a los locales gastronómicos, un aporte a los artistas, al comercio y al turismo.

El aporte principal del proyecto es brindarle a la ciudad un equipamiento de alto nivel arquitectónico en su diseño basado en una arquitectura de acuerdo al lugar colonial.

Las premisas de diseño del proyecto, serán la pauta inicial para responder a que es lo que se quiere del proyecto y sobre cuál será su aporte

Estas premisas de diseño están dirigidas a su ubicación, materiales constructivos, al aprovechamiento de la luz solar, a la utilización de materiales para la preservación del medio ambiente.

También la utilización de maceteros que ayuden a la producción mostrando que Camargo es una zona muy fértil y que produce diferentes tipos de verduras, etc.



La vegetación dentro y fuera del proyecto. Resumiendo, todas estas premisas harán que el proyecto sea, un edificio ecológico.

19.4.-Sostenibilidad

El proyecto se encuentra emplazado en terrenos de la Alcaldía de Camargo, el mismo que se será financiado por la alcaldía como gestión social .