

**UNIVERSIDAD MAYOR, REAL Y PONTIFICIA DE SAN FRANCISCO  
XAVIER DE CHUQUISACA**

**VICERRECTORADO**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**



**“EL TURISMO COMO ALTERNATIVA ECONÓMICA DEL MUNICIPIO ROBORÉ”**

Monografía para optar el Diplomado en  
Formulación y Evaluación y  
Administración de Proyectos Versión IV

José Yamil Gutiérrez Torrico

Sucre – Bolivia

2023

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Al presentar este trabajo como requisito previo para la obtención del Diplomado en Formulación y Evaluación y Administración de Proyectos Versión IV, de la Universidad Mayor Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca, autorizo al Centro de Estudios de Posgrado e Investigación o a la Biblioteca de la Universidad, para que se haga de este trabajo, un documento disponible para su lectura, según normas de la Universidad.

También cedo a la Universidad Mayor Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca, los derechos de publicación de este trabajo o parte de él, manteniendo mis derechos de autor, hasta un periodo de 30 meses posterior a su aprobación.

Jose Yamil Gutiérrez Torrico

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, el agradecimiento lo dirigimos a Dios por proveernos de coraje sensatez y sabiduría para superar cada uno de sus obstáculos que fueron surgiendo en el camino y así poder lograr nuestras metas y objetivos.

En segundo lugar, agradecemos a nuestra familia y compañeros por estar ahí en los problemas que se dieron en el camino por el apoyo incondicional moral y económico que nos brindan desde que iniciamos nuestros estudios ya que sin ellos no hubiera sido posible que el trabajo de investigación finalizara.

**DEDICATORIA**

A mi madre que me han dado la existencia y en ella la capacidad por superarme y a desear lo mejor en cada paso por este camino difícil y arduo de la vida.

A mis docentes y amigos que en el camino de la vida nos hemos ido encontrando porque cada uno de ustedes ha motivado mis esperanzas de consolidar un mundo más humano y con justicia gracias a todos los que han recorrido conmigo este camino.

## RESUMEN

El presente informe lleva el título de “El turismo como alternativa económica del Municipio de Roboré”.

Nos basamos en la búsqueda de los antecedentes adecuados para el tema y determinamos la situación problemática se realiza el análisis del objetivo general el cual es Analizar al turismo como una alternativa económica y su incidencia en el crecimiento económico actual del municipio de Roboré asimismo se plantean los objetivos específicos que se darán respuesta en el diagnóstico para el efecto se utilizó los métodos como el de análisis, síntesis y el método empírico de la observación directo que fue una herramienta valiosa para ver las falencias que presenta.

En el primer capítulo se presentó teorías sobre el turismo según Elizabeth Daza Matamoros el turismo en Bolivia se convierte en uno de los motores del desarrollo socioeconómico del país, por el cual el Viceministerio Turismo dependiente del Ministerio de Culturas y Turismo desarrolla estudios y estrategias para potenciar esta actividad, se realizó la tabulación de los datos obtenidos mediante la encuesta.

En el capítulo segundo, se realizó un diagnóstico sobre el tema y se pudo realizar un análisis sobre la temática estudiada y llegar a los objetivos planteados en esta investigación.

En el segundo capítulo, se realiza una propuesta según los puntos más importantes observados según el diagnóstico y concluimos con las conclusiones y recomendaciones las cuales consisten en la conclusión se considera al turismo como parte del desarrollo económico del municipio de Roboré, pero por falta de apoyo sus principales atractivos turísticos carecen de cuidados y modernización para ofrecer y estar a un nivel competitivo para promocionar al municipio de Roboré y en la recomendación. Se recomienda tomar en cuenta el importante rol que juegan los recursos humanos en esta actividad considerando como factor de éxito la incorporación de personal capacitado y motivado para el trabajo para tal motivo se deberá realizar capacitación constante.

## ÍNDICE GENERAL

<b>CESIÓN DE DERECHOS</b> .....	i
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	ii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iii
<b>RESUMEN</b> .....	iv
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	v
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	viii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1. Antecedentes.....	1
2. Justificación .....	2
3. Situación problemática .....	3
3.1. Formulación del problema.....	4
4. Objeto de estudio .....	4
5. Campo de acción.....	4
6. Idea a defender .....	4
7. Objetivos.....	4
7.1. Objetivo general .....	4
7.2. Objetivos específicos .....	4
8. Diseño metodológico .....	4
8.1. Tipo de investigación.....	4
8.2. Métodos teóricos .....	5
8.3. Técnicas e instrumentos .....	7
8.4. Población objetivo .....	8
<b>CAPÍTULO I</b> .....	9
<b>MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL</b> .....	9
1.1. TEORÍAS Y ENFOQUES .....	9
1.1.1. El turismo.....	9
1.1.2. Importancia del turismo .....	9
1.1.3. Promoción Turística .....	10
1.1.4. Clasificación del turismo .....	11
1.1.5. Desarrollo económico.....	12

1.2. TEORÍAS SEGÚN LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.3. MARCO CONCEPTUAL .....	17
1.3.1. Marco legal .....	20
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>22</b>
<b>DIAGNOSTICO .....</b>	<b>22</b>
2.1. Presentación de resultados de la encuesta realizada .....	22
2.2. Evidenciar el presupuesto que designa el municipio para la promoción y desarrollo del turismo .....	32
2.2.1. Demostración de la idea a defender .....	34
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>35</b>
<b>PROPUESTA .....</b>	<b>35</b>
3.1. Introducción .....	35
3.2. Justificación .....	35
3.3. Objetivos y Estrategias de Desarrollo.....	36
3.4 Propuesta para el desarrollo turístico .....	37
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>47</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>47</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>49</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>51</b>
<b>ANEXOS</b>	

**ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro N° 1: Destino turístico más visitado .....	22
Cuadro N° 2: Tipos de estrategia.....	24
Cuadro N° 3: Reciben capacitación .....	25
Cuadro N° 4: Principales problemas.....	26
Cuadro N° 5: Mejoras en el sector turismo .....	27
Cuadro N° 6: Estrategia a favor del turismo son adecuadas .....	28
Cuadro N° 7: El turismo genera desarrollo económico para las familias del municipio .....	29
Cuadro N° 8: La población participa en la planificación de las estrategias en el sector turismo.....	30
Cuadro N° 9: Actualmente existen paquete promocional para ofrecer a los visitantes .....	31
Cuadro N° 10.....	32
Cuadro N° 11: Presupuesto destinado al turismo en el municipio de Roboré .....	32
Cuadro N° 12.....	34

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico N° 1: Destino turístico más visitado .....	23
Gráfico N° 2: Tipos de estrategia .....	24
Gráfico N° 3: Reciben capacitación .....	25
Gráfico N° 4: Principales problemas .....	26
Gráfico N° 5: Mejoras en el sector turismo .....	27
Gráfico N° 6: Estrategia a favor del turismo son adecuadas.....	28
Gráfico N° 7: El turismo genera desarrollo económico para las familias del municipio.....	29
Gráfico N° 8: La población participa en la planificación de las estrategias en el sector turismo .....	30
Gráfico N° 9: Actualmente existen paquete promocional para ofrecer a los visitantes .....	31

## INTRODUCCIÓN

### 1. Antecedentes

La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas (ODM), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible.

El turismo representa directamente el 5 % del PIB mundial, es responsable de más de 230 millones de puestos de trabajo o, lo que es lo mismo, uno de cada doce puestos de trabajo existentes en el mundo, el turismo es, a escala mundial, el cuarto sector en cuanto a volumen de exportaciones, después de los combustibles, los productos químicos y la automoción, y genera más de 1 billón de dólares de los EE.UU. al año en exportaciones. En algunos países en desarrollo tal es el caso de los países de América del sur, el turismo puede representar más del 25 % del PIB (carol, 2019)

El turismo es una actividad muy relacionada al ocio ó el tiempo libre de las personas, en su generalidad el turismo es catalogado por la O.M.T., como de sol y playa y cuentan con una gran estructura en sus servicios ofertados, satisfaciendo las necesidades a sus visitantes en los destinos turísticos. (Quispe, 2019)

En Nicaragua el termino turismo y la aplicación de este suceso socioeconómico es relativamente nuevo por lo cual, hay muchos destinos que apenas están siendo conocidos en esta actividad y por ende necesitan muchas estrategias de marketing para poder evolucionar en esta materia, y es aquí donde se empiezan a realizarse estudios para poder determinar qué tipo de estrategias serán implementadas por los prestadores de servicios turísticos (Vasquez Cuadra, 2014, pág. 36)

La OMT en el 2004 en su congreso Desarrollo sostenible del turismo muestra aspectos importantes y fundamentales del turismo sostenible pues se establecen principios y característica de la sostenibilidad. Es el resumen de años de estudio desde el congreso de Butharlan y los principios no han sido modificados hasta la fecha (Ordoñez Ledezma , 2016, pág. 36)

El turismo comunitario se practica se practica ahora no solo en los países en desarrollo de Asia, África y particularmente de América Latina si no que de manera creciente también se lo hace en Canadá, Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda (Borbor Pozo, 2014, pág. 12)

## **2. Justificación**

La importancia del tema de investigación se centra en el turismo del municipio de Roboré, se considera como parte de desarrollo económico del municipio y además de mostrar el grado de compromiso que tienen las autoridades de la municipalidad, también reflejara la eficacia de la gestión pública que llevan y si han alcanzado las metas programadas en el plan operativo anual (POA).

La monografía se desarrollará, “por qué” se cuenta con información necesaria el mismo permitirá hacer un análisis para determinar el grado de cumplimiento, la forma de distribución de recursos entre los demás sectores y saber que estrategias y las políticas públicas que se han implementado para el desarrollo económico del municipio.

Esta investigación es considerada un aporte que se les brindara a las autoridades de la municipalidad junto a la unidad de planificación “para que” puedan trabajar de mejor manera al servicio de la sociedad, y asignar recursos económicos de una manera equitativa.

El presente trabajo de investigación pretende plantear un trabajo sencillo en base a la honestidad y verdad; para que el Gobierno Autónomo municipal junto a la unidad de turismo pueda asignar los recursos económicos de una manera eficaz y eficiente a este sector y así mejorar las estrategias para el sector turismo, para que sea calificado como fuente de desarrollo para el municipio y de las familias que prestan un servicio en los lugares turísticos del municipio.

Mientras más recursos tenga el municipio mejor podrá atender las necesidades colectivas y qué mejor de ser un municipio que busca sus ingresos propios y así no estar esperando dinero del TGN donaciones y legados sin no; ser un municipio capaz de generar sus propios recursos y ser un municipio resiliente ante cualquier problema, con buenas políticas y estrategias especialmente fortaleciendo el turismo cumplir con la visión de la institución

### **3. Situación problemática**

El turismo es una herramienta muy importante para el desarrollo económico de los países y las regiones lo cual ha generado que, en la actualidad estos enfrentan una gran competencia por atraer al mayor número de turista. Para esto los países necesitan de una imagen ya que esta es asociada con la calidad o seriedad de un producto o servicio, cada país cuenta con una imagen creada o adquirida a través del tiempo ya sea positiva o negativa.

A través de visita a los lugares turísticos de Roboré y opiniones de turistas que han visitado el lugar, empleando el método de la observación de los lugares turísticos se pudo evidenciar la falta de cuidado y la señalización respectiva en los lugares como ser Aguas calientes siendo este el río de aguas termales más extenso de latino América con 5km de largo, el chorro san Luis con más de 30 metros de altura, el santuario mariano de la torre, el mirador con una pendiente de 700 metros y las diferentes cascada y balneario que tienen Roboré en los cuales carecen de cuidados y modernización para ofrecer y estar en un nivel competitivo para promocionar Roboré en lo cultural, danza y platos típicos del lugar.

Sin lugar a duda, las redes sociales ocupan hoy un lugar privilegiado en el sector turístico, gracias a las innumerables oportunidades que se ofrecen al aventurero que deciden organizar un viaje, las reservas mediante plataformas digitales siguen ocupando un espacio fundamental dentro de la planificación vacacional el cual se debe mejorar su promoción de los lugares turísticos del municipio para acrecentar la afluencia de turista y así crear más fuente de empleo para sus habitantes del municipio.

Motivos más que suficiente para plantear nuevas alternativas de desarrollo que no están siendo tomados en cuenta por las actuales autoridades locales y municipales, es decir, impulsar estos sectores que están generando muchos ingresos para el país y que están pasando desapercibido como es el caso del turismo.

### **3.1. Formulación del problema**

¿El turismo es una alternativa económica de desarrollo para el municipio de Roboré?

### **4. Objeto de estudio**

Ley 292 de 25 de septiembre de 2012 ley general de Turismo “Bolivia Te Espera”

### **5. Campo de acción**

Turismo como Alternativa Económica

### **6. Idea a defender**

El turismo incide positivamente en la identidad cultural y económicamente para el municipio y las personas dedicadas al rubro.

### **7. Objetivos**

#### **7.1. Objetivo general**

Analizar al turismo como una alternativa económica y su incidencia en el crecimiento económico actual del municipio de Roboré.

#### **7.2. Objetivos específicos**

- ❖ Elaborar una base teórica con referencia al tema de investigación.
- ❖ Estudiar la situación del turismo en el municipio de Roboré.
- ❖ Evidenciar las inversiones municipales en el turismo en Roboré.
- ❖ Proponer una planificación estratégica para mejorar el desarrollo del turismo en el municipio de Roboré.

### **8. Diseño metodológico**

#### **8.1. Tipo de investigación**

##### **➤ Estudio descriptivo**

Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En estos casos el problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad, pero aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relaciones causales. El problema muchas veces es de naturaleza práctica,

y su solución transita por el conocimiento de las causas, pero las hipótesis causales sólo pueden partir de la descripción completa y profunda del problema en cuestión. La investigación descriptiva está siempre en la base de la explicativa. No puede formularse una hipótesis causal si no se ha descrito profundamente el problema. (Jiménez Paneque, 1998).

Su objetivo es obtener un panorama más preciso de la magnitud del principal problema o situación que se está analizando en la investigación.

Mediante este tipo de investigación se describió al turismo como una alternativa económica y su incidencia en el crecimiento económico actual del municipio de Roboré.

### ➤ **Estudio correlacional**

Es un tipo de investigación no experimental en la que los investigadores miden variables y establecen una relación estadística entre las mismas (correlación), sin necesidad de incluir variables externas para llegar a conclusiones relevantes. Existen dos razones esenciales por las que los investigadores se interesan por estas relaciones estadísticas entre variables y se motivan a realizar una investigación correlacional. La primera es porque no creen que la relación entre estas variables sea accidental, es decir, un investigador aplicaría una encuesta cuya utilidad es conocida un grupo de personas previamente elegido. La segunda razón por la que este tipo de investigación es conducida en lugar de la experimentación, es por la relación estadística causal entre las variables, de esta manera, los investigadores no pueden manipular las variables de forma independiente, puesto que es imposible, impráctico y poco ético (Mejia Jervis, 2018).

Este tipo de investigación ayudó a plantear la idea a defender, definir las variables para realizar el trabajo de investigación. Para probar las relaciones entre variables para una mejor comprensión del trabajo de investigación.

## **8.2. Métodos teóricos**

La metodología seleccionada para el trabajo de investigación, consta de los siguientes métodos:

➤ **Método analítico y síntesis**

Este tipo de operación se efectúa naturalmente con toda la información numérica resultante de la investigación. Esta, luego del procesamiento que ya se le habrá hecho, se presentará como un conjunto de cuadros, tablas y medidas, a las cuales se les han calculado sus porcentajes y presentado convenientemente. Para cada cuadro obtenido se realizó la evaluación del comportamiento de las variables obtenidas, precisando la forma en que estas actúan individualmente y grupalmente. (Sabino, 1992)

Este método contribuyó en el reconocimiento de los elementos de estudio más importantes del trabajo de investigación de manera individual y concisa identificando las fortalezas o debilidades que deberán solucionarse.

Este método permitió la estructuración general de todo el documento, de manera que cada una de sus partes tenga fundamento y coherencia.

Este método permitió analizar, condensar y simplificar toda la información obtenida en el estudio respecto al problema de investigación derivando en información relevante, también se utilizó en la parte del diagnóstico y el turismo como una alternativa de crecimiento económico.

➤ **Método de síntesis**

Sintetizar es recomponer o que el análisis a separado, integrar todas las conclusiones y análisis parciales en un conjunto coherente que cobra sentido pleno precisamente, al integrarse como un todo único. La síntesis es, pues, la conclusión final, el resultado aparentemente simple pero que engloba dentro de sí a todo el cúmulo de apreciaciones que se han venido haciendo a lo largo del trabajo. (Sabino, 1992).

Mediante este método se descompuso el objeto de estudio en sus elementos esenciales, para luego establecer las relaciones de causalidad, sintetizando las conclusiones y sugerencias.

➤ **Método bibliográfico**

Revisión bibliográfica del tema para conocer el estado de la, cuestión. A partir de aquí se pueden formular hipótesis fundamentadas, que posteriormente se intentará validar

empíricamente. En cierto tipo de investigaciones, la revisión de la literatura puede constituir un fin en sí mismo. La búsqueda, recopilación, organización, valoración, crítica e información bibliográfica sobre temas específicos, tiene un valor intrínseco en sí mismo debido, principalmente, a que: a) es un medio de evitar que la abundancia y dispersión de publicaciones impida una actualización a otros investigadores; b) permite la difusión de una visión panorámica del problema a todos los interesados en el tema. (Bisquerra, 1989)

Este método estuvo destinado a la revisión de documentos actualizados textos, libros e internet los cuales ayudarán en las diferentes etapas de la investigación.

Se utilizó principalmente para recabar los conceptos teóricos que sustentaron la investigación.

#### ➤ **Método estadístico**

El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Dicho manejo de datos tuvo por propósito la comprobación, en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables deducidas de la hipótesis general de la investigación. Las características que adoptan los procedimientos propios del método estadístico dependen del diseño de investigación seleccionado para la comprobación de la consecuencia verificable en cuestión. El método estadístico tiene las siguientes etapas: 1. Recolección (medición) 2. Recuento (cómputo) 3. Presentación 4. Síntesis 5. Análisis. (Reynaga Obregón, 2017)

Este método es el que se aplicó de forma metódica la expresión numérica de la investigación, representa el fenómeno que se investigó a través de representaciones cuantitativas y cualitativas.

En este caso, este método de investigación se ejecutó para obtener información estadística, histórica y actual que permitió relacionar el efecto de las variables que intervienen el presente estudio.

### **8.3. Técnicas e instrumentos**

El trabajo de campo, fue empleado en la formulación, aplicación y realización de encuestas, para establecer la fundamentación de investigación.

- **Observación**

Técnica que consiste en observar y registrar el fenómeno mientras este ocurre, permite la medición del comportamiento real y descubrir patrones de comportamiento inconscientes. (Zorrilla y Torrez, 2001:100)

Esta técnica fue aplicada por el investigador realizando una observación en la ubicación exacta, sobre la importancia del turismo como una alternativa económica y su incidencia en el crecimiento económico actual del municipio de Roboré.

- **La encuesta**

Es la adquisición de información de interés sociológico a través de un cuestionario para conocer la opinión y valoración del sujeto seleccionado en una muestra, sobre un tema o asunto determinado (Metodología de la Investigación Diseño y ejecución; Víctor Miguel Niño Rojas, Área: Educación Primera edición: Bogotá, Colombia, mayo de 2011 ISBN. 978-958-8675-94-7).

La encuesta se utilizó para los trabajadores o encargados de los diferentes atractivos actuales del municipio de Roboré y poder conocer la opinión de los mismos sobre la importancia del turismo como una alternativa económica y su incidencia en el crecimiento económico actual del municipio de Roboré.

#### **8.4. Población objetivo**

- **Universo**

La población de estudio es de quince trabajadores o encargados de los diferentes atractivos actuales del municipio de Roboré según datos proporcionados por el Gobierno Autónomo Municipal de Roboré. (Fuente: GAMR, 2023)

- **Determinación del tamaño de la muestra**

La población y la muestra es total ya que el 100% de la población no supera la cantidad de 100 personas, siendo así se realizó un censo a toda la población de la muestra, consta de 17 encargados de las áreas turísticas del Municipio de Roboré, que serán tomados en su totalidad para la presente investigación. Relacionados directamente con el objeto de investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

#### **1.1. TEORÍAS Y ENFOQUES**

##### **1.1.1. El turismo**

El Dr. José Ignacio Arrillaga, español, en su libro, Ensayos sobre Turismo, febrero 1962 define el turismo diciendo: " turismo es todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar.

Entonces, simplificando estas definiciones podemos atrevernos a decir que: "el Turismo es el desplazamiento temporal de personas a destinos fuera de sus lugares habituales de residencia, y comprende las actividades que realizan durante su estancia en estos destinos y las facilidades creadas para satisfacer dichas necesidades. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

Según la Organización Mundial del Turismo, se considera:

- 
- Turismo Interno: A los residentes del país que visitan su propio país.
- Turismo receptor: Visitantes que llegan al país sin residir en él.
- Turismo Emisor: residentes del país que visitan otro país.
- Turismo Interior: Compuesto por turismo interno y el turismo emisor, y que aglutina al total de turistas que genera un país.
- Turismo Internacional: Se refiere al total de turistas que circulan por fronteras y se compone del turismo receptor y del turismo emisor. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

##### **1.1.2. Importancia del turismo**

El turismo es un hecho social irreversible que genera una serie de interrelaciones e intercambios que tienen consecuencias de muchos tipos, pero fundamentalmente económicas y ahora también ecológicas. El turismo internacional, tiene un efecto directo sobre la Balanza

Comercial de los países que reciben viajeros del exterior, balanza que suele ser favorable (Baullon, 1995)

El turismo Interno es decir los viajes que se realizan los nacionales de un país dentro de su propio territorio, genera beneficios comparables a la balanza comercial pues distribuye el ingreso, ya que el dinero ganado en una zona, se gasta en otra, mejorando las condiciones de vida de las comunidades locales (Usaid, 2006)

Ambas formas de turismo contribuyen significativamente al ingreso nacional, que entre mayor sea este, mayor será la prosperidad del país de que se trate. Así también, la industria turística requiere un alto contenido de mano de obra por lo cual genera una gran cantidad de empleos, tanto directa como indirectamente. Todo ello contribuye a un crecimiento en la capacidad de impuestos que resulta en beneficio para la actividad gubernamental (Usaid, 2006)

Basándonos en el criterio de USAID, el turismo, es un bien con alto contenido de valores económicos, sociales, culturales y morales que producen la satisfacción de la necesidad humana de ocio activo.

### **1.1.3. Promoción Turística**

La promoción turística forma parte de las responsabilidades de la administración pública, debido a que se necesita un gran esfuerzo económico para ser efectiva. Por eso, el Vice ministerio de Turismo tiene entre sus principales funciones la promoción de sus recursos turísticos del país a nivel nacional e internacional. Este tipo de promoción turística nacional representa un pequeño paraguas en el cual se refugian los pequeños destinos por así llamarlos porque sabemos que para que un lugar sea llamado destino debe cumplir ciertos requerimientos, pero de todas formas esta promoción facilita a la inserción dentro del mercado internacional. Es cierto que ninguna administración local pueda hacerse cargo de una labor de promoción de este tipo puesto que ello depende de una voluntad política a nivel nacional y de un amplio presupuesto destinado a:

- Campañas de promoción en los principales mercados turísticos. Participación de ferias internacionales.
- Apoyo a las principales zonas turísticas del país.

- Organización de encuentros entre empresarios locales y tour operadores.
- Invitaciones a inversionistas, agencias de viaje y prensa especializada. (Espejo Tapia Patricia y Tito López Soledad, 2008, pág. 59)

Por otra parte, es también una función clave de la administración central coordinar las acciones con los empresarios, para lograr el objeto común de atraer más turistas hacia el país. Es preciso señalar cuál es la responsabilidad de la municipalidad en la promoción, dado que el peso más fuerte lo lleva la administración central.

- Preparar productos turísticos diferentes y atraer activos, para centrar el esfuerzo en darlos a conocer.
- Ofrece el máximo de información a los turistas en el propio destino, tanto a su llegada al país como al encontrarse en nuestro municipio. Las oficinas de información turística son esenciales.
- Transmitir un mensaje a los posibles clientes son todo lo que necesitan saber para tomar una decisión a través de sencillos folletos o material publicitario.
- Coordinar acciones con la administración central, para que nuestra promoción se enmarque en las prioridades turísticas a nivel nacional.
- Mantener una estrecha colaboración con el sector empresarial para asegurar la coherencia entre la promoción de los productos turísticos y la fiabilidad de los servicios prestados.
- Conocer a nuestros clientes, sus movibilidades de viaje y sus preferencias para hacer una promoción efectiva, capaz de influir en sus decisiones de viaje. (Espejo Tapia Patricia y Tito López Soledad, 2008, pág. 59)

#### **1.1.4. Clasificación del turismo**

De acuerdo a la intención que tenga el turista, o que se persiga al practicar el turismo, éste puede clasificarse de mil maneras. (Arias Pérez, 2016. Pág. 44)

A continuación, presentamos un resumen de las modalidades de turismo, su espacio y sus actividades respectivas:

<b>Modalidad</b>	<b>Espacio</b>	<b>Actividades</b>
• Turismo de aventura	• Áreas naturales, rutas naturales e históricas	• Senderismo, acampada, expediciones, excursiones marinas,
• Ecoturismo	• Áreas naturales protegidas, zonas de reserva natural	• Visita guiada, interpretación de ecosistemas, experiencia educativa en el medio natural, observación de especies de fauna y flora, safaris fotográficos.
• Turismo Eco cultural	• Territorios indígenas, asentamientos tradicionales,	• Convivencia cultural, conocimiento de tradiciones y sabiduría ancestral, prácticas rituales, etnomedicina, visita interactiva
• Turismo Deportivo	• Áreas naturales, y elementos geográficos	• Montañismo, escalada, ciclismo, canotaje, buceo, parapentismo, caza y pesca sostenibles
• Turismo Rural	• Entornos rurales, unidades productivas agropecuarias, plantaciones y rodales	• Estancia en instalaciones rurales, conocimiento de prácticas agrícolas tradicionales, interacción con faenas productivas en el agroturismo.

Fuente: Arias Pérez, 2016.

### 1.1.5. Desarrollo económico

Cuando hablamos de desarrollo económico se entiende como cambio cualitativo donde el principal indicador es el aumento del PIB per cápita, que refleja el incremento de la productividad económica y del bienestar material, como promedio, de la población de un país. El desarrollo económico está estrechamente vinculado al crecimiento económico.

En la actualidad, el concepto de "desarrollo económico" forma parte del "desarrollo sostenible". Una comunidad o una nación realizan un proceso de "desarrollo sostenible" si el "desarrollo económico" va acompañado del "humano" o social y del ambiental (preservación de los recursos naturales y culturales y despliegue de acciones de control de los impactos negativos de las actividades humanas).

Desarrollo económico comprende el cambio cualitativo que tiene por principal indicador el aumento del PIB per cápita, pero que es producto no sólo del incremento de la productividad económica, como promedio de la población de un país, sino del bienestar material de toda la sociedad (cervantes, 2015)

El turismo puede ser una fuente importante de ingresos para la economía local. Los turistas gastan dinero en alojamiento, alimentación, transporte, actividades recreativas, compras y otros servicios turísticos. Esta inyección de divisas puede impulsar la actividad económica y beneficiar a diversos sectores, como el comercio minorista, la hostelería y la artesanía local. El sector turístico puede ser un generador significativo de empleo. Desde hoteles y restaurantes hasta guías turísticas, artesanos y conductores, el turismo ofrece oportunidades laborales para una amplia gama de personas con diferentes niveles de educación y habilidades. Esto puede ser especialmente relevante en áreas rurales o remotas que tienen menos oportunidades de empleo en otros sectores.

## **1.2. TEORÍAS SEGÚN LA INVESTIGACIÓN**

### **❖ Teoría económica**

mostrar que el turismo es una muy buena alternativa para el desarrollo de una región, estimula la comprensión de los efectos del turismo sobre los entornos naturales, culturales y humanos, genera empleo local, tanto directamente e indirectamente en el sector turístico como en diversos sectores de apoyo y de gestión de recursos (López Chávez, 2019, pág. 25)

(Viudarre Cornejo , 2018, pág. 140) muestra el efecto económico que produce el turismo a nivel regional se presenta como una alternativa nueva al desarrollo de las regiones con atractivos turísticos la administración de dichos recursos por parte de las autoridades locales promover a una distribución más equitativa en el área de influencia de la región.

(Camacho Centella , 2019) recomienda optimizar la orientación de la inversión pública del sector Turismo que genere mayor valor a los atractivos turísticos asociados a su infraestructura equipamiento e instalaciones acordes a exigencias y necesidades de los turistas para que permitan aportando mejores ingresos por el sector turismo.

(Maceda Romero, 2019, pág. 98) plantea la importancia que tiene el implemento de estrategias para el incremento de la competitividad del destino turístico de Copacabana para construir el motor de crecimiento económico del departamento de la Paz, con una adecuada planificación estratégica debe contar con el consenso de dirigentes públicos y privados, de los actores socioculturales y de los miembros de las comunidades que integran el producto turístico de un determinado destino, con el fin de compartir la visión de futuro, atenuar las incertidumbres y generar compromisos de participación activa y económica.

La teoría económica básica de oferta y demanda es fundamental para entender el comportamiento del turismo. La cantidad de turistas que visitan un destino (demanda) está determinada por factores como el precio de los servicios turísticos, la accesibilidad del destino, la percepción de seguridad, entre otros. Por otro lado, la oferta turística incluye la disponibilidad de alojamientos, atracciones, transporte y otros servicios relacionados. La elasticidad de la demanda es importante en el turismo, ya que puede variar según el tipo de turista y el destino. Por ejemplo, los destinos turísticos altamente dependientes de un solo mercado pueden ser más sensibles a los cambios económicos en ese país de origen. Además, los precios y la calidad de los servicios turísticos pueden afectar la reacción de la demanda a los cambios.

#### ❖ **Teoría Cultural**

Según (Campos Vera N. , 2016) el impacto del turismo Cultural en la Economía del Departamento de La Paz es del 19.6% asimismo la generación de divisas por esta actividad es relevante con un efecto significativo sobre el crecimiento económico del departamento.

(Condori Tapia , 2020, pág. 86) da a conocer que los artesanos y confeccionistas de ropas típicas y de danzas folclóricas en su mayoría no cuentan con las herramientas necesarias y así surge el interés de brindar asesoramiento.

(Ramos Rasmussen , 2019, pág. 64) indica que se debe fomentar una cultura turística a través de la implementación de un plan estratégico de concientización hacia los pobladores del distrito con apoyo de las autoridades.

La teoría cultural en el turismo destaca la importancia de la autenticidad cultural en la experiencia del viajero. Los turistas a menudo buscan vivir y experimentar la cultura local de

manera genuina. Sin embargo, existe el riesgo de que el turismo masivo y la comercialización excesiva puedan llevar a la pérdida de autenticidad cultural y la "folklorización" de la cultura local para adaptarse a las expectativas de los turistas. El turismo puede desempeñar un papel en la promoción y tener de la identidad cultural y el patrimonio de un destino. Los sitios históricos, festivales tradicionales, artesanías locales y otras manifestaciones culturales pueden ser promovidos como atracciones turísticas, lo que ayuda a fortalecer el sentido de identidad cultural de la comunidad local y también brinda una experiencia enriquecedora para los turistas. El turismo puede tener un impacto significativo en la cultura local. Por un lado, puede generar ingresos y empleo para las comunidades locales, lo que puede ayudar a revitalizar tradiciones culturales y artesanales. Por otro lado, también puede llevar a cabo cambios en la forma de vida local, especialmente cuando el turismo no se gestiona adecuadamente y la cultura se convierte en una mera mercancía para el consumo de los turistas.

En resumen, el análisis de la teoría cultural en el turismo destaca la importancia de preservar la autenticidad cultural, promover el patrimonio y la identidad cultural, y gestionar el turismo de manera responsable para que beneficie a las comunidades locales sin comprometer su cultura y forma de vida. Al abordar estos aspectos, el turismo cultural puede ser una fuerza positiva que contribuya a la conservación y celebración de la diversidad cultural en los destinos turísticos.

#### ❖ **Teoría del Sector Turismo**

(Avendaño Calle , El Sector Hotelero y su Aporte al Producto Interno Bruto Regional del Departamento de la Paz, 2003, pág. 135) sugiere establecer políticas para el mejoramiento del sector hotelero y restaurantero en el departamento de la paz sin dejar de lado la actividad turística ya que el sector hotelero y restaurantero está ligado a las actividades turísticas.

El turismo en Bolivia se convierte en uno de los motores del desarrollo socioeconómico del país, por el cual el Viceministerio Turismo dependiente del Ministerio de Culturas y Turismo desarrolla estudios y estrategias para potenciar esta actividad (Matamoros, 2019)

(Huanca Mendoza , 2020, pág. 132) actualmente no existe ningún plan de desarrollo turístico diseñado y consensado entre la comunidad, autoridades oficiales del sector y empresas turísticas que tengan como objetivo dinamizar las actividades turísticas.

(Peña Portillo , 2021, pág. 298) propuso acciones a seguir para la difusión de los atractivos y rutas turísticas del municipio a través de un portal web y de las redes sociales para captar la demanda potencial, así también para otorgar información oportuna tanto al turista nacional como al extranjero sin límites de distancia y con veracidad.

El sector turismo es único debido a su naturaleza intangible y perecedera. Los servicios turísticos, como alojamiento, transporte, actividades recreativas y experiencias culturales, no se pueden almacenar ni transportar fácilmente, lo que requiere una coordinación precisa y un enfoque en la satisfacción del cliente. El turismo es una de las industrias más importantes y dinámicas en términos de contribución económica. A nivel mundial, representa una fuente significativa de ingresos, crecimiento y económico. En muchos países y regiones, el turismo es una de las principales fuentes de divisas y una parte vital del Producto Interno Bruto (PIB). El sector turismo puede tener efectos multiplicadores en la economía. El gasto de los turistas genera ingresos no solo en las empresas directamente relacionadas con el turismo (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc.), sino también en otros sectores, como la agricultura, el transporte, la manufactura y el comercio minorista. El turismo a menudo está sujeto a fluctuaciones estacionales y temporales. Algunos destinos pueden experimentar un aumento significativo en la demanda turística durante ciertas épocas del año, lo que puede crear desafíos en la planificación y gestión de recursos humanos y financieros. La teoría del sector turismo también se preocupa por la sostenibilidad y el impacto ambiental. El turismo puede ejercer presión sobre los recursos naturales y el medio ambiente, especialmente en destinos sensibles. Es fundamental adoptar prácticas sostenibles para proteger los recursos y la biodiversidad de los lugares turísticos. El sector turismo es altamente competitivo, con destinos y empresas compitiendo por atraer a los turistas. Sin embargo, también se alienta la colaboración entre los actores del sector para desarrollar estrategias de marketing conjuntas, mejorar la calidad de los servicios y afrontar desafíos comunes. La teoría del sector turismo considera la importancia de las políticas y regulaciones para guiar y fomentar un desarrollo turístico sostenible. Los gobiernos y las autoridades turísticas deben establecer marcos

normativos adecuados, incentivos y políticas para impulsar la inversión, promover la seguridad y preservar el patrimonio cultural y natural.

En resumen, el análisis de la teoría del sector turismo nos proporciona una comprensión más profunda de cómo esta industria influye en la economía y la sociedad, así como de los desafíos y oportunidades que enfrenta en su búsqueda por un crecimiento sostenible y beneficios para las comunidades locales y los visitantes.

### 1.3. MARCO CONCEPTUAL

#### ❖ Turismo Según el Tipo de Operación

Las empresas que integran el sistema turístico, para fines de una mejor identificación del tipo de negocios en los que desarrollan sus operaciones, clasifican al turismo en:

##### a) *Turismo Receptivo*

Producido por la llegada de extranjeros a un determinado destino donde se encuentran establecidas las empresas, prestando servicios turísticos básicos y complementarios.

##### b) *Turismo Emisor*

Cuando se produce la salida de nacionales hacia otro país o exterior; es decir cuando las corrientes de viajeros traspasan los límites de su país, para internarse en otro en el que se encuentran afincadas las empresas de servicios turísticos básicos y complementarios.

(Arias Pérez, 2006. Pág. 43)

#### ❖ Estrategias turísticas

(Blas , 2012, pág. 158)El crecimiento experimentado por el sector instalo entre los sectores involucrados la necesidad de contar con instrumento de gestión a largo plazo dando lugar al plan estratégico de turismo sustentable.

(Arguello Zambrano , 2014, pág. 94)Da a conocer que con la investigación realizada se verifico que la falta de promoción turística ha afectado al progreso del cantón Montalvo debido a que no se conoce a fondo y por esta causa un plan estratégico de marketing contribuirá a la afluencia de turistas.

(Quenta Mamani & Limachi Tambo , 2010, pág. 169)Afirman que las estrategias de promoción y mercadeo de los destinos y productos en su mayoría están enfocados al turismo receptivo

relegando así al turismo interno, se pudo verificar que si bien el Viceministerio de Turismo genera material promocional indistintamente para nacionales y extranjeros estos son restringidos de alguna manera para residentes nacionales dando preferencia en la entrega de dicho material a turistas extranjeros.

El turismo receptivo se refiere a los visitantes que llegan a un país o región desde otros lugares, ya sea por motivos de ocio, negocios o cualquier otro propósito. Las empresas y agencias de viajes que operan en el turismo receptivo se encargan de organizar y proporcionar servicios a los turistas que llegan, como alojamiento, transporte, excursiones y actividades turísticas. El turismo emisor se refiere a los viajeros que salen de su país de origen para visitar otros destinos internacionales o nacionales. Las agencias de viajes y operadores turísticos emisivos se encargan de planificar y organizar los viajes para estos turistas, asegurándose de que tengan todas las reservas y servicios necesarios su estadía en el destino. El turismo interno o nacional se produce cuando los residentes de un país viajan dentro de sus propias fronteras con fines turísticos. Las empresas que operan en el turismo interno ofrecen servicios y paquetes turísticos para atraer y satisfacer las necesidades de los viajeros nacionales, el análisis del turismo según el tipo de operación nos ayuda a comprender cómo las empresas y organizaciones se especializan en diferentes segmentos del mercado turístico, adaptando sus servicios y enfoques para satisfacer las necesidades específicas de los diferentes tipos de viajeros. Cada tipo de operación tiene sus propias características y desafíos, lo que requiere una gestión adecuada para lograr el éxito en la industria del turismo.

#### ❖ **Alternativa**

(Pairumani Ajacopa , 3013, pág. 63) La implementación del turismo alternativo ofrece grandes beneficios y oportunidades para el departamento de la paz además de diversificar la oferta turística del departamento el turismo alternativo ayudará a generar beneficios directos a las comunidades rurales donde se desarrolla esta actividad así también ayudará a la conservación del medio ambiente involucrando a los pobladores de manera directa de esta manera el desarrollo de la actividad turística será sostenible.

El análisis de alternativas según el turismo implica considerar diferentes enfoques, estrategias o tipos de turismo que podrían aplicarse en un destino o región para impulsar su desarrollo económico y social. Turismo de naturaleza y ecoturismo: Esta alternativa se enfoca en

promover el turismo sostenible y responsable en áreas naturales y protegidas. Se busca resaltar la belleza y la biodiversidad del entorno natural, al tiempo que se preservan los ecosistemas y se brinda apoyo a las comunidades locales. El ecoturismo se centra en la educación ambiental y la sensibilización sobre la conservación. Turismo cultural y patrimonial: Esta alternativa resalta la riqueza histórica y cultural de un destino, promoviendo experiencias que permiten a los turistas sumergirse en las tradiciones, festivales, arte, arquitectura y gastronomía locales. El turismo cultural busca preservar el patrimonio y fortalecer la identidad de la comunidad. Turismo de aventura y deportivo: Esta opción está dirigida a los viajeros que buscan emociones fuertes y actividades de riesgo, como senderismo, rafting, escalada, paracaidismo, buceo, entre otros. Este tipo de turismo atrae a los amantes de la adrenalina y puede beneficiarse de destinos con paisajes naturales y terrenos adecuados para estas actividades.

El análisis de alternativas según el turismo implica evaluar las características, ventajas, desafíos y viabilidad de cada enfoque en el contexto específico de un destino o región. También es importante considerar la sustentabilidad y el respeto a la cultura y el medio ambiente para garantizar que el turismo se beneficie a las comunidades locales y perdure en el tiempo. La elección de la alternativa adecuada de los recursos disponibles, la identidad y atractivos del destino, y las necesidades y preferencias de los viajeros potenciales.

#### ❖ **El turismo como alternativa económica**

(Goded Salto, 1998, pág. 382) indica que el único modo de fomentar la aparición de un sector turístico próspero y con garantías de futuro es, por el contrario, llevar a cabo las inversiones turísticas a un ritmo razonable que sea acorde con la expansión paralela de la oferta de servicios públicos y equipamiento urbano en general y que, además, respete los límites establecidos por el entorno natural, social y cultural de la región receptora.

El turismo como alternativa económica es una estrategia que busca diversificar la economía de una región o país, aprovechando sus recursos naturales, culturales y humanos para atraer visitantes y generar ingresos.

El turismo puede ser una fuente significativa de ingresos para una región, ya que los turistas gastan dinero en alojamiento, alimentos, transporte, actividades y compras. Además, el

turismo crea empleo en sectores diversos, como la hostelería, el transporte, la restauración, el turismo guiado y las actividades recreativas, lo que contribuye a reducir la tasa de desempleo. El turismo puede diversificar la economía de una región que ha sido dependiente de una sola industria o recurso. Al promover la creación de nuevas empresas y oportunidades comerciales relacionadas con el turismo, se pueden reducir los riesgos asociados con la dependencia de una sola actividad económica. La inversión en infraestructura turística, como hoteles, restaurantes, carreteras, aeropuertos y servicios turísticos, puede mejorar la calidad de vida de los residentes locales y atraer inversiones adicionales. La mejora de la infraestructura también puede beneficiar a otros sectores económicos ya la comunidad en general. En conclusión, el análisis del turismo como alternativa económica destaca sus beneficios potenciales en términos de ingresos, empleo, diversificación económica y promoción cultural y natural. Sin embargo, también es importante abordar los desafíos asociados con la gestión sostenible, la estacionalidad y la conservación para garantizar que el turismo se beneficie a las comunidades locales y perdure a lo largo del tiempo.

### **1.3.1. Marco legal**

#### **✓ Constitución política Del Estado**

Considerando que la Constitución Política del Estado, determina que Bolivia se constituye en un Estado unitario social de derecho plurinacional comunitario, intercultural, descentralizado y con autonomías, con propósitos orientados a promover y garantizar el desarrollo y la eliminación de la pobreza. Que el Artículo 337 del Texto Constitucional, dispone que el turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo cual tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente; y que el Estado promoverá y protegerá el turismo comunitario con el objetivo de beneficiar a las comunidades urbanas y rurales y las naciones y pueblos indígena originario campesinos donde se desarrolle esta actividad.

#### **✓ Decreto Supremo N° 4481, de 31 de marzo de 2021**

El presente Decreto Supremo tiene por objeto impulsar la reactivación económica del sector turismo, estableciendo nuevas medidas de vigilancia epidemiológica para el ingreso de viajeros del exterior al Estado Plurinacional de Bolivia.

✓ **Ley Nª 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”**

Tiene por objeto establecer las políticas generales y el régimen del turismo del Estado Plurinacional de Bolivia, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario, a través de la adecuación a los modelos de gestión existentes, fortaleciendo el modelo de turismo de base comunitaria.

✓ **Ley Nª 031, de 19 de julio de 2010, Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Ibáñez”**

Establece las competencias exclusivas sobre el Turismo para el nivel central del Estado, los Gobiernos Departamentales Autónomos, los Gobiernos Municipales Autónomos y los Gobiernos Indígena Originario Campesinos Autónomos.

✓ **Artículo 337 del Texto Constitucional**

Dispone que el turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo cual tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente; y que el Estado promoverá y protegerá el turismo comunitario con el objetivo de beneficiar a las comunidades urbanas y rurales y las naciones y pueblos indígena originario campesinos donde se desarrolle esta actividad.

## CAPÍTULO II

### DIAGNOSTICO

Para lograr los objetivos trazados por la investigación se empleó métodos y técnicas de investigación apropiados que permitieron la recolección de información, a la vez, se pretende que posteriormente, sirva de solvencia para sustentar la propuesta y que sea viable y coherente. Por otra parte, se utilizó la técnica de análisis de contenido y revisión documental que permitió presentar resultados importantes, como también la encuesta que coadyuvo a la recolección de información.

Para el cumplimiento de este primer objetivo es trascendental analizar el manejo de información a través de la encuesta realizada a los responsables de cada lugar turístico del municipio de Roboré y sus alrededores en los cuales se podrá observar y hacer la interpretación de los siguientes cuadros.

#### 2.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA

Para la Determinar la importancia del objeto de estudio según las encuestas y respuestas a los encargados de los diferentes atractivos actuales del municipio de Roboré, se llega a los siguientes:

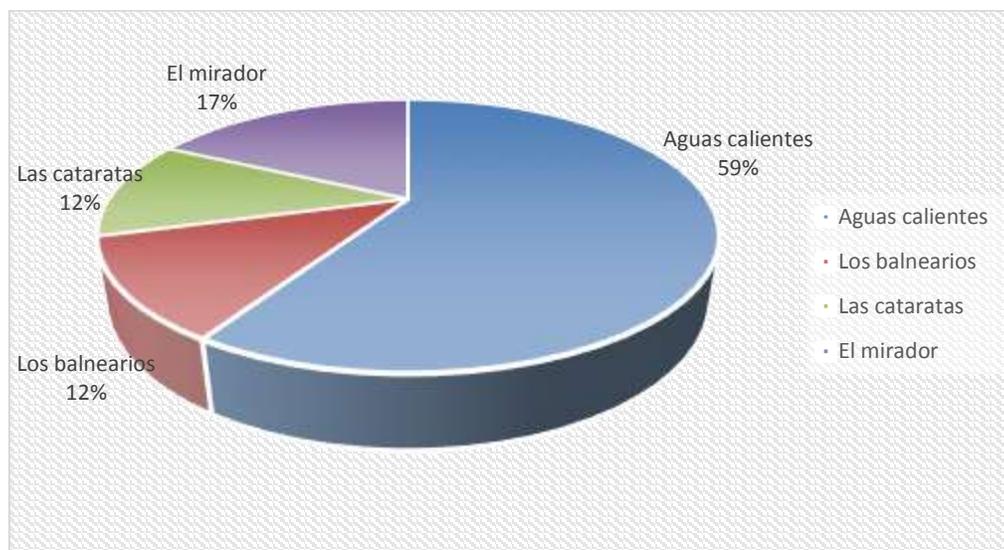
##### P.1. Destinos turísticos del Municipio de Roboré son los más visitados

**Cuadro N° 1:**  
**Destino turístico más visitado**

Ítem	Población	Porcentaje
Aguas calientes	10	58,8 %
Los balnearios	2	11,7 %
Las cataratas	2	11,7 %
El mirador	3	17,6 %
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico N° 1:**  
**Destino turístico más visitado**



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las encuestas realizadas a los responsables de los lugares turísticos del Municipio de Roboré ellos indican que los visitantes tienen preferencia con el 58,82% el lugar de aguas calientes, en segundo lugar, el mirador con 17,65% desde el mirador pueden observar la vegetación llamada la antesala al cielo y con el mismo porcentaje tenemos los balnearios y las cataratas con el 11,76% donde la familia puede visitar y pasar momentos de recreación.

Por otra parte, si analizamos estos lugares atraen mayor número de turistas donde las familias pueden ofrecer servicios complementarios de traslado, habitaciones, alimentación y también las tiendas con productos para que puedan sustentar sus familias.

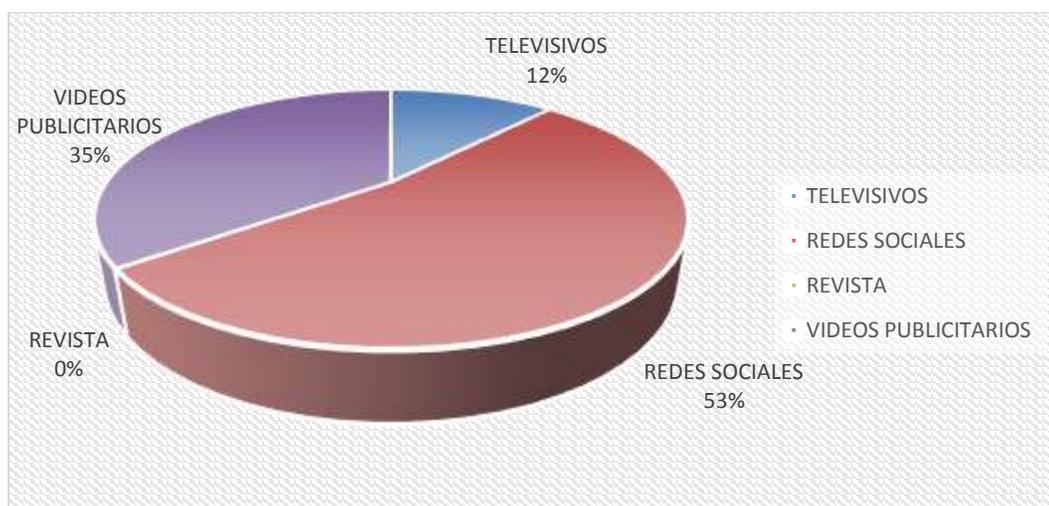
## P.2. Estrategias que se desarrolla para la promoción del turismo en el Municipio de Roboré

**Cuadro N° 2:**  
**Tipos de estrategia**

Ítem	Población	Porcentaje
Televisivos	2	11,76 %
Redes sociales	9	52,94 %
Revista	0	0 %
Videos publicitarios	6	35,29 %
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Gráfico N° 2:**  
**Tipos de estrategia**



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos observar que los medios de comunicación como estrategia para promocionar los lugares turísticos del Municipio de Roboré son los siguientes con el 52,94 % las redes sociales como ser Facebook, Instagram, WhatsApp y otras plataformas que han ido evolucionando, el 35,29 % son los videos publicitarios tomados con aparatos tecnológicos como ser los drones y publicados en las diferentes plataformas virtuales, el 11,76 % son los medios televisivos que dan cobertura ya sea en algún acontecimiento como ferias, aniversarios de la región.

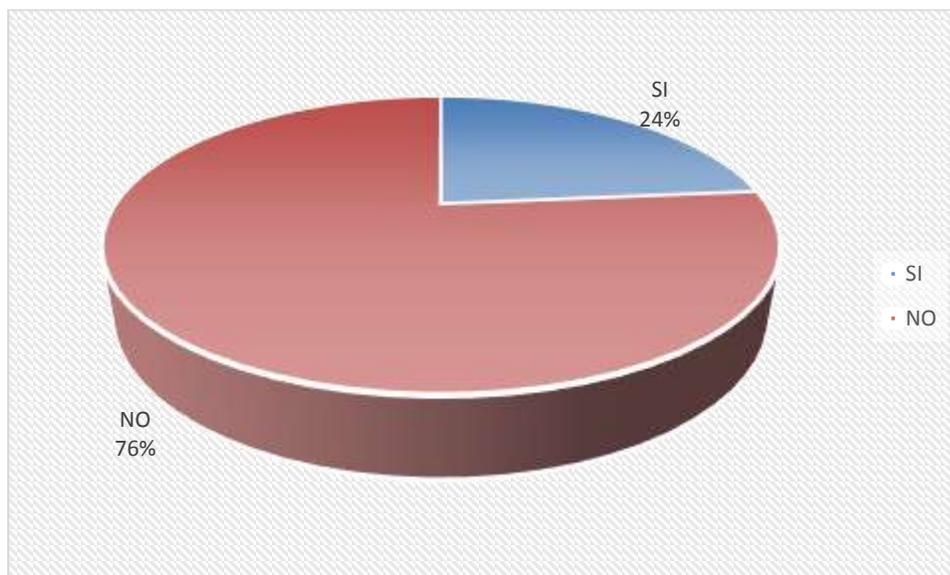
### P.3. Reciben capacitación por parte del municipio para mejorar los servicios al cliente

**Cuadro N° 3:**  
**Reciben capacitación**

Ítem	Población	Porcentaje
Si	4	23,53 %
No	13	76,47 %
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Gráfico N° 3:**  
**Reciben capacitación**



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la interrogante si los funcionarios reciben capacitación para mejorar los servicios al cliente el 76,47% mencionan que no reciben capacitación contante para mejorar los servicios que son muy importante a la hora de tomar nuevamente esa ruta turística, el 23, 53 % menciona que si recibe las capacitaciones ya que se encuentran en los lugares con más afluencia de turistas como nacionales e internacionales.

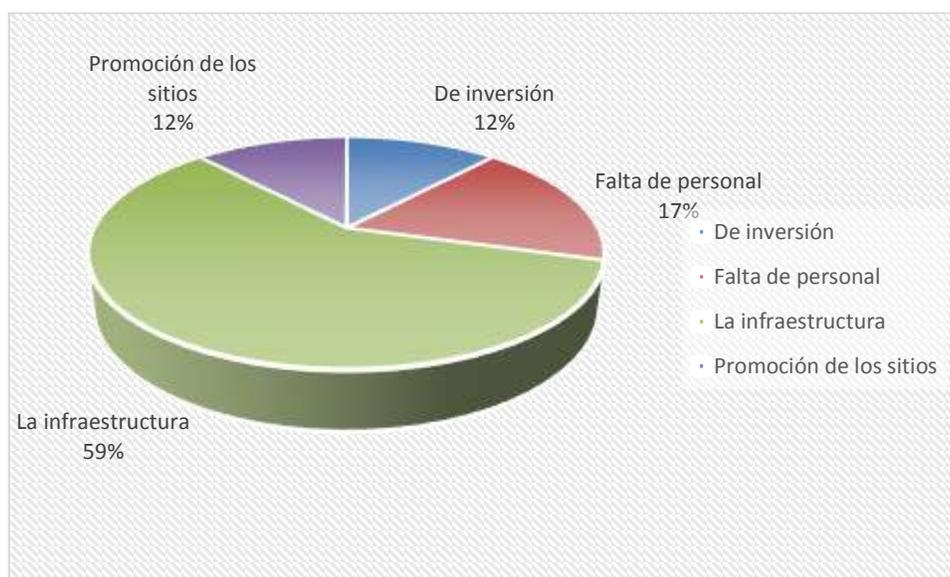
#### P4. Principales problemas que tiene el sector turismo en el municipio

**Cuadro N° 4:**  
**Principales problemas**

Ítem	Población	Porcentaje
De inversión	2	11,76 %
Falta de personal	3	17,65 %
La infraestructura	10	58,82 %
Promoción de los sitios	2	11,76 %
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Gráfico N° 4:**  
**Principales problemas**



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede analizar de acuerdo a la pregunta planteada cuál cree usted que son los problemas que tiene el sector el 58,82 % menciona que el problema son las infraestructuras que se debe ir modernizando y adecuar para poder recibir mayor visitante posible en aguas calientes, el 17,65 % menciona que falta de personal en temporadas de afluencia turística y también de personal especializado para poner en práctica estrategia adecuadas al lugar y también subir contenido en redes sociales, con 11,76 % tenemos al tema de inversión y de promoción de los sitios turísticos.

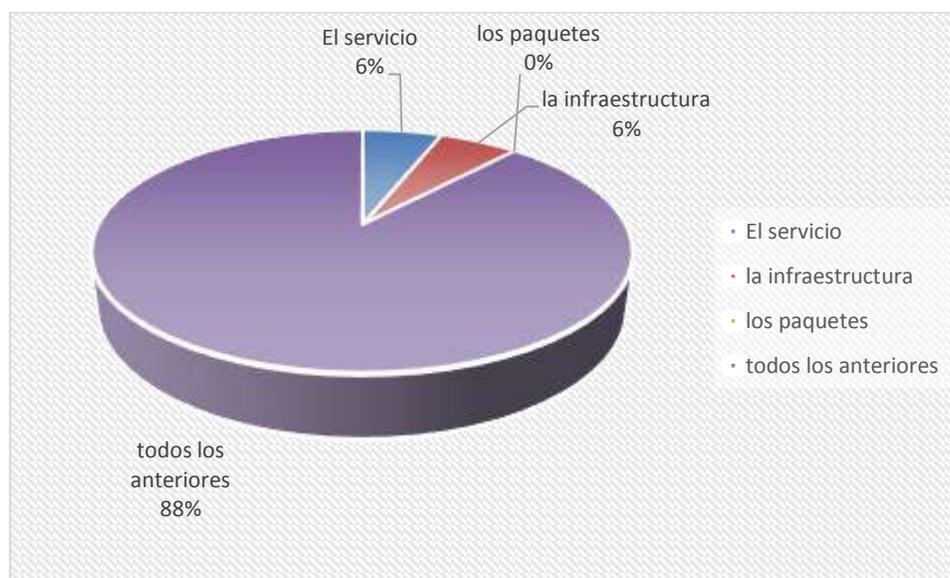
**P.5. Desde su punto de vista que se debería mejorar en el sector del turismo en el municipio**

**Cuadro N° 5:  
Mejoras en el sector turismo**

Ítem	Población	Porcentaje
El servicio	1	5,88 %
la infraestructura	1	5,88 %
los paquetes	0	0,00 %
todos los anteriores	15	88,24 %
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Gráfico N° 5:  
Mejoras en el sector turismo**



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a la interrogante planteada menciona que mejoras debería hacer el sector turismo, los servicios y las infraestructura tienen un 5,88 %, los paquetes promocionales con días de estadías y otras informaciones tiene el 0.0 % sin embargo la otra opción planteada de decir todas las anteriores tiene un 88,24 % siendo que deberían mejorar en los servicios la infraestructura para así brindar mayor comodidad al visitante y tener un descanso apropiado para así retornar en otra ocasión o poder sugerir a otros amigos familiares.

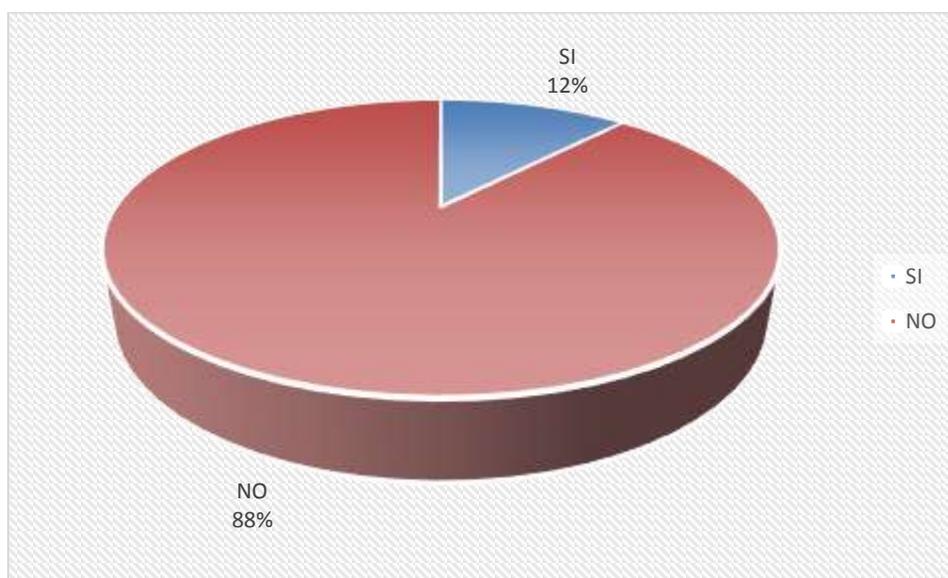
**P.6. Usted cree que las estrategias que se viene desarrollando a favor del turismo son las adecuadas**

**Cuadro N° 6:**  
**Estrategia a favor del turismo son adecuadas**

Ítem	Población	Porcentaje
Si	2	11,8 %
No	15	88,2 %
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Gráfico N° 6:**  
**Estrategia a favor del turismo son adecuadas**



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a las entrevistas pudimos obtener la siguiente información de acuerdo a la interrogante planteada las estrategias que se viene desarrollando en favor del turismo en el Municipio de Roboré son las adecuadas tenemos, con el 88,2 % de los encuestados mencionan que no son las adecuadas y no se adecuan a los lugares con sus características ambientales y el 11,8% menciona que si son las adecuadas y le resultan favorables.

**P.7. El turismo como alternativa genera desarrollo económico para las familias dedicadas al rubro en el Municipio de Roboré**

**Cuadro N° 7:**

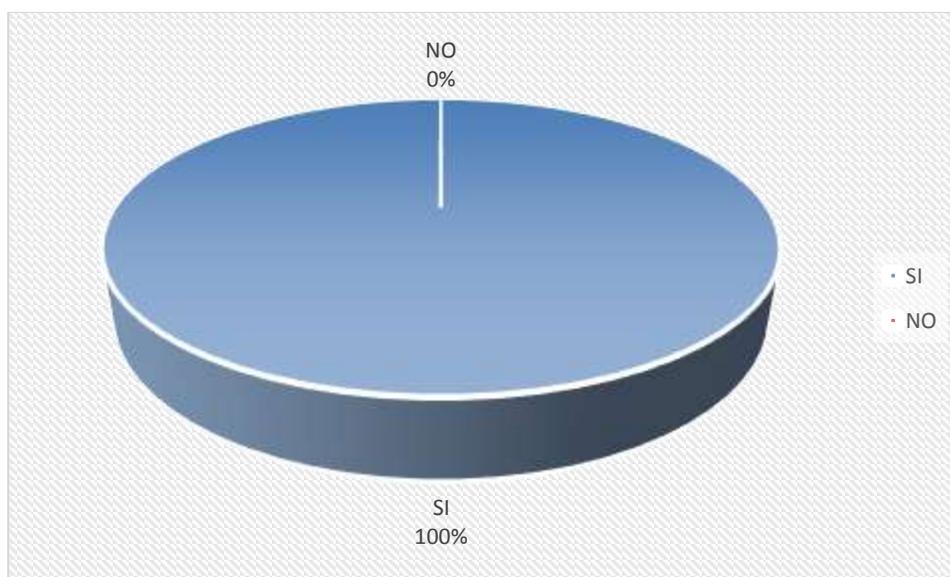
**El turismo genera desarrollo económico para las familias del municipio**

Ítem	Población	Porcentaje
Si	17	100 %
No	0	0 %
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Gráfico N° 7:**

**El turismo genera desarrollo económico para las familias del municipio**



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a las respuestas obtenida en la encuesta realizada en la siguiente interrogante si el turismo genera desarrollo en las familias del Municipio de Roboré se obtuvo que el 100% de los encuestados respondió que si esto se debe a que las familias que viven alrededor de los lugares turísticos ofrecen los servicios complementarios como ser transporte, alimentación, hospedaje, vestuarios, y otros servicios para que sustenten a sus familias económicamente.

**P.8. Según la información que maneja usted la población participa en la planificación de estrategia en favor del turismo en el municipio**

**Cuadro N° 8:**

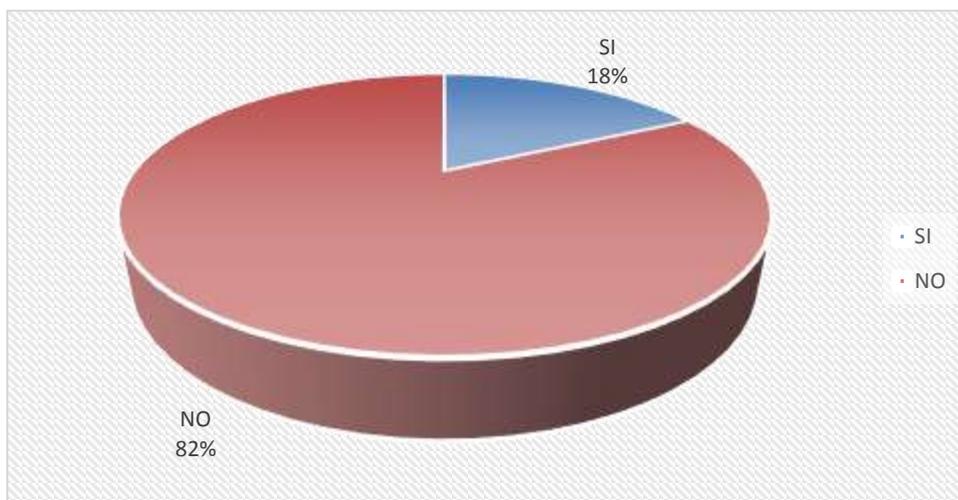
**La población participa en la planificación de las estrategias en el sector turismo**

Ítem	Población	Porcentaje
Si	3	17,65 %
No	14	82,35 %
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Gráfico N° 8:**

**La población participa en la planificación de las estrategias en el sector turismo**



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a datos obtenidos si la población participa en la planificación de las estrategias el 82,35 % menciona que no participa en la planificación ya sea por no los invitan o falta de tiempo de los actores dedicados al turismo y el 17,65 % dice que si participa en la planificación esto se debe por que trabajan en dependencia o alguna unidad de turismo.

### P.9. Actualmente existen paquetes de promocionales para ofrecer a los visitantes

**Cuadro N° 9:**

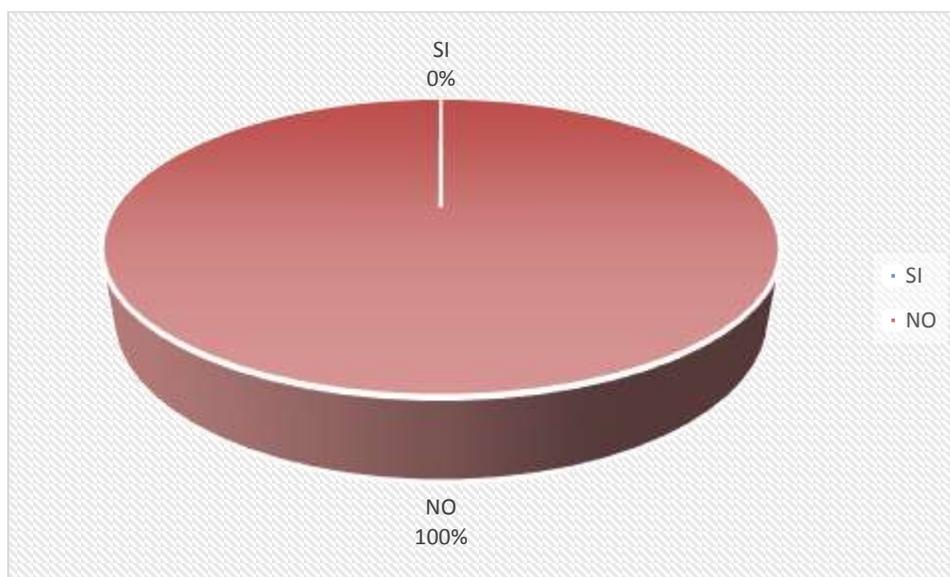
**Actualmente existen paquete promocional para ofrecer a los visitantes**

Ítem	Población	Porcentaje
Si	0	0 %
No	17	100 %
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Gráfico N° 9:**

**Actualmente existen paquete promocional para ofrecer a los visitantes**



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a los datos obtenidos en la interrogante planteada se pudo observar que el 100% de los encuestados mencionó no cuentan con un paquete ya que es inestable por los diferentes cortes de la ruta y que los turistas llegan en sus propios vehículos u paquetes de paso que brindan rutas con destino a Brasil, en el cual están sugiriendo tener paquetes de promoción de recorrido aliados con otros municipios ya sea por carretera o en tren.

## 2.2. Evidenciar el presupuesto que designa el municipio para la promoción y desarrollo del turismo

Para el cumplimiento del segundo objetivo se tuvo que recabar información necesaria de datos del PTDI del Gobierno Autónomo Municipal de Roboré donde se puede observar e interpretar datos de acuerdo a la designación de presupuesto para el año 2020.

En el cual el sector salud tiene un presupuesto de 11.159.194 interpretando que el municipio da prioridad a la salud de su población, en segundo lugar se puede observar para el desarrollo y promoción del deporte con una suma de 1.010.000 de bs, en tercer lugar tenemos la promoción y fomento a la producción agropecuaria en el municipio con 720.000 de bs, en cuarto lugar tenemos la gestión de educación con un presupuesto de 274.100 de bs y en quinto lugar tenemos el desarrollo y promoción del turismo en el municipio de Roboré siendo este el presupuesto más bajo.

**Cuadro N° 10**

Promoción y fomento a la producción agropecuaria	720.000
Gestión de salud	11.159.194
Gestión de educación	274.100
Desarrollo y promoción del deporte	1.010.000
Desarrollo y promoción del turismo	100.000

Fuente: PTDI del Gobierno Autónomo Municipal de Roboré, 2020

**Cuadro N° 11:**

### **Presupuesto destinado al turismo en el municipio de Roboré**

Desarrollo de la oferta turística	35.000 Bs
Calidad de los servicios	30.000 Bs
Promoción turística	20.000 Bs
Mantenimiento de las áreas turísticas	15.000 Bs
<b>Total:</b>	<b>100.000 Bs</b>

Fuente: PTDI del Gobierno Autónomo Municipal de Roboré, 2020

- **Análisis**

En el análisis realizado del presupuesto destinado al sector turístico del Municipio de Roboré, se evidencian distintas partidas asignadas para el desarrollo, calidad de servicios, promoción y mantenimiento de las áreas turísticas.

1. Desarrollo de la oferta turística (35.000 Bs): La asignación de 35.000 Bs para el desarrollo de la oferta turística es un paso positivo, ya que indica la intención de impulsar el crecimiento y la diversificación de los atractivos turísticos en el municipio. Sin embargo, sería importante especificar cómo se utilizarán estos fondos y qué proyectos concretos se llevarán a cabo para mejorar la oferta turística.
2. Calidad de servicios ofrecidos (30.000 Bs): La asignación de recursos para mejorar la calidad de los servicios turísticos es crucial para brindar una experiencia satisfactoria a los visitantes. Sería recomendable identificar áreas específicas que necesitan mejoras y priorizar acciones que contribuyan a la excelencia en la atención al turista.
3. Promoción turística (20.000 Bs): La promoción turística es esencial para atraer a nuevos visitantes y dar a conocer las bellezas naturales y culturales del municipio. Sin embargo, la asignación de 20.000 Bs puede resultar insuficiente para llevar a cabo campañas de promoción efectivas. Sería conveniente evaluar estrategias para optimizar el uso de estos recursos y aumentar su impacto.
4. Mantenimiento de las áreas turísticas (15.000 Bs): El mantenimiento adecuado de las áreas turísticas es crucial para garantizar una experiencia segura y agradable para los visitantes. Si se evidencian lugares en mal estado, es importante revisar y mejorar los procesos de mantenimiento, así como asignar los recursos necesarios para preservar los atractivos turísticos en óptimas condiciones.

Para mejorar, se sugiere:

- Detallar los proyectos específicos que se llevarán a cabo con los fondos asignados para el desarrollo de la oferta turística y la mejora de la calidad de servicios.
- Explorar estrategias para maximizar el impacto de la asignación presupuestaria destinada a la promoción turística, como el uso de redes sociales, alianzas con operadores turísticos, entre otras opciones.
- Realizar una evaluación exhaustiva de las áreas turísticas que requieren mantenimiento y priorizar las acciones necesarias para mejorar su estado.

- Considerar la participación de actores locales, comunidades y empresas turísticas en la planificación y ejecución de proyectos, lo que podría mejorar la efectividad y el alcance de las iniciativas.

Es importante destacar que mejorar la gestión y asignación de los recursos para el turismo en el Municipio de Roboré puede contribuir significativamente al desarrollo sostenible de la actividad turística en la región y al bienestar de la comunidad local.

### 2.2.1. Demostración de la idea a defender

El turismo incide positivamente en la identidad cultural y económicamente para el municipio de Roboré. Encuesta realizada a personas dedicadas al rubro del turismo en el Municipio de Roboré.

**Cuadro N° 12**

<b>Ítem</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>SI</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>
<b>NO</b>	<b>0</b>	<b>0 %</b>
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

En el presente cuadro se realizó una encuesta dirigida netamente a las personas que se dedican al rubro del Turismo en el Municipio de Roboré y la cual obtuvo resultados muy buenos el cual se realizó a 17 personas y en la cual se obtuvo el 100 % de respuestas positivas lo cual indica que el turismo si incide positivamente en la economía de las personas dedicadas al rubro y en la cual queda demostrada la idea a defender.

**CAPÍTULO III**  
**PROPUESTA**  
**“ESTABLECER PARÁMETROS PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO**  
**MEDIANTE EL DESARROLLO TURÍSTICO”**

### **3.1. Introducción**

En este Capítulo del estudio que formulan los objetivos específicos que permitirán alcanzar el objetivo general planteado en la estrategia de desarrollo turístico del municipio de Roboré en cuanto al turismo y el desarrollo económico de la región.

La definición de los objetivos específicos requiere de la identificación de unas líneas estratégicas que, una vez consensuadas, permitirán la formulación de las acciones precisas para hacer efectivo el crecimiento socioeconómico mediante el desarrollo turístico del Municipio de Roboré. Es requisito indispensable para que todo tenga sentido, lograr el compromiso de la totalidad de los agentes implicados (tanto del sector público) para la gestión, ejecución y desarrollo.

### **3.2. Justificación**

El turismo como alternativa económica del municipio de Roboré en los impactos de la planificación. Allí quedaran reflejadas las previsiones del crecimiento este punto trata de visualizar el futuro del destino turístico.

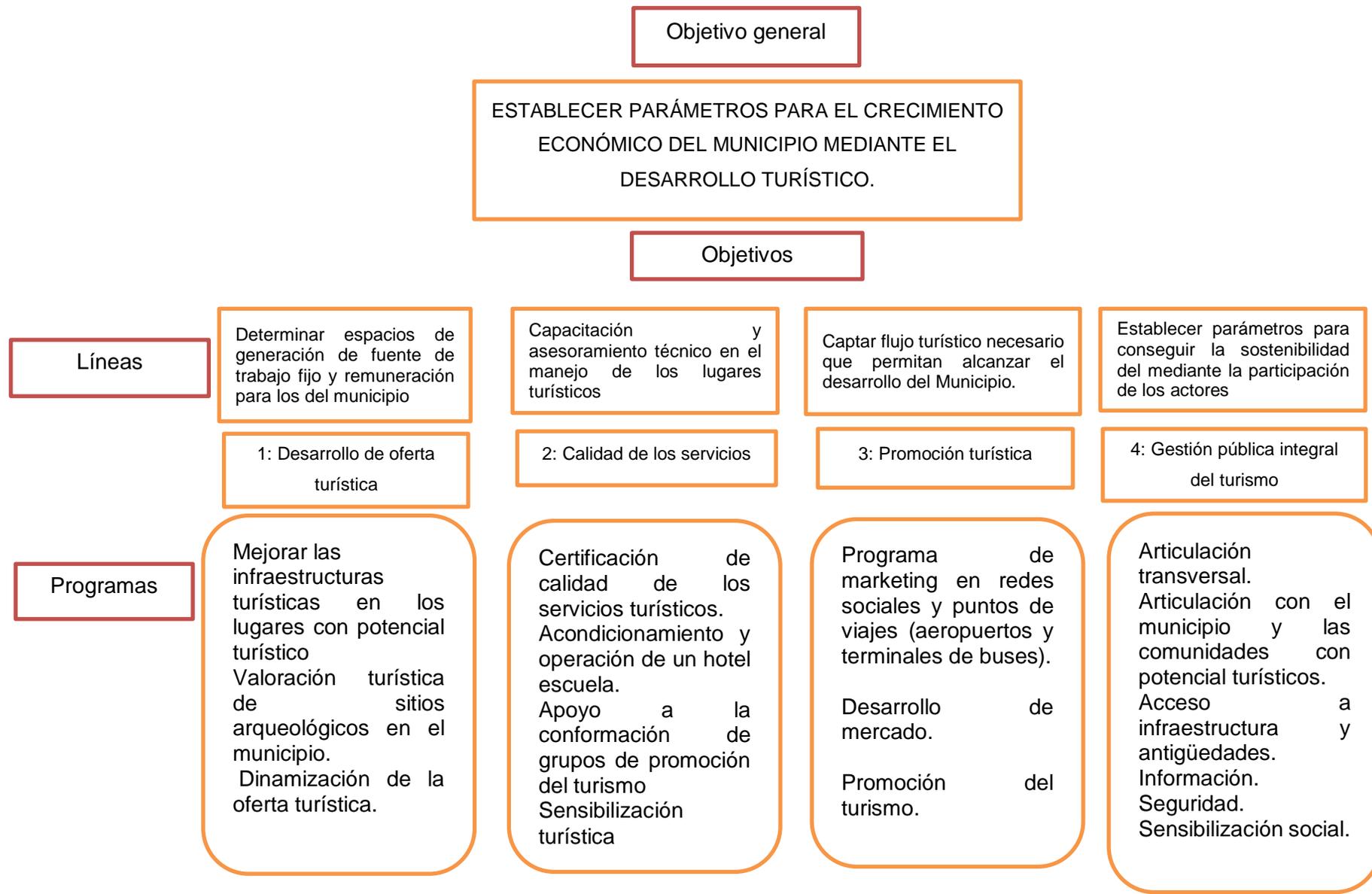
Esta visualización contemplara a los habitantes y administrativos del municipio como un centro turístico con oferta para todos los segmentos de visitantes (niños, jóvenes y adultos) y con ofertas catalogadas de mayor calidad, con un mayor peso de la población en los negocios turísticos (por ejemplo, los pagos por los servicios prestados por QR) esto es mayor repercusión del gasto en el territorio lo que sería dar otro paso hacia la sostenibilidad con una explotación turística planificada y racional que permita la coexistencia de la comunidad siempre bajo el control de las autoridades.

Con una mejora continua de las infraestructuras que posibilite que cada vez el destino tenga más ofertas alternativas y complementarias o lo que es lo mismo incrementar sustancialmente la media de la estadía en el destino turístico.

### **3.3. Objetivos y Estrategias de Desarrollo**

Los objetivos propuestos encierran cada uno una serie de áreas estratégicas donde se concentra la propuesta con un conjunto de planificación. En todo caso, el éxito de la consecución de los objetivos dependerá del grado de cumplimiento de los mismos.

### 3.4. Propuesta para el desarrollo turístico

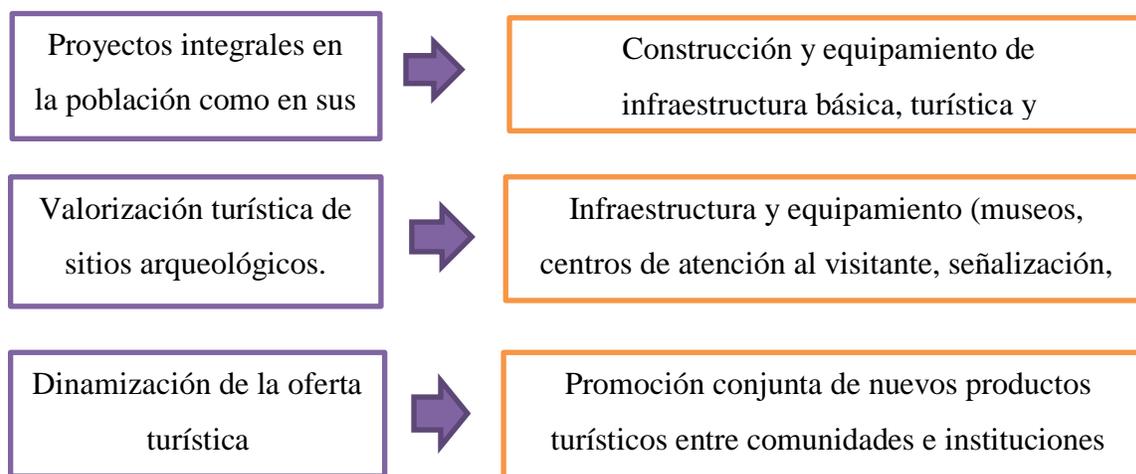


La naturaleza integral del desarrollo turístico implica pensar los efectos del desarrollo turístico, en términos económicos, sociales y ambientales. Económicamente porque el sentido de desarrollo tiene que ver con el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de los que esta favorecido esta región como medio para la estimulación del aparato productivo local. Socialmente, porque el turismo favorece a las comunidades dispersas en este territorio y porque genera muchas actividades ocupacionales ligadas directa e indirectamente al turismo y, ambientalmente porque su relación con los recursos naturales exige para su subsistencia como actividad la preservación y respeto del entorno natural y cultural.

### ❖ LÍNEA GENERAL 1.- DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA

Es uno de los componentes fundamentales del desarrollo turístico que debería ser llevado adelante por las instancias públicas en sus diferentes niveles junto al apoyo del sector.

El desarrollo de oferta como área de acción comprende la ejecución de tres grandes programas:



#### **Objetivos:**

Consolidar los productos turísticos actualmente ofertados y diversificar las actividades en base a un turismo especializado, tomando en cuenta las diferentes potencialidades turísticas existentes en el municipio y sus comunidades en el marco de la sostenibilidad y la participación local.

**Políticas:**

- Las acciones serán básicamente ejecución de la planificación.
- Fomento de actividades turísticas en busca de un turismo especializado
- Creación de infraestructura turística en la población como en sus comunidades con
- mayores recursos turísticos
- Integración de las comunidades pertenecientes al Municipio en la actividad turística como directos beneficiarios.
- Respeto a los valores culturales de los pueblos indígenas y revalorización de las culturas como elemento fundamental del que hacer turístico.

**CRONOGRAMA 1.-****MEJORAR LAS INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS EN LOS LUGARES CON POTENCIAL TURÍSTICO**

<b>Objetivos:</b>	<b>Condicionantes:</b>	<b>Descripción:</b>	<b>Destinos prioritarios identificados:</b>	<b>Acciones concretas:</b>
*Mejorar las infraestructura básica y turística en sitios donde existan recursos potenciales para su explotación, como mecanismo de impulso al desarrollo turístico buscando asegurar la sostenibilidad de los recursos naturales y culturales y lograr beneficios económicos y sociales.	*Capacidad de financiamiento del municipio involucrado como contraparte para la ejecución. *Compromiso de las entidades públicas competentes en la creación de infraestructura básica y otras entidades vinculadas a la cultura, medio ambiente, etc., para trabajar en los lugares seleccionados. *Existencia de Planes de Manejo o Planes Mínimos de Ordenamiento	*Consiste en la construcción y equipamiento de infraestructura básica y turística en zonas prioritarias del Municipio y sus comunidades, así como la rehabilitación del casco urbano en aquellos lugares donde sea necesario.	*El balneario de la quinta división *El chorro *Balneario san Manuel *Balneario municipal *El chorro san Luis *Los totalízales *La cascada de los helechos *La torre de David *Santuario mariano de la torre *El velo de la novia (cascada natural) *Aguas calientes (los hervores, el playón, el Burriño y el puente) *Valle de Tucabaca *El mirados *Circuito de los arcos y cuevas *Las pozas *Motacusal *Si bien los lugares mencionados se constituyen en regiones prioritarias de inversión, la ejecución de proyectos está abierta a otros destinos que ofrezcan posibilidades de contraparte para la dotación de infraestructura tanto básica como turística.	*Señalización turística *Centros artesanales *Centros de interpretación de información *Centros de información *Centro termal *Rehabilitación de centros turísticos en cascos urbanos *Senderos interpretativos *Equipamiento para área de descanso y picnic *Sistema de comunicación y seguridad

**CRONOGRAMA 2.-****VALORACIÓN TURÍSTICA DE SITIOS ARQUEOLÓGICOS EN EM MUNICIPIO.**

<b>Objetivo:</b>	<b>Condicionantes:</b>	<b>Descripción:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear y complementar la infraestructura interna en sitios arqueológicos prioritarios orientados estrictamente a facilitar la visita del turista y mejorar la operación en el lugar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de financiamiento y apoyo técnico del municipio involucrado como contraparte para la ejecución de proyectos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implica la construcción y equipamiento de infraestructura turística (museos, centros de atención al visitante, senderos y señalización) en los sitios arqueológicos ya identificados.</li> </ul>

**CRONOGRAMA 3.-****DINAMIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA**

<b>Objetivo:</b>	<b>Condicionantes:</b>	<b>Descripción:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar la oferta turística en los sitios identificados mediante la diversificación de circuitos y recorridos en los lugares turísticos que opere el sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión del sector en actividades turísticas, sobre todo en las zonas priorizadas.</li> <li>• Compromiso de las comunidades indígenas para emprender negocios vinculados a actividades turísticas, luego de haber sido asistidos técnicamente.</li> <li>• Existencia de infraestructura básica y turística necesaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consiste en la implementación de acciones específicas destinadas a asesorar, capacitar, asistir y facilitar las acciones del sector en las comunidades locales en el emprendimiento de actividades turísticas cada vez más especializadas y variadas de acuerdo a las características de los atractivos y a los gustos y motivaciones de los visitantes.</li> </ul>

## ❖ LÍNEA GENERAL 2.- CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

El sector turístico debe orientar su desarrollo hacia una oferta competitiva, que permita asegurar su sostenibilidad y tener las condiciones necesarias para proyectarse como un generador del desarrollo social y del empleo productivo.

Más allá de comprender la competitividad como “la capacidad de competir”, y del concepto ya tradicional de “la capacidad de conquistar, mantener y ampliar la participación en los mercados” se debe entender a la competitividad en su sostenibilidad, tanto en el tiempo, como en los resultados.

La competitividad es un reto que también se debe asumir desde el sector público. Las autoridades locales son las llamadas a impulsar la gestión competitiva a través de la capacitación para la aplicación de conceptos de calidad, procesos de mejora continua, sistema.

### ○ **Objetivos:**

Construir la oferta turística competitiva del sector orientando los esfuerzos empresariales a la producción de servicios de acuerdo a estándares internacionales de calidad.

### ○ **Políticas:**

Respaldar la inversión turística pública y privada apoyando la gestión de calidad en la prestación de los servicios.

<b>Estrategia 1.-</b> <b>*Programa de</b> <b>certificación de la</b> <b>calidad de servicios</b> <b>turísticos</b>	<b>Objetivos:</b> *Categorizar de acuerdo a estándares de los servicios de hospedaje y gastronomía como mecanismos para lograr niveles de competitividad en el mercado nacional. *Se considera trabajar dos componentes importantes:	<b>Apoyar a la gestión de calidad en los servicios de hospedaje y gastronomía</b> <b>Objetivos:</b> *Asistir técnicamente en tema de hospedaje y gastronomía para mejorar los niveles de calidad en la prestación de sus servicios. <b>Condicionantes:</b> *Participación activa de todos los involucrados en el sector turismo, en los programas de capacitación y mejora de los procesos del servicio. • Incremento del porcentaje de gente capacitada en turismo trabajando en el sector. <b>Descripción:</b> El sub programa comprende tres etapas principales:
--	--	--

<p><b>i) Conformación de grupos de apoyo técnico a la gestión de los servicios</b>  A través de esta acción se pretende la conformación de equipos de trabajo de consultores especializados debidamente seleccionados cuya función será:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitorear el nivel de calidad de los servicios de hospedaje y gastronomía en una primera fase, detectando los aspectos a mejorar.</li> <li>• Elaborar material técnico como (manuales, referencias de trabajo, etc.).</li> </ul> <p><b>ii) Capacitación de recursos humanos</b>  Como parte de las acciones de apoyo a la gestión de calidad en las empresas, se incluirán programas de capacitación sobre calidad en los procesos de servicio, de acuerdo a los siguientes módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad en la gestión del espacio turístico local.</li> <li>• Como producir calidad en los servicios.</li> <li>• Servicio en acción: Hospitalidad y excelencia.</li> <li>• Calidad en el servicio de guías</li> </ul> <p><b>iii) Elaboración de material de apoyo</b>  Uno de los aspectos más importantes para la calidad, es la existencia de documentación de referencia; por lo que se deberá contar con material de apoyo que contenga cada uno de los aspectos necesarios para una gestión de servicios de acuerdo a estándares de calidad.</p>		
<p><b>Estrategia 2.- acondicionamiento y operación de un Hotel - Escuela</b></p>	<p><b>Objetivo:</b>  Desarrollar un modelo de formación en la práctica, a través de capacitación, que posibilite la sinergia de la teoría y la práctica en la formación del personal involucrado en los servicios al turismo.</p>	<p><b>Condicionantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesariamente contar con el soporte técnico especializado</li> <li>• Apoyo del sector empresarial para la participación de su personal en los programas y formación.</li> </ul>
<p><b>Estrategia 3- Apoyo a la conformación de grupos de promoción del turismo.</b></p>	<p><b>Objetivo:</b>  *Incorporar a la población del municipio de Roboré y residente de la zona al turismo, a través de la conformación para los servicios turísticos.</p>	<p><b>Descripción:</b>  *La concreción de este programa requiere de la capacitación para la orientación de los emprendimientos y sobre todo la mejora de la calidad de los servicios que actualmente se prestan.</p>
<p><b>Estrategia 4.- sensibilización turística</b>  *El turismo como actividad económica tiene también la peculiaridad de constituirse en un factor que fortalece la identidad nacional exaltando los valores culturales e históricos del país, estimulando el amor y respeto por la naturaleza, promoviendo el desarrollo sostenible armónico con el medio</p>	<p><b>Objetivos:</b>  *Propiciar la cultura turística en la población y comunidades inmersas en la actividad turística, destacando su importancia como recurso económico y de reafirmación de la identidad cultural.</p> <p><b>Políticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambiar las "actitudes" para el turismo en general y para el servicio en particular a través de la sensibilización.</li> <li>• Reforzar los conocimientos de los prestadores de servicio</li> </ul>	<p><b>Descripción:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y edición del material de enseñanza para los niveles primario y secundario</li> <li>• Actividades complementarias a los procesos educativos en aula.</li> </ul> <p><b>*Sensibilización turística a la población en general</b></p> <p><b>Condicionantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación activa de los sectores público y privado relacionados con la actividad turística.</li> <li>• Predisposición a mejorar las condiciones de recepción, traslado y permanencia de la</li> </ul>

ambiente. Estos efectos del turismo se posibilitan a través de procesos de sensibilización que permiten educar a las poblaciones hacia actitudes hospitalarias, así como el aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos.	turístico de forma permanente secuencial. • Entre los componentes de acción de la sensibilización turística están la educación turística escolares y estudiantes y la sensibilización a la población en general.	demanda turística en los destinos turísticos de la región.
--	---	--

### ❖ LÍNEA GENERAL 3.- PROMOCIÓN TURÍSTICA

#### Objetivo General:

Incrementar los flujos turísticos hacia el Municipio de Roboré como alternativa económica de la población y sus comunidades, en un principio buscando en el mercado segmentos de toda calidad nacionales como extranjeros, para posteriormente buscar segmentos de mayor calidad y gasto, esto permitirá mejorar los ingresos por concepto del turismo receptivo y a la creación de fuentes de trabajo dentro del sistema económico que comprende esta actividad.

Por otro lado, la promoción turística no solo se la realizara para el mercado internacional, sino que se pretende desarrollar un proceso dirigido al interior del país que responda además de las consecuencias favorables en términos de creación de nuevas actividades productivas, a objetivos de carácter nacional de integración social.

<b>Cronograma 1.-</b> <b>*Programa de marketing en redes sociales y puntos de viaje (aeropuertos y terminales de buses)</b>	<b>Objetivo:</b> *Establecer la presencia especializados creando una imagen en los mercados emisores e incentivando a los consumidores potenciales hacia los productos estratégicos de esta región del país en los segmentos de interés especial, con convenios estratégicos con tour operadores que decidan incrementar la oferta en sus catálogos con destinos complementarios hacia esta región.	<b>Condicionantes:</b> • Implantar las Unidades Locales de Marketing en los mercados prioritarios de Bolivia. • Base de datos de Medios de Comunicación, Tour Operadores y periodistas de cada mercado.
	<b>Descripción:</b> *Las acciones están dirigidas al consumidor final con el objetivo de hacer conocer y comprender las riquezas naturales,	<b>Acciones:</b> • Base de datos de los mercados prioritarios relacionado con el turismo.

		<p>culturales e históricas que se tiene en este municipio (considerado el paraíso escondido) de Bolivia y generar más demanda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecución del plan de acciones de las Unidades Locales de Marketing y redes sociales como ser Facebook, Instagram y videos subliminales.</li> <li>• Promocionar los productos turísticos en los canales de televisión.</li> <li>• Organizar acciones de comercialización entre empresarios nacionales e internacionales.</li> <li>• Fomentar acciones de publicidad compartida con los Tour Operadores Diseño y difusión de material promocional como ser folletos con imágenes, mapas de los lugares turísticos que puede recorrer.</li> </ul>
<p><b>Cronograma</b> 2.- <b>*Programa de desarrollo mercados</b></p>	<p><b>Objetivo:</b></p> <p>*Introducir y presentar la Imagen Turística y productos de Bolivia – Municipio de Roboré en los mercados potenciales identificados.</p>	<p><b>Condicionantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentación Base de Datos de los mercados</li> <li>• Investigación de mercados</li> <li>• Conformación de Unidades Locales de Marketing.</li> </ul>	
<p><b>Cronograma</b> 3.- <b>*promoción del turismo interno</b></p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar viajes de recreación y aventura dentro del municipio al público potencial boliviano.</li> <li>• Incrementar la oferta de destinos turísticos en medios de comunicación nacional.</li> <li>• Asistencia y Organización de ferias del Producto turístico.</li> </ul>	<p><b>Políticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lanzar campaña de la imagen turística.</li> <li>• Desplegar un programa de publicidad y promoción eficaz de productos turísticos.</li> </ul>	
	<p><b>Condicionantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña promocional de imagen y productos.</li> <li>• Oferta de servicios turísticos.</li> <li>• Buenas condiciones de servicios básicos.</li> </ul>	<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas publicitarias en medios de comunicación.</li> <li>• Diseño y edición de material promocional.</li> </ul>	

#### ❖ **LÍNEA GENERAL 4.- GESTIÓN PÚBLICA INTEGRAL DEL TURISMO**

Se constituye en un campo de actuación fundamental por que comprende las formas de interacción que se suceden entre las organizaciones públicas departamentales, municipales y locales, así como también con la interacción con la sociedad civil. Actuar en esta dirección también se justifica por los cambios estructurales que se han venido dando en el país especialmente los referidos a la municipalización y descentralización administrativa que conllevan un proceso de maduración en la gestión y eficiencia de las políticas turísticas nacionales que deben ser fortalecidas por acciones concretas destinadas a cubrir las necesidades locales de desarrollo turístico.

El fortalecimiento de la gestión pública permite asegurar la sostenibilidad y el éxito de los diferentes programas de desarrollo que se establecen para el turismo.

#### **Objetivo general:**

Establecer canales de articulación entre las organizaciones públicas y las instituciones regionales y locales, estables y adecuadas para la compatibilización de la política nacional de turismo, entre la oferta pública y las demandas locales.

Las premisas sobre las que se apoya este proceso de gestión del desarrollo turístico en la esfera pública se expresan en las siguientes políticas:

- ✓ Mayor concentración de esfuerzos en municipios de alto potencial turístico.
- ✓ Compatibilización de prioridades de desarrollo turístico entre autoridades locales, municipios y gobernaciones.

<b>Cronograma 1.- Articulación con el municipio y las comunidades con potencial turístico</b>
---

*En este caso, la gestión turística institucional se refiere exclusivamente a las formas de integración de las organizaciones públicas del turismo en sus diferentes niveles.
---

*La magnitud de la propuesta de desarrollo requiere de una articulación central lo suficientemente autónoma en términos administrativos y de gestión que garantice su funcionamiento institucional y sobre todo el ente oficial del turismo deberá tener una situación jerárquica importante como para asegurar las relaciones de coordinación y trabajo en sus diferentes niveles. En este sentido, el fortalecimiento institucional forma parte importante.
---

*El funcionamiento adecuado se constituye en la garantía de sostenibilidad y éxito en los objetivos que se persiguen a nivel del turismo en el municipio, en tanto y cuanto se creen las condiciones materiales, técnicas y de recursos humanos suficientes como para encarar los desafíos y oportunidades del turismo.
---

<b>*Infraestructura de acceso</b>	*Referida a la mejora de las condiciones de los puntos de embarque y desembarque de pasajeros (terminales) calidad de las carreteras, señalización adecuada, etc.
<b>*Información</b>	*Independientemente de la promoción turística está destinada a cubrir las necesidades de los visitantes en cuanto a información específica del lugar.
<b>*Seguridad</b>	*Destinado a asegurar las condiciones adecuadas para eliminar los riesgos que suponen el desplazamiento de turistas por los circuitos turísticos.
<b>*Sensibilización social</b>	*Cuyo objetivo es transmitir las ventajas y desventajas a la población para que adopte una posición activa respecto a los visitantes facilitando sus desplazamientos y la interrelación de ellos con la población local.

Mediante la revisión y análisis de la información obtenida durante la realización del presente trabajo de investigación se considera al turismo como parte del desarrollo económico del municipio de Roboré, pero por falta de apoyo sus principales atractivos turísticos carecen de cuidados y modernización para ofrecer y estar a un nivel competitivo para promocionar al municipio de Roboré.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Conclusiones de los objetivos específicos:

- ❖ Se pudo realizar un análisis del marco legal del turismo en Bolivia con referencia a la Ley N° 292 y otras leyes pertinentes, se ha proporcionado una sólida base teórica para comprender la normativa y políticas que regulan la actividad turística en el país. Esta base teórica es esencial para comprender los fundamentos legales y gubernamentales que rigen el turismo en Bolivia, lo cual es relevante para el desarrollo del turismo en el municipio de Roboré.
- ❖ Se recabo la información específica sobre el presupuesto y las inversiones turísticas en el municipio de Roboré no se encuentra en la fuente actual proporcionada, el análisis realizado permite destacar la importancia de conocer y evaluar la situación actual del turismo en esta localidad. Conociendo la realidad del sector turístico en Roboré, es posible identificar oportunidades de mejora y abordar posibles desafíos que puedan existir en la promoción y desarrollo de la actividad turística.
- ❖ Aunque no se dispone de información concreta sobre las inversiones específicas en el turismo de Roboré en la fuente actual, es fundamental realizar una revisión detallada de los presupuestos y asignaciones destinadas a esta actividad. Evidenciar las inversiones municipales en el turismo permitirá tener una visión clara de los recursos disponibles y cómo están siendo utilizados para impulsar el desarrollo turístico en la localidad.
- ❖ Se pudo proponer una planificación estratégica para mejorar el desarrollo del turismo en el municipio de Roboré; según el objetivo de proponer una planificación estratégica para mejorar el desarrollo del turismo en Roboré es de gran relevancia. Con una base teórica sólida, el conocimiento de la situación turística actual y la evidencia de las inversiones disponibles, se podrán diseñar estrategias y acciones concretas para potenciar el turismo en el municipio. La planificación estratégica debe considerar aspectos como la promoción, infraestructuras, formación de actores locales y la participación activa de la comunidad para lograr un desarrollo turístico sostenible y beneficioso para todos los involucrados.

En conclusión, los objetivos específicos planteados fueron fundamentales para obtener una comprensión completa y actualizada del turismo en el municipio de Roboré, lo que permitió identificar áreas de mejora y formular una planificación estratégica efectiva para impulsar el desarrollo turístico en la región. Es importante complementar esta información con investigaciones adicionales y datos específicos sobre las inversiones municipales en el turismo de Roboré para una toma de decisiones informada y precisa.

## RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda realizar una investigación más exhaustiva sobre el tema del turismo en Bolivia y específicamente en el municipio de Roboré. Esto permitirá obtener datos más precisos y actualizados sobre el marco legal, políticas gubernamentales, inversiones y situación del turismo en la localidad. Se pueden consultar fuentes confiables como informes gubernamentales, estudios académicos, y datos oficiales de instituciones turísticas.
- ❖ Se sugiere buscar información más detallada sobre el turismo en Roboré, se deben identificar las áreas de mejora y las oportunidades de desarrollo en la actividad turística. Esto incluye la promoción de destinos, mejora de infraestructuras turísticas, fomento de la formación de guías y actores locales, entre otras acciones que puedan contribuir al crecimiento del sector.
- ❖ Se recomienda fomentar la colaboración y el trabajo conjunto entre el gobierno municipal, empresas turísticas, comunidades locales y otras partes interesadas. La participación activa de la comunidad en la toma de decisiones turísticas es esencial para un desarrollo sostenible y beneficioso para todos. Con base en la información recolectada, se debe diseñar una planificación estratégica que establezca objetivos claros y acciones concretas para mejorar el desarrollo del turismo en Roboré. Esta planificación debe ser realista, sostenible y alineada con las necesidades y características específicas de la localidad.
- ❖ Es importante invertir en estrategias de promoción turística efectivas que den a conocer los atractivos de Roboré y atraigan a visitantes. El uso de tecnologías digitales, redes sociales, sitios web turísticos y campañas de marketing pueden ser herramientas valiosas para promover el destino.
- ❖ Incentivar la capacitación y formación de guías turísticos y personal de servicios relacionados con el turismo. Una mano de obra bien capacitada y preparada para brindar una experiencia de calidad contribuirá a mejorar la percepción del destino por parte de los visitantes. Implementar un sistema de monitoreo y evaluación constante para medir el impacto de las acciones implementadas en el desarrollo del turismo en Roboré. Esto permitirá ajustar estrategias y corregir posibles desviaciones para lograr los objetivos planteados.

- ❖ Y por último considerar siempre principios de turismo sostenible en todas las acciones y decisiones relacionadas con el turismo en Roboré. El respeto al medio ambiente, la cultura local y el bienestar de la comunidad son fundamentales para un desarrollo turístico responsable y perdurable en el tiempo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arguello Zambrano , S. (2014). *Plan Estrategico de Marketing para fomentar los Atractivos Turisticos del Cnton de Montalvo* . Guayaquil .
- Arias Pérez, Dorys. *Teoría del Turismo, Análisis Comparativo*. La Paz-Bolivia: s/e, 2006. Pág. 44
- Avendaño Calle , G. (2003). *El Sector Hotelero y su Aporte al Producto Interno Bruto Regional del Departamento de la Paz*. la Paz.
- Avendaño Calle , G. (2003). *EL Sector Hotelero y su Aporte al Producto Interno Bruto Regional del Departamento de la Paz*. La Paz : Universidad Mayor de San Andres .
- Avila Valencia , J. (2022). *el presupuesto de inversion publica y el turismo del municipio puerto mayor de carabuco 2008-2018*.
- Baullon. (1995).
- Blas , M. (2012). *Estrategias Publicas Turisticas Escala Municipal* . Buenos Aires .
- Borbor Pozo, P. D. (2014). *Plan Estrategico para el Desarrollo del Turismo Comunitario en la Comuna Ayangue* . Santa Elena : Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena .
- Camacho Centella , L. (2019). *La Inversion Publica en los Servicios Turisticos en el Municipio de La Paz* . La Paz .
- Camacho Centellas , L. (2019). *La inversion publica en los servicios turisticos en el municipio de la Paz* . La paz .
- Campos Vera , N. (2016). *El Impacto del Turismo Cultural en la Economia del Departamento de la Paz*. La Paz.
- Campos Vera , N. N. (2004). *El Impacto del Turismo Cultural en la Economia del Departamento de la Paz* . La Paz : Universidad Mayor de San Andres .
- carol, m. r. (2019). *competividad del destino turistico como motor de crecimiento del departamento de la paz*.
- Cervantes, m. (2015).
- Condori Tapia , B. (2020). *Capacitacion a Artesanos en la Costura y Ornamentacion de Ropa Tipica y de Danzas Folkloricas* . el Alto .
- Eliodoro, I. p. (2005). *el turismo como medio de desarrollo* .
- Espejo Tapia Patricia y Tito López Soledad. Proyecto de Grado -Plan de educación y sensibilización turística dirigido a los actores locales de la población de Zongo distrito Rural 23 del Municipio de La Paz, Carrera de Turismo UMSA.2008, pág. 59.

- Furtado. (1974).
- Goded Salto, M. (1998). *EL IMPACTO DEL TURISMO SOBRE EL DESARROLLO ECONÓMICO*. Madrid.
- Huanca Mendoza , V. (2020). *Usos y costumbres de la comunidad Yumani-Isla del Sol y su relacion con la actividad Turistics* .
- López Chávez, J. I. (2019). *efectos del turismo sobre el desarrollo económico del municipio de Copacabana*.
- Loza Patón, E. (2005). *El turismo como medio de desarrollo de Copacabana*. Copacabana.
- Maceda Romero, G. (2019). *Competitividad del destino turístico Copacabana, motor de crecimiento económico del departamento de La Paz, 1998-2015*. La Paz .
- Matamoras, e. S. (2019). *ESTRATEGIA POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA PARA FORTALECER PLURINACIONAL DE BOLIVIA PARA FORTALECER*.
- MÉRIDA, Gonzalo. *Administración y bases para el Desarrollo Sostenible del turismo de Naturaleza*. 1ra Edición, Departamento de Publicaciones U.C.B. La Paz-Bolivia 1999, Pág. 4
- Ordoñez Ledezma , K. F. (2016). *Modelo de Gestion del Agroturismo en Bolivia en la Actualidad* . la Paz-Bolivia : Universidad Mayor de San Andres .
- Pairumani Ajacopa , R. (3013). *Turismo alternativo una nueva oportunidad para potenciar el turismo en la Paz* . La Paz.
- Peña Portillo , S. (2021). *PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL MUNICIPIO DE CAIROMA* . La Paz .
- Quenta Mamani , E., & Limachi Tambo , E. (2010). *Estrategias de promocion de la imagen turistica de Bolivia* . La Paz .
- Quispe, M. A. (2019). *MODELO DE GESTIÓN DE TURISMO*.
- Ramos Rasmussen , M. (2019). *El patrimonio Cultural inmaterial a traves del carnaval de lurin Lima* . Lima .
- Rojas. (2005).
- Tola Ayala , F. (2021). *el sector turismo y su contribucion al desarrollo productivo de Bolivia 1998-2019*. Bolivia .
- Usaid. (2006).
- Usaid. (2006).

Vasquez Cuadra, J. N. (2014). *Propuesta de Marketing Turístico Para el Desarrollo Socio Económico de la Quinta San Raphael* . Municipio de somoto : Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua.

Viudarre Cornejo , R. (2018). *Impactos Económicos Regionales del Turismo en el Municipio de Tiwanaku*. Tiwanaku.

**ANEXO**  
**ENCUESTA SOBRE EL TURISMO COMO ALTERNATIVA ECONÓMICA DEL MUNICIPIO**  
**DE ROBORÉ**

Preguntas.

1 ¿Qué destinos turísticos del Municipio de Roboré son los más visitados?

- |                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| a).- Aguas caliente | b).- Los balnearios |
| c).- Las cataratas  | d).- El mirador     |

2 ¿Qué tipo de estrategia se desarrolla para la promoción del turismo en el Municipio de Roboré?

- |                  |                     |
|------------------|---------------------|
| a).- Televisivos | b).- Redes sociales |
| c).- Revista     | d).- Videos         |

3 ¿Reciben capacitación por parte del municipio para mejorar los servicios al cliente?

- |         |         |
|---------|---------|
| a).- Si | b).- No |
|---------|---------|

4 ¿Cuáles son los principales problemas que tiene el sector turismo en el municipio?

- |                                   |                        |
|-----------------------------------|------------------------|
| a).- De inversión                 | b).- Falta de personal |
| c).- Mejorar las infraestructuras |                        |

5 ¿Desde su punto de vista que se debería mejorar en el sector del turismo en el municipio?

- |                   |                           |
|-------------------|---------------------------|
| a).- El servicio  | b).- Las infraestructuras |
| c).- Los paquetes | d).- Todos                |

6 ¿Usted cree que las estrategias que se viene desarrollando a favor del turismo son las adecuados?

- |         |         |
|---------|---------|
| a).- Si | b).- No |
|---------|---------|

7 ¿Usted cree que el turismo genera desarrollo económico para las familias dedicadas al turismo?

- |         |         |
|---------|---------|
| a).- Si | b).- No |
|---------|---------|

8 ¿Según la información que maneja usted la población participa en la planificación de estrategia en favor del turismo en el municipio?

- |         |         |
|---------|---------|
| a).- Si | b).- No |
|---------|---------|

9 ¿Ustedes cuentan con paquetes promocionales para ofrecer a los visitantes?

- |         |         |
|---------|---------|
| a).- Si | b).- No |
|---------|---------|

Muchas Gracias.