

UNIVERSIDAD MAYOR REAL Y PONTIFICIA DE SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA

VICERRECTORADO

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACION



DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN EL MUNICIPIO DE MONTEAGUDO

**TRABAJO EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER EN
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS**

CLIVER ÁLVAREZ VÁSQUEZ

SUCRE, DICIEMBRE 2023

CESIÓN DE DERECHOS

Al presentar este trabajo como requisito previo para la obtención del Título en Magister en Educación Superior de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, autorizo al Centro de Estudios de Postgrado 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 de 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.

Cliver Álvarez Vásquez

Sucre, Diciembre de 2023

DEDICATORIA

Desde lo más profundo de mi corazón, deseo dedicar este Trabajo de Investigación a Dios, a mi Familia, a mis Docentes y Amigos que me han acompañado e inspirado y ayudado incondicionalmente a hacer realidad este proyecto.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por estar presente en todo momento y por ser la luz que ha iluminado mi camino a lo largo de la senda de mi vida.

A mi Familia, Esposa, hija, Hijo y a mis Amigos que me apoyaron incondicionalmente durante estos años de formación postgradual todo mi reconocimiento y agradecimiento eterno.

A mi Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, a mis Docentes que impartieron sus conocimientos y me apoyaron con el trabajo de investigación, **a todos muchísimas gracias.....**

INDICE GENERAL

1	CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	ANTECEDENTES.....	1
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1	SITUACIÓN PROBLEMICA.....	2
1.2.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.1	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.3	OBJETO DE ESTUDIO	6
1.4	CAMPO DE ACCIÓN.....	6
1.5	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.5.1	OBJETIVO GENERAL	6
1.5.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.6	IDEA A DEFENDER	7
1.6.1	DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES.....	7
1.7	DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.8	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	9
1.9	DISEÑO MUESTRAL	12
2	CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL	15
2.1	MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL.....	15
2.1.1	Principios de Desarrollo Sostenible	15
2.1.2	Principios de Desarrollo Sostenible	16
2.1.3	El turismo Sostenible	17
2.1.4	Teoría Keynesiana.....	19
2.2	MARCO CONCEPTUAL.....	22
2.2.1	Crecimiento Económico.....	22
2.2.2	Desarrollo Económico	22
2.2.3	Nivel de vida	23
2.2.4	Desarrollo Económico Productivo	24
2.2.5	Desarrollo Económico Productivo	24
2.2.6	Desafíos para superar las actividades locales y generar mayor desarrollo	27
2.2.7	Desarrollo Humano.....	30
2.2.8	Municipio	30
2.2.9	Turismo	30
2.2.10	El Turismo y su importancia económica	34
2.2.11	El Turismo como actividad social.....	35

2.2.12	El Turismo fuente generadora de empleos	36
2.3	MARCO LEGAL.....	37
2.3.1	Marco Legal en Gestión municipal	37
2.3.2	Ley de Participación Popular (Ley Nº 1551).....	37
2.3.3	Ley de Descentralización Administrativa (Ley Nº 1654)	38
2.3.4	Ley de Municipalidades (Ley Nº 2028)	40
2.3.5	Ley INRA (Ley Nº 1715)	42
2.3.6	Ley de Promoción y Desarrollo de Actividad Turística (Ley Nº 2074)	43
3	CAPITULO III: DIAGNOSTICO	53
3.1	Información Básica del área de la investigación.....	53
3.1.1	Aspectos Espaciales	53
3.1.2	Aspectos Físicos Naturales.....	54
3.1.3	Aspectos Socio-culturales	58
3.1.4	Aspectos Económicos Productivos	59
3.1.5	Aspectos Organizativos Institucionales	59
3.1.6	Situación Socioeconómica	60
3.1.7	Acceso a Servicios Básicos	61
3.2	SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO	63
3.2.1	El turismo en Bolivia	63
3.2.2	El turismo en Chuquisaca.....	66
3.2.3	El turismo en Monteagudo	68
3.3	Oferta turística principales y potenciales rutas turísticas	69
3.3.1	Flujos de visitantes turistas.....	70
3.3.2	Características del flujo de turistas del Municipio de Monteagudo.....	70
3.4	Análisis integral de la actividad turística	73
3.5	Análisis de información primaria en base a encuestas	74
3.5.1	Aspectos Determinantes de turistas nacionales e internacionales:.....	74
3.5.1.1	Género de los encuestados	74
3.5.1.2	Procedencia	74
3.5.1.3	Edad de los turistas.....	75
3.5.1.4	Motivo de Visita a Sucre	76
3.5.1.5	Promedio de gastos al día.....	76
3.5.1.6	Actividades que le gusta realizar	77
3.5.1.7	Municipios que le gustaría visitar al turista	78
3.5.1.8	Atractivos turísticos de Monteagudo diferente a otros municipios.....	78
3.5.1.9	Disposición a cancelar por el turista	79

3.5.1.10	Obtención de información de lugares turísticos de Bolivia	80
3.5.1.11	Tiempo de permanencia	80
3.6	Determinación de la oferta.....	81
3.6.1	Atractivos turísticos de Monteagudo	81
3.6.2	Hoteles de Monteagudo	93
3.6.3	Restaurantes en Monteagudo	101
3.6.4	Costumbre y tradición de Monteagudo	106
3.6.5	INFRAESTRUCTURA.....	108
3.6.6	VIAS DE ACCESO.....	108
3.6.7	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE MONTEAGUDO	109
4	CAPITULO IV: PROPUESTA DE TURISMO SOSTENIBLE.....	122
4.1	CONSIDERACIONES GENERALES	122
4.2	ANÁLISIS FODA.....	124
4.3	DETERMINACIÓN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS CLAVE	124
	OBJETIVO GENERAL	126
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	126
4.4	ANÁLISIS Y ELECCIÓN DE ALTERNATIVAS Y PRIORIZACIÓN DE ACTIVIDADES	128
4.4.1	COMPONENTES DEL PROYECTO:	128
4.4.2	PRIORIZACIÓN DE ACTIVIDADES.....	130
4.5	PRIORIZACIÓN DE LAS ACCIONES	135
4.6	ANÁLISIS DE ACTORES.....	139
4.7	DIMENSIONAMIENTO / ALCANCE DEL PROYECTO	142
4.8	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO EN TODOS SUS COMPONENTES	143
4.8.1	COMPONENTE 1	144
4.8.2	COMPONENTE 2	145
4.8.3	COMPONENTE 3	146
4.8.4	CICLO DEL PROYECTO	147
4.9	PRESUPUESTO.....	150
4.10	MARCO LOGICO	152
5	CAPITULO V: ASPECTOS ORGANIZATIVOS Y DE GESTION.....	155
5.1	ESTRUCTURA ORGNIZACIONAL DE ADMINISTRACION Y GESTION.....	155
5.2	ROLES DE PARTICIPACIÓN	156
5.3	CRONOGRAMA DE EJECUCION	160
5.4	SISTEMA DE MONITOREO Y EVALUACIÓN.....	162
5.5	SOSTENIBILIDAD	164

6	CAPITULO VI: ANÁLISIS ECONOMICO Y FINANCIERO	166
6.1	INVERSIONES	166
6.2	FINANCIAMIENTO	167
6.3	INGRESOS DEL PROYECTO	168
6.4	FLUJO DE CAJA – RENTABILIDAD FINANCIERA.....	169
6.5	EVALUACION.....	170
6.5.1	EVALUACIÓN TÉCNICA.....	170
6.5.2	EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA.....	170
6.5.3	EVALUACIÓN SOCIOCULTURAL.....	171
6.5.4	EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	171
6.5.5	EVALUACIÓN FINANCIERA	172
7	CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	174
7.1	CONCLUSIONES.....	174
7.2	RECOMENDACIONES.....	175
8	BIBLIOGRAFÍA	176
9	ANEXOS.....	179

INDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1: Población de turistas Nacionales y Extranjeros en Sucre.....	12
Tabla Nº 2: División Político Administrativo	54
Tabla Nº 3: Porcentaje de Hogares por Disponibilidad de Energía Eléctrica en la Vivienda, Según Municipio, Censo 2012.....	62
Tabla Nº 4: Flujo de turistas visitantes a establecimientos de hospedaje en el Municipio de Sucre 2013 – 2023	66
Tabla Nº 5: Sucre Llegada de visitantes extranjeros, según modo de transporte, enero - julio, 2022 – 2023 (En número de personas)	67
Tabla Nº 7: Oferta Turística de Municipio de Monteagudo.....	72
Tabla Nº 8: Productos Etnográficos y Folclóricos.....	110
Tabla Nº 9: Productos Histórico Culturales.....	118
Tabla Nº 10: Producto Naturaleza	120
Tabla Nº 11: Análisis FODA Turismo en Monteagudo	123
Tabla Nº 12: Análisis de Estrategias y Acciones – Fortaleza Vs Oportunidades y Amenazas ...	125
Tabla Nº 13: Estrategias de Fortalecimiento de las capacidades locales.....	130
Tabla Nº 14: Priorización de actividades para el Desarrollo y Diversificación de Productos Turísticos	132
Tabla Nº 15: Priorización de actividades para Promoción, Difusión y Gestión Turística	134
Tabla Nº 17: Priorización de las acciones componente 1	136
Tabla Nº 18: Priorización de las acciones componente 2	137
Tabla Nº 19: Priorización de las acciones componente 3	138
Tabla Nº 20: Análisis de involucrados	139
Tabla N 21: Participantes directos e indirectos del proyecto	143
Tabla Nº 22: Presupuesto del Proyecto	150
Tabla Nº 24: Cronograma de Implementación general	160
Tabla Nº 25: Modelo Plan de Monitoreo y Evaluación	164
Tabla Nº 28: Flujo de Caja del Proyecto	169
Tabla Nº 29: Posibles Efectos ambientales del Turismo	172

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ubicación y División Política Administrativa	53
Ilustración 2: Pirámide Poblacional	58
Ilustración 3: SUCRE: LLEGADA DE VISITANTES EXTRANJEROS, SEGÚN MODO DE TRANSPORTE, ENERO - JULIO, 2022 – 2023 (En número de personas)	68
Ilustración 4: Estructura del gasto de los turistas nacionales y extranjeros en el municipio de Monteagudo.....	69
Ilustración 5: Género de los turistas	74
Ilustración 6: Procedencia	74
Ilustración 7: Edad de los Turistas	75
Ilustración 8: Motivo de Visita de los turistas.....	76
Ilustración 9: Gasto promedio en bs. al día	76
Ilustración 10: Tipo de actividad que le gusta realizar al turista.....	77
Ilustración 11: Municipio que le gustaría visitar al turista.....	78
Ilustración 12: Atractivos turístico diferente a otros	78
Ilustración 13: Disposición a cancelar por el turista	79
Ilustración 14: Cómo obtiene información de los lugares Turísticos.....	80
Ilustración 15: Cuanto tiempo piensa permanecer	80
Ilustración 16: Plaza principal 20 de agosto Monteagudo	82
Ilustración 17: Cañón de Heredia Monteagudo.....	83
Ilustración 18: Comunidad Ingavi Monteagudo.....	84
Ilustración 19: Comunidad Rodeo Monteagudo	84
Ilustración 20: Comunidad San Pedro Monteagudo.....	85
Ilustración 21: Iglesia San Antonio de los Sauces Monteagudo	86
Ilustración 22: Iglesia San Juan del Piraí Monteagudo	86
Ilustración 23: Iglesia San Miguel del bañado Monteagudo	87
Ilustración 24: Mirador San Juan del Piraí Monteagudo.....	87
Ilustración 25: Monumento Apiaguaiki Tumpa Monteagudo	88
Ilustración 26: Comunidad Piraimiri Monteagudo.....	89
Ilustración 27: Puente Heredia Monteagudo	90
Ilustración 28: Puente Lacayotal Monteagudo.....	91
Ilustración 29: Localidad San Juan del Piraí Monteagudo.....	91
Ilustración 30: Localidad San Miguel del Bañado Monteagudo	92
Ilustración 31: Hotel Marhabe Monteagudo	93
Ilustración 32: Residencial Olivia Monteagudo.....	94
Ilustración 33: Hotel Ibañez Monteagudo	95
Ilustración 34: Hotel Mansión Monteagudo.....	95
Ilustración 35: Residencial Monteagudo.....	96
Ilustración 36: Residencial Israel Monteagudo.....	97
Ilustración 37: Hotel Quebracho Monteagudo	98
Ilustración 38: Hotel Los balcones Monteagudo.....	98
Ilustración 39: Residencial Monteagudo.....	99
Ilustración 40: Hotel Fortín Monteagudo.....	100
Ilustración 41: Restaurant familia II Monteagudo	101
Ilustración 42: Restaurant El Buen Gusto Monteagudo.....	102
Ilustración 43: Tajibos café bar Monteagudo.....	103
Ilustración 44: Repostería Witimimbo Monteagudo	104

Ilustración 45: Pizzas Melfi Monteagudo	105
Ilustración 46: Pescadería Monteagudo	106
Ilustración 47: Fiesta San Miguel del Bañado Monteagudo	106
Ilustración 48: Interrelación de actores	142
ilustración 49: Ciclo de Implementación.....	149
Ilustración 50: Estructura organizacional y de gestión	155

1 CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

En el actual contexto que vive el país y el mundo promover un desarrollo turístico significa explorar alternativas y oportunidades que tradicionalmente no han sido consideradas, además, El turismo ha alcanzado actualmente una gran importancia social y económica dentro del sector de los servicios, convirtiéndose en una actividad importante para la reactivación de la economía nacional.

Bolivia tiene una topografía particularmente difícil, el turismo juega un papel muy importante, ya que, al momento de hablar de turismo en Bolivia, es hablar de paisajes naturales, una cultura rica y de diferentes matices que hacen una experiencia única de visitar el país.

El turismo es una actividad económica importante en muchos países, y puede ser una fuente de crecimiento económico y desarrollo local si se maneja adecuadamente. Sin embargo, el turismo también puede tener un impacto negativo en el medio ambiente y en la comunidad local si no se gestiona de manera sostenible. Por lo tanto, el desarrollo turístico sostenible se ha convertido en un enfoque popular para impulsar el crecimiento económico a largo plazo mientras se protege el medio ambiente y se respeta la cultura local.

El municipio de Monteagudo provincia Hernando Siles, se encuentra en el departamento de Chuquisaca-Bolivia, y cuenta con una rica historia y patrimonio cultural. Entre sus principales atractivos turísticos se encuentran la Catedral San Antonio de los Sauces, la Iglesia Juan XXII en Candúa Monteagudo, la Casa de la Cultura Monteagudo, el Museo de Arte Sacro y el Parque Nacional y área natural de manejo integrado Iñaño. (Monteagudo. G. A., 2022)

La oferta turística en Monteagudo ha sido objeto de varios estudios y análisis. Según un estudio realizado por la Universidad Mayor de San Andrés, los principales productos turísticos del municipio son el turismo cultural, el turismo religioso y el turismo de naturaleza. (Loza, 2017)

En el municipio de Monteagudo, el turismo tiene un gran potencial para impulsar su economía local debido a su rica cultura y belleza natural. Según el Plan de Desarrollo Municipal de Monteagudo (GAMM, 2016), el turismo es una de las principales fuentes de ingresos del municipio, pero se ha visto limitado por la falta de infraestructuras turísticas y la falta de promoción turística. Además, la falta de planificación y gestión adecuada ha llevado a la degradación del medio ambiente y la pérdida de la identidad cultural local.

Para abordar estos desafíos, se requiere un enfoque de desarrollo turístico sostenible que tenga en cuenta los intereses de la comunidad local, la protección del medio ambiente y el crecimiento económico a largo plazo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el desarrollo turístico sostenible implica "satisfacer las necesidades de los turistas y las comunidades anfitrionas al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades para el futuro" (OMT O. M., 2015).

Para lograr esto, es necesario involucrar a la comunidad local en la planificación y gestión del turismo, promover prácticas turísticas sostenibles y minimizar el impacto ambiental de las actividades turísticas. Además, se requiere una inversión en infraestructuras turísticas que sean sostenibles y respeten la identidad cultural local. Según Mowforth y Munt (Mowforth, 2009), el desarrollo turístico sostenible requiere una "visión a largo plazo" que tenga en cuenta los impactos sociales, culturales y ambientales a largo plazo.

En resumen, el desarrollo turístico sostenible es un enfoque importante para impulsar el crecimiento económico en el municipio de Monteagudo mientras se protege el medio ambiente y se respeta la cultura local. Se requiere una planificación y gestión adecuada que involucre a la comunidad local y promueva prácticas turísticas sostenibles para garantizar que el turismo beneficie a todos los interesados a largo plazo (Monteagudo. M. d., 2016).

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 SITUACIÓN PROBLEMICA

El Departamento de Chuquisaca posee innumerables potencialidades en temas de recursos naturales, socioculturales y turísticos que aún no han sido puestos en valor en su verdadera dimensión. Chuquisaca actualmente posee los segundos Índices de Desarrollo Humano

(IDH) más bajos de toda Bolivia, principalmente por la baja productividad de las tierras, la escasez de mercados para sus productos o la dificultad para producir en los volúmenes necesarios para mercados de exportación. Esta difícil situación ha generado que grandes grupos de pobladores de las áreas rurales emigren a las ciudades o hacia sectores con mayores posibilidades de ingresos.

Ante esta perspectiva, un gran porcentaje de los municipios ha cifrado sus esperanzas en el sector turístico, como una fuente alternativa de generación de ingresos para la mejora de calidad de vida de sus pobladores.

El municipio de Monteagudo cuenta con un potencial turístico significativo debido a su rica cultura y atractivos naturales. Sin embargo, la falta de desarrollo turístico sostenible ha limitado su capacidad para aprovechar plenamente estas oportunidades y generar un crecimiento económico sostenible.

A continuación, se presentan las principales problemáticas que enfrenta el municipio en este sentido:

Complementación y mejora de infraestructuras turísticas adecuadas: Si bien el municipio cuenta con infraestructuras turísticas modernas y adecuadas para recibir a los visitantes. Pero aún falta de hoteles, restaurantes, centros de información turística y otras instalaciones necesarias limita la capacidad del municipio para atraer y satisfacer a los turistas.

Escasa promoción turística: Monteagudo no ha realizado esfuerzos significativos en la promoción turística a nivel nacional e internacional. La falta de estrategias de promoción efectivas impide que el municipio se dé a conocer como un destino turístico atractivo, lo que resulta en una baja afluencia de visitantes y un impacto limitado en la economía local.

Débil participación comunitaria: La participación y empoderamiento de la comunidad local son fundamentales para el desarrollo turístico sostenible. Sin embargo, en Monteagudo, la participación comunitaria en la toma de decisiones relacionadas con el turismo es limitada. Esto puede llevar a la falta de apropiación local del desarrollo turístico y a la falta de beneficios tangibles para la comunidad.

Estas problemáticas representan desafíos significativos para el desarrollo turístico sostenible y el crecimiento económico en el municipio de Monteagudo. Para superar estos obstáculos, se requiere una planificación estratégica, la implementación de políticas adecuadas y la participación activa de todos los actores involucrados, incluyendo al gobierno local, la comunidad y los empresarios turísticos. Al abordar estas problemáticas, Monteagudo puede aprovechar plenamente su potencial turístico y lograr un crecimiento económico sostenible a largo plazo.

1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo impulsar el desarrollo turístico sostenible para lograr un crecimiento económico sostenible en el municipio de Monteagudo del departamento de Chuquisaca?

1.1 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Bolivia es un país multilingüe y pluricultural, este concepto hace ver como resultado que aún se conservan las tradiciones, costumbres intactas, en diferentes regiones de Bolivia, esta diversidad se manifiesta en el gran potencial turístico nacional, no en vano el slogan de Bolivia hacia el mundo indica: “Lo Autentico Aún Existe”.

Existen muchas razones para apostar por el turismo en el Municipio de Monteagudo como una estrategia viable de desarrollo, entre los elementos más importantes es que contribuye a fortalecer la cultura, pero también permite reciclar los recursos económicos dentro del mismo país, (en el caso del turismo interno) o generar divisas en el caso del turismo receptivo, permitiendo que los frutos del turismo se irradien a pueblos y comunidades cada vez más lejanos. Se manifiesta además en fuentes de empleo, en negocios que producen un valor agregado, en infraestructura física, en inversiones y en otros aspectos cualitativos, como la conservación del medio ambiente.

El desarrollo turístico sostenible es un enfoque clave para impulsar el crecimiento económico de una región a largo plazo, al mismo tiempo que se preservan los recursos naturales y culturales. En el caso del municipio de Monteagudo, este enfoque se vuelve especialmente relevante debido a su potencial turístico y la necesidad de generar un

crecimiento económico sostenible. A continuación, se presenta la justificación de la investigación que aborda esta problemática:

Importancia económica del turismo: El turismo es una actividad económica de gran importancia a nivel mundial y puede ser una fuente significativa de ingresos y empleo para las comunidades locales. En el caso de Monteagudo, el desarrollo turístico sostenible puede generar oportunidades económicas para los residentes locales, promoviendo la creación de empleo, el desarrollo de empresas locales y el aumento de los ingresos en la región.

Preservación del patrimonio natural y cultural: Monteagudo cuenta con una rica cultura y atractivos naturales que son valiosos tanto desde el punto de vista ambiental como cultural. El desarrollo turístico sostenible permite aprovechar estos recursos de manera responsable, promoviendo su conservación y preservación a largo plazo. Esto garantiza que las generaciones futuras puedan disfrutar y beneficiarse de estos activos, al tiempo que se promueve el orgullo y la identidad cultural de la comunidad local.

Mejora de la calidad de vida: El desarrollo turístico sostenible puede tener un impacto positivo en la calidad de vida de los residentes locales. A través del crecimiento económico generado por el turismo, se pueden mejorar las infraestructuras y servicios básicos, como transporte, educación y salud. Además, el turismo puede promover el orgullo y la valoración de la comunidad local, fortaleciendo los lazos sociales y fomentando el sentido de pertenencia.

Desarrollo equitativo y participativo: El desarrollo turístico sostenible se basa en la participación activa de la comunidad local en la toma de decisiones y en la distribución equitativa de los beneficios. Esto implica empoderar a los residentes locales, promoviendo su participación en la planificación, gestión y promoción del turismo. De esta manera, se evita la exclusión social y se garantiza que los beneficios del turismo se compartan de manera justa entre todos los sectores de la sociedad.

La presente investigación se justifica en base a la necesidad de abordar las problemáticas existentes en el desarrollo turístico sostenible en el municipio de Monteagudo, con el objetivo de impulsar un crecimiento económico sostenible que beneficie a la comunidad local, preserve los recursos naturales y culturales, mejore la calidad de vida y promueva un

desarrollo equitativo y participativo. A través del análisis y propuestas resultantes de esta investigación, se espera contribuir al diseño e implementación de estrategias efectivas para el desarrollo turístico sostenible en Monteagudo.

1.3 OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio de esta investigación está dado por el desarrollo económico sostenible del sector turístico del municipio de Monteagudo.

1.4 CAMPO DE ACCIÓN

El campo de acción de esta investigación se enfoca en el desarrollo de una propuesta estratégica turística en el municipio de Monteagudo.

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de esta investigación es:

Realizar una propuesta para impulsar el desarrollo turístico sostenible en el municipio de Monteagudo, con el fin de lograr un crecimiento económico sostenible que promueva el bienestar de la comunidad.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar la teoría correspondiente para el encuadre de la investigación.
- ✓ Analizar la situación actual del desarrollo turístico en el municipio de Monteagudo, identificando las principales limitaciones y desafíos que impiden un crecimiento económico sostenible.

- ✓ Identificar las necesidades y expectativas de la comunidad local en relación con el desarrollo turístico, asegurando su participación activa en la toma de decisiones y la implementación de la propuesta.
- ✓ Desarrollar una propuesta de promoción, difusión y gestión turística efectiva para dar a conocer el municipio de Monteagudo como un destino turístico atractivo, utilizando diversas herramientas y canales de comunicación, tanto a nivel nacional como internacional.
- ✓ Realizar un análisis financiero para la propuesta de desarrollo del turismo sostenible en el municipio de Monteagudo.

1.6 IDEA A DEFENDER

La idea a defender de esta investigación es que el desarrollo turístico sostenible es una estrategia clave para impulsar el crecimiento económico sostenible en el municipio de Monteagudo, al mismo tiempo que se preservan los recursos naturales y culturales y se promueve el bienestar de la comunidad local.

1.6.1 DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable independiente: Desarrollo turístico sostenible: Esta variable representa las estrategias y acciones implementadas para promover un turismo que sea sostenible desde el punto de vista económico, social y ambiental. Incluye aspectos como la mejora de las infraestructuras turísticas, la promoción efectiva del destino, la conservación del patrimonio natural y cultural, y la participación comunitaria en la toma de decisiones.

Variable dependiente: Crecimiento económico: Esta variable representa el impacto económico generado por el desarrollo turístico sostenible en el municipio de Monteagudo. Incluye indicadores como el aumento del número de visitantes, los ingresos generados por el turismo, la creación de empleo en el sector turístico y el desarrollo de empresas locales.

1.7 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Tipo de la Investigación.

La investigación según el enfoque metodológico será Mixto. (Cuantitativo- Cualitativo). Cuantitativo, porque se recogerán los principales indicadores y estadística relacionada con el turismo en el municipio de Monteagudo.

Cualitativa, porque se tomó en cuenta la información relacionada con la actividad turística en el municipio.

El tipo de investigación además será descriptivo propositivo. Descriptivo porque en su desarrollo se describirán y caracterizarán los principales atractivos turísticos y actividades relacionadas con este sector de la economía, asimismo se planteó una propuesta, en respuesta a la problemática planteada en la investigación.

Investigación descriptiva

El propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investiga (Díaz, f. y Hernández, G., 2002).

La investigación tiene el soporte en el análisis y descripción de todos los hechos e información necesaria, implicando el desarrollo de los distintos capítulos del proyecto de forma sistemática y ordenada. Permitiendo así una comprensión más adecuada de los hechos, como los correctos cursos de acción a implementarse.

Investigación transversal

La investigación transversal es muy usada en ciencias sociales, teniendo como sujeto a una comunidad humana determinada. Frente a otros tipos de investigaciones, como las

longitudinales, la investigación transversal limita la recogida de información a un momento dado y no así a un periodo. (Hernández S. R., 2010).

La presente investigación tomó en cuenta la recolección de información en la gestión 2022, además es importante hacer notar que se trata de un periodo de recuperación el que enfrenta la actividad turística.

1.8 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

La metodología o procesos a seguir para el desarrollo del tema de investigación y cumplimiento del objetivo planteado serán apoyados con distintos métodos para aplicar de acuerdo a la necesidad o requerimiento de la investigación. Se utilizaron los siguientes métodos:

MÉTODOS

Método Estadístico

Tiene como objetivo el facilitar el análisis y la síntesis de los datos cuantitativos comprende fundamentalmente el cálculo de índices, relaciones, porcentajes que contribuyen a explicar comportamientos y tendencias del objeto estudiado (Fernández, 2005).

Por medio de este método se pudo determinar la población y la muestra, asimismo fue utilizado en la tabulación de la información, lo que facilitó la interpretación y análisis de los datos especialmente numéricos relacionados con el crecimiento del sector turístico, así como los relacionados con la variable del desarrollo turístico del Municipio de Monteagudo.

Método Bibliográfico

Se refiere específicamente a la revisión de teorías utilizadas durante la realización del trabajo, donde se considera autores de diversas características. Este método ayuda a realizar un análisis comparativo de las teorías relacionadas, con el tema para seleccionar la más adecuada a los intereses de investigación (Hernández S. R., 2010).

Se aplicó principalmente en la elaboración del marco teórico, y también fue muy útil para la consulta de documentos relacionados con el crecimiento del sector turístico.

Método Sintético

Es un procedimiento analítico racional, que trata en reconstruir un evento de manera resumida, para ello usando los elementos más representativos del suceso. Consiste en resumir un fenómeno en un procedimiento mental, teniendo como meta la comprensión cabal de la esencia de la investigación en todas sus partes y particularidades. (Hernández R. F., 2014).

Este método fue aplicado en cada paso de la investigación hasta la construcción final del documento. Por medio de una selección ordenada, sistemática y relevante de cada dato recolectado, en cada uno de los capítulos desarrollados, permitiendo así, tener una comprensión y proyección concisa de los hechos, consecuente con los objetivos del desarrollo turístico propuesto.

Método Analítico

Es la separación en forma material o mental del objeto de investigación en sus partes integrantes, con la finalidad de descubrir los elementos esenciales que lo componen: Fija límites del objeto a analizar, determina los criterios de descomposición del todo, las delimita y estudia cada parte. (Hernández R. F., 2017).

Para el desarrollo sistemático de la investigación, este método ayudó a revisar, investigar y analizar ordenadamente cada uno de los factores involucrados, que derivaron en: un análisis del entorno y del mercado, la indagación de las estrategias y su ejecución, así como el análisis del crecimiento económico del sector, permitiendo tener un diagnóstico completo de la situación.

Método Inductivo

El método inductivo es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos

asociados. El método inductivo utiliza la observación directa de los fenómenos, la experimentación y el estudio de las relaciones que existen entre ellos. Inicialmente, se separan los actos más elementales para examinarlos en forma individual, se observan en relación con fenómenos similares, se formulan hipótesis y a través de la experimentación se contestan (G., 2003).

Se pudo obtener un razonamiento de los hechos críticos de los lugares turísticos por su escasa promoción de los destinos turísticos a causa del desinterés de las autoridades y la población misma.

Permitió pasar de un razonamiento particular del turismo del municipio de Monteagudo a un conocimiento más general que refleja la importancia de la promoción turística.

Método Deductivo

Consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal. Este método llevó al conocimiento de lo general a lo particular de los hechos y causas (Hernández S. R., 2010).

Esto permitió pasar del conocimiento general a un razonamiento particular del turismo en los lugares turísticos del municipio de Monteagudo, se utilizó principalmente para precisar y puntualizar las conclusiones.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Con la finalidad de obtener datos de primera fuente se recurrió a la siguiente técnica:

Encuesta

Es una pesquisa o averiguación utilizando como herramienta los cuestionarios, tienen el propósito de obtener la opinión pública, testimonios orales y escritos de personas sobre algún tema en específico. Consiste en realizar preguntas a un número apreciable de personas entre cientos, miles a millones. Este grupo se selecciona mediante un procedimiento probabilístico (Hernández R. F., 2014).

Esta herramienta estableció las bases del desarrollo de las encuestas aplicadas para la investigación de información primaria, la cual contribuyó a determinar factores, características y percepciones de los segmentos turistas.

Esta técnica de recolección de datos fue utilizada para recoger información relacionada con el fenómeno estudiado. Para ello, se estructuró un cuestionario que fue aplicado a los turistas tanto nacionales como extranjeros.

1.9 DISEÑO MUESTRAL

El procedimiento muestral desarrollado responde a los siguientes criterios:

Definición de la Población

La población meta de la presente investigación está descrita de la siguiente forma:

- **Unidad de la muestra:** Población de turistas nacionales y extranjeros que visitan el municipio de Sucre.
- **Elemento:** Turista nacional o extranjero que visitan el municipio de Sucre.
- **Extensión:** Municipio de Sucre.
- **Tiempo:** Gestión 2022.
- **Parámetro pertinente:** Hombre o mujer mayor de edad que visita el municipio de Sucre para realizar actividades turísticas.

Determinación del Marco Muestral

El marco muestral del presente estudio estará compuesto por turistas nacionales y extranjeros que visitan el municipio de Sucre.

Tabla N° 1: Población de turistas Nacionales y Extranjeros en Sucre

Detalle de Población	Cantidad de ingresos
Turistas Nacionales	103.856
Turistas Extranjeros	47.156
Total	151.012

Fuente: Secretaría de Turismo de la Alcaldía, 2022

Selección de la Técnica de Muestreo

El tipo muestreo utilizado, es el muestreo aleatorio simple, y la técnica de muestreo probabilística en la que cada elemento de la población tiene la probabilidad de selección conocida como equitativo, ya que esta técnica de muestreo no solo asegura una muestra representativa, sino que también produce una estimación de la cantidad de una población y una especificación de la precisión.

Fórmula de Muestreo

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Población total del segmento o universo.

Z: Nivel de confianza.

P: Probabilidad de Éxito.

Q: Probabilidad de Fracaso.

E: Error de estimación.

Esta fórmula se aplica a poblaciones finitas menores a 300000 unidades muestrales, razón por la cual se eligió para el presente trabajo.

Determinación del Tamaño de la Muestra

La determinación de la muestra estará en función a los siguientes criterios:

- Probabilidad de éxito: $P = 50\%$.
- Probabilidad de fracaso: $(1-P) = 50\%$.
- Error Permitido: $E = 5\%$.

Se asume como máximo error permitido el valor del 5% de todas las encuestas, de manera que la muestra sea representativa y confiable.

- Nivel de confianza: $Z = 1,96$.

El margen de confianza está en función del error permitido anteriormente.

- El marco muestral es de turistas que visitan el municipio de Sucre en la gestión 2022.
- Aplicando la fórmula se tiene el siguiente Tamaño de la muestra:

$$n = n = \frac{(1.96)^2 * 129.066 * 0.50 * 0.50}{0.05^2(129.066 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 379 \text{ turistas.}$$

2 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL

2.1 MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL

2.1.1 Principios de Desarrollo Sostenible

Cuando se habla de desarrollo, uno se enfrenta con un conjunto de dinámicas sociales, económicas y políticas, generalmente difíciles de captar su coherencia, ya que para diferentes grupos sociales y en cada caso de acuerdo a su contexto y patrones propios de desarrollo, se trata simplemente de sobrevivir, para otros satisfacer necesidades básicas para mejorar la seguridad de sus medios de vida; para otros de enriquecerse para tener un poder social y económico, etc.

El concepto de desarrollo bajo la concepción occidental, es entendido principalmente desde un punto de vista económico; cuando se habla de desarrollo de una sociedad, espontáneamente pensamos en el crecimiento económico per cápita o algún otro indicador económico, y no pensamos también en el desarrollo de la sensibilidad, de las necesidades de protección, entendimiento, identidad, libertad, participación, creatividad y otras necesidades básicas del ser humano o la familia.

De acuerdo al informe de Naciones Unidas titulado “Nuestro Futuro Común”, se definió el desarrollo sostenible como “la capacidad de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad que tendrán las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”. Esta definición implica incrementar o por lo menos no disminuir las capacidades productivas de la sociedad, que son aquellas conformadas por el capital humano, el capital económico/financiero, el capital natural y el capital social.

El desarrollo sostenible contempla un cambio en prioridades, valores y en los consumos desmedidos prevalecientes en el ámbito mundial, así como en los enfoques de crecimiento, los cuales deberán tomar esquemas más sanos que promuevan la conservación, la reducción de consumos, la minimización de desperdicios y protejan los valores de la naturaleza, la cultura y el medio ambiente.

El desarrollo sostenible conduce hacia un equilibrio dinámico entre todas las formas de capital o patrimonio que participan en el ámbito regional, nacional y mundial como son: el humano, el natural, el físico, el financiero, el institucional y el cultural.

2.1.2 Desarrollo Sostenible

La incorporación de la sostenibilidad en el proceso de desarrollo exige un esfuerzo sistémico y de pensamiento estratégico, que abarca diversos aspectos como la conducción de la política económica, la gestión de los recursos naturales, la innovación tecnológica, la participación de amplios sectores de la población, la educación, la consolidación de instituciones, la inversión, la investigación y la transformación productiva, lo cual implica la consideración de un modelo de desarrollo basado en un enfoque holístico.

Bajo esta consideración podemos afirmar que el turismo representa un modelo holístico que permite promover un desarrollo sostenible. Las tendencias actuales apuntan a la búsqueda de nuevas formas de turismo, de destinos nuevos y más auténticos, de entornos culturales diferentes. El turismo es una actividad propia de la sociedad moderna, que ha surgido de la necesidad de las personas por conocer sitios nuevos y diferentes al habitual.

Los turistas buscan encontrarse con sociedades distintas, cuyas gentes les proporcionen los servicios necesarios de alojamiento, alimentación, transporte, etc. A cambio de un precio, para en conjunto lograr una experiencia de viaje gratificante.

El turismo ha avanzado y se ha extendido con rapidez, gracias al uso de medios de transporte cada vez más rápidos, cómodos y accesibles, que permiten desplazamientos más óptimos en tiempo y dinero.

El turismo podría definirse como: "...el movimiento temporal de personas hacia destinos fuera de su lugar habitual de residencia, las actividades que realizan durante su viaje, los servicios que reciben en base a un precio y los equipamientos creados para dar respuesta a sus necesidades".

De este concepto, surgen los componentes fundamentales de la actividad turística, que para el planificador y gestor municipal deben estar muy presentes.

- La conciencia de ser un destino turístico,
- Las actividades a realizar por el turista
- Los servicios y equipamientos disponibles
- El precio
- Y las necesidades del turista

En el turismo no todo son beneficios, pese a que un cuidadoso proceso de planificación consigue reducir o frenar los problemas. Para equilibrar la balanza entre los efectos positivos y negativos del turismo, el desarrollo turístico ha evolucionado poco a poco.

El nuevo modelo de desarrollo turístico hace énfasis en consideraciones sociales y ambientales, que hasta el momento no habían sido tomadas en cuenta, y se conoce como “turismo sostenible”.

2.1.3 El turismo Sostenible

A comienzo de los años setenta aparecen nuevas aproximaciones al tema turístico desde perspectivas críticas y medioambientales. Sin embargo, no es hasta principios de la década de los noventa cuando se plantea la sostenibilidad en el turismo. En efecto, el 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) celebrado en 1991 bajo el epígrafe de Turismo cualitativo se plantea la complejidad del estudio de la sostenibilidad del turismo, y en tal sentido el turismo sostenible fue descrito como un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos. El turismo debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación de los valores naturales y culturales.

Por otro lado, en septiembre de 1993, se inicia el proceso de aplicación de la Agenda 21 y de la sostenibilidad al ámbito turístico de la Cuenca Mediterránea con la celebración de la Conferencia Euro mediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible (HyeresLes Palmiers, Francia). Dentro del mismo año sería la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el documento titulado *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects* definió el concepto de Turismo Sostenible como:

"El turismo sostenible atiende las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida".

El turismo sostenible conlleva que los recursos naturales, históricos y culturales destinados al turismo se conserven para su uso continuo tanto en el presente como en el futuro. De hecho, el turismo puede, en caso necesario, reforzar estos recursos. El turismo sostenible también significa que su desarrollo no genera problemas ambientales o socio-culturales, que se mantiene o mejora la calidad ambiental global de la zona turística, que se mantiene un alto nivel de satisfacción por parte del turista de forma que se protegen los mercados, y que los beneficios del turismo se reparten ampliamente por toda la sociedad.

En el marco de esta declaración fundamental, se pueden ampliar los principios de desarrollo turístico sostenible de la forma siguiente:

- **Los recursos naturales, históricos, culturales y de otro tipo empleados por el turismo se conservan para su uso continuado en el futuro, reportando así al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual.** Este enfoque de desarrollo sostenible reviste especial importancia en el turismo dado que este sector depende principalmente de las actividades y atracciones turísticas que guardan relación con el entorno natural y con el patrimonio cultural e histórico. Si estos recursos se degradan o destruyen, el turismo se debilita. De hecho, la conservación de algunos de estos recursos puede con frecuencia verse favorecida gracias al desarrollo turístico.

El mantenimiento de los aspectos deseables de las tradiciones culturales e identidades étnicas constituye un elemento importante de conservación del patrimonio cultural de una zona. La conservación de los recursos puede contribuir a que los residentes de una zona adquieran mayor conciencia de su patrimonio y apoyen esta protección.

- **Los beneficios del turismo se reparten ampliamente por toda la sociedad.** El desarrollo turístico debe planificarse y gestionarse de forma que sus beneficios económicos

se repartan tan ampliamente como sea posible por toda la comunidad del destino. De esta forma, los beneficios se optimizarán y los residentes prestarán su apoyo al turismo local. Los proyectos turísticos de base comunitaria son una técnica importante para hacer llegar los beneficios a los residentes del área.

2.1.4 Teoría Keynesiana

Keynes fue un economista inglés que impuso una nueva forma de pensar la economía capitalista instaurando un marco teórico que traería aparejadas renovadas políticas. Realmente nació un paradigma diferente que dominó la escena político-económica desde el fin de la Segunda Guerra Mundial y hasta principios de los 70, período que algunos llaman “la edad de oro del capitalismo”, pues la economía global experimentó un crecimiento sin precedentes en la historia.

La obra cumbre de Keynes editada en 1936 titulada “The General Theory of Employment, Interest and Money” constituye la esencia de su contribución a la teoría económica en general y es donde a partir de la cual, junto con otros estudios previos, se conforma lo que hoy conocemos como la macroeconomía. Resaltaba el término “general” por entender que las ideas clásicas sólo eran aplicables a un caso particular y ésta dejaba de lado todo un cúmulo de situaciones que necesitaban ser explicadas. Con ella ataca principalmente el supuesto de pleno empleo, intentando demostrar que el capitalismo se desarrolla en condiciones fluctuantes de la actividad económica y que dicho pleno empleo es sólo un caso específico. Además, la teoría es general porque apunta a explicar el funcionamiento del sistema económico en su totalidad y no analizar sólo el ámbito de un mercado como lo hacía hasta entonces la teoría clásica.

En el sistema de Keynes se encuentra una secuencia entre beneficios e inversión en la que es importante detenerse. Se ha visto que la eficiencia marginal del capital está determinada por los ingresos esperados por parte de los empresarios; estos ingresos esperados, a su vez, están condicionados por la demanda esperada. Pero la demanda esperada depende decisivamente de la inversión, de manera que hasta cierto punto la demanda está condicionada por los beneficios y éstos por la inversión. Esto es, los empresarios obtienen beneficios en la medida en que deciden invertir, porque los beneficios dependen de la demanda; y deciden invertir porque esperan altos beneficios. Aunque Keynes nunca llegó

a formular la cuestión de esta manera, el planteo está implícito en su teoría. Como observa Nicholas Kaldor, Keynes en realidad “...considera que las rentas empresariales son el resultado de sus decisiones de inversión, en vez de la inversión.

Entre los factores que determinan el ingreso en la teoría de Keynes, el consumo es el determinante, y la inversión es arrastrada, en última instancia, por el consumo. Pero a su vez la inversión tiene primacía con respecto al ahorro; esta relación entre el ahorro y la inversión constituye un giro significativo con respecto al planteo neoclásico.

En Keynes, subrayo que el ahorro y la inversión no son igualados por la tasa de interés, sino por el ingreso. Ésta es, a consideración del propio Keynes, la novedad inicial y más importante de su tratamiento de la relación entre ahorro e inversión.

Además, explica que cuando aumenta la inversión, aumenta el ingreso, y este aumento del ingreso genera un aumento correspondiente del ahorro. Para fijar los conceptos, se sostiene que en Keynes:

- a) El ingreso no se supone que esté al nivel del pleno uso de los recursos
- b) La inversión es el factor activo con respecto al ahorro.
- c) El ahorro es un residuo.

Y la secuencia es:

- 1) La eficiencia marginal del capital y la tasa de interés, de conjunto, determinan la inversión;
- 2) La inversión, por efecto del multiplicador, genera un determinado ingreso;
- 3) Este ingreso da lugar a un ahorro con el cual se financiará la inversión.

Esta precedencia de la inversión sobre el ahorro es subrayada por Keynes, en oposición a la teoría tradicional.

En este contexto, la visión keynesiana explica que el crecimiento de largo plazo depende, en primer lugar, de una alta propensión al consumo, que estimula la demanda total, y por lo tanto las inversiones. A su vez, las inversiones son alentadas por una baja tasa de interés. Además, en la medida en que la inversión se realice, se genera el ingreso que da lugar al

ahorro correspondiente que financia la inversión. Por eso un sistema bancario que genere crédito con fluidez es esencial para el crecimiento. La preocupación central en este enfoque es alentar el consumo y la inversión, porque el ingreso no es decidido por las decisiones de ahorrar, sino de consumir e invertir; el ahorro es residuo: “El ahorro, de hecho, no es más que simple residuo. Las decisiones de consumir y las decisiones de invertir determinan conjuntamente los ingresos.

El desarrollo de la teoría económica, a partir de Keynes, se caracteriza por un esfuerzo de adaptación del cuerpo conceptual y metodológico fundamental a los fenómenos que se van presentando. Así, cuando se acepta una ideología de crecimiento económico, la teoría tiende a buscar los mecanismos que permitan crecer al sistema y se concentra en la búsqueda de explicaciones a las distorsiones que se producen a consecuencia de la persecución de los fines aceptados por tal ideología.

Metodológicamente, la gran contribución del pensamiento keynesiano es el análisis macroeconómico, enfoque basado en el manejo de los grandes agregados económicos y en las relaciones lineales de causa-efecto entre los movimientos de estas magnitudes. Esa metodología se encuentra asociada a la ampliación de la actividad y la responsabilidad del estado en la vida económica de los países.

El interés fundamental del análisis keynesiano está en el desequilibrio del sistema económico, no en sus unidades productivas. Le interesa entonces proporcionar instrumentos que se puedan manejar por un poder decisonal superior --el Estado- - y en un nivel que cubra las actividades económicas que son responsabilidad del Estado: el país, sus regiones y sus sectores económicos. Por eso se dice, que se interesa en las magnitudes macroeconómicas. El análisis requiere indicadores macroeconómicos. La macroeconomía y los sistemas de contabilidad nacional adquieren, a partir de Keynes, su máxima importancia.

El enfoque se limita a la esfera económica, perfectamente definida, y a la causación circular de sus expresiones macroeconómicas. Al igual que el análisis marginalista, el esquema keynesiano equipara el proceso económico y con ello el desarrollo a un fenómeno mecánico de búsqueda de equilibrio en el corto plazo. El desajuste fundamental es el del

ciclo económico, es decir, un problema de corto plazo. Keynes reconocía explícitamente que el largo plazo no le interesaba.

La finalidad esencial de la construcción de agregados económicos es la de proporcionar información adecuada que permita prevenir y, por lo tanto, anticipar y evitar los factores causales de paro y la consiguiente desorganización del sistema económico. La investigación se identifica con la teoría Keynesiana porque despliega la teoría del desarrollo económico en toda su extensión además tiende a referirse al crecimiento económico productivo.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Crecimiento Económico

Aumento de la producción de bienes y servicios de una sociedad en un periodo preciso, que generalmente es un año. El crecimiento económico es objetivo y medible a través de diversas variables como:

- a) Incremento del Producto Interno Bruto de un año a otro.
- b) Aumento de la producción por sectores económicos: agropecuario, industrial y servicios.
- c) Acrecentamiento de la productividad general de la economía, por sectores y ramas económicas (GOGA., 2006).

2.2.2 Desarrollo Económico

Es el proceso mediante el cual, los países pasan de un estado atrasado de su economía a un estado avanzado de la misma. Este nivel alcanzado en el desarrollo representa mejores niveles de vida para la población en su conjunto. Implica que los niveles de vida se van mejorando día con día, lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos. Dos expresiones fundamentales del desarrollo económico son:

1. Aumento de la producción y productividad per cápita en las diferentes ramas económicas.

2. Incremento del ingreso real per cápita. Algunas características del desarrollo económico son:

- a) Desarrollo de las fuerzas productivas,
- b) Crecimiento del producto nacional con un reparto más equitativo de la riqueza entre los habitantes del país,
- c) Crecimiento del empleo con mayores ingresos reales para los trabajadores,
- d) Más y mejores escuelas para mayor número de personas (G., 2003).

2.2.3 Nivel de vida

El término nivel de vida hace referencia al nivel de confort material que un individuo o grupo aspira o puede lograr obtener. Esto comprende no solamente los bienes y servicios adquiridos individualmente, sino también los productos y servicios consumidos colectivamente como los suministrados por el servicio público y los gobiernos.

Concretamente, el nivel de vida se refiere a la cantidad de bienes y servicios que es posible consumir con un ingreso determinado. En términos más generales, al estilo de vida material y a las necesidades que pueden satisfacer, en promedio. Varios indicadores cuantitativos pueden ser usados como medida, entre los cuales se encuentran la expectativa de vida, el acceso a comida nutritiva, seguridad en el abastecimiento de agua y la disponibilidad de servicios médicos. Esta es la base del concepto cuantitativo del nivel de vida (GOGA., 2006).

Para propósitos del informe final, nivel de vida es sinónimo de calidad de vida. Por consiguiente, la calidad de vida se define en términos generales como el bienestar, felicidad y satisfacción de un individuo, que le otorga a éste cierta capacidad de actuación, funcionamiento o sensación positiva de su vida. Su realización es muy subjetiva, ya que se ve directamente influida por la personalidad y el entorno en el que vive y se desarrolla el individuo. Según la OMS, la calidad de vida es "la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus expectativas, sus normas, sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con

los elementos esenciales de su entorno". (MORALES, 2006). Un indicador común para medir la calidad de vida es el Índice de Desarrollo Humano (IDH), establecido por las Naciones Unidas para medir el grado de desarrollo de los países a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

2.2.4 Desarrollo Económico Productivo

El desarrollo económico puede definirse genéricamente como crecimiento sostenible desde tres puntos de vista: económico, social y medioambiental. Tal crecimiento cualificado tiene diversas implicaciones:

- La dimensión cuantitativa: el desarrollo implica un aumento cuantitativo de los flujos de producto-renta-gasto por habitante.
- La dimensión relativa: la medición del desarrollo de un país tiene en cuenta su población y el nivel alcanzado por otros países.
- La dimensión dinámica: el desarrollo no es sólo un estado (situación), sino principalmente un proceso.
- La dimensión temporal: el desarrollo es un proceso auto sostenido, que no sólo hace posible el dinamismo presente, sino también su continuidad en el futuro.
- La dimensión social: el desarrollo es un crecimiento solidario (solidaridad no sólo intrageneracional, sino también intergeneracional).
- La dimensión medioambiental: el desarrollo es un crecimiento sostenible desde el punto de vista de los recursos naturales y el equilibrio medioambiental.

En el desarrollo turístico se va buscar nuevas formas y maneras para consolidar el turismo en el municipio de Monteagudo.

2.2.5 Desarrollo Económico Productivo

Si asumimos que el Desarrollo Económico Local (DEL) es fortalecer la capacidad económica de un área local para mejorar su futuro económico y la calidad de vida para todos. Es un proceso mediante el cual los sectores público, privado y no gubernamental trabajan colectivamente para crear mejores condiciones para el crecimiento económico y para la generación de empleo. (Dessire., 2006).

Significa entonces que el éxito de una comunidad hoy en día depende de su habilidad para adaptarse a la dinámica local, nacional e internacional de la economía del mercado. Planificado estratégicamente es utilizado de forma creciente por las comunidades para fortalecer la capacidad económica local de un área, mejorar el clima de inversión e incrementar la productividad y la competitividad de negocios locales, empresarios y trabajadores. Cada comunidad tiene una serie de condiciones locales que aumentan o reducen el potencial para un desarrollo económico local, y son estas condiciones que determinan la ventaja relativa de un área en términos de su habilidad para atraer, generar y retener la inversión.

Los atributos económicos, sociales y físicos de una comunidad guiarán el diseño y la implementación de una estrategia de desarrollo económico local. Para construir una economía local sólida, las buenas prácticas muestran que cada comunidad debe someterse a un proceso de colaboración para comprender la naturaleza y la estructura de la economía local, y llevar a cabo un análisis de las fortalezas, las debilidades, las oportunidades y los desafíos del área (Dessire., 2006).

En muchos países, el crecimiento económico no está únicamente determinado por la economía formal (sectores económicos que están legalmente registrados y pagan impuestos) sino también por la economía informal (actividades que no están registradas legalmente). En algunos casos el tamaño de la economía informal es más grande que el de la economía formal, e interactúa con la economía formal ofreciendo ciertos productos y servicios. Los enlaces deben ser comprendidos y considerados al elaborarse una estrategia local de desarrollo económico.

Para contar con una iniciativa para el DEL se requiere una concertación institucionalizada de los actores públicos y privados locales más relevantes con una estrategia de desarrollo común (Albuquerque, 2001). Pero la suma compleja de instrumentos de fomento no puede sustituir nunca la necesaria institucionalidad territorial para el desarrollo económico (Fernández L. , 1991).

No es lo mismo crear instrumentos desde el nivel central, los cuales pueden ser utilizados por los diferentes territorios, que impulsar y promover un protagonismo y capacidad mayor de dichos territorios para un mejor aprovechamiento de sus recursos endógenos. Esta

limitación ocurre en casi todos los países. Aún o poseen un diseño territorial de las políticas de fomento de este tipo de empresas. A pesar de su importancia numérica, su presencia difusa en el territorio y su trascendencia desde el punto de vista de la generación de empleo e ingresos.

De otro lado, el grado de preparación y consolidación de las competencias estratégicas de los municipios y su capacidad para reconocer la realidad económica, social y cultural del territorio, de diálogo con la comunidad, la destreza para planificar acciones de fomento, la capacidad de coordinación y articulación de acciones de desarrollo con otros agentes económicos, sociales y políticos. Así como la propuesta y negociación con otras instancias de gobierno, constituyen igualmente elementos clave en el aprendizaje de los territorios para pensar el tipo de desarrollo que necesitan a fin de resolver nudos críticos como la falta de empleo productivo y la modernización y diversificación de su base productiva local. (Fernández L. , 1991).

Por tanto, se debe movilizar a los actores locales con una actitud proactiva del gobierno local con equipos de liderazgo local en cooperación público-privada. Elaborar una estrategia territorial de desarrollo para fomento de Microempresas y Pyme. Capacitar recursos humanos y lograr la institucionalidad para el desarrollo económico local.

Por consiguiente, el DEL, parte de dos principios básicos: la existencia de externalidades como condición necesaria para el desarrollo de una ciudad, comarca o una región; y el otro, referido a la red de empresas industriales que dan lugar a una multiplicidad de mercados internos. Se caracteriza a los sistemas productivos locales como un sistema de redes internas, en los que se dan relaciones de cooperación y competitividad entre las empresas, y a la red industrial como una forma de regulación y gobernación del sistema productivo. Cuya estabilidad se basa en la potencia del sistema de relaciones y de intercambios dentro del Distrito. (Gallicchio, 2007). Así, las ciudades, comarcas o regiones, ganarán o perderán en función de la dotación sus recursos humanos y naturales, y de su vinculación a la economía global (Fernández L. , 1991).

Importa en su construcción mirar e intervenir sobre el conjunto de relaciones sociales, políticas, económicas, institucionales, culturales y ambientales que juegan en el ámbito territorial. Entendiéndolas como aspectos con entidad y características propias y diferentes que permiten y requieren el análisis de conjunto de la complejidad de interrelaciones

locales y globales, y a su vez en las especificidades y particularidades que cada una de ellas cobra en la realidad local.

Dentro de este marco, se considera al DEL como dimensión constitutiva del desarrollo local, que desde su particular aporta y opera sinérgicamente con otras dimensiones no menos importantes como, la social, la institucional, política y cultural. Implica un cambio en el modo de aprovechamiento de recursos y de la fundación del trabajo referente al proceso de producción. El cual se proyecta al sistema social en su totalidad, ocasionando otros cambios en las relaciones humanas, en la organización gestiona en la composición del poder y en la escala de valores (al, 2006) , exige un flujo de innovaciones en diferentes alcances, de micro innovaciones; donde la aceleración del proceso tiene lugar cuando ocurre una innovación mayor. O un conjunto sobre innovaciones interrelacionadas, estableciéndose una fuerza transformadora de gran alcance.

El que se gestione en esta dirección es una expresión, natural del ser humano, interesado en mejorar continuamente. Se destacan los individuos, las familias, las empresas y el gobierno como un importante "actor" aunque no son propiamente tales. Pero como reguladoras de los papeles que pueden y deben jugar los diversos actores antes mencionados, pueden llegar a jugar un papel importante. En ocasiones, restrictivos, dadas determinadas "costumbres" o también "hábitos" adquiridos por el imperio de modelos de gestión (Pierre Paulet, 1997).

Se enfocan los esfuerzos por el desarrollo desde la localidad también provoca el despliegue de la concepción sobre los recursos endógenos y la potenciación de su incorporación racional y equilibrada a los propósitos del desarrollo, pretendiendo su explotación sostenible como compromiso humano con las generaciones venideras.

2.2.6 Desafíos para superar las actividades locales y generar mayor desarrollo

Las siguientes acciones constituyen desafíos a superar en las comunidades para alcanzar un desarrollo conforme a esas necesidades:

- ✓ De la satisfacción de las necesidades esenciales (solución a los problemas de pobreza, de agua potable, vivienda, salud, educación, empleo, etc.).
- ✓ Desafío económico, de liderazgo empresarial y de creación de empleo (para permitir el acceso a un empleo decente a todas las personas que lo desean, para controlar la producción y la distribución de las riquezas sobre el territorio, para desarrollar alternativas en el plano económico, para combinar equilibradamente los objetivos económicos con los objetivos sociales. (Pierre Paulet, 1997).
- ✓ De participación, democracia y del reconocimiento social (las relaciones con los representantes elegidos por votación y con los funcionarios de la administración pública, reconocimiento de los proyectos de desarrollo local, financiamiento de las actividades y de las organizaciones, relaciones con la población local, rol de las mujeres en el desarrollo, control sobre el desarrollo local y participación en las estructuras de poder y de gobierno, etc.) (Pierre Paulet, 1997).
- ✓ De la relación entre lo local y lo mundial (relaciones entre el resto del mundo, solidaridad con los otros pueblos, relaciones Norte-Sur, estrategia global y visión planetaria del desarrollo, inmigración, racismo, etc.)

La concepción del desarrollo local es una importante opción para provocar condiciones de bienestar para los individuos sociales, casi siempre asociado a la explotación racional o máxima de los recursos endógenos. Generando una actitud de aceptación de los sujetos o agentes de desarrollo y provoca la animación o entusiasmo en sectores avanzados de la localidad, comprometidos con el devenir y desempeño de la sociedad local (líderes, organizaciones progresistas, etc.). Pero al mismo tiempo esta concepción puede ser opción para propósitos muy diferentes (Pierre Paulet, 1997). Para Vázquez (Vázquez Barquero, 2000) , las dimensiones en que se circunscribe el DEL son:

- ❖ Deben ser parte fundamental de todo plan de desarrollo integral de la localidad.
- ❖ Se refiere a procesos de acumulación de capital en ciudades, municipios o regiones concretas.
- ❖ Promueve la generación de riqueza, la expansión democrática de la misma, la promoción de empleo y combate la pobreza de sus pobladores. (Vázquez Barquero, 2000).

Algunos factores que permitirán avanzar en esa dirección son:

- Orientar su gestión no sólo a políticas sociales, sino a intervenir en las economías locales, es decir, promover la generación de más puestos de trabajo e incentivar la producción local.
- La disponibilidad de mano de obra suficiente calificada para las tareas que se realicen.
- Capacidad empresarial y organizativa fuertemente articulada a la tradición productiva de la localidad.
- Una cultura atenta a las innovaciones y al cambio, para favorecer el desarrollo y la acumulación de capital en los sistemas productivos locales (Vázquez Barquero, 2000).

Ellas no sólo se apoyan en la capacidad de adquirir tecnología, sino que también dependen de la capacidad innovadora del sistema productivo de cada localidad. Las empresas crean e introducen innovaciones en el sistema productivo como respuesta a las necesidades y desafíos del entorno. Ello genera modificaciones cualitativas en el propio sistema y propicia la dinámica de desarrollo.

Para el autor este concepto se apoya en la idea de que las localidades y territorio tienen un conjunto de recursos (económicos, humanos, tecnológicos, institucionales, y culturales) y de economías de escala no explotadas, que constituyen su potencial de desarrollo (Vázquez Barquero, 2000).

D Arcy y Giussani, (DOUROJEANNI, 1999) ven el desarrollo local vinculado, usualmente, a los procesos de industrialización endógena, es decir a la dinámica económica de las ciudades, cuyo crecimiento y cambio estructural se organiza alrededor de la expansión de las actividades industriales utilizando el potencial de desarrollo existente en el territorio.

Esta dinámica económica de las ciudades debe estar impulsada por los múltiples actores que hacen vida en el ámbito local, destacándose los gobiernos locales, las empresas, centros de formación y/o capacitación, el gobierno central y la sociedad civil organizada. Lo anterior enfatiza que el DEL no puede ser alcanzado con la participación exclusiva de un sólo sector, institución o gremio. Por el contrario, se requiere de la participación de diversos actores territoriales; quiénes deben asumir un rol de transformadores de su propia realidad

en el ámbito económico, para asegurar mayor eficiencia, eficacia y flexibilidad de funcionamiento. Incorporando nuevas formas de organización, alejadas del burocratismo y cercanas al territorio. (Vásquez Barquero, 2000).

Bajo estos enfoques, el DEL es siempre un proceso que supone la formación de nuevas instituciones, el desarrollo de industrias alternativas, la mejora de las capacidades de la mano de obra existente para hacer mejores productos, y la promoción de nuevas empresas. Se vive la necesidad de recuperar el camino abandonado para convertirse en una sociedad que vive y asume conscientemente la aplicación de los principios universales de la sustentabilidad en su espacio geográfico.

Desde esta perspectiva resulta estratégico apoyar y dinamizar los procesos de desarrollo local. Porque implican el fomento de la actividad productiva, la generación de empleos genuinos y sentimientos de identidad y pertenencia hacia la comunidad, la articulación de políticas de desarrollo social y de desarrollo económico. Ello con la participación activa de las instituciones y organizaciones locales y el fortalecimiento institucional municipal.

2.2.7 Desarrollo Humano

El desarrollo humano, es un concepto de mucha trascendencia para el trabajo en sí. Se define como “un proceso mediante el cual se amplían las oportunidades de los individuos, las más importantes son: una vida prolongada y saludable, acceso a la educación y el disfrute de un nivel de vida decente” (Hidalgo Capitán, 1998).

2.2.8 Municipio

Se entiende por Municipio a la unidad territorial, política y administrativa organizada, en la jurisdicción y con los habitantes de la sección de Provincia. Es la base del ordenamiento territorial del Estado unitario y democrático boliviano.

2.2.9 Turismo

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias a lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios u otros motivos. (Arias, 1997).

El turismo es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tanto de los negocios como de las consideraciones profesionales.

Tal definición implica que se trata del conjunto de integraciones humanas como: transporte, hospedaje, diversión, enseñanza derivada de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones (Arias D. , 1997).

La actividad turística se clasifica según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional (Arias D. , 1997).

2.2.9.1 Promoción Turística

Es impulsar el aprovechamiento racional y oportuno de los sitios y atractivos turísticos, para el mejoramiento del nivel de vida poblacional. Mediante una propuesta de estrategia para el desarrollo económico, a través de la promoción turística. (Rojas, 2005)

2.2.9.2 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 (Boullon, 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)

“Estas son las razones fundamentales por las cuales, países, regiones y comunidades quieren participar de alguna manera de este hecho social y obtener los beneficios inmediatos “que parece” provocar pero que muchas veces sólo benefician a pequeños sectores de la población. Por otra parte el desplazamiento masivo de personas tiene efectos negativos y consecuencias sociales no deseables como la aculturación de las comunidades receptoras, pero sobre todo afecta al medio ambiente ya que la naturaleza forma parte del producto turístico en la mayoría de los destinos turísticos del mundo entero”.

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

2.2.9.3 Las formas del turismo y de la recreación

Siguiendo las definiciones del tiempo libre, se explica que el hombre actual distribuye su tiempo en diferentes actividades que cuando llegan a concretarse, se definen distintas formas de uso del tiempo libre. De este tiempo libre surgen dos grandes categorías que se pueden dividir en: 1 Turismo y 2. Recreación. Según el Organismo Mundial de Turismo, para que exista el turismo es necesario que el usuario permanezca fuera de su domicilio habitual un tiempo superior a las 24 horas, es decir debe realizar al menos una pernoctación en un lugar distinto al de su residencia. Por oposición queda definida la recreación como todos aquellos usos del tiempo libre por periodos inferiores a las 24 horas. (Boullon, 1995)

2.2.9.4 El Mercado Turístico

“El mercado Turístico es la parte de la economía que estudia, analiza la realidad económica del Turismo, donde concurren y se relacionan, la oferta de productos, servicios turísticos

junto con la demanda individual o colectiva que está interesada y motivada en el consumo de uso de esos productos y servicios turísticos”. (Arias D. , 1997)

Para Holloway, el mercado puede describirse como un grupo definido de consumidores para un producto o categoría de productos específicos. La manera en el que el mercado se define es de crucial importancia para entender el comportamiento del consumidor, ya que este determina la respuesta de comercialización que se aplica a las necesidades y requerimientos de los consumidores.

Los turistas son consumidores que adquieren un número diverso de servicios de viajes y turismo. La industria tiene una comprensión clara del porqué sus productos son demandados, éstos no sólo serán capaces de diseñar sus productos en una forma más cerca a las necesidades de sus clientes, sino también serán más capaces de seleccionar en forma óptima la publicidad y los mensajes de venta utilizados para informar y persuadir a aquellos clientes que compren los productos.

2.2.9.5 La oferta turística

Son todos los bienes y servicios que se ponen a disposición para el consumo de las necesidades de la demanda del producto turístico. La oferta está conformada por los atractivos de orden natural y cultural, las empresas hoteleras, de transporte y la infraestructura como caminos, aeropuertos demás de otros servicios complementarios. (Arias, 1997).

2.2.9.6 La demanda turística

Son todas las personas que viajan y las que desean viajar para el disfrute de los productos además de servicios turísticos en el lugar de destino. Como parte específica de la demanda en nuestro estudio, tenemos al turismo interno que se halla dentro la clasificación que hace la Organización Mundial del Turismo. (OMT, 2004).

2.2.9.7 El producto turístico

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, los mismos que son producidos por diferentes entidades, empresas y personas, pero que el turista los percibe como uno sólo.

Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones, pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino. (Andrietta, 2001) . Jafari hace una interesante clasificación de los componentes del producto según sea orientado:

- ❖ **Orientado hacia el turista.** Todas las actividades económicas relacionadas con el turismo, bienes y servicios que son producidos fundamentalmente para el consumo de los turistas que logran un beneficio económico para sus productores. Estos pueden ser servicios de hospedaje, alimentación, guías de turismo, información y otros.
- ❖ **Orientado a los residentes.** Bienes y servicios que son producidos principalmente para el uso, consumo de la población local, como ser infraestructura, la seguridad, farmacias, hospitales, tiendas y muchas otras.
- ❖ **Producto integrado.** Es la totalidad de bienes y servicios que el turista requiere mientras se encuentra lejos de casa, que en términos generales es la suma de los bienes además de los servicios de las dos categorías anteriormente mencionadas.

Ahora bien, un producto debe ser entendido como los atractivos más infraestructura y servicios que motivan el desplazamiento de la demanda. La competitividad de un destino surge de la originalidad de la oferta. (Andrietta, 2001)

2.2.10 El Turismo y su importancia económica

El turismo cada vez adquiere mayor importancia económica por la generación de divisas, contribución al PIB y la generación de empleos.

Por excelencia, el turismo es una actividad económica generador de empleo, cuando en 2018 ocupaba 155.223 trabajadores y al finalizar 2019 registra 168.951 puestos laborales. No está por demás hacer comparaciones respecto de los parámetros de referencia central como PIB y exportaciones totales, que permiten visualizar el nivel de actividad turística en Bolivia.

Este conjunto de resultados revela la existencia de una enorme importancia económica del turismo en la actividad de servicios. Dicho sector está en constante crecimiento, ocupa espacios destacables en materia de creación de empleo, con perspectivas cada vez alentadoras. A partir, de esta situación favorable, la promoción turística es una expectativa viable en corto y largo plazo para impulsar el desarrollo económico local del Municipio de Monteagudo.

2.2.11 El Turismo como actividad social

El turismo como actividad social persigue, además de lo considerado en la declaración de Manila, los siguientes aspectos:

- Actividad motivacional, a través del interés despertado en los grupos e individuos por el conocimiento de nuevos horizontes.
- Actividad política gubernamental, basada en la promoción y los estímulos por visitar otras regiones o a ser visitados por individuos de otros países.
- Actividad capacitadora, a través de la formación de recursos humanos idóneos para operar el sistema turístico. Contribuye a mejorar los niveles de vida en la población involucrada.
- Actividad laboral, al permitir un mayor incremento de puestos de trabajo en actividades diversas del turismo. Actividad cultural, propiciando el conocimiento, la presentación y el desarrollo de los aspectos culturales del país para lo cual es necesario la preparación del personal.
- Actividad artesanal, como oferta conexas al turismo. (Bull, 2000)
- Actividad de viajes o desplazamiento a los polos turísticos. Actividad de transporte como elemento de enlace entre el punto de origen y el punto de destino.
- Incremento de las organizaciones sociales y cohesión de las asociaciones con el fin de facilitar las posibilidades de viaje.
- Desarrollo del turismo social para las personas de bajos ingresos económicos.
- Actividades promocionales, facilitando los viajes turísticos, a través de paquetes y tarifas especiales.
- Vacaciones pagadas como prestaciones de carácter social con el fin de facilitar el turismo.

- Actividad de alojamiento, como albergues, hoteles especiales, y otros cerca de los lugares de interés turístico.
- Actividad informativa, escrita o televisada, para dar a conocer al país de destino y mantener la imagen del mismo. (Bull, 2000).

Hacia 1977 se registraron en el mundo 140 millones de llegadas internacionales y para el fin del siglo alcanzaron alrededor de 600 millones de personas que integren la corriente turística.

- ✓ Los ingresos personales han crecido notablemente en los países industrializados.
- ✓ Se están revolucionando los medios internacionales de transporte aéreo en forma masiva.
- ✓ Disminución de los costos de traslado y de tiempo de transporte.
- ✓ Ampliación de los periodos de descanso en países desarrollados.
- ✓ Aumento de los ingresos de los asalariados.
- ✓ Creación de empleo directo e indirecto. (Bull, 2000). Estos efectos permiten vislumbrar perspectivas alentadoras para los países que impulsan su actividad turística. Permitiendo diversificar la economía tradicional de los países. Así es posible encontrar más ventajas en proyectos turísticos que en otros de distinto desarrollo económico, orientados en la capacidad de divisas.

2.2.12 El Turismo fuente generadora de empleos

Directamente en función del rol del producto interno bruto (PIB), que es producido por el turismo, donde es necesario considerar dos aspectos fundamentales: el empleo en el propio sector turístico y el empleo de sectores conexos.

En el primer aspecto, ya que el empleo obedece al número de visitantes, que se encuentra ligado a la actividad, como consecuencia del efecto multiplicador del turismo como actividad económica de servicios. Y en el segundo aspecto se incrementa a medida que el efecto multiplicador crece o viceversa. (Bull, 2000)

La medición del empleo presenta una gran dificultad, que va a depender del tipo de países que se analice; ya que si se considera estrictamente como empleo directo los que se corresponden al turismo, y como empleo indirecto si se considera los conexos. Luego se considerarán empleos generados por el turismo, todos aquellos que se produzcan en las unidades de producción del sector y en los prestadores de servicios. (Bull, 2000).

2.3 MARCO LEGAL

En nuestro país el marco legal en torno al turismo promueve y regula una promoción y desarrollo turístico sostenible, aspecto que contribuye su aplicación en los proyectos.

En términos legales, la Constitución Política del Estado (CPE) es la norma suprema del ordenamiento jurídico nacional. Se constituye en el marco matriz del cual se derivan un conjunto de disposiciones o reglas de juego para dar curso a las acciones de todos los ciudadanos bolivianos e instituciones públicas y privadas en funciones de intereses sociales y generales, dentro las pautas de comportamiento enmarcados sobre la normativa vigente. (Constitución Política del Estado Plurinacional, 2009).

2.3.1 Marco Legal en Gestión municipal

Son conjunto de normas legales que regulan la gestión de Gobiernos Municipales en el marco de sus atribuciones, funciones y misiones. A cada Municipio otorga la potestad normativa, fiscalizadora ejecutiva, administrativa y técnica ejercida en el ámbito de su jurisdicción territorial.

2.3.2 Ley de Participación Popular (Ley N° 1551)

Esta ley promueve y consolida el proceso de Participación Popular asignando un rol más importante a los Municipios, transfiriéndoles mayores recursos y competencias en educación, salud deportes, micro riego, caminos vecinales, con el compromiso y obligación de administrarla renovar, profundizándose así los procesos de descentralización a nivel local. Es muy importante considerar esta ley debido a que busca la participación del pueblo otorgando mayores competencias y recursos a los gobiernos municipales.

El espíritu de esta ley radica en la transferencia de recursos económicos bajo el concepto de Coparticipación Tributaria.

Haciendo una comparación entre lo que menciona la Ley N. 1551 y su cumplimiento dentro del Gobierno Municipal de Monteagudo se puede observar la falta de coordinación con los Comités de Vigilancia no pudiendo estos realizar eficientemente el control Social en la gestión, ya que no se genera información financiera útil, oportuna, relevante y confiable para la toma de decisión que es lo primordial para el desarrollo del Municipio. (Ley de Participación Popular)

2.3.3 Ley de Descentralización Administrativa (Ley N° 1654)

En 1995 se aprueba la Ley de Descentralización Administrativa, bajo un contexto de cambios estructurales de modernización del Estado boliviano, cuyos objetivos según el Artículo 2, son las siguientes:

- a) Establecer la estructura organizativa del Poder Ejecutivo a nivel Departamental dentro el régimen de descentralización administrativa.
- b) Establecer el régimen de recursos económicos y financieros departamentales.
- c) Mejorar y fortalecer la eficiencia y eficacia de la Administración Pública, en la prestación de servicios en forma directa y cercana a la población. (Ley de Descentralización Administrativa).

En cada departamento, el Poder Ejecutivo está a cargo y se administra por un Prefecto designado por el presidente de la República, cuyas atribuciones de este son:

- ✓ Cumplir y hacer cumplir la Constitución Política del Estado, las leyes, los decretos y las resoluciones.
- ✓ Conservar el orden interno en el departamento.
- ✓ Administrar los recursos económicos y financieros y los bienes de dominio y uso departamental
- ✓ Formular y ejecutar los planes departamentales de desarrollo económico y social, de acuerdo a las normas del Sistema Nacional de Planificación; en coordinación con los

Gobiernos Municipales del Departamento y el Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente, en el marco del Plan General de Desarrollo Económico y Social de la República.

- ✓ Formular y ejecutar programas y proyectos de inversión pública en el marco del plan departamental de desarrollo y de acuerdo a las normas del Sistema Nacional de Inversión Pública y al régimen económico y financiero de la presente ley, en las áreas de:
 - Construcción y mantenimiento de carreteras, caminos secundarios y aquellos concurrentes con los Gobiernos Municipales.
 - Electrificación rural.
 - Infraestructura de riego y apoyo a la producción.
 - Investigación y extensión técnico-científica
 - Conservación y preservación del medio ambiente.
 - Promoción del turismo
 - Programas de asistencia social
 - Programas de fortalecimiento municipal.
 - Otros concurrentes con los Gobiernos Municipales (Ley de Descentralización Administrativa)
- ✓ Administrar, supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios de asistencia social, deportes, cultura, turismo, agropecuarios, y vialidad, con excepción de aquellos que son de atribución municipal, preservándola integridad de las políticas nacionales en estos sectores, con una perspectiva de preservar la vocación de servicio social.
- ✓ Promover la Participación Popular, y canalizar los requerimientos y relaciones de las organizaciones indígenas, campesinas y vecinales por medio de las instancias correspondientes del Poder Ejecutivo
- ✓ Canalizar los requerimientos gestiones y relaciones de los Gobiernos Municipales en el marco de las competencias transferidas.
- ✓ Gestionar créditos para inversión.

- ✓ Promover la inversión privada en el departamento Los recursos de dominio y uso departamental, serán administrados por los Prefectos, están constituidos por:

- a) Las regalías departamentales creadas por ley.
- b) Los recursos del Fondo Compensatorio Departamental creado por la (Ley de Participación Popular).
- c) El 25% de la recaudación efectiva del Impuesto Especial a los Hidrocarburos y sus derivados.
- d) Las asignaciones consignadas anualmente en el Presupuesto General de la Nación para el gasto en servicios personales de salud, educación y asistencia social.
- e) Los recursos provenientes de la enajenación de los bienes a su cargo.
- f) Las transferencias extraordinarias del Tesoro General de la Nación (TGN), en los casos establecidos en el Art. 148° de la Constitución Política del Estado.
- g) Los créditos y empréstitos internos y externos contraídos de acuerdo a las normas del Sistema Nacional de Tesorería y Crédito Público.
- h) Los ingresos provenientes de la prestación de servicios y del usufructo de los bienes a su cargo.
- i) Los legados, donaciones y otros ingresos similares. (Ley de Descentralización Administrativa).

Con esta Ley se disuelven las Corporaciones Regionales de Desarrollo. Al efecto, el patrimonio de estas entidades se transfiere al dominio y uso departamental, bajo administración y responsabilidad de los Prefectos. Los términos y modalidades de transferencia serán regulados mediante Decreto Supremo correspondiente.

2.3.4 Ley de Municipalidades (Ley N° 2028)

Con la aprobación de esta Ley el Gobierno Municipal ha sido revalorizado, convirtiéndose en la más importante representación estatal a nivel local, con amplias posibilidades para promocionar las inversiones públicas y privadas, regionales, departamentales, nacionales y para ligar los procesos locales con los niveles departamental y nacional. En 1999 fue promulgada la Ley de Municipalidades cuyo objetivo es regular el régimen municipal,

todos orientados hacia la valorización de los recursos locales. (Ley de Municipalidades, 2018).

Según el Artículo 4º, Los Gobiernos Municipales cuentan con autonomía propia que consiste en la potestad normativa, fiscalizadora ejecutiva, administrativa y técnica ejercida por el Gobierno Municipal en el ámbito de su jurisdicción territorial y de las competencias establecidas por Ley. La autonomía, municipal se ejerce a través de:

- 1) La libre elección de las autoridades municipales;
- 2) La facultad de generar, recaudar e invertir recursos;
- 3) La potestad de dictar Ordenanzas y Resoluciones determinando así las políticas y estrategias municipales;
- 4) La programación y ejecución de toda gestión jurídica, administrativa, técnica, económica, financiera, cultural y social;
- 5) La potestad coercitiva para exigir el cumplimiento de la presente Ley y de sus propias Ordenanzas y Resoluciones; y
- 6) El conocimiento y Resolución de controversias relacionadas con el ejercicio de sus potestades normativas, ejecutivas, administrativas y técnicas, mediante los recursos administrativos previstos en la presente Ley y las normas aplicables. (Ley de Municipalidades, 2018).

Artículo 5º. La Municipalidad y su Gobierno Municipal tienen como finalidad contribuir a la satisfacción de las necesidades colectivas y garantizar la integración y participación de los ciudadanos en la planificación y el desarrollo humano sostenible del Municipio.

El Gobierno Municipal deberá promover, dinamizar el Desarrollo Humano Sostenible del Municipio a través de la formulación y ejecución de políticas, planes programas y proyectos concordantes con la planificación del desarrollo departamental y nacional. El Gobierno Municipal debe promover el crecimiento económico local y regional mediante el desarrollo de ventajas competitivas. Es potestad de los Gobiernos Municipales de tener su creatividad propia para plantear sus estrategias de desarrollo económico.

Se considera esta ley debido a que promueve el desarrollo humano sostenible por medio de la formulación y ejecución de políticas, así como la promoción del crecimiento económico

local, que será posible mediante la elaboración de una estrategia de apoyo al turismo en el Municipio de Viacha. (Ley de Municipalidades, 2018).

2.3.5 Ley INRA (Ley N° 1715)

El objetivo de esta Ley es “establecer la estructura orgánica y las atribuciones del Servicio Nacional de Reforma Agraria y el régimen de la distribución de la tierra; garantizar el derecho propietario de la tierra; crear la Superintendencia Agraria; la judicatura Agraria y sus procedimientos y regular la garantía de la propiedad agraria “. Algunas de las características de la Ley INRA son:

El Artículo 41°. Clasifica la propiedad agraria en: Solar Pequeña Propiedad, Propiedad Mediana, Empresa Rural; Tierras Comunitarias de Origen y Propiedades Comunales. Esta Ley garantiza el derecho propietario de las comunidades, al solar campesino y la pequeña propiedad campesina.

- Para evitar un proceso de minifundio, la tierra continúa siendo indivisa en los casos de la pequeña propiedad (Artículo 48)
- El solar, las propiedades pequeñas, las tierras comunales y las tierras comunitarias de origen están exentas de esa obligación y no pueden ser revertidas (Artículos 4 y 53).
- De manera explícita se hace una mención al acceso igualitario, a la tierra para la mujer (Artículo 3).
- Para eliminar la tenencia al latifundio, la ley incluye cinco elementos. Auto avalúo de las propiedades medianas y empresas rurales; impuestos; hipotecas; expropiación y reversión de la tierra al Estado, para controlar propiedades improductivas sobre la base de la obligatoriedad tributaria (Artículo 52). (Ley INRA).
- Realizando un estudio entre lo que se indica en la Ley N. 1715 y su cumplimiento dentro del Gobierno Municipal de Monteagudo podemos observar que:
- El Gobierno Municipal a partir del año 2002 ha implementado el SIIM (Sistema Integrado de Ingresos Municipales) a través del cual logro empadronar hasta diciembre de 2003 un total de 1.097 propiedades rurales donde el propietario declara el valor que atribuye a su inmueble, quedando exentas del pago de impuestos, el solar campesino, la pequeña propiedad, los inmuebles de propiedad de comunidades campesinas,

pueblos y comunidades indígenas y originarios. Es importante también indicar que la mayoría de las tierras rurales no tienen títulos de propiedad. (Ley INRA)

2.3.6 Ley de Promoción y Desarrollo de Actividad Turística (Ley N° 2074)

La presente Ley constituye el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia.

El Turismo es importante ya que es una actividad económicamente estratégica para el desarrollo integral del país. El turismo receptivo es actividad de exportación fundamental para la generación de divisas. (Ley de Promoción y Desarrollo de Actividad Turística). Como el turismo es una actividad económica de prestación de servicios, los principios de la actividad turística son:

- a) La participación de la iniciativa privada como pilar fundamental de la dinamización del sector para contribuir al crecimiento económico, a la generación de empleo y al incremento de los ingresos para el país.
- b) La participación y beneficio de las comunidades donde se encuentran los atractivos turísticos para fortalecer el proceso de identidad e integración nacional.
- c) El fomento a la construcción de infraestructura y el mejoramiento de la calidad de los servicios, para garantizar la adecuada satisfacción de los usuarios.
- d) La conservación permanente y uso sostenible del patrimonio cultural y natural del país.
- e) La participación y el beneficio de los pueblos originarios y etnias que integrados a la actividad turística, preserven su identidad cultural y ecosistema.
- f) La presente Ley adopta las siguientes definiciones:

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

Servicios turísticos. Son los bienes y servicios producidos por las empresas e instalaciones turísticas que son consumidos y utilizados por los turistas. Actividades turísticas. Son aquellas derivadas de las interrelaciones entre los turistas, los prestadores de servicios turísticos y el Estado.

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

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

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

2.3.6.1 Prestadores de servicios

Son las empresas legalmente establecidas en el país que se dedican habitualmente al negocio de las actividades turísticas. (Ley de Promoción y Desarrollo de Actividad Turística). Dentro de los objetivos de la política estatal referidos a la actividad turística son los siguientes:

- a) Reconocer que, bajo los principios de una economía de mercado transparente, la actividad turística corresponde a la iniciativa privada, donde el Estado debe asegurar las condiciones necesarias para el potenciamiento del turismo, a través del mantenimiento de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar la conservación y uso racional de los recursos naturales, históricos, arqueológicos y culturales que tienen significación turística y que son de interés general de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la CONCIENCIA TURÍSTICA.
- d) Establecer, en materia de turismo, las directrices de coordinación entre El Gobierno Central, las Administraciones Departamentales y los Gobiernos Municipales.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional, tanto en instituciones estatales como en el sector privado. (Ley de Promoción y Desarrollo de Actividad Turística)

Las Gobernaciones Departamentales, con representantes del Poder Ejecutivo central, ejecutan y administran programas y proyectos de promoción y desarrollo turístico, emanados por el ente rector en estrecha coordinación con los Gobiernos Municipales.

Los prestadores de servicio son:

- a) Empresas operadoras de turismo receptivo
- b) Establecimientos de hospedaje turístico en todas sus modalidades y categorías.
- c) Empresas de viajes y turismo en todas sus modalidades y categorías.
- d) Empresas de transporte turístico.

- e) Empresas arrendadoras de vehículos.
- f) Restaurantes turísticos y peñas folklóricas.
- g) Empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales.
- h) Guías de Turismo.
- i) Museos privados y centros artesanales.
- j) Aquellos servicios afines al turismo que adquieren la categoría de servicios turísticos a través de una reglamentación expresa. (Ley N° 2074).

Se cuenta con una entidad de Promoción Boliviana de Turismo (PROBOTUR), como institución descentralizada dependiente del Viceministerio de Turismo, con participación de la empresa privada, con autonomía de gestión administrativa, económica, financiera y técnica, con personalidad jurídica propia y patrimonio independiente, para realizar la promoción turística integral del país. El PROBOTUR tiene las siguientes atribuciones:

- a) Planificar la promoción turística en cualquier ámbito o evento nacional, contribuyendo a la mejora de la imagen turística de Bolivia.
- b) Desarrollar y ejecutar acciones, planes, proyectos, programas y otras actividades orientadas a la efectiva promoción y difusión de la imagen turística nacional en el exterior, en base a las estrategias y políticas del Ministerio de Comercio Exterior e Inversión.
- c) Establecer mecanismos para la promoción y desarrollo del turismo tanto interno como receptivo.
- d) Coordinar y acordar con organismos gubernamentales nacionales y el sector privado, las medidas necesarias para la ejecución de acciones. (Ley N° 2074).

Importancia del turismo (Artículo 2°). El turismo es una actividad económicamente estratégica para el desarrollo integral del país y que el turismo receptivo es actividad de exportación fundamental para la generación de divisas.

En este entendido, cabe recalcar que si bien el turismo es una fuente de ingreso relevante para el Estado boliviano se debe de aplicar políticas, planes y programas que coadyuven para mejorar este tipo de actividad, ya que a través de sus diferentes Instituciones se deberá de implementar diferentes tipos de estrategias para la debida exportación de manera que ayude a la concordancia con la realidad social actual de cada lugar turístico.

Ente Rector (Artículo 6°). El ministerio de Comercio Exterior e Inversión, en todo el ámbito nacional, es el ente rector competente en materia turística. El ente rector ejecutara sus acciones a través del Viceministerio de Turismo.

Para realizar el análisis correspondiente al artículo precedente, primero se debe de hacer hincapié que mediante el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, se realiza cualquier tipo de acción referente a la complejidad que tiene en cuanto a la situación turística del país, por supuesto que para realizar estas acciones se las deberá de ejecutar mediante planes y políticas pertinentes mismos que serán encargados ante la Institución estatal, tal es el caso del Vice ministerio de Turismo, con la finalidad de preservar diferentes zonas turísticas, ya que mediante las adecuadas apreciaciones que se hace, estas generaran proyectos que de alguna manera puedan atraer a turistas nacionales como extranjeros.

Gobiernos Municipales (Artículo 8°). Los gobiernos Municipales tienen la facultad de promover y promocionar los recursos turísticos en su jurisdicción territorial, ejecutando las acciones y programas acordes con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, a través del Vice ministerio de Turismo.

Para sintetizar el articulado correspondiente, primero se debe enunciar que los Municipios están autorizados para difundir y realizar acciones que de alguna manera implementen para que así se decida mediante programas adecuados las exigencias emitidas por el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, con la finalidad de hacer una cadena de instancias mediante la intervención del Viceministerio de Turismo, todo este procedimiento deberá regirse mediante las especificaciones que derivan por la Constitución Política del Estado Plurinacional.

Creación del Consejo Nacional de Turismo (Artículo 10°). Se crea el Consejo Nacional de Turismo para propiciar la coordinación entre el sector público y privado, con la finalidad de promover y desarrollar el turismo en el país.

Con la creación del Consejo Nacional de Turismo, se prevén instancias que de alguna manera manifiesten expectativas en función de la guía turística del país, con la finalidad de establecer qué tipo de lugares se puedan promocionar y mediante un estudio correspondiente se logre o no desarrollar la idea implementada, una vez planificada la

misma se hará efectiva la complementación a los estudios adecuados del lugar turístico para la respectiva lista de lugares turísticos a nivel nacional, todo ello para facilitar que lugares deberían ser visitados por turistas no sólo nacionales, sino también a nivel internacional.

Zonas prioritarias de desarrollo turístico (Artículo 26°). Los Concejos Municipales, en estrecha coordinación con los Concejos Departamentales de Turismo y en función a la articulación de los Planes de Desarrollo Municipal y Departamental, podrán determinar zonas prioritarias de desarrollo turístico con la aceptación del concejo nacional de turismo.

Realizando la secuencia institucional describiendo el parámetro correspondiente con mención misma para estipular que tipo de zonas deberán ser catalogadas como prioridad tanto nacional como departamental, en la que se manifiesta la seguridad correspondiente para su preservación como difusión, con el fin de propiciar lugares de magnitud en relación a la complejidad de área geográfica, es allí donde los Consejos Municipales tienen la facultad correspondiente para determinar y coordinar con los Consejos departamentales que lugares o zonas se declaren con relevancia y específicas como centros turísticos a efectos de crear un enfoque de los lugares que deben ser prioritarios en cuanto al cuidado, promoción, etc., de la zona turística en cuestión.

2.3.6.2 Ley General del Turismo, “Bolivia te espera” (Ley N° 292)

Ley General del turismo “Bolivia te espera” fue promulgada como Ley 292 el 25 de septiembre del 2012.

Objeto (Artículo 1°). La presente Ley tiene por objeto satisfacer las políticas generales y el régimen del Turismo del Estado Plurinacional de Bolivia a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productora de los sectores turísticos público, privado y comunitario, a través de la adecuación a los modelos de la gestión existentes, fortaleciendo el modelo de turismo de base comunitaria, en el marco de las competencias exclusivas asignadas a nivel central del Estado por la Constitución Política del Estado.

La precedente ley tiene como objeto la prosecución de los planes, programas y proyectos estatales, con la finalidad de preservar, promocionar además de incentivar y concientizar a

la sociedad sobre la actividad que se debe relacionar como económica, ya que este movimiento genera la prioridad de cualquier ámbito por lo que se deba satisfacer las exigencias de la misma zona turística, para poder implementar de manera eficaz un paradigma turístico, con el fin de proyectar que tipo de nivel de aceptación se tiene p no el lugar o zona turística que se quiere proyectar a nivel tanto nacional como internacional.

Ámbito de aplicación (Artículo 2°). Las disposiciones de la presente Ley se aplican a todas las actividades públicas, privadas, mixtas y comunitarias relacionadas al turismo en territorio nacional, de acuerdo a la normativa vigente.

De acuerdo a la supremacía legal normativa, se puede advertir que la mencionada ley debe de ser aplicable a todos aquellos ámbitos que de alguna manera afecten o coadyuven a la actividad turística en sus diferentes contextos donde se pueda desarrollar a nivel tanto; público, privado, mixto y comunitario, para que de la misma manera se llegue a complementar y a efectivizar que tipo de turismo se realice, en la zona que es denominada turística.

Objetivos del Turismo (Artículo 3°). El turismo es una actividad económica, estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable, respondiendo a los siguientes objetivos:

- a) Promover, desarrollar y fomentar el turismo interno para fortalecer la identidad plurinacional y las riquezas inter e intraculturales.
- b) Promover, desarrollar y fortalecer los emprendimientos turísticos de las comunidades rurales, urbanas, naciones y pueblos indígena originarios campesinos para el aprovechamiento sustentable, responsable, diverso y plural de patrimonio natural y cultural.
- c) Implementar mecanismos de regulación a la actividad turística.

Para efectivizar el turismo como tal, se precisa de ciertos objetivos que de cierta manera minoren las dificultades para que se pueda desglosar la actividad turística, en este contexto se debe apreciar que si bien existen dos enfoques que el Estado debe seguir para poder ampliar la cultura turística del medio social actual, estos dos enfoques son:

Tanto a nivel turístico interno, en el que se manifiesta todo lo respectivo en relación con la plurinacionalidad que respecta a los lugares que se pretende explotar en virtud de su

secuencia, para que de esta manera se logre expandir la difusión de la misma, pero con primacía en el interior del país, para que así se ceda el paso al otro nivel.

En el segundo nivel de turismo, respetando los objetivos para que se pueda desarrollar una acertada manera de promoción de variedad que ofrece en cuanto a los emprendimientos que coadyuven la relación del turista en cuestión, asimismo deberá de planificarse el tipo de productos o emprendimientos realizados por las comunidades como también de los pueblos indígenas originarios, es así que si se desea acudir a la promoción e incentivo de lugares turísticos, se debe de priorizar entre otros aspectos los objetivos a tratar, ya que de esa manera se debe de sobrellevar la condición no sólo del lugar a promocionar, sino también de la población y de cómo la misma podrá beneficiarse económica de alguna determinada actividad de emprendimiento.

Importancia y posicionamiento estratégico del Turismo (Artículo 4º, Parágrafo I). La importancia estratégica del turismo radica en:

- a) Revalorizar el patrimonio natural y cultural de los pueblos indígena originario campesino, comunidades interculturales y afro bolivianas.
- b) Contribuir en el establecimiento de relaciones de carácter social, cultural y económico entre los visitantes y las poblaciones receptoras.
- c) Respetar y conservar el medio ambiente, de manera progresiva e interrelacionado con la diversidad cultural.
- d) Constituirse en una actividad económica integrante de la matriz productiva nacional, estratégica y exportadora de servicios turísticos.

Para enfatizar el artículo precedente, se debe de argumentar que, si bien la importancia que el Estado radica en cuanto a la importancia que le otorga al sector turístico, lo realiza por la que deberá de perfeccionar en la que de alguna manera coadyuve de cierto ambiente que pueda derivar primordialmente para dar el valor correspondiente al patrimonio de diferente índole, como también la interacción que debe existir entre los pobladores de la zona turística, al igual que con los turistas visitantes, además se debe de implementar medidas de seguridad y control en el cual se estipule las normas medioambientales que indiquen la seguridad de aéreas que deberán ser protegidas por su alto nivel de cuidado para poder preservarlo, y por último la estrategia del turismo debe tener como finalidad la actividad económica que genera en la población.

Responsabilidades de las Entidades Territoriales Autónomas (Artículo 21°) Parágrafo, “Los Gobiernos Autónomos Municipales, en el marco del Sistema de Registro, Categorización y Certificación, tienen la responsabilidad de supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal”. Parágrafo III, “Los Gobiernos Autónomos Municipales, a fines de registro y a solicitud de la Autoridad Competente en Turismo o del Gobierno Autónomo Departamental, remitirán información actualizada referida a los prestadores de servicios turísticos establecidos en su Municipio, conforme al Reglamento”.

Ante el artículo precedente, se debe apreciar que el mismo faculta de manera viable a que los Gobiernos Autónomos Municipales, deben de controlar el funcionamiento adecuado de los servicios turísticos de acuerdo al grado de importancia que requieran, a tal efecto se debe de argumentar que el mantenimiento, costos y peticiones con relación a los servicios que se ofrecen para la actividad turística, todo ello deberá estar inserto en la normativa municipal correspondiente, y de esa manera poder brindar un adecuado servicio turístico de las determinadas zonas o lugares catalogados como turísticos en las municipalidades correspondientes.

Se deberá de argumentar no sólo con la normativa municipal, sino también a través de su Reglamento correspondiente, en el cual autoriza y adhiere preceptos en caso de la contradicción a este tipo de acciones. (Ley General del Turismo en Bolivia, 2012)

2.3.6.3 Reglamento a la Ley N° 2074 “Ley de Promoción y Desarrollo de la actividad Turística en Bolivia”- Decreto Supremo N° 26085

Artículo 1°. Para efectos del alcance y aplicación de la Ley N° 2074 del 14 de abril de 2000 “Ley de Promoción y desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia”, las disposiciones del presente decreto supremo reglamentario regulan:

- a) La protección, creación planificación y aprovechamiento de atractivos y recursos turísticos;
- b) El fomento, ordenamiento y promoción de actividades y servicios turísticos;
- c) La formación y capacitación de los recursos humanos afectados a aquellos;

- d) La imagen del Nacional e Internacional del país;
- e) El fomento y protección a la actividad empresarial turística;
- f) El resguardo del turista o visitante, en todo el ámbito del territorio nacional.

El reglamento a la Ley N° 2074 “Ley de Promoción y Desarrollo de la actividad Turística en Bolivia”- Decreto Supremo N° 26085, hace inferencia en la política estatal misma que recurre primero a la precautela de los lugares turísticos, no sólo a la infraestructura o mejoramiento de la misma, como también debe velar por la seguridad ambiental que se le otorga respetando así a la Madre Tierra, por otro lado también debe hacerse hincapié en la imagen que se quiera implementar tanto a nivel nacional, como internacional del lugar turístico, y por último se hace mención a la seguridad de los turistas, contexto que es relevante para que así se haga vinculante la propuesta de poder magnificar el esplendor de los lugares o actividades turísticos del país.

Artículo 12°. El Vice ministerio de Turismo podrá celebrar acuerdos de coordinación en los que las entidades de la administración pública, central, departamental y de los municipios, asuman funciones operativas para:

- a) Crear los medios de apoyo y fomento a la inversión en materia turística en la jurisdicción municipal de la que se trate.
- b) Promover y coordinar las obras y servicios públicos necesarios para la adecuada atención al turista y al propio desarrollo turístico de la comunidad.
- c) En general, promover la planificación, programación, fomento y desarrollo del turismo en forma armónica, y la observación de las disposiciones emanadas del presente Reglamento.
- d) Controlar en forma coordinada con las unidades departamentales de Turismo, la provisión de servicios turísticos.

El Vice ministerio de Turismo, en relación a la presente investigación podrá realizar acuerdos con los diferentes Municipios, mismos que de alguna manera coadyuven al fortalecimiento del lugar o zona turística del Municipio, además de aquello se deberá de corroborar los proyectos, costos e inversiones que se realizan o se las pretenden realizar, con la finalidad de captar más afluencia turística, para que se designe la inversión conveniente para el crecimiento y desarrollo del Municipio turístico del que se trate.

Artículo 16°. Son atribuciones de las Municipalidades en materia de turismo:

- a) La planificación y formulación de proyectos turísticos en su jurisdicción; en coordinación con los lineamientos y políticas del Plan de desarrollo Departamental.
- b) Contar con un inventario de atractivos turísticos municipales.
- c) Organizar y promover ferias y festivales turísticos.
- d) Velar por el ornato y mantenimiento de plazas, parques, paseos y demás sitios turísticos e históricos de la localidad.
- e) Realizar y mantener el señalamiento vial y señalización turística en su localidad.
- f) Velar y apoyar a la Unidad de Turismo Departamental de su jurisdicción, por una prestación de servicios turísticos adecuada en su Municipio.
- g) Fomentar la actividad turística con los incentivos impositivos municipales para desarrollarla.
- h) Coadyuvar con la Policía turística a través de la Policía Municipal por la seguridad de las actividades turísticas y de los turistas.

Para realizar el análisis al artículo precedente es relevante para la realización de la presente investigación, ya que la misma requiere de cierto tipo de atribuciones por parte del Municipio para mejorar la actividad turística en cuanto a su jurisdicción, de igual manera se podrá optar por la calidad en cuanto a la seguridad que se les debe otorgar a los turística tanto nacionales como internacionales. Se debe efectivizar la promoción en las posibles ferias o festivales turísticos, con la finalidad de implementar seguridad en cuanto a la preservación de los lugares sujetos a cuido restrictivos para su preservación, de igual manera esto se hará efectivo mediante la Policía Municipal.

3. CAPITULO III: DIAGNÓSTICO

3.1 Información Básica del área de la investigación

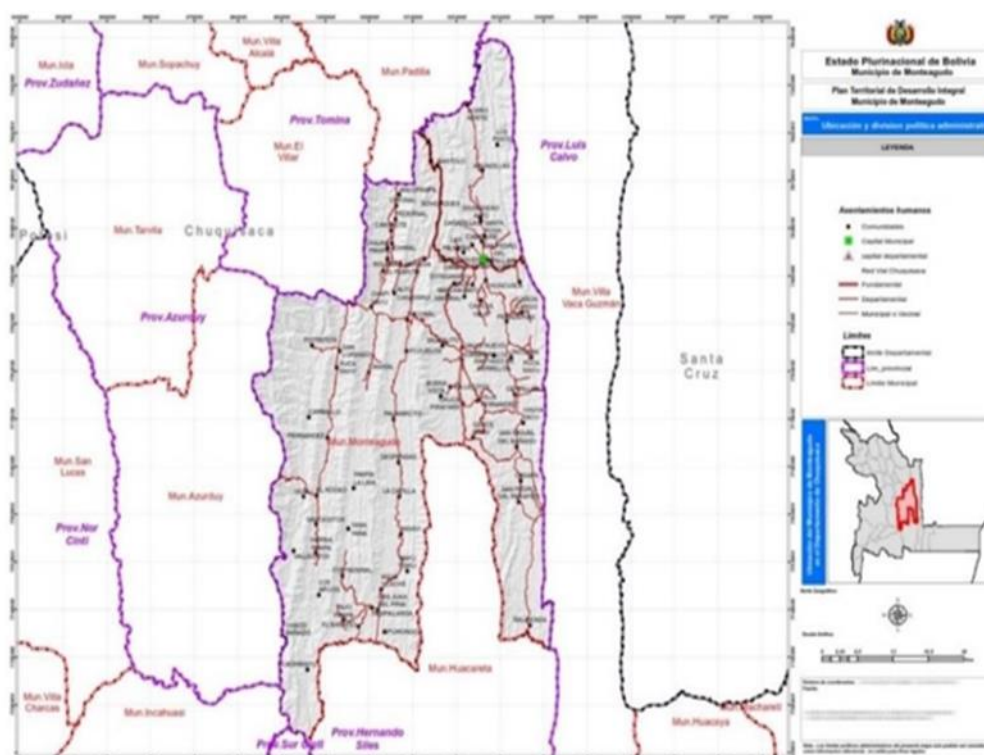
3.1.1 Aspectos Espaciales

Ubicación Geográfica

La provincia Azero fue creada el 13 de octubre de 1,840 como capital del cantón Sauces (hoy Monteagudo), el 18 de octubre de 1,893 se promulga la ley por el cual se cambia la denominación de los Sauces por Monteagudo bajo la presidencia del señor Mariano Baptista (PTDI, 2020).

El Municipio de Monteagudo se encuentra en la Provincia Hernando Siles del Departamento de Chuquisaca, ubicándose en las siguientes coordenadas: 19°30' y 20°30' Latitud sur 63°45' y 64°15' Longitud oeste.

Ilustración 1: Ubicación y División Política Administrativa



Fuente: PTDI Monteagudo 2020

El Municipio de Monteagudo, tiene una extensión territorial de 3,367 Km.² limita Al norte con la Provincia Tomina, al sur con el Municipio de Huacareta, al oeste con la Provincia Azurduy y al este con la Provincia Luis Calvo, Monteagudo es la segunda ciudad y el centro poblado más importante de la provincia y el departamento, la mancha urbana comprende las poblaciones de Monteagudo y Candúa. (PTDI, 2020)

División Política Administrativa

El Municipio de Monteagudo está conformado por cuatro distritos y 93 comunidades que son:

Tabla N° 2: División Político Administrativo

DISTRITO	COMUNIDADES
Distrito Saucos	Cuenta con 12 juntas vecinales y 4 comunidades guaraníes y 41 comunidades
Distrito Pederal	Cuenta con 10 comunidades campesinas,
Distrito Fernández	Cuenta con 13 comunidades campesinas,
Distrito San Juan del Piráí	Cuenta con 13 comunidades campesinas

Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo

3.1.2 Aspectos Físicos Naturales

✓ Descripción fisiográfica

De acuerdo con el Mapa Fisiográfico Departamental, la región está clasificada como “Sub. Andina”, caracterizada por una cadena montañosa paralela a la cordillera de los Andes, aunque de menor extensión y altura. Esta cadena montañosa ocupa el 90% de la provincia Hernando Siles hacia el Este. Solamente una delgada franja hacia el Oeste (10%), limitante con las provincias de Cinti y Azurduy, estaría dentro del sistema geomorfológico de la Cordillera Oriental.

Los rasgos del sistema geomorfológico del Sub. Andino, están caracterizados por la presencia de serranías de formas más armoniosas y con plegamientos más regulares, ocasionados por compresiones de orientación E-O. Como formas mayores, se presentan

serranías paralelas entre sí, coincidentes con el alineamiento de anticlinales alargados que separan los cordones orográficos. Se encuentran sinclinales de relativa amplitud que forman valles de relieve relativamente uniformes, donde se presentan serranías más bajas y colinas intermedias. Al ser los valles más espaciosos y abiertos que los de la cordillera Oriental, los pies de montes son algo más amplios y las terrazas más extendidas.

Existe un evidente paralelismo de las principales formas estructurales en la región (anticlinales y sinclinales), con las fallas geológicas longitudinales, todos los cuales tienen rumbo N-S, sin embargo, hay gran cantidad de fallas transversales de menor longitud E-O, que actúan como elementos de ajuste. En el municipio se presentan las siguientes unidades fisiográficas.

✓ **Características del ecosistema**

Las características del ecosistema se dividen de la siguiente manera:

a) Serranías Altas, con disección Moderada

Son estructuras rocosas que rodean a las cuencas altas o altiplanicie con alturas que varían entre 3.900 a 4.500 m.s.n.m. Son zonas no aptas para la agricultura y están relacionadas con actividades mineras y la fundición de metales aprovechando los fuertes vientos que soplan en el lugar. Presentan una escasa vegetación predominando especies como la paja brava, yareta, Thola, etc. Esta Unidad se encuentra principalmente en la región Norte de la cordillera oriental y está constituida por serranías altas moderadamente disectada, pendientes entre 15 a 60%; La unidad abarca aproximadamente una superficie de 18.880,54 Km²; En este paisaje afloran lavas dacíticas y andesíticas del terciario. Los suelos son Superficiales, drenaje bueno a excesivo, fertilidad baja a muy baja con Limitaciones y riesgos de erosión; pedregosidad y/o rocosidad y fertilidad muy baja.

b) Serranía Baja

Esta unidad se encuentra principalmente en la región Sur de la cordillera oriental, en el Sub andino y el Chaco beniano y está constituida por serranías bajas moderada y fuertemente disectada, pendientes entre 15 a 60% y unas altitudes menores a entre 3.350 y 3.500 m.s.n.m. La unidad abarca aproximadamente una superficie de 4.643,3 Km²; En este paisaje afloran lavas dacíticas y andesíticas del terciario. La Unidad está cubierta por

matorral mayormente siempre verde. Con suelos superficiales, drenaje bueno a excesivo, fertilidad baja. Con limitaciones y riesgos de erosión pedregosidad y/o rocosidad y fertilidad.

c) Colonia media

Forma del relieve de baja elevación, de crestas agudas o redondeadas, cuya altura de la base a la cima debe ser menor de 300 metros. Se reconocen tres tipos principales de colinas: Colinas altas, medias y bajas cuando tienen alturas de 300 a 80, de 80 a 20 y menos de 20 metros respectivamente.

d) Llanura Aluvial

Una llanura aluvial, llanura de inundación, o valle de inundación, es la parte orográfica que contiene un cauce y que puede ser inundada ante una eventual crecida de las aguas de ríos o fuentes. Muchas veces la topografía de las llanuras de los ríos está en forma de conos, llamado cono de deyección, lo que significa que el lecho del río podría desplazarse con bastante facilidad, inundando zonas alejadas del lecho principal actual. Dichas zonas constituyen zonas interesantes para el desarrollo del riego, debido a la topografía favorable como para desviar agua del río hacia cualquier punto de su zona aluvial. Se trata entonces de zonas vulnerables. Los ríos están generalmente encauzados, protegiendo así las zonas agrícolas tal como las zonas urbanas. Además, para tener acceso más fácil al agua, las ciudades fueron, muchas veces, construidas muy cerca de los ríos, lo que las torna más vulnerables. Para reducir los riesgos de cambio importante de lecho durante crecidas fuertes, se debe tomar en cuenta la dinámica fluvial de los ríos asociada con el transporte de sedimentos, controlando la evolución de los cauces y evitando errores graves tales como puntos de reducción excesivos de la sección del río (con presas derivadores, bocatomas, puentes, etc.). En Chuquisaca, bajo el término de llanura aluvial se hace especial alusión a las áreas, más bien pequeñas y de suelos blandos y fértiles, que en zonas áridas contornean arroyos o sólo se muestran en algunos de sus recodos. Pueden ser en manantiales de montaña (como en los Andes) o en sectores desérticos de baja altitud, los cuales, al estar siempre bien regados, generalmente son las únicas áreas de la región que disponen de pastos tiernos; por ello son fundamentales para la biodiversidad y la ganadería.

e) Llanura de piedemonte

Es una zona de transición de las últimas estribaciones del subandino hacia la llanura chaqueña. Las características físico- climáticas tienen estrecha relación con los contrafuertes del subandino. Abarca una superficie estimada en 268,52 Km². La llanura piedemonte tiene una topografía casi plana, interrumpida por la presencia de dunas estabilizadas por la vegetación y por zonas depresivas, conocidas como bañados. Tiene una altura que disminuye de oeste a este de características agropecuarias intensivas en generalidad.

f) Altitudes

El Municipio de Monteagudo presenta altitudes en rangos que oscilan entre los 3.200 msnm y los 620 msnm la cima más alta es la de Aguadillas, y la más baja la del Ñaño; con un promedio de altitud de 1.322 msnm.

g) Procesos de erosión

Según el Censo Nacional Agropecuario 2013, los departamentos con mayor erosión son: Potosí, Oruro, Chuquisaca, Tarija y La Paz. Las causales están ligadas a la disminución y pérdida de la cobertura vegetal y la implementación de prácticas inapropiadas”

El proceso erosivo más importante al interior de la circunscripción Municipal es el hídrico; provocado principalmente por el mal uso de los suelos: tala indiscriminada, deforestación con distintos fines, las quemas de la vegetación, la contaminación de las aguas superficiales, etc. que derivan en la degradación de los suelos, aguas arriba y aguas abajo.

Otro de los factores que están influyendo en la erosión del suelo en el Municipio es la agricultura migratoria, el monocultivo la crianza de ganado extensivo etc.

✓ Suelos

a) Clasificación de los suelos

El Municipio de Monteagudo los suelos se presentan en asociaciones Cambisoles, Phaeozems, leptosoles, regasdes y Lixisoles que se presentan en los distritos pedernal, San Juan del Pirai y el distrito Fernández.

Consociación Leptosoles los suelos con estas características se presentan en los distritos de Fernández, Pedernal y Sauces.

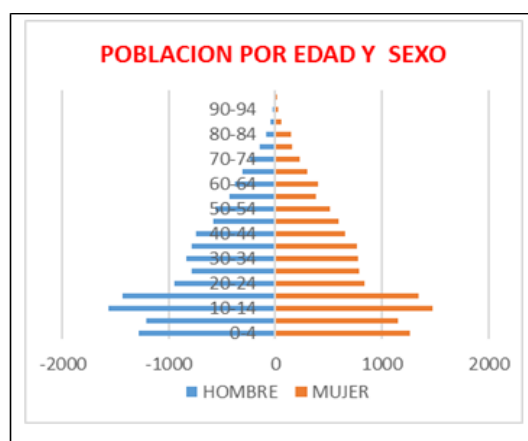
Consociación Leptosoles con inclusión Fluvisoles, Phaeozems y Lixisoles el suelo de estas características se presenta solamente en el distrito Sauces. Fuente: INFO ESPIE.

3.1.3 Aspectos Socio-culturales

✓ Aspectos demográficos

De acuerdo al CNPV 2012, la población del Municipio de Monteagudo es de 24,303 habitantes, definida como población rural, compuesta por 3.594 familias con un tamaño promedio de 3,5 personas por hogar, siendo la densidad poblacional de 36 habitantes por Km2. La distribución de la población a nivel de localidades muestra que la mayoría constituye población dispersa asentada en comunidades rurales, alcanzando cerca del 90% de la población total, algunas de las cuales tienen un mayor número de habitantes respecto a los centros poblados.

Ilustración 2: Pirámide Poblacional



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo

✓ Estructura por edad y sexo

La población del Municipio de Monteagudo, constituye mayoritariamente una población joven, ya que predomina en su composición etárea un elevado porcentaje de población menor de 39 años que representa un 64% de la población total; estando conformada con un ligero predominio de las mujeres.

3.1.4 Aspectos Económicos Productivos

La región se caracteriza por la producción de maíz con 433.589,0 quintales, de lechuga con 28.098,5 quintales, de papa con 15.644,1 quintales, de maní 15.265,7 quintales, de Ají 3.907,2 quintales, de Frijol 2785,8 quintales, de yuca 4487,3 quintales y de miel de abeja 1,5 millones de kg. (Según censo agropecuario 2013).

El municipio chaqueño destaca como especies ganaderas a las aves de corral con 117.885 cabezas, bovino con 47.242 cabezas, porcino 40597 cabezas y ovino 15198 cabezas.

3.1.5 Aspectos Organizativos Institucionales

Comunal e inter comunal

El pueblo guaraní está estructurado a través de las Capitanías Comunales donde existe un capitán comunal o Mburuvicha guazú, cada una de estas comunidades cuenta con un PISET (Producción, Infraestructura, Salud, Educación y Tierra y Territorio), una instancia superior a esta es la Capitanía Zonal que está constituida por representantes de comunidades de una zona. En el caso de Monteagudo, se cuenta con un Consejo de Capitanes, y la otra instancia superior es el Distrito donde pueden involucrarse una o más zonas, y posteriormente la asamblea del pueblo guaraní APG. Es importante mencionar que en el caso de los Municipios del Chaco Chuquisaqueño existe un consejo de capitanes, este consejo tiene un Directorio que agrupa a los representantes zonales del Chaco Chuquisaqueño.

Los niveles de representación están dados por los Capitanes Comunales, que tienen la representación de la comunidad y los capitanes zonales de la zona, en todo caso existe una correspondencia directa con el Consejo de Capitanes.

Organizaciones Territoriales de Base (OTBs)

Con la vigencia de la Ley de Participación Popular, en la Sección se han organizado las OTB's, actualmente existen 93 OTBs (77 Comunidades campesinas, 4 Pueblos Indígenas y 12 Juntas vecinales)

Sindicato Agrario: Este tipo de organización se encuentra en todas las comunidades de los distritos de la sección municipal, el mismo fue inducido por La Ley de la Reforma Agraria de 1954. El Sindicato Agrario se constituye en la máxima organización de base y tiene la mayor influencia en el proceso de organización comunal.

Municipal

Desde el 20 de abril de 1994, con la promulgación de la Ley de Participación Popular, se da un cambio fundamental; con una nueva concepción filosófica del accionar municipal, otorgándole un rol protagónico como generador de políticas de desarrollo productivo económico y humano, dentro de su jurisdicción territorial, con autonomía y gestión propia, normatividad jurídica propia, administración y fiscalizaciones propias. A partir de estos antecedentes cada Gobierno Municipal, de los 327 municipios que existen en el país debe implementar, sus normas internas de gasto, seguimiento y control propio, dentro de las normas marco de la Ley 1178, y de demás Leyes que están en vigencia.

La estructura político administrativa en el municipio es el Ejecutivo Municipal, El consejo municipal, los sindicatos agrarios y las capitanías de las comunidades Guaraníes estos están vinculados a los escenarios de planificación mediante la gestión y la inversión pública con las que cuenta el Gobierno Autónomo Municipal, para el desarrollo integral de los cuatro distritos municipales y las 93 comunidades. Estos están divididos en 89 comunidades campesinas que representa el 83.96% del territorio, 4 comunidades indígenas que representa el 3.77% del territorio, 1 centro poblado que representa el 0.94% del territorio y las 12 juntas vecinales que representan el 11.32% de la población. (Fuente de elaboración propia GAMM)-

3.1.6 Situación Socioeconómica

Índice de pobreza

El Municipio de Monteagudo tiene una población de 23,104 habitantes en su totalidad, de esta población de 13,034 que hace el 56,42% es pobre, y una población de 10,070 habitantes que son el 43,58% no son pobres. Las comunidades que son pobres son aquellas que no tienen acceso a servicios básicos, educación, salud, comunicación, energía.

Según el censo de población y vivienda realizada el año 2012, la población catalogada de pobre son 13,034 habitantes que son el 56,42%, la población pobre vive en las comunidades de Buena vista, Naranjos, alto casadero, Chuya Yacu, Yaconal, Pozuelos, Los Pinos, Pampa la Lima, Yajo Pampa, Yana Yana, Potreros, Puca Mayu, Saucebitos, Vallecitos y agua y

leche. Este aspecto nos muestra que los pobladores de las comunidades del Distrito Fernández y San Juan del Pirai son los más pobres en el Municipio.

La desagregación de indicadores de bienestar basada en el Censo 2012 da cuenta que los departamentos Potosí y Chuquisaca son los que presentan mayores incidencias de pobreza. Teniendo Chuquisaca 82.4% de línea alta, 72.2% línea baja y 61.5% extrema.

El IDH para el departamento Chuquisaca para el año 2020 fue de 0.389, ubicando a nuestro departamento en el penúltimo lugar a nivel nacional, los tres primeros lugares de acuerdo al IDH son: Santa Cruz (0.609), La Paz (0.532) y Beni (0.503); de acuerdo al rango establecido con anterioridad el Departamento de Chuquisaca cuenta con un IDH Bajo. A nivel de los municipios existen de la misma manera diferencias en cuanto al IDH, los 3 municipios con mejor IDH a nivel Departamental son: Sucre (0.540), Poroma (0.540) y Machareti (0.454), los 2 primeros municipios tienen IDH Medio y el último IDH Bajo, los 3 municipios con IDH más bajo son los siguientes: Azurduy (0.283), Zudañez (0.276) y Presto (0.270); todos éstos municipios están en la categoría de IDH Bajo.

Estratificación Socio económica: En el municipio Monteagudo se identifican cuatro estratos Socioeconómicos, los mismos se identificaron de acuerdo al tamaño de la propiedad la capacidad productiva y la cantidad de ganado: Productores muy pobres, Productores pobres; Productores medios, agricultores comerciales.

3.1.7 Acceso a Servicios Básicos

Tenencia de la vivienda

En el Municipio de Monteagudo el 72,4% de la población cuenta con vivienda propia, el 15% vive en ambientes alquilados, el 0,2% en anticrético, el 3,5 como cuidadores o cedidos por servicio y el 5,4% viven en viviendas prestadas o cedidas por parientes o amistades.

a) Procedencia y cobertura del servicio de energía eléctrica.

En la sección Municipal la procedencia de la energía eléctrica es de la red de interconexión nacional, mediante la prestación de servicios de la Compañía Eléctrica Sucre Sociedad Anónima.

La Cooperativa de Servicios Monteagudo (COSERMO) es otra institución que genera y ofrece el servicio de energía eléctrica al centro poblado y algunas comunidades del municipio de Monteagudo.

b) Cobertura por vivienda

Para el censo 2012 en el municipio de Monteagudo el 32% de las viviendas contaban con el servicio de energía eléctrica y el 67% no contaba con este servicio.

Tabla N° 3: Porcentaje de Hogares por Disponibilidad de Energía Eléctrica en la Vivienda, Según Municipio, Censo 2012

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	Si, Tiene %	No, Tiene %
BOLIVIA	64,4	35,6
CHUQUISACA	47,1	52,9
Monteagudo	32,8	67,2

Fuente: INE, 2012

Cobertura comunal

La cobertura comunal con el servicio de energía eléctrica indica que de 93 comunidades con las que cuenta el municipio de Monteagudo, 62 comunidades que son el 66,66% tienen cobertura con energía eléctrica, 31 comunidades que es el 33,33% no cuentan con cobertura de energía eléctrica, de este porcentaje CESSA atiende a 22 comunidades que hace el 23,65% y COSERMO atiende a 40 comunidades que es el 43,01% de su cobertura comunal.

Distribución y cobertura de agua potable.

En la sección municipal se cuenta con 7,066 viviendas, 5,004 tienen conexión domiciliaria de agua por tubería, 1,904 viviendas no tienen conexión domiciliaria de agua, 158 viviendas tienen conexión mediante una pileta pública.

Las viviendas en el municipio de Monteagudo el 70,82% tiene cobertura con el servicio de agua por tubería, mediante una acometida domiciliaria, el 2,24% de las viviendas tiene el servicio de agua mediante una pileta pública y el 26,95% de las viviendas no cuentan con el servicio de agua.

3.2 SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO

En 2022, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron en todo el mundo cerca de 965 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que si bien supuso un aumento con respecto al año anterior, se encuentra todavía lejos de las cifras registradas antes del inicio de la pandemia de COVID-19. Aun así, la importancia global del sector sigue siendo evidente. Y es que la industria turística es responsable de la creación de más de 290 millones de empleos, entre directos e indirectos. Además, su aportación al PIB mundial superó los siete billones de dólares estadounidenses en el último año, como hizo público el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés). La actividad generada por los sectores de la hostelería, las agencias de viaje, el transporte de pasajeros y del ocio en general consigue atraer, además, una importante inversión pública y de capital privado.

3.2.1 El turismo en Bolivia

El turismo en Bolivia se concentra principalmente en los departamentos de La Paz; Santa Cruz y Cochabamba que ofrecen a los eventuales turistas, una amplia gama de destinos turísticos.

Bolivia es un Estado Plurinacional, independiente y soberano situado en el centro-oeste de América del Sur. El extenso territorio de Bolivia está dotado de grandes atractivos y destinos turísticos, que hacen del Turismo en Bolivia una industria sin motor con muchas potencialidades.

El turismo en Bolivia aún no recuperó el flujo de visitantes que tuvo en 2019, un año antes que llegara al país la pandemia de COVID-19. Hasta entonces había un pico que superó los 3,08 millones de personas.

La Cámara Nacional de Operadores de Turismo (Canotur), señaló: Pospandemia, no hemos podido alcanzar todavía los niveles (de flujo de turistas) de 2019; sin embargo, ha estado mejor (la afluencia de visitantes) el 2023 que el 2022.

Pese a eso, en 2020, el flujo de visitantes al país llegó a 1,02 millones de turistas, mientras que en 2021 ese rubro sufrió una dura caída debido a que tan solo se contabilizaron 712.404.

Ese año, la cantidad de turistas en el país llegó a 2.002.795, lo que significó un “repunte” para los rubros que se dedican al turismo: agencias de viaje, transporte aéreo y terrestre, restaurantes y también la hotelería.

A agosto de este año, los datos del INE, con detalle mensual, muestran que Bolivia recibió la visita de 2.019.778; o sea, más que el total del año pasado.

Los 3 destinos de Bolivia a los que acuden los turistas nacionales y extranjeros con más frecuencia. Se trata de, en primer lugar, el Salar de Uyuni, en el departamento de Potosí; luego, el Parque Nacional Madidi, en el norte de La Paz; Copacabana y las islas del Sol y de la Luna, en ese orden.

La información publicada por el INE detalla la forma por la que ingresan los turistas a Bolivia: vía aérea o terrestre. Devela que la mayor cantidad de visitantes que llegan al país usa las carreteras.

Hasta agosto de 2023, 476.842 turistas llegaron a Bolivia por vía aérea, respecto de 1.542.936 que decidieron usar las carreteras para entrar al país. La vía terrestre predomina en la forma de ingreso al suelo boliviano no solo este año, sino desde 2018.

Bolivia cuenta con 20 ingresos por carretera distribuidos en las regiones fronterizas de los nueve departamentos. Por ellas pasan a diario centenares de turistas, tanto nacionales como extranjeros.

Según los datos del INE, hasta agosto, 1.542.936 turistas ingresaron al país por los puestos de control en carreteras de las regiones fronterizas, en el detalle de la información se puede evidenciar que seis de esas oficinas son los más utilizados por los turistas.

En primer lugar, está el paso de Villazón, la región fronteriza que limita con Argentina, con un total de 469.438 turistas que se registraron. Le sigue Pisiga, en Oruro, donde 224.992 visitantes se inscribieron al ingresar al país.

El tercer puesto de control por el que más visitantes se registraron en 2023 es Tambo Quemado, en el departamento de Oruro, con 168.885. Le sigue Bermejo, Tarija, con un flujo de 116.326 personas; Desaguadero, en La Paz, con 117.147 y Yacuiba, con 105.179.

Todas las demás estaciones de control vieron pasar a menos de 100.000 turistas este año.

Entretanto, los aeropuertos internacionales en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba recibieron a 476.842 visitantes en el mismo periodo de tiempo.

Viru Viru registró 401.656 turistas, seguido de El Alto, con 63.188 y, finalmente, Jorge Wilstermann, con 11.998, entre ciudadanos nacionales y extranjeros.

Si bien los turistas que llegan a Bolivia son de diferentes naciones y continentes, hay cinco países que predominan y lideran la lista de visitantes: Argentina, Perú, Chile, Brasil y Estados Unidos.

Otro dato del INE que también llama la atención es el flujo de salida de 2.123.480 turistas desde Bolivia hacia otros países. De ellos, 1.638.167 usaron la vía terrestre y 485.313, la aérea.

El 27 de octubre, el Gobierno publicó los datos de crecimiento económico. El ministro de Planificación, Sergio Cusicanqui, mostró que en el primer semestre de este año la economía nacional se incrementó en un 2,21%.

Los sectores que tuvieron un crecimiento positivo a junio son: servicios, con 11,11%; electricidad, gas y agua con 5,32%; establecimientos financieros con 3,88%; y la construcción con 3,64%.

En cuanto a servicios también se destaca el crecimiento en los sectores de restaurantes y hoteles que alcanzó una expansión del 10,5% en lo que va del año.

Vemos que se ratifica la importancia de la demanda interna con este crecimiento del rubro de restaurantes y hoteles en nuestro país y que también ratifica esa recuperación del turismo interno, el turismo internacional que se ve a través de este incremento en hoteles y restaurantes, dijo en una conferencia de prensa en La Paz.

3.2.2 El turismo en Chuquisaca

De 2019 a 2022, Chuquisaca superó la meta de los 100 mil visitantes y este año busca atraer a aproximadamente 150 mil. Solo en enero recién pasado, un total de 14.250 turistas llegaron a la capital para visitar, entre otros atractivos, el Parque Cretácico, que sigue siendo número uno en preferencia.

Sobre la base de datos del flujo turístico, el secretario departamental de Desarrollo Productivo, Turismo, Cultura y Empleo de Chuquisaca, Félix Almendras, aseveró que el año pasado fue un año de recuperación de este rubro.

Chuquisaca recibió a un total de 107.510 visitantes: 66.085 nacionales y 20.621 extranjeros, hasta el 31 de diciembre, lo cual representa 8% más que en 2021.

Tabla N° 4: Flujo de turistas visitantes a establecimientos de hospedaje en el Municipio de Sucre 2013 – 2023

AÑO	EXTRANJEROS	Tasa anual de crecimiento (%)	BOLIVIANOS	Tasa anual de crecimiento (%)	TOTAL	Tasa
2013	23.981	0,12	82.355	0,16	106.336	
2014	36.024	0,16	77.117	0,12	113.141	
2015	33.727	0,10	71.530	0,12	105.257	
2016	44.290	0,15	86.655	0,13	130.945	
2017	27.623	0,07	66.735	0,13	94.358	0,10
2018	27.571	0,11	84.345	-0,12	111.916	-0,10
2019	23.668	-0,15	82.871	-0,05	106.539	-0,12
2020	34.686	-0,14	68.657	-0,16	103.343	-0,11
2021	27.473	0,06	79.165	0,09	106.638	0,09
2022	41.425		66.085	0,10	107.510	0,05
2023	29.596		68.650		98.246	

Fuente: INE- Ministerio de desarrollo económico- Vice ministerio de turismo 2023

Viceministerio de Turismo

Sucre registra cifras alentadoras de turismo, mostrando un crecimiento de 77,4 % en el flujo de llegada de visitantes (turistas) extranjeros, de enero a julio 2023, comparado a similar período de 2022.

La actividad de turismo es uno de los rubros más importantes para impulsar el crecimiento económico, por la dinámica que presenta y el efecto multiplicador que tiene por su transversalidad con otras actividades económicas.

Es así que, a julio de 2023, se registró la llegada de 589.853 turistas extranjeros a Bolivia, cifra mayor en 257,417 personas con relación a 2022, el flujo muestra un incremento considerable de visitantes, tanto los que arribaron al país por carretera o por vía aérea, con variaciones porcentuales positivas de 105,0% y 39,4% respectivamente.

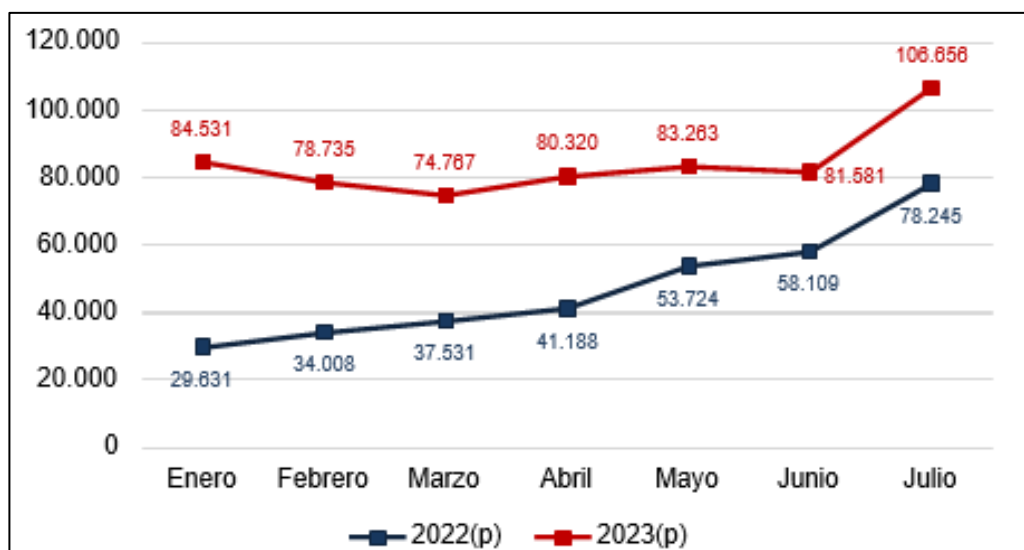
Estacionalidad del movimiento turístico hacia Sucre.

Tabla N° 5: Sucre llegada de visitantes extranjeros, según modo de transporte, enero - julio, 2022 – 2023 (En número de personas)

2022 ^(p) 2023 ^(p)					
MODO DE					Variación porcentual
TRANSPORTE Visitantes Participación Visitantes				Participación	
porcentual				porcentual	
Total	332.436	100	589.853	100	77,4
Aéreo	139.769	42	194.824	33	39,4
Carretero	192.667	58	395.029	67	105

Fuente: Elaboración en base a datos preliminares del INE 2023

Ilustración 3: SUCRE: LLEGADA DE VISITANTES EXTRANJEROS, SEGÚN MODO DE TRANSPORTE, ENERO - JULIO, 2022 – 2023 (En número de personas)



Fuente: Elaboración en base a datos preliminares del INE 2023

Este comportamiento se refleja en la serie estadística mensual de 2023 con relación a 2022, siendo julio el mes que registró el mayor número de visitantes, ascendiendo a 106.656, mostrando una variación positiva de 36,3% respecto a similar período de 2022, cuando el flujo alcanzó a 78.245 visitantes.

Por otro lado, de enero a julio de 2023, el turismo emisor que se refleja en la salida de visitantes nacionales al exterior, alcanzó a 512.665, cifra mayor en 97,547 visitantes, que por carretera presentó un incremento de 28,6% en su variación porcentual; al igual que por vía aérea con una variación positiva de 17,0% respecto a similar período de 2022.

3.2.3 El turismo en Monteagudo

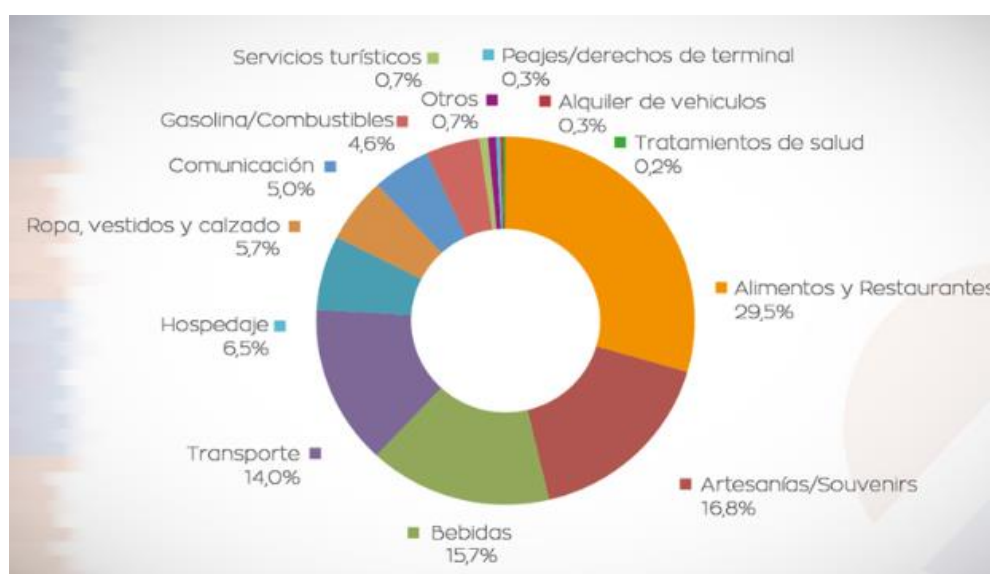
Al celebrarse 213 años del primer grito libertario de Chuquisaca, el Instituto Nacional de Estadística (INE) informó que el 2023 el ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje de la ciudad de Monteagudo, aumentó en 13,3%, debido a la variación positiva que presentaron los viajeros extranjeros y nacionales de 17,8% y 10,9%, respectivamente.

Monteagudo es la segunda ciudad más importante del departamento de Chuquisaca. Se encuentra a 310 kilómetros de Sucre y a 384 de Santa Cruz. Ofrece a los visitantes una variedad de actividades y servicios turísticos en una zona de alta biodiversidad, que se

caracteriza por su abundante flora y fauna natural – tropical y cuyo ecosistema se desenvuelve a 1.130 metros sobre el nivel del mar con un clima que va de templado a cálido.

Sus recursos hídricos son parte de una riqueza que es, en sí misma, una reserva natural; por lo tanto, tiene muchos lugares para visitar y actividades por realizar, como por ejemplo paseos para la observación de animales y plantas, trekking, camping, canotaje, pesca deportiva, o para darse un chapuzón en sus balnearios naturales. El más conocido es el del Cañón de Heredia, con aguas cristalinas y caídas de agua sorprendentes. Es muy bajo el presupuesto asignado a este sector por tal motivo no ha tenido un mayor crecimiento la inversión que se realiza no es suficiente tomando en cuenta el gran potencial que tiene el municipio de Monteagudo.

Ilustración 4: Estructura del gasto de los turistas nacionales y extranjeros en el municipio de Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

3.3 Oferta turística principales y potenciales rutas turísticas

El Municipio de Monteagudo ofrece como una oportunidad de turismo a los visitantes del Municipio lo siguiente; Turismo de aventura, Turismo ecológico, Turismo de Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos, Manifestaciones Culturales. Turismo de Etnografía y Folklore

Tabla N° 6: POTENCIALIDADES TURÍSTICAS

Nombre del atractivo	Potencialidad	Distancia
Serranía alto cazadero	la zona es apta para el turismo de aventura y el ecoturismo	La serranía alto cazaderos está Se encuentra a ubicada al oeste de Monteagudo, a 20 km. de la ciudad
Serranía Alto Yanguilo	Ecoturismo	Se encuentra a 45 minutos en vehículo y 2 horas realizando una caminata
Cañón de Heredia	Ecoturismo	Se encuentra a 10 Km al oeste de Monteagudo
Río Parapetí	Ecoturismo y turismo de aventura	Nace en la provincia Azurduy, se desplaza por el sudoeste del cantón San Juan del Pirá y el cantón Sauces.
Río Azero (Norte)	Ecoturismo (pesca y deporte acuático)	A 20 km de Monteagudo
Rio Azero Comunidad Roldana	Ecoturismo (pesca y deporte acuático)	Ubicado en el camino hacia Pedernal en la comunidad de Roldana, a una distancia de 34 kilómetros desde la ciudad de Monteagudo
Cascadas de Buena Vista	Ecoturismo	Para llegar a la comunidad de Buena Vista, se debe ingresar primero a la comunidad de Vallecitos 15 km al este del municipio
Cascada Limón (El Zapallar)	Ecoturismo	Se encuentra al noreste de Monteagudo y es parte del Area Protegida Serranía el Ñao
Serranía del Ñao (Parque Natural y Área de Manejo Integrado el Ñao)	Ecoturismo	Es parte de las provincias Hernando Siles, Luis Calvo, Tomina, y Belisario Boeto
Ruinas de Alto Ilinchupa Serranía del Ñao	Ecoturismo, etnografía	Estas ruinas se encuentran al norte de Monteagudo, sobre la serranía del Ñao.
Iglesia en la Comunidad de Cachi Mayu	Turismo de Patrimonio, se puede apreciar la construcción de la iglesia de la época prehispánica e incaica	Esta comunidad está ubicada en el cantón Fernández camino a la comunidad de Rodeo
Comunidad Indígena Guaraní de Cañadillas	Ecoturismo, etnografía y folklore	Ubicada al norte de la ciudad de Monteagudo, comunidad Indígena Guaraní
Carnaval Sauceño	Turismo de Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales	El carnaval Sauceño es un evento que se realiza en la ciudad de Monteagudo
Día de la tradición Sauceña	Turismo de Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales	Es realizado en la Ciudad de Monteagudo el segundo sábado del mes de noviembre
Entrada Folklórica de San Antonio de Padua	Turismo de Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales	Se realiza en la ciudad de Monteagudo el 13 de junio
Commemoración y Feria en Homenaje a la Muerte del Líder Indígena Guaraní	Turismo de Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y	Se realiza en la ciudad de Monteagudo el 29 de marzo
Apiaguaiky Tumpa	Manifestaciones Culturales	
FEXIMONT (Fiesta Cívica 20 de agosto)	Turismo de Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales	Se realiza en la ciudad de Monteagudo en el campo ferial ubicado en el barrio Lagunillitas, el día 20 del mes de agosto

Fuente: UPEM Unidad de Promoción económica Municipal GAMM. Del plan de desarrollo integral municipal del municipio de Monteagudo.

3.3.1 Flujos de visitantes turistas

El flujo de visitantes al Municipio es el turismo interno y comercial está orientado más a la actividad comercial y no con el afán de realizar actividades turísticas concretamente dichas, el flujo de visitantes se da claramente para el 20 de agosto aniversario del Municipio y la realización de FEXIMONT y otras de importancia menor como ser la fiesta del señor San Antonio de Padua patrono de la ciudad de Monteagudo, que se realiza el 13 de junio.

3.3.2 Características del flujo de turistas del Municipio de Monteagudo

Con el impulso de la campaña “Monteagudo Municipio Cultural”, el flujo turístico en El Municipio de Monteagudo se incrementó un 53% desde 2018 a 2021 en el periodo de enero a noviembre. Ese dato fue corroborado por la Secretaria Municipal de Turismo del

Municipio de Monteagudo que indican que el año 2018 se registraron 7.914 turistas y en 2021, 9.910 turistas.

La secretaria de Turismo, informó que la cifra alcanzada hasta noviembre de este año se debe al registro de visitantes en más de 32 establecimientos de hospedaje de Monteagudo.

Si bien la cifra de 9.910 visitantes es positiva, aún se está lejos de recuperar la presencia de turistas pre pandemia, pues en 2019 llegaron 5000 visitantes.

La secretaria de Turismo de Monteagudo dijo que, hechas las proyecciones, para diciembre se espera la llegada de 12.000 visitantes, entre nacionales y extranjeros, con lo que 2022 se podría cerrar con 18 mil turistas. Esto querrá decir que se habría recuperado el 70% del mercado pre pandemia, lo que dejaría a Monteagudo dentro de las previsiones de la Organización Mundial del Turismo convirtiendo a este municipio en uno de los más visitados.

De acuerdo con el registro que maneja la Municipalidad de Monteagudo, en el 2020, el mes que más visitantes hubo en Monteagudo fue agosto con 3.088, mientras que el más bajo febrero con 810.

La secretaria de Turismo de Monteagudo precisó que los turistas nacionales que más llegan a este municipio son los de Santa Cruz mientras que los del extranjero, de Francia, Argentina y Países de Centro América.

El turismo en la ciudad de Monteagudo, data desde la época colonial, institucionalmente, el turismo en Monteagudo es considerado como una actividad prioritaria desde la década de los setenta. Desde entonces, el flujo turístico fue incrementando. En la actualidad Sucre tiene un flujo turístico de alrededor de 12.904 Turistas que representa aproximadamente el 5,4% del total de los flujos de extranjeros a todo el país. El flujo de turismo interno con un total de 5.942 residentes nacionales que representa el 4% del total de flujos de residentes nacionales.

Los principales mercados emisores internacionales es muy diversa, es así que 15.8% de los mismos tiene nacionalidad francesa, 10.8%, nacionalidad británica, en tanto que 9.3% de los turistas es de nacionalidad alemana, tanto turista de nacionalidad americana y suiza cuentan con 6.50% cada uno. Es posible mencionar que el restante porcentaje muestra gran

variedad en cuanto a la nacionalidad pudiendo mencionarse entre estas la australiana, canadiense, holandesa, española y otras. Respecto a los turistas nacionales el 23,2% proceden de Cochabamba, La Paz se encuentra en el segundo lugar en turismo emisor hacia Sucre con 21,1%, luego se ubica Potosí con un 17,6% del total de turistas nacionales que llegan a Monteagudo, y finalmente Santa Cruz se sitúa en el cuarto lugar con una participación del 15,8%, haciendo estas 4 ciudades alrededor del 67% del total de visitantes a la ciudad de Sucre. El resto de los turistas nacionales está compuesto por viajeros de las ciudades de Tarija con 8,7%, Oruro con 7,9%, Beni con 3,4% y finalmente Pando con 2,4%.⁴ Esta afluencia de turistas está condicionada por la estacionalidad turística. Es decir, que el flujo de visitantes está marcado por dos estaciones: baja y alta.

En la temporada alta el mercado internacional visita Monteagudo en invierno y el mercado nacional en verano. Mientras en la temporada baja, el flujo turístico es limitado. Con todo, la estadía promedio de visitantes en Monteagudo es de 2,3 días para los extranjeros y 1,9 días para los bolivianos.

La oferta turística que motiva el desplazamiento del flujo turístico hacia Monteagudo esta basada en sus recursos hídricos y sus atractivos naturales.

Tabla N° 7: Oferta Turística de Municipio de Monteagudo

Nombre del atractivo	Potencialidad	Turistas que Asisten en Promedio	Ingresos que Genera la actividad turística al municipio
Serranía alto cazadero	La zona es apta para el turismo de aventura y el ecoturismo	4969	7633 bs
Serranía Alto Yanguilo	Ecoturismo	4805	12047 bs
Cañón de Heredia	Ecoturismo	2290	8216 bs
Río Parapetí	Ecoturismo y turismo de aventura	2220	11053 bs
Río Azero (Norte)	Ecoturismo (pesca y deporte acuático)	3604	7718 bs
Rio Azero Comunidad Roldana	Ecoturismo (pesca y deporte acuático)	2805	11526 bs
Cascadas de Buena Vista	Ecoturismo	4429	11784 bs
Cascada Limón (El Zapallar)	Ecoturismo	4997	10758 bs

Serranía del Iñao (Parque Natural y Área de Manejo Integrado el Iñao)	Ecoturismo	3065	8599 bs
Ruinas de Alto Ilinchupa Serranía del Iñao	Ecoturismo, etnografía	3301	11548 bs
Iglesia en la Comunidad de Cachi Mayu	Turismo de Patrimonio, se puede apreciar la construcción de la iglesia de la época prehispánica e incaica	4160	10557 bs
Comunidad Indígena Guaraní de Cañadillas	Ecoturismo, etnografía y folklore	2852	9674 bs

El cuadro anterior muestra las principales actividades turísticas del Municipio de Monteagudo y con la cantidad de visitantes nacionales y extranjeros del Municipio y cuanto de ingreso genera estas actividades para el Municipio en periodos de 3 meses.

3.4 Análisis integral de la actividad turística

La actividad turística en Monteagudo es aún incipiente, poco desarrollada sin embargo se identifican algunas actividades que podrán ser el nexo para estructurar la oferta turística para que a futuro genere ingresos importantes a los diferentes emprendimientos de servicios turísticos. Tal es el caso de la fiesta del 20 de agosto y fiestas de fin de año, principalmente del turismo interno donde las personas acuden a dichas festividades desde municipios de la región del chaco y principalmente existe la afluencia de residentes monteagudeños, que llegan de las ciudades de Sucre y Santa Cruz.

Si bien la presencia de turistas no es relevante en la economía local, comparado con otros municipios con vocación turística, en Monteagudo se tiene estructurada una oferta de servicios turísticos muy interesantes, como ser los servicios de hotelería y alimentación con un variado menú de posibilidades.

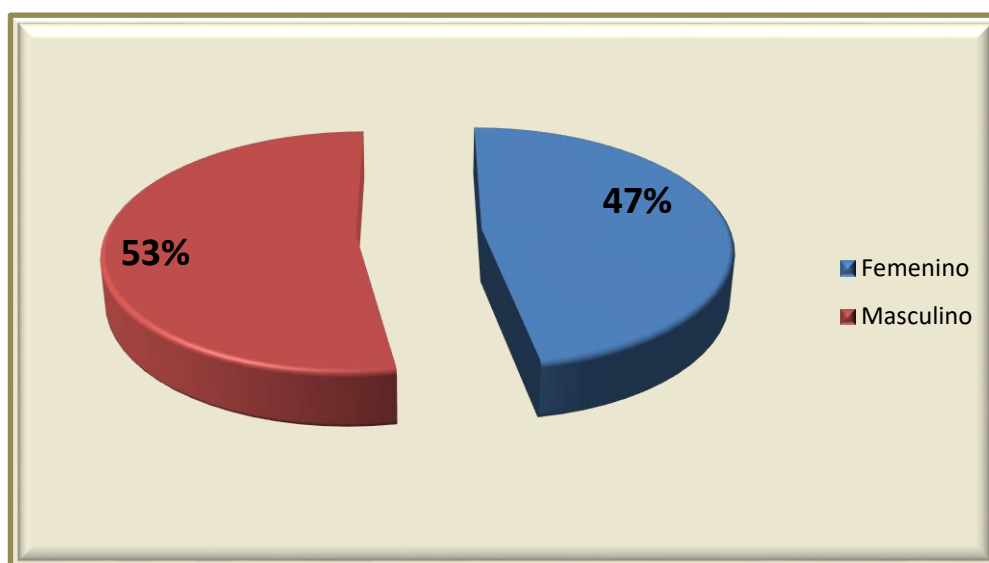
Por otro lado, existen diversos servicios de transporte hacia las ciudades de Santa Cruz y Sucre, donde últimamente se incorpora el transporte aéreo de pasajeros que abre un abanico de posibilidades para incrementar el flujo turístico desde otros departamentos de nuestro País.

3.5 Análisis de información primaria en base a encuestas

3.5.1 Aspectos Determinantes de turistas nacionales e internacionales:

3.5.1.1 Género de los encuestados

Ilustración 5: Género de los turistas

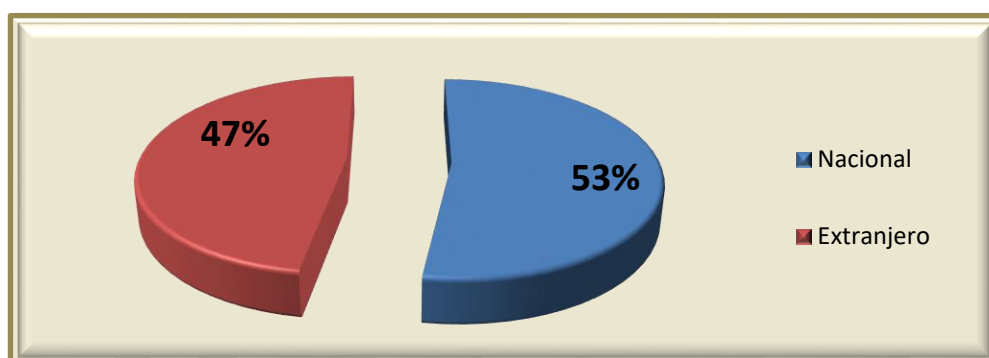


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En el gráfico anterior, se observa que de todos los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Sucre en su mayoría son hombres con un 53% y mujeres con un 47% haciéndose un total de 100%. Esta información, permite identificar la variabilidad de productos turísticos destinados a este tipo de clientes.

3.5.1.2 Procedencia

Ilustración 6: Procedencia

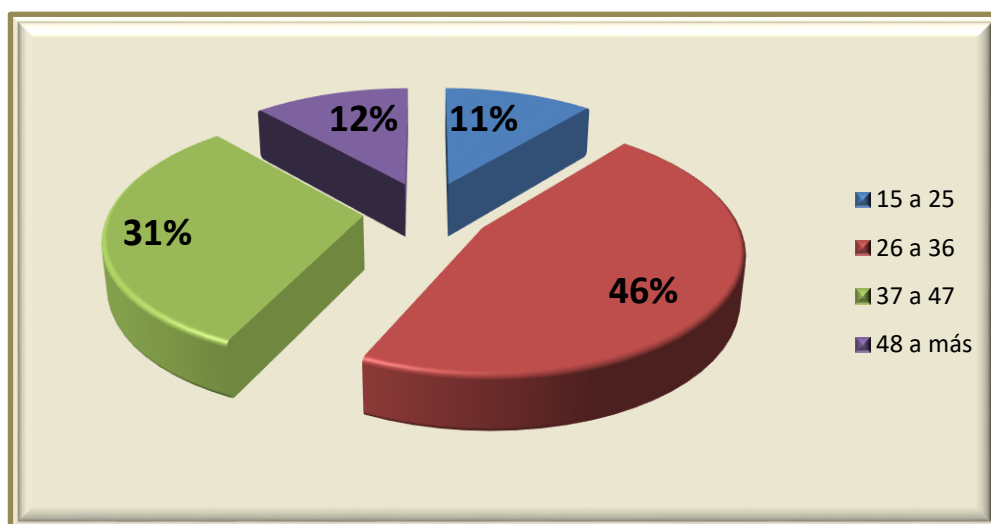


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En el grafico se puede apreciar que de todos los turistas entrevistados sobre la oferta la procedencia se puede indicar que el 53% que visitan Sucre son de procedencia nacional y el restante 47% son extranjeros.

3.5.1.3 Edad de los turistas

Ilustración 7: Edad de los Turistas

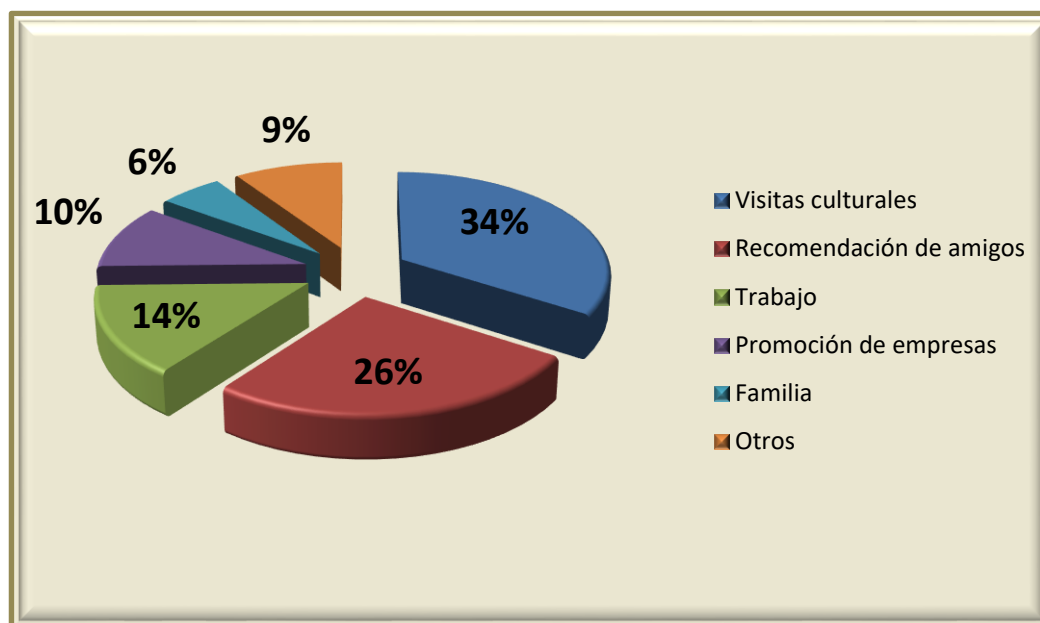


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En este gráfico puede observar el rango de edad de todos los turistas extranjeros entrevistados en la ciudad de Sucre, donde un 11% se encuentra entre los 15 a 25 años de edad, un 46% se encuentra entre 26 a 36 años de edad, un 31% se encuentra entre 37 a 47 años de edad y por último un 12% entre 48 o más años de edad.

3.5.1.4 Motivo de Visita a Sucre

Ilustración 8: Motivo de Visita de los turistas

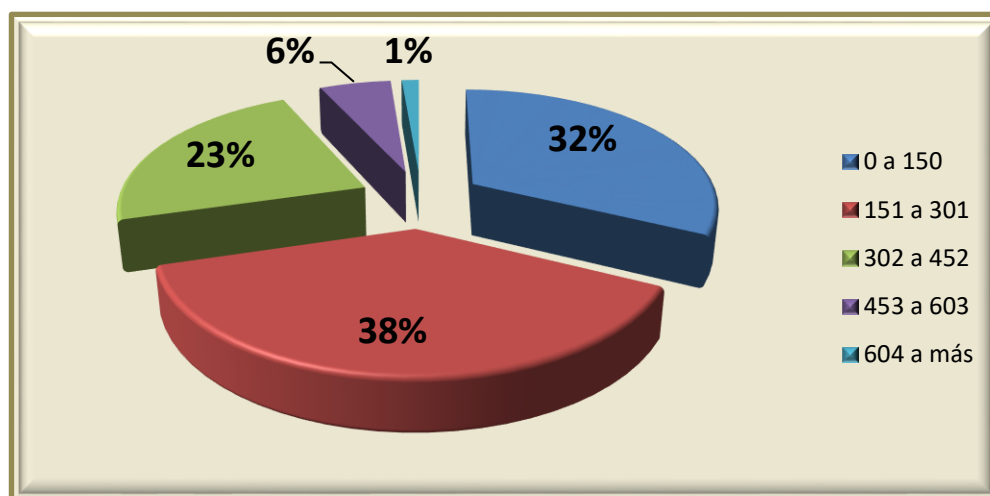


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En este gráfico, se puede apreciar la razón de su visita a Sucre donde la mayoría que es un 34% viene por visitas culturales, con un 26% viene por recomendaciones de amigos, un 14% viene por trabajo, un 10% viene por promociones que se realiza en agencias de viajes, un 6% vienen a visitar a sus familias.

3.5.1.5 Promedio de gastos al día

Ilustración 9: Gasto promedio en bs. al día

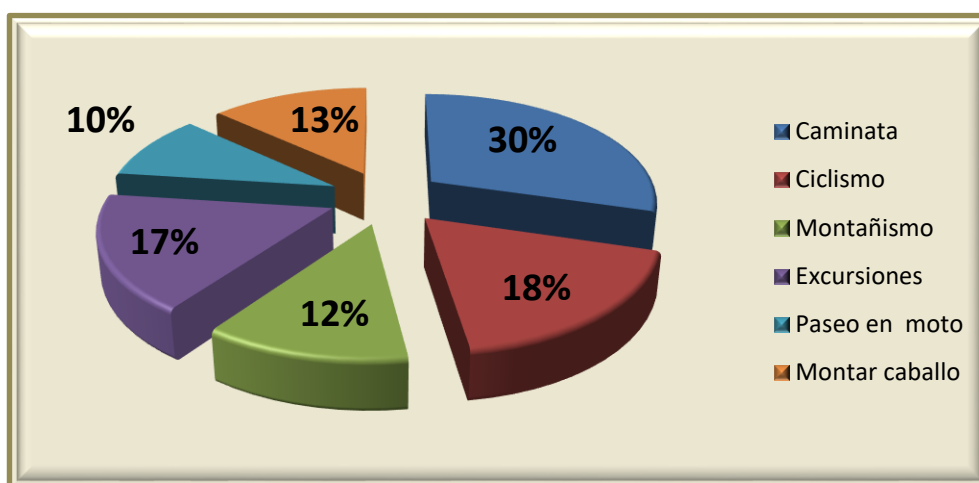


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En este gráfico referente al gasto promedio en bolivianos por día que realizan los turistas se puede observar que un 32% gasta entre 0 a 150 bolivianos, un 38% gasta entre 151 a 301 bolivianos, un 23% gasta entre 302 a 452 bolivianos, un 6 % gasta entre 453 a 603 bolivianos, por último, un 1% gasta más de 604 bolivianos o más.

3.5.1.6 Actividades que le gusta realizar

Ilustración 10: Tipo de actividad que le gusta realizar al turista

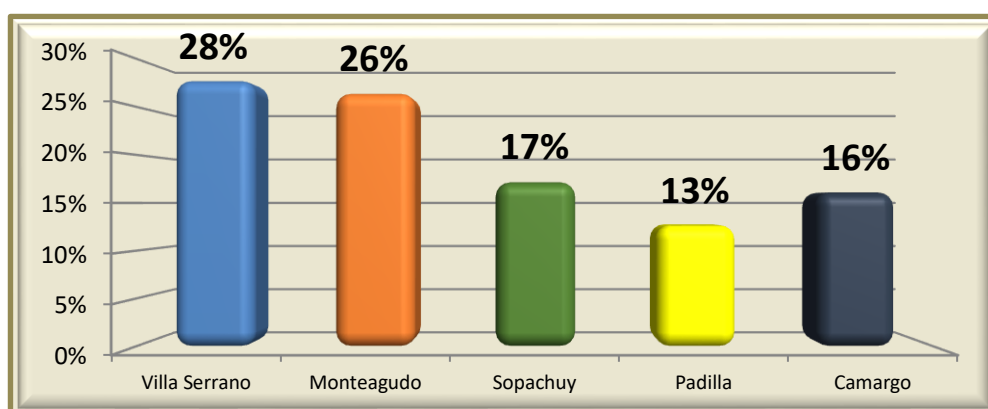


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En este gráfico se puede observar las actividades que les gusta realizar a los turistas, donde un 30% indicó que les gusta realizar caminatas, a un 18% de los turistas entrevistados les interesa realizar ciclismo, el 12 % de los turistas indicó que les gusta realizar montañismo, un 17% de los turistas indicó que les gusta las excursiones, el 10% de los turistas dijo que les gusta realizar paseo en moto y finalmente un 13% de los turistas se interesa en montar caballo.

3.5.1.7 Municipios que le gustaría visitar al turista

Ilustración 11: Municipio que le gustaría visitar al turista

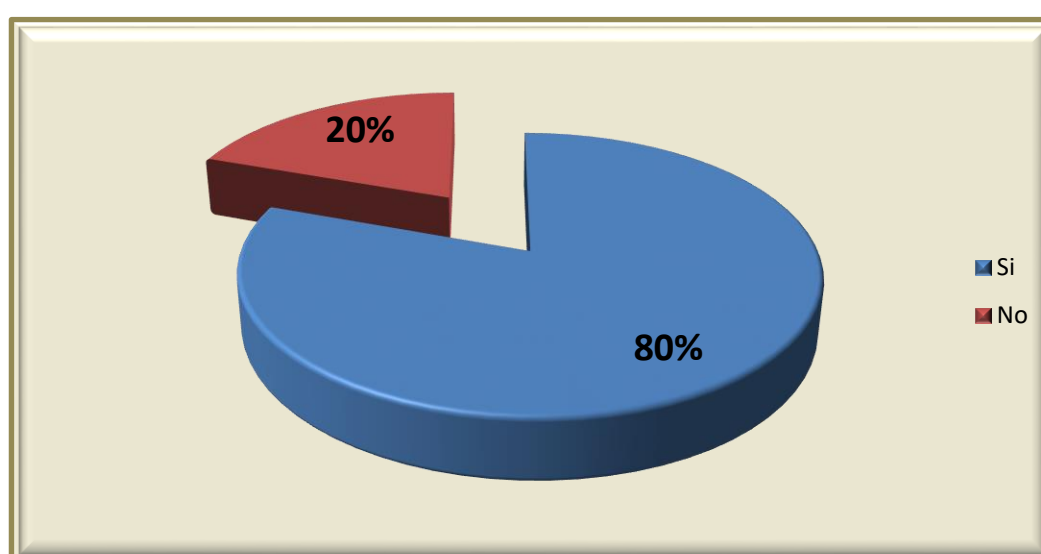


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En este gráfico referente a los municipios que les interesaría visitar a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la ciudad de Sucre, se puede observar que un 28% tiene como preferencia Villa Serrano, un 26% les interesaría Monteagudo, un 17% les interesaría Sopachuy, un 13% les interesaría Padilla, y finalmente un 16% les interesaría conocer Camargo.

3.5.1.8 Atractivos turísticos de Monteagudo diferente a otros municipios

Ilustración 12: Atractivos turístico diferente a otros

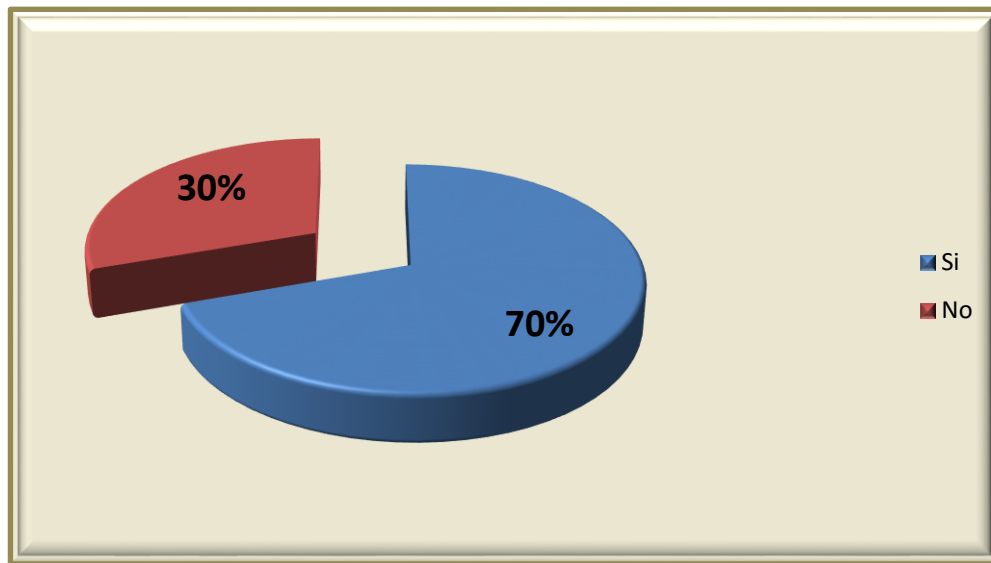


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En este gráfico se puede observar que el 80% de los turistas nacionales y extranjeros indican que sí le gustaría conocer más atractivos turísticos del municipio de Monteagudo y que les ofrezca algo diferente a otros, mientras que el 20% dijo que no le gustaría.

3.5.1.9 Disposición a cancelar por el turista

Ilustración 13: Disposición a cancelar por el turista

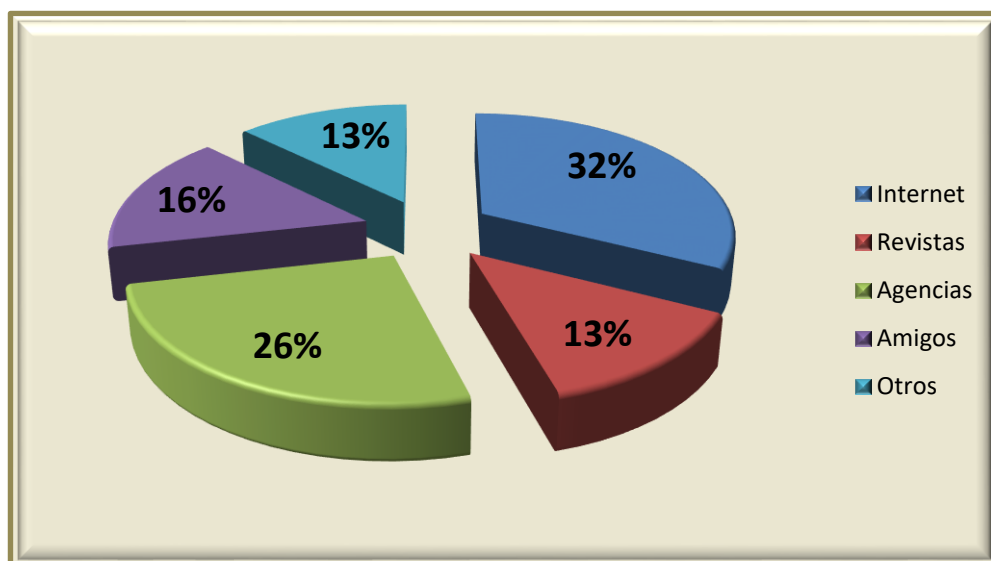


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En este gráfico se puede apreciar que, de todos los turistas tanto extranjeros como nacionales encuestados, el 70% dijo que, si estaría dispuesto a pagar por un paquete que les ofrezca algo diferente a otros, mientras que el 30% dijo que no estaría dispuesto a cancelar.

3.5.1.10 Obtención de información de lugares turísticos de Bolivia

Ilustración 14: Cómo obtiene información de los lugares Turísticos

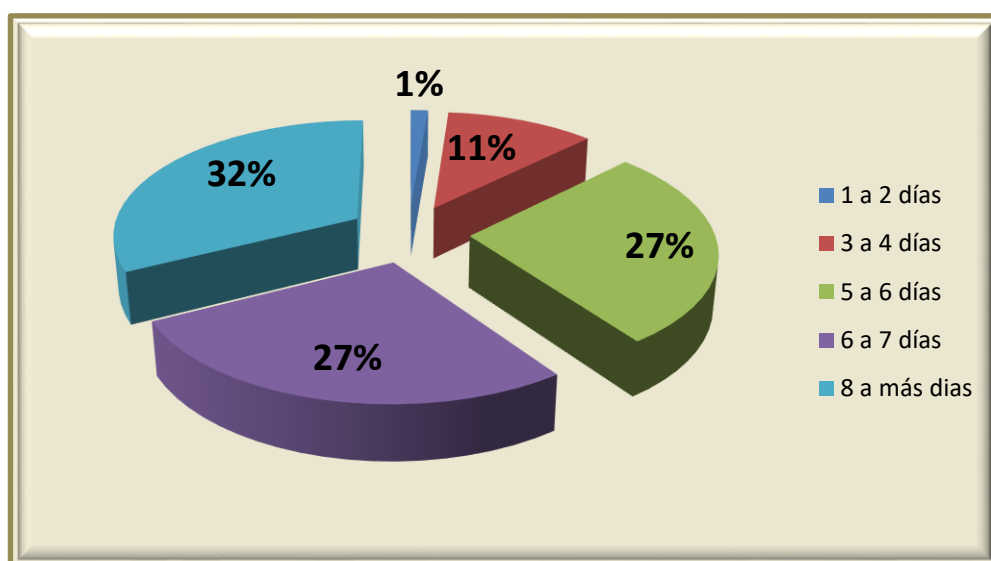


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

En este gráfico se puede apreciar que de todos los turistas entrevistados, el 32% obtiene información de los lugares turísticos por internet, el 26% dijo que obtiene información por medio de agencias, un 16% indicó que obtiene información mediante amigos, un 13% mediante revistas y finalmente un 13% dijo otros.

3.5.1.11 Tiempo de permanencia

Ilustración 15: Cuanto tiempo piensa permanecer



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

De todos los turistas entrevistados, el 32% indicó que piensa permanecer en la ciudad por 8 o más días, un 27% indicó que piensa permanecer entre 6 a 7 días, otro 27% de los encuestados dijo que permanecerían 5 a 6 días, un 11% dijo que permanecería 3 a 4 días y finalmente el 1% dijo que permanecería entre 1 a 2 días.

3.6 Determinación de la oferta

3.6.1 Atractivos turísticos de Monteagudo

El municipio Monteagudo cuenta con muchos atractivos de diferentes categorías y jerarquías, de los cuales muchos de ellos están inventariados en el catálogo Patrimonio Turístico de Chuquisaca.

En su mayoría los atractivos del Municipio no han sido puestos en valor, por lo que en este momento no se puede hablar de un producto turístico ya consolidado. Para la puesta en marcha de productos turísticos no basta con tener buenos recursos patrimoniales o naturales, debe contarse con el atractivo, servicios e infraestructura de apoyo.

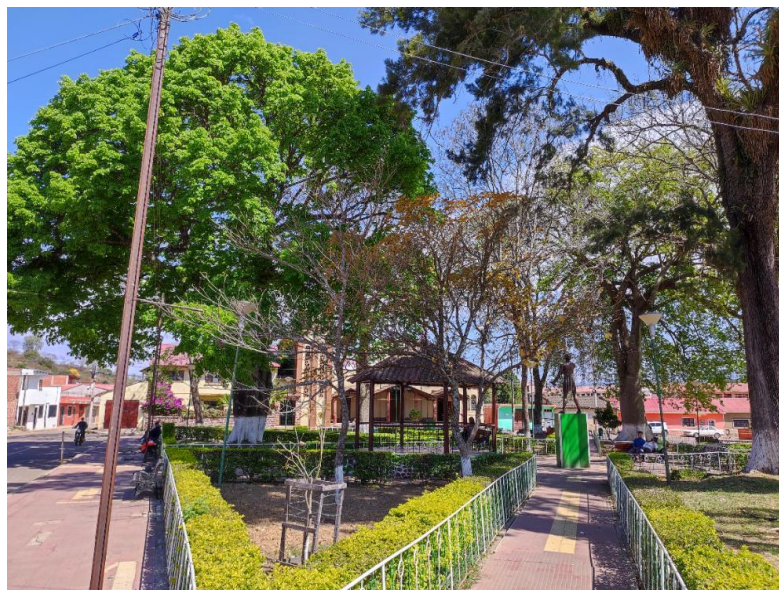
A continuación, se presenta un resumen de los principales atractivos turísticos con que cuenta Monteagudo.

Monteagudo una tierra cultural turística de encanto, llena de historias y leyendas. Kilómetros de montes nativos, arroyos, cañadas, cascadas espacios abiertos y naturales para respirar en calma y reencontrarse con la naturaleza

Una variedad de actividades y servicios turísticos en una zona de alta biodiversidad, que se caracteriza por su abundante flora y fauna natural – tropical y cuyo ecosistema se desenvuelve a 1.130 metros sobre el nivel del mar con un clima que va de templado a cálido.

3.6.1.2 Plaza 20 de agosto, Monteagudo

Ilustración 16: Plaza principal 20 de agosto Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

La plaza 20 de agosto que se encuentra en la ciudad de Monteagudo. Es la plaza que esconde mucha historia, una de ellas, la más trascendental la ejecución de Apiaguaiki Tumpa, líder guaraní, a manos de descendientes españoles a principios de la historia de Bolivia.

En esta plaza se encuentra un monumento en honor a Bernardo Monteagudo, y la catedral de la iglesia católica.

3.6.1.3 Cañón Heredia

Ilustración 17: Cañón de Heredia Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

El denominado Cañón de Heredia a su paso el Río Bañado, se encuentra a 10 km. al oeste de Monteagudo. Es uno de los sitios más concurridos por sus balnearios naturales con agua fresca y cristalina, y su entorno paisajístico.

3.6.1.4 Comunidad Ingavi

Ilustración 18: Comunidad Ingavi Monteagudo



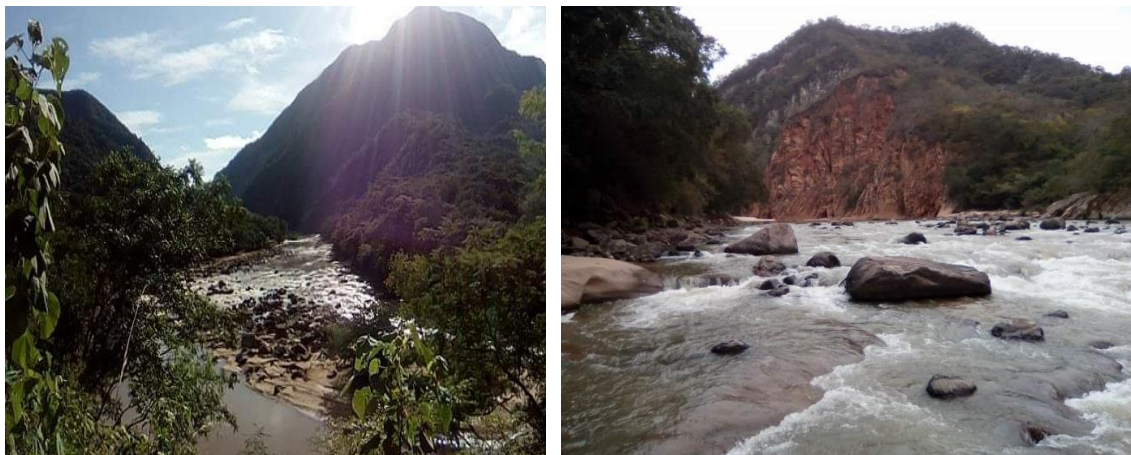
Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

Comunidad Ingavi, pueblo pequeño que se encuentra en el Municipio de Monteagudo parte del Chaco Boliviano.

Es un lugar turístico que ofrece una experiencia única para los visitantes. La comunidad es conocida por su rica cultura y tradiciones, así como por su hermoso paisaje natural.

3.6.1.5 Comunidad Rodeo - río Parapetí

Ilustración 19: Comunidad Rodeo Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

El río Parapetí es un río de Bolivia que tiene su nacimiento en la región de los valles interandinos, en las quebradas del municipio de Azurduy, y atraviesa el Chaco boliviano para desembocar finalmente en la depresión de los Bañados de Izozog, donde evapora gran parte de sus aguas.

3.6.1.6 Comunidad San Pedro del Parapetí

Ilustración 20: Comunidad San Pedro Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

La Comunidad San Pedro del Parapetí en Monteagudo, Bolivia, es un centro turístico que ofrece a los visitantes la oportunidad de experimentar la riqueza natural y cultural de la región. La zona se destaca por su naturaleza pintoresca, estos lugares ofrecen a los visitantes la oportunidad de conectarse con la naturaleza y disfrutar de aguas cristalinas, balnearios naturales y entornos paisajísticos.

3.6.1.7 Iglesia San Antonio de los Sauces

Ilustración 21: Iglesia San Antonio de los Sauces Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

La Iglesia San Antonio De Los Sauces es la región es popular para el turismo de aventura, ecoturismo, cultural, científico, agroturismo, entre otros, debido a su rica naturaleza y entornos paisajísticos.

La localidad cuenta con una iglesia llamada San Antonio de los Sauces, que es un atractivo turístico en la región.

Ilustración 22: Iglesia San Juan del Piraí Monteagudo



San Juan del Piraí es una localidad de los valles interandinos del sur de Bolivia, ubicada en el municipio de Monteagudo de la provincia de Hernando Siles del departamento de Chuquisaca. La localidad cuenta con una iglesia llamada San Juan del Piraí, que es un atractivo turístico en la región.

3.6.1.8 Iglesia San Miguel del bañado

Ilustración 23: Iglesia San Miguel del bañado Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

FIESTA PATRONAL SAN MIGUEL DEL BAÑADO Siendo su Aniversario el 29 de septiembre San Miguel del Bañado.

El 10 de noviembre de la gestión 2011 San Miguel del Bañado fue declarado patrimonio cultural del municipio de Monteagudo a través de la Ordenanza Municipal N°51/2011, hoy el Concejo Municipal en el evento hizo entrega al comité organizador la Ley N° 45/2022 donde eleva a rango de Ley dicha Ordenanza, declarando "Patrimonio Histórico Cultural a la fiesta patronal San Miguel del Bañado".

3.6.1.9 Mirador San Juan del Pirai

Ilustración 24: Mirador San Juan del Pirai Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

Mirador San Juan del Piraí, subida de procesión tipo viacrucis hasta llegar a la cima para disfrutar la vista que te ofrece el mirador.

3.6.1.10 Monumento Apiaguaiki Tumpa

Ilustración 25: Monumento Apiaguaiki Tumpa Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

El Monumento Apiaguaiki Tumpa ubicado en la plaza de Monteagudo, Bolivia, es un atractivo histórico y cultural que forma parte del patrimonio de la región. Este monumento está dedicado a Apiaguaiki Tumpa (c. 1863 - 29 de marzo de 1892), un líder guaraní y mesías del pueblo guaraní de Bolivia. Es considerado un héroe nacional por muchos guaraníes, conocido por su lucha por defender la tierra y la libertad de su pueblo de los avances del gobierno boliviano, los ganaderos y los misioneros.



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

Después de la masacre de Kuruyuki (28 de enero de 1892) es traicionado por los mokoirova y trasladado hasta Sauces (Monteagudo) donde es torturado y luego fusilado. Para castigo a la valiente nación guaraní.

3.6.1.11 Piraimiri

Ilustración 26: Comunidad Piraimiri Monteagudo



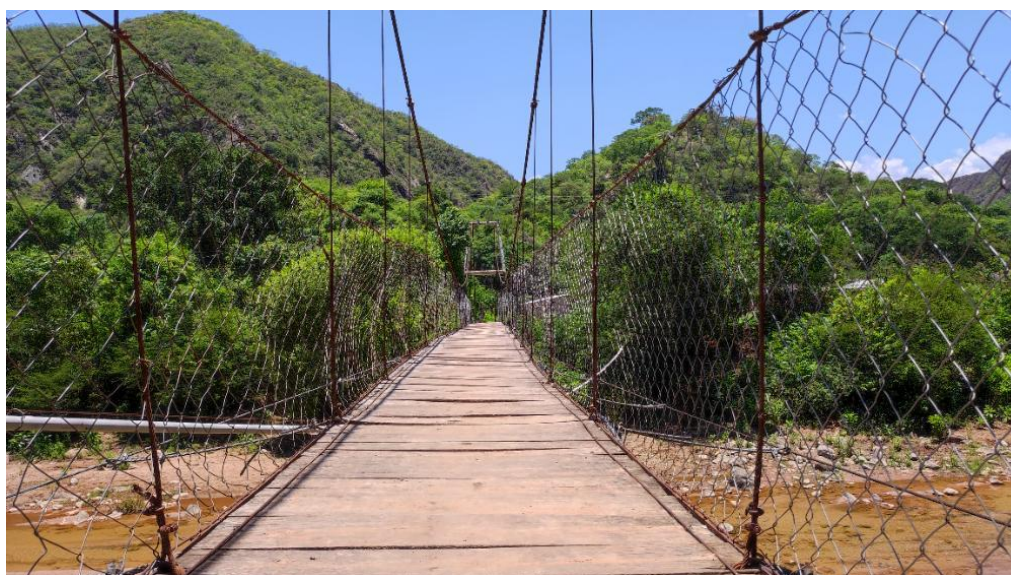
Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

Piraimiri es una localidad ubicada en el municipio boliviano de Monteagudo. Es un destino turístico popular, conocido por su belleza natural y patrimonio cultural. La región es rica en diversidad ecológica, lo que la convierte en un lugar ideal para el turismo de aventura, el ecoturismo, el turismo cultural, el turismo científico, el agroturismo y más.

El pueblo está rodeado de montañas cubiertas de vegetación, y el cercano Cañón de Heredia es una atracción popular para los turistas.

3.6.1.12 Puente colgante comunidad Heredia

Ilustración 27: Puente Heredia Monteagudo



Puente Colgante peatonal para llegar a la comunidad Heredia, es un atractivo turístico popular en Monteagudo, Bolivia. Este puente colgante peatonal se encuentra en el Cañón de Heredia, a unos 15 km al oeste de Monteagudo.

El cañón es conocido por sus balnearios naturales con agua fresca y cristalina, y su entorno paisajístico. El puente es una estructura colgante que se extiende sobre el río Bañado y conecta la comunidad de Heredia con la camino que pasa de Monteagudo a San Juan del Piraí.

3.6.1.13 Puente Lacayotal

Ilustración 28: Puente Lacayotal Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

El Puente Lacayotal es un puente colgante que se encuentra en la ciudad de Monteagudo, en el departamento de Chuquisaca, Bolivia. Este puente es un atractivo turístico popular en la región y es conocido por su belleza natural y su arquitectura única.

3.6.1.14 San Juan del Pirai

Ilustración 29: Localidad San Juan del Pirai Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

San Juan del Pirai es una localidad de los valles internandinos del sur de Bolivia, ubicada en el municipio de Monteagudo de la provincia de Hernando Siles del departamento de Chuquisaca. La localidad se encuentra a una altura de 1.202 m s. n. m. en el margen derecho

del río Parapetí y está rodeada por cadenas montañosas de norte a sur con una vegetación exuberante.

3.6.1.15 San Miguel del bañado

Ilustración 30: Localidad San Miguel del Bañado Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

San Miguel del Bañado es una localidad ubicada en Monteagudo, Chuquisaca, Bolivia. Es el centro administrativo de la Provincia Hernando Siles en el Departamento Chuquisaca.

El pueblo está situado en la confluencia de los ríos Sauces y Bañado, rodeado de sierras cubiertas de vegetación.

3.6.2 Hoteles de Monteagudo

3.6.2.2 Marhabe hotel

Ilustración 31: Hotel Marhabe Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

El Hotel Marhabe Hotel se encuentra en Departamento de Chuquisaca se distingue por proporcionar un ambiente de comodidad y sofisticación, ofreciendo una amplia gama de servicios diseñados para el disfrute de sus huéspedes.

Entre sus comodidades se destaca una piscina climatizada que garantiza momentos de relajación, además de una terraza que ofrece una vista panorámica excepcional, invitando a contemplar la belleza del entorno.

Las habitaciones, diseñadas con amplitud y confort en mente, presentan una decoración de buen gusto que busca satisfacer las expectativas a los clientes.

3.6.2.3 Residencial “Olivia”

Ilustración 32: Residencial Olivia Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

La Residencial "OLIVIA" ofrece una auténtica experiencia culinaria al servir platos típicos de Monteagudo, destacando el ají de cumanda y una variada selección de delicias elaboradas con maíz, tamales, hnatía de cabeza de res, queso estirado, pacumutu, cuajada, roscas de maíz, y la inigualable chicha cawi, chicha de maní, zomo y macerados de quinoto, que reflejan la riqueza de la cultura guaraní.

Esta residencial es una excelente elección para descansar, con la conveniencia adicional de disponer de una cochera interna para guardar el vehículo, las habitaciones están equipadas con todos los servicios necesarios para asegurar una estancia placentera.

3.6.2.4 Hotel Ibañez

Ilustración 33: Hotel Ibañez Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

El Hotel Ibañez ofrece habitaciones asequibles, manteniendo altos estándares de limpieza y proporcionando una atención de calidad. Además, cuenta con un garaje para mayor comodidad de los huéspedes. Por otro lado, el Hotel La Mansión se ubica perfectamente en un entorno tranquilo y acogedor, aunque un poco apartado del centro. Su desayuno, aunque sencillo, ofrece una variada selección de opciones.

3.6.2.5 Hotel La Mansion

Ilustración 34: Hotel Mansión Monteagudo



El Hotel La Mansión, un refugio de tranquilidad y encanto ubicado en un entorno sereno, alejado del bullicio del centro pero con fácil acceso a todo lo que Monteagudo tiene para ofrecer.

El hotel te brinda la oportunidad de disfrutar de una estancia relajante en un ambiente acogedor y apacible. Cada rincón de La Mansión está diseñado para ofrecer comodidad y hospitalidad, desde nuestras espaciosas habitaciones hasta las áreas comunes decoradas con un estilo elegante y acogedor.

3.6.2.6 Residencial Monteagudo

Ilustración 35: Residencial Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

La Residencial Monteagudo, un lugar excepcional donde la comodidad y la accesibilidad se encuentran. Con tarifas realmente accesibles desde 80 Bs., te ofrecen más que un lugar para descansar: un amplio garaje, tranquilidad, y sobre todo, habitaciones cómodas y confortables.

3.6.2.7 Residencial Israel

Ilustración 36: Residencial Israel Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

La Residencial Israel, un espacio de absoluta comodidad. Se distingue por su excelente ubicación y la calidad de nuestras habitaciones, ofreciendo una experiencia que supera las expectativas.

El lugar ha sido cuidadosamente diseñado para brindar comodidad y tranquilidad a los huéspedes. Las habitaciones no solo son espaciaosas, sino que también están equipadas con todas las comodidades necesarias para garantizar una estadía placentera.

3.6.2.8 Hotel el Quebracho

Ilustración 37: Hotel Quebracho Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

Hotel el Quebracho brinda las mejores habitaciones teniendo una excelente ubicación con el mejor ambiente con un personal joven que dirige este lugar, que es muy amable y feliz. Siempre te saludan con una sonrisa genuina, te sentirás más feliz y tendrás mejor humor después de una noche en una de estas cómodas habitaciones.

3.6.2.9 Hotel Los Balcones

Ilustración 38: Hotel Los balcones Monteagudo



Hotel los balcones es un lugar impecable de principio a fin, la atención muy cordial y por supuesto si buscan donde descansar este es el mejor lugar se recomienda, un Hotel muy Acogedor, Familiar, excelente atencion y sobre todo en una zona accesible a todos los servicios de Monteagudo

3.6.2.10 Residencial San Jose, Monteagudo

Ilustración 39: Residencial Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

La Residencial San José Monteagudo, donde la atención de primera y un amplio espacio se combinan para ofrecer una experiencia de descanso excepcional. Este lugar es altamente recomendado para aquellos que buscan un merecido descanso en un entorno encantador y limpio.

La residencial se destaca por su impecable presentación en cada detalle, desde el inicio hasta el final de tu estadía. El personal, amable y cordial, se esfuerza por asegurarse de que tu estancia sea placentera en todos los sentidos.

Con un garaje disponible, tus preocupaciones por el estacionamiento se disiparán fácilmente. Las habitaciones, a un costo de Bs 120.00 por noche, ofrecen un entorno limpio y cómodo, asegurando que cada momento de tu estancia esté lleno de comodidad y relajación.

3.6.2.11 Hotel Fortín

Ilustración 40: Hotel Fortín Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

Hotel Fortín ofrece un ambiente acogedor que corresponde perfectamente al precio que pagas por tu estadía. Las habitaciones están equipadas con ventilación para garantizar tu comodidad, además de televisión por cable y baños privados para proporcionarte la privacidad que se necesita durante tu visita.

Además de estas comodidades, la recepción está comprometida en brindarte una cálida bienvenida y un servicio atento durante toda tu estancia. (Cybo, s.f.)

3.6.3 Restaurantes en Monteagudo

3.6.3.2 Restaurante La Familia II

Ilustración 41: Restaurant LA Familia II Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

El restaurant Familia II es un lugar donde la exquisitez culinaria se encuentra con una atmósfera acogedora para ofrecer una experiencia gastronómica inolvidable.

Ubicado en Monteagudo, ofreciendo sabores auténticos con un ambiente cálido y hospitalario. (Restaurant LA FAMILIA, s.f.)

3.6.3.3 Restaurant Churrasqueria El Buen Gusto

Ilustración 42: Restaurant El Buen Gusto Monteagudo



Es un restaurante que ofrece la mejor comida que pueda degustar Monteagudo además de bebidas a gusto y la amabilidad de los dueños.

Es un restaurante con un buen ambiente y pacífico brindando una experiencia cómoda a los clientes. (Restaurant Churrasqueria EL BUEN GUSTO, s.f.)

3.6.3.4 Tajibos café bar

Ilustración 43: Tajibos café bar Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

Tajibos Café Bar es un lugar adecuado para reuniones entre amigos y de negocio, donde se podrá disfrutar de una variedad de cafés, cocteles, shots, comida rápida. (Tajibos Cafe Bar, s.f.)

3.6.3.5 Repostería Witimimbo

Ilustración 44: Repostería Witimimbo Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

La Repostería Witimimbo es un paraíso dulce que fusiona la tradición con la creatividad, ofreciendo una amplia variedad de delicias horneadas que conquistan los paladares más exigentes. Ubicada en Monteagudo, la repostería es reconocida por su compromiso con la calidad y la frescura en cada uno de sus productos. (Repostería Witimimbo, s.f.)

3.6.3.6 Pizzas Melfi

Ilustración 45: Pizzas Melfi Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

Las Pizzas Melfi son las mejores pizzas de todo Monteagudo un lugar para ir a cenas románticas, familiares, etc.

Con un muy buen servicio, pizzas recién hechas con frutas y verduras frescas y con un menú muy variado y con precios bajos, definitivamente un buen lugar. (Pizzas Melfi, s.f.)

3.6.3.7 Pescadería Monteagudo

Ilustración 46: Pescadería Monteagudo



Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

Pescadería Monteagudo, tu destino fresco y confiable para los mejores productos del mar! Ubicados en el corazón de Monteagudo, ofrecen una amplia variedad de pescados frescos, directamente de las aguas cercanas y seleccionados con los más altos estándares de calidad. (Pescadería Monteagudo, s.f.)

3.6.4 Costumbre y tradición de Monteagudo

Ilustración 47: Fiesta San Miguel del Bañado Monteagudo





Fuente: Elaboración en base a datos del PTDI del Municipio de Monteagudo 2023

FIESTA PATRONAL SAN MIGUEL DEL BAÑADO Siendo su Aniversario el 29 de septiembre San Miguel del Bañado. Con carreras de caballos y riña de gallos, dos costumbres típicas del Chaco, los pobladores de Monteagudo cerraron las actividades más importantes de su fiesta a las que se sumaron centenares de sauceños que un día decidieron migrar a otras ciudades como Santa Cruz, Sucre, otros departamentos y Países.

Durante todo el día, más de 4.000 personas se dieron cita al campo ferial de Feximont para observar y muchos para hacer sus apuestas en las carreras de caballos que congregaron a representantes de varias poblaciones del Chaco boliviano y Santa Cruz.

El público se apostó a la vera del carril de 315 metros de largo para ver correr a más de una veintena de caballos de finísimo linaje y pura sangre. En la meta las apuestas corrían, desde latas de cervezas, macerados, centenares de dólares y miles de bolivianos.

En una fiesta de reencuentro entre paisanos, mientras los jinetes sometían a sus caballos a las “blandas” (calentamiento), unos compartían platos típicos como el freído, asado de chanco y pacumuto, y otros se entretenían en largas conversaciones bebiendo licores de fruta.

Aproximadamente cada 20 minutos, se sucedían las “duras” (carrera definitiva) ante la expectativa de miles de personas que se agolpaban cerca de la meta para ser testigos en la competencia hípica de cuarto de milla que no dura más de 20 segundos. “Hemos venido

desde Santa Cruz para cumplir con nuestro pueblo y brindar un bonito espectáculo”, dijo Julio Pizarroso, propietario de “El bala” uno de los caballos ganadores.

Panorama similar se vivía en el coliseo de gallos del barrio Lagunillitas, al que se dieron cita centenares de personas para hacer sus apuestas en la riña de gallos, evento popular que se prolonga hasta altas horas de la noche.

3.6.5 INFRAESTRUCTURA

La ciudad de Monteagudo cuenta con una terminal donde recibe el servicio de transporte (buses, nohas, trufis, etc.) provenientes de las ciudades de Santa Cruz, Tarija, Yacuiba, Camiri, Sucre, y poblaciones aledañas.

También posee el Aeropuerto Apiaguaiki Tumpa, con vuelos comerciales a las ciudades de Santa Cruz de la Sierra, Cochabamba y La Paz.

3.6.6 VIAS DE ACCESO

Monteagudo está conectado por el oeste con la capital de Bolivia, Sucre, por la carretera Ruta 6. Como solo alrededor de un 50 % de la ruta está pavimentado, los automóviles tardan ocho horas en recorrer los 326 km en tiempo seco, mientras que en tiempo lluvioso la duración es incalculable, debido a los derrumbes que suelen darse en varios tramos de la vía.

Por el nordeste, Monteagudo está conectado con Santa Cruz de la Sierra, la capital del vecino departamento de Santa Cruz. La no pavimentada Ruta 6 llega por el este hasta Ipati (104 km) y conecta el pueblo con la Ruta Nacional 9, que lleva en dirección norte a Santa Cruz de la Sierra por otros 255 km de carretera pavimentada. La duración de viaje en automóvil a dicho destino es de 6 horas.

3.6.7 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE MONTEAGUDO

El producto turístico de Monteagudo, Bolivia, se destaca por su diversidad natural, su riqueza cultural y la oportunidad de experimentar una autenticidad poco alterada por el turismo masivo. Aquí hay una caracterización general del producto turístico en Monteagudo:

Montañas y Valles: Ofrecen oportunidades para Ríos y Lagos: Perfectos para actividades acuáticas, como pesca y paseos en bote.

Arquitectura Urbana: Calles empedradas y pavimentadas, iglesias coloniales y una arquitectura única que cuenta historias de la región.

Turismo Vivencial: Participación en actividades cotidianas de las comunidades locales, como su cultura y agricultura tradicional.

Gastronomía: Degustación de platos típicos, como el picante de pollo, ají de cumanda, queso estirado, chanco a la cruz, pacumutu y chicha cawi, que reflejan la identidad culinaria local.

Artesanías: Adquisición de artesanías auténticas hechas por artesanos locales de cuero y madera.

Deportes de Aventura: Opciones para el montañismo, escalada y deportes acuáticos.

Observación de Vida Silvestre: Avistamiento de aves y otros animales en su entorno natural.

Eventos y Festivales: Participación en festividades tradicionales y eventos culturales locales.

Esta caracterización resalta la riqueza y diversidad del producto turístico en Monteagudo, ofreciendo una experiencia auténtica que combina naturaleza, cultura, aventura y sostenibilidad.

Como propuesta se plantea desarrollar al menos seis productos turísticos en lo etnográfico y folklórico, histórico – cultural y naturaleza.

Tabla N° 8: Productos Etnográficos y Folclóricos

1	FESTIVIDAD DE SAN MIGUEL DEL BAÑADO (29 de septiembre)
RECURSOS Y EQUIPAMIENTO DE APOYO	
Paisaje:	Valle húmedo, serranía apta para caminatas, miradores, actividades agro turísticas, bosques.
Pueblos típicos:	Monteagudo, San Pedro Del Parapetí, Candúa, Ingavi.
Arquitectura local:	Casas con acabado semirústico, techos de teja, Plazas.
Gastronomía:	Chanco a la cruz, Ají de Cumanda, picante de pollo.
Artesanía/productos típicos:	Chicha de maíz cawí, Chicha de maní, refrescos.
Equipamientos especiales:	Tejidos con lana de oveja (costales), tejidos con hilo (carteras, gorras) y de cuero.
Otros	Museo local, Represa, canchas de fútbol de salón y voleibol, cancha para juego con raqueta, Esculturas, Festividad de San Miguel Bañado de la Provincia.
ACTIVIDADES A DESARROLLAR	
• Participar en la festividad de San Miguel Bañado de la Provincia (29 de septiembre). ✓ Noche de vísperas y juegos pirotécnicos (28 de septiembre) ✓ Misa y procesión en honor al santo patrono San Miguel (29 de septiembre) ✓ Fiesta popular con bebidas y comidas tradicionales (29 de septiembre) ✓ Kermese popular en la Plaza principal de San Miguel del Bañado. ✓ Riña de gallos. • Gran corrida de toros durante una semana (30 de septiembre al 5 de octubre) • Realizar caminatas a los alrededores del pueblo (cruz de la misión y alrededor de la población). • Prácticas deportivas, (raqueta, fútbol, taba, sapo). • Disfrutar de la variedad de comidas y bebidas típicas de Monteagudo. • Actividades nocturnas (fiestas populares, karaoke, billar).	
LOS SERVICIOS TURISTICOS DISPONIBLES:	
• Hoteles de buena calidad, Alojamientos de buena calidad, 3 Internados (con una capacidad total, de 223 camas). • Viviendas familiares y amigos (con una capacidad para más de 1000 personas) • Pensiones y Restaurantes de comida local (para más de 400 personas)	

- Mercado local (frutas, comidas y refrigerios)
- Buses de transporte diario, de Sucre y Santa Cruz a Monteagudo.
- Hospital.
- Punto ENTEL.
- Tele centros de Internet
- Policía

LA UTILIDAD DE LA EXPERIENCIA PARA EL TURISTA:

- Disfrute del festejo religioso cultural de San Miguel
- Disfrute de corrida de toros.
- Disfrute de la música típica de Monteagudo.
- Sentir el contacto con la naturaleza y apreciar su belleza.
- Viaje de aventura a lugares pintorescos.
- Degustar la sabrosa comida y bebida típica de la zona.
- Paz y tranquilidad junto a familiares y/o amigos.
- Disfrute de la hospitalidad de los habitantes de Monteagudo

ACCIONES A REALIZAR PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PRODUCTO:

Mejoras en los Recursos	Dotación de equipamientos e infraestructura.	Organización
• Teatro p/conciertos y otros eventos • Escuela de artes para cursos a extranjeros. • Implementación de un centro artesanal en la población. • Señalización turística • Instalación de una oficina turística Municipal. • Mejoramiento de los talleres de artesanos de Monteagudo.	• Mejoramiento y rescate urbano de la población. • Instalación de basureros • Instalación de baños públicos en centro urbano y cerca de los principales recursos. • Apoyo técnico en el diseño y redecoración de establecimientos de alimentación, hospedaje y artesanal. • Apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas productivas)	• Fortalecer el comité de turismo. • Promover alianzas estratégicas entre operadores nacionales artesanos y prestadores de servicios. • Fortalecimiento de las capacidades locales (Talleres de capacitación e intercambio de experiencias) • Elaboración e Implementación de un plan de educación ambiental. • Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad.

2	Carnaval de Monteagudo (Periodo de visita: Fiesta movable entre febrero y marzo)
RECURSOS Y EQUIPAMIENTO DE APOYO	
Paisaje:	Tierra con mucha vegetación, río con pozas para bañarse, huertas con fruta de la temporada (cítricos, peras, duraznos, tunas), áreas verdes para camping, serranía apta para caminatas, miradores, Cerro Alto Cazadero, Yanguilo, actividades agroturísticas, bosques.
Pueblos típicos:	Monteagudo, San Pedro Del Parapetí, Candúa e Ingavi.
Arquitectura local:	Casas con acabado semirústico, techos de teja, Plazas.
Gastronomía:	Chanco a la cruz, huatía de cabeza de res, queso estirado, pacumutu.
Artesanía/productos típicos:	Chicha cawi, macerados de quinoto, refrescos de naranja y limón
Equipamientos especiales:	Dos canchas de fútbol, Coliseo, Museo local, Represa, canchas de fútbol de salón y voleibol, cancha para juego con raqueta.
Otros	Esculturas en distintos lugares de la población, diferentes museos en la ciudad, presentación del ballet municipal.
ACTIVIDADES A DESARROLLAR	
• Participar en los bailes de carnaval tradicional monteagudense, entrada de carnaval. • Paseos a caballo, en el centro poblado y los alrededores. • Jugar con agua toda una semana. • Participar de los tradicionales “mojones”. • Paseos campestres (picnic) • Acampar en los alrededores de la población de Monteagudo. • Realizar caminatas a los alrededores del pueblo (Candua, San Pedro Del Parapetí, etc.). • Prácticas deportivas, raqueta, Fútbol, pesca menor deportiva. • Disfrutar de la variedad de comidas y bebidas típicas de Monteagudo. • Disfrute del río para bañarse en lugares pintorescos • Práctica de pesca tradicional deportiva (pesca menor). • Prácticas de agroturismo, conociendo la forma de vida de los pobladores de las comunidades cercanas elaboraciones de queso, molinos, elaboración de pan y humintas en horno de barro, cosecha de ají verde. • Actividades nocturnas (fiestas populares, karaoke, billar). • Visita al Museo Local. • Concursos canto típico • Viaje y caminata al mirador	
LOS SERVICIOS TURISTICOS DISPONIBLES:	
• Hoteles de buena calidad, Alojamientos de mediana calidad, Internados (con una capacidad total, de 223 camas). • Viviendas familiares y amigos (con una capacidad para más de 1000 personas) • Pensiones y Restaurantes de comida local (para más de 400 personas)	

- Mercado local (frutas, comidas y refrigerios)
- Buses de transporte diario, de Sucre y Santa Cruz a Monteagudo.
- Hospital.
- Punto ENTEL.
- Tele centros de Internet
- Policía

LA UTILIDAD DE LA EXPERIENCIA PARA EL TURISTA:

- Disfrute del festejo del carnaval.
- Disfrute de paseos a caballo, tradicional en carnaval.
- Disfrute de la música y canto típico de Monteagudo.
- Sentir el contacto con la naturaleza y apreciar su belleza.
- Viaje de aventura a lugares pintorescos.
- Degustar la sabrosa comida y bebida típica de la zona.
- Paz y tranquilidad junto a familiares y/o amigos.
- Disfrute de la hospitalidad de los habitantes de Monteagudo.

ACCIONES A REALIZAR PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PRODUCTO:

Mejoras en los Recursos	Dotación de equipamientos e infraestructura.	Organización
• Mejora y equipamiento para los museos. • Limpieza y mejora de riberas del río Bañado. • Implementación de un centro artesanal en la población. • Señalización turística • Instalación de una oficina turística Municipal. • Mejoramiento de los talleres de artesanos Monteagudo.	• Mejoramiento y rescate urbano de la población. • Construcción de un Coliseo Cerrado (multifuncional). • Instalación de basureros • Instalación de baños públicos en centro urbano y cerca de los principales recursos. • Apoyo técnico en el diseño y redecoración de establecimientos de alimentación, hospedaje y artesanal. • Apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas productivas).	• Fortalecer el comité de turismo. • Promover alianzas estratégicas entre operadores nacionales artesanos y prestadores de servicios. • Fortalecimiento de las capacidades locales (Talleres de capacitación e intercambio de experiencias) • Elaboración e Implementación de un plan de educación ambiental. • Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad.

3	Festividad de Pascua (Periodo de visita: fecha movable después de 8 domingos de carnaval)
RECURSOS Y EQUIPAMIENTO DE APOYO	
Paisaje:	Chaco húmedo con mucha vegetación, río con pozas para bañarse, huertas con fruta de la temporada (cítricos, peras, duraznos, tunas), áreas verdes para camping, serranía apta para caminatas, miradores, actividades agroturísticas, bosques.
Pueblos típicos:	Monteagudo, Candua, San Miguel del Bañado y Acero Norte.
Arquitectura local:	Casas con acabado semirústico, techos de teja, Plazas.
Gastronomía:	Chanco a la cruz, huatía de cabeza de res, queso estrado, pacumutu.
Artesanía/productos típicos:	Chicha cawi, macerados de quinoto, refrescos de naranja y limón
Equipamientos especiales:	Dos canchas de fútbol, Museo local, Represa, canchas de fútbol de salón y voleibol, cancha para juego con raqueta,
Otros	Esculturas en distintos lugares de la población, museo en la ciudad, presentación del ballet municipal.
ACTIVIDADES A DESARROLLAR	
• Participar en la festividad de la pascua de Monteagudo • Por la noche procesión de la vía Crucis. • Misa solemne. • Kermese popular en la Plaza principal de Monteagudo. • Realizar caminatas a los alrededores del pueblo. • Pesca deportiva (menor). • Prácticas deportivas, (raqueta, fútbol). • Disfrutar de la variedad de comidas y bebidas típicas de Monteagudo. • Prácticas de agroturismo, conociendo la forma de vida de los pobladores de las comunidades cercanas (Ingavi, San Pedro Del Parapetí) • Actividades nocturnas (fiestas populares, karaoke, billar). • Visita al Museo Local.	
LOS SERVICIOS TURISTICOS DISPONIBLES:	
• Hoteles de buena calidad, Alojamientos de mediana calidad, Internados (con una capacidad total, de 223 camas). • Viviendas familiares y amigos (con una capacidad para más de 1000 personas) • Pensiones y Restaurantes de comida local (para más de 400 personas) • Mercado local (frutas, comidas y refrigerios) • Buses de transporte diario, de Sucre y Santa Cruz a Monteagudo. • Hospital. • Punto ENTEL.	

- Tele centros de Internet.
- Policía.

LA UTILIDAD DE LA EXPERIENCIA PARA EL TURISTA:

- Disfrute del festejo religioso cultural de La Pascua
- Disfrute de la música y canto de pascua, típico de Monteagudo.
- Sentir el contacto con la naturaleza y apreciar su belleza.
- Viaje de aventura a lugares pintorescos.
- Degustar la sabrosa comida y bebida típica de la zona.
- Paz y tranquilidad junto a familiares y/o amigos.
- Disfrute de la hospitalidad de los habitantes de Monteagudo.

ACCIONES A REALIZAR PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PRODUCTO:

Mejoras en los Recursos	Dotación de equipamientos e infraestructura.	Organización
• Mejoramiento y equipamiento de los Museos • Limpieza y mejora de riberas del río bañado. • Implementación de un centro artesanal en la población. • Señalización turística • Instalación de una oficina turística Municipal. • Mejoramiento de los talleres de artesanos Monteagudo.	• Mejoramiento y rescate urbano de la población. • Construcción de un Coliseo Cerrado (multifuncional). • Instalación de basureros • Instalación de baños públicos en centro urbano y cerca de los principales recursos. • Apoyo técnico en el diseño y redecoración de establecimientos de alimentación, hospedaje y artesanal. • Apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas productivas)	• Fortalecer el comité de turismo. • Promover alianzas estratégicas entre operadores nacionales artesanos y prestadores de servicios. • Fortalecimiento de las capacidades locales (Talleres de capacitación e intercambio de experiencias) • Elaboración e Implementación de un plan de educación ambiental. • Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad.

4	FEXIMON MONTEAGUDO (Periodo de visita: agosto)
RECURSOS Y EQUIPAMIENTO DE APOYO	
Paisaje:	Chaco húmedo con mucha vegetación, río con pozas para bañarse, huertas con fruta de la temporada. Feria Exposición Integral Monteagudo, exposición, venta e intercambio de productos agropecuarios, artesanales y gastronómicos.
Pueblos típicos:	Candua, San Miguel del Bañado, Ingavi, Acero Norte, San Pedro Del Parapetí, San Juan del Piraí, etc.
Arquitectura local:	Casas con acabado semirústico, techos de teja, Plazas.
Gastronomía:	Chanco y chivo a la cruz, huatía de cabeza de res, queso estirado, pacumutu.
Artesanía/productos típicos:	Artesanías en palma arcilla, madera, cuero y diferentes tejidos. Chicha de maíz, Chicha de maní, refresco de naranja y limón.
Equipamientos especiales:	Dos canchas de fútbol, Museo local, Represa, canchas de fútbol de salón y voleibol, cancha para juego con raqueta,
Otros	Diferentes concursos. Trajes típicos de la región que se marcha en caravana hacia el campo ferial de la ciudad, cuya celebración fue declarado patrimonio cultural inmaterial de Bolivia.
ACTIVIDADES A DESARROLLAR	
• Participar de la festividad durante 10 días. (Corrida de Toros, Monta de toretes, riña de gallos, carrera de caballos, elección de Miss Monteagudo, carreras de motos y autos, etc.). • Presentación de artistas Chaqueños de Bolivia y del Norte Argentino. • Acampar en los alrededores de la población de Monteagudo. • Realizar caminatas a los alrededores del pueblo. • Prácticas deportivas (Fútbol, fútbol de salón, raqueta, etc.). • Disfrutar de la variedad de comidas y bebidas típicas de Monteagudo. • Disfrute del río para bañarse en lugares pintorescos. • Prácticas de agroturismo, conociendo la forma de vida de los pobladores de las comunidades cercanas. • Actividades nocturnas (fiestas populares, karaoke, billar). • Visita al museo.	

LOS SERVICIOS TURISTICOS DISPONIBLES:

- Hoteles de buena calidad, Alojamientos de mediana calidad, Internados (con una capacidad total, de 223 camas).
- Viviendas familiares y amigos (con una capacidad para más de 1000 personas).
- Pensiones y Restaurantes de comida local (para más de 400 personas).
- Mercado local (frutas, comidas y refrigerios).
- Buses de transporte diario, de Sucre y Santa Cruz a Monteagudo.
- Hospital.
- Punto ENTEL.
- Tele centros de Internet
- Policía

LA UTILIDAD DE LA EXPERIENCIA PARA EL TURISTA:

- Ser parte de la cultura local en la FEXIMON.
- Sentir el contacto con la naturaleza y apreciar su belleza.
- Viaje de aventura a lugares pintorescos.
- Degustar la sabrosa comida y bebida típica de la zona.
- Paz y tranquilidad junto a familiares y/o amigos.
- Disfrute de la hospitalidad de los habitantes de Monteagudo.

ACCIONES A REALIZAR PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PRODUCTO:

Mejoras en los Recursos	Dotación de equipamientos e infraestructura.	Organización
• Mejoramiento y equipamiento de los Museos • Limpieza y mejora de riberas del río. • Implementación de un centro artesanal en la población. • Señalización turística • Instalación de una oficina turística Municipal. • Mejoramiento de los talleres de artesanos Monteagudo	• Mejoramiento y rescate urbano de la población. • Instalación de basureros. • Instalación de baños públicos en centro urbano y cerca de los principales recursos. • Apoyo técnico en el diseño y reddecoración de establecimientos de alimentación, hospedaje y artesanal. • Apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas productivas)	• Fortalecer el comité de turismo. • Promover alianzas estratégicas entre operadores nacionales artesanos y prestadores de servicios. • Fortalecimiento de las capacidades locales (Talleres de capacitación e intercambio de experiencias) • Elaboración e Implementación de un plan de educación ambiental. • Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad.

Tabla N° 9: Productos Histórico Culturales

5	Legado San Miguel del Bañado (Periodo de visita: Todo el año)
RECURSOS Y EQUIPAMIENTO DE APOYO	
Paisaje:	Chaco húmedo con mucha vegetación, río con pozas para bañarse, huertas con fruta de la temporada (cítricos, peras, duraznos, tunas), áreas verdes para camping, serranía apta para caminatas, miradores, actividades agroturísticas, bosques.
Pueblos típicos:	Monteagudo, Ingavi, San Pedro Del Parapetí.
Arquitectura local:	Casas con acabado semirústico, techos de teja, Plazas.
Gastronomía:	Chanco a la cruz, huatía de cabeza de res, queso estrado, pacumutu.
Artesanía/productos típicos:	Chicha cawi, macerados de quinoto, refrescos de naranja y limón
Equipamientos especiales:	Dos canchas de fútbol, Museo local, Represa, canchas de fútbol de salón y voleibol, cancha para juego con raqueta,
Otros	Esculturas en distintos lugares de la población, diferentes museos en la ciudad, presentación del ballet municipal.
ACTIVIDADES A DESARROLLAR	
• Visita al Museo Local. • Paseos campestres (picnic), acampar en los alrededores de la población de Monteagudo. • Realizar caminatas en los alrededores del pueblo. • Prácticas deportivas, Raqueta, Fútbol y futbol de salón. • Disfrutar de la variedad de comidas y bebidas típicas de Monteagudo. • Prácticas de agroturismo, conociendo la forma de vida de los pobladores de las comunidades cercanas. • Actividades nocturnas (fiestas populares, karaoke, billar).	
LOS SERVICIOS TURISTICOS DISPONIBLES:	
• Hoteles de buena calidad, Alojamientos de mediana calidad, Internados (con una capacidad total, de 223 camas). • Viviendas familiares y amigos (con una capacidad para más de 1000 personas) • Pensiones y Restaurantes de comida local (para más de 400 personas) • Mercado local (frutas, comidas y refrigerios) • Buses de transporte diario, de Sucre y Santa Cruz a Monteagudo. • Hospital. • Punto ENTEL. • Tele centros de Internet • Policía	

LA UTILIDAD DE LA EXPERIENCIA PARA EL TURISTA:

- Disfrute de las obras.
- Disfrute de la música y la cultura de Monteagudo.
- Sentir el contacto con la naturaleza y apreciar su belleza.
- Viaje de aventura a lugares pintorescos.
- Degustar la sabrosa comida y bebida típica de la zona.
- Paz y tranquilidad junto a familiares y/o amigos.
- Disfrute de la hospitalidad de los habitantes de Monteagudo

ACCIONES A REALIZAR PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PRODUCTO:

Mejoras en los Recursos	Dotación de equipamientos e infraestructura.	Organización
• Mejora de los diferentes atractivos de Monteagudo (identidad personal, cultural y artística). • Mejoramiento y equipamiento del museo. • Limpieza y mejora del río. • Implementación de un centro artesanal en la población. • Señalización turística. • Instalación de una oficina turística.	• Mejoramiento y rescate urbano de la población. • Instalación de basureros. • Instalación de baños públicos en centro urbano y cerca de los principales recursos. • Apoyo técnico en el diseño y redecoración de establecimientos de alimentación, hospedaje y artesanal. • Apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas productivas)	• Fortalecer el comité de turismo. • Promover alianzas estratégicas entre operadores nacionales artesanos y prestadores de servicios. • Fortalecimiento de las capacidades locales (Talleres de capacitación e intercambio de experiencias) • Elaboración e Implementación de un plan de educación ambiental. • Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad.

Tabla N° 10: Producto Naturaleza

6	Alrededores de Monteagudo Periodo de visita: Principalmente Septiembre a Abril
RECURSOS Y EQUIPAMIENTO DE APOYO	
Paisaje:	Chaco húmedo con mucha vegetación, río con pozas para bañarse, huertas con fruta de la temporada (cítricos, peras, duraznos, tunas), áreas verdes para camping, serranía apta para caminatas, miradores, actividades agroturísticas, bosques.
Pueblos típicos:	Monteagudo, Ingavi, Acero Norte, San Pedro Del Parapetí.
Arquitectura local:	Casas con acabado semirústico, techos de teja, Plazas.
Gastronomía:	Chanco a la cruz, huatía de cabeza de res, queso estrado, pacumutu.
Artesanía/productos típicos:	Chicha cawi, macerados de quinoto, refrescos de naranja y limón.
Equipamientos especiales:	Dos canchas de fútbol, Museo local, Represa, canchas de fútbol de salón y voleibol, cancha para juego con raqueta,
Otros	Esculturas en distintos lugares de la población, diferentes museos en la ciudad, presentación del ballet municipal.
ACTIVIDADES A DESARROLLAR	
• Acampar en los alrededores de la población de Monteagudo • Realizar caminatas a los alrededores del pueblo. • Paseos campestres de las ruedas (picnic) • Viaje y caminata. • En tiempo de verano, disfrute del río para bañarse en lugares pintorescos • Disfrutar de la variedad de comidas y bebidas típicas de Monteagudo. • Práctica de pesca tradicional deportiva (pesca menor). • Prácticas de agroturismo, conociendo la forma de vida de los pobladores de las comunidades cercanas. • Actividades nocturnas (fiestas populares, karaoke, billar). • Visita a los Museos.	
LOS SERVICIOS TURISTICOS DISPONIBLES:	
• Hoteles de buena calidad, Alojamientos de mediana calidad, Internados (con una capacidad total, de 223 camas). • Viviendas familiares y amigos (con una capacidad para más de 1000 personas) • Pensiones y Restaurantes de comida local (para más de 400 personas) • Mercado local (frutas, comidas y refrigerios) • Buses de transporte diario, de Sucre y Santa Cruz a Monteagudo. • Hospital.	

- Punto ENTEL.
- Tele centros de Internet
- Policía

LA UTILIDAD DE LA EXPERIENCIA PARA EL TURISTA:

- Sentir el contacto con la naturaleza y apreciar su belleza.
- Viaje de aventura a lugares pintorescos.
- Degustar la sabrosa comida y bebida típica de la zona.
- Paz y tranquilidad junto a familiares y/o amigos.
- Disfrute de la hospitalidad de los habitantes de Monteagudo

ACCIONES A REALIZAR PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PRODUCTO:

Mejoras en los Recursos	Dotación de equipamientos e infraestructura.	Organización
• Mejora de los diferentes atractivos de Monteagudo (identidad personal, cultural y artística). • Mejoramiento y equipamiento del museo. • Limpieza y mejora del río. • Implementación de un centro artesanal en la población. • Señalización turística • Instalación de una oficina turística.	• Mejoramiento y rescate urbano de la población. • Instalación de basureros • Instalación de baños públicos en centro urbano y cerca de los principales recursos. • Apoyo técnico en el diseño y reddecoración de establecimientos de alimentación, hospedaje y artesanal. • Apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas productivas).	• Fortalecer el comité de turismo. • Promover alianzas estratégicas entre operadores nacionales artesanos y prestadores de servicios. • Fortalecimiento de las capacidades locales (Talleres de capacitación e intercambio de experiencias). • Elaboración e Implementación de un plan de educación ambiental. • Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad.

4. CAPITULO IV: PROPUESTA DE TURISMO SOSTENIBLE

4.1 CONSIDERACIONES GENERALES

El plantear un proyecto de desarrollo requiere fundamentalmente de un análisis riguroso de los problemas que se pretende resolver, las potencialidades con se cuentan, las dificultades que conlleva su ejecución, los recursos disponibles, los actores y sobre todo situando estos elementos en el contexto político, económico, social y tecnológico del país.

El presente proyecto de desarrollo turístico sostenible en Monteagudo, esta conceptualizado para contribuir al desarrollo socio económico de la población urbana y rural del municipio, cuyo propósito es el de “Promover el desarrollo del turismo sostenible en el municipio Monteagudo”, los productos que se espera lograr a la conclusión del proyecto son:

1. Se ha fortalecido las capacidades locales.
2. Se ha desarrollado y diversificado los productos turísticos.
3. Se ha realizado la promoción, difusión y gestión turística

El logro de estos objetivos nos permitirá fortalecer y diversificar la oferta turística en Monteagudo, considerando la recuperación y consolidación de la identidad cultural y social para poner en valor los atractivos turísticos con que cuenta, además permitirá desarrollar iniciativas económicas alternativas para los pobladores del municipio, quienes en este momento no tienen acceso a fuentes de ingreso no tradicionales.

También es importante indicar que a través de la aplicación de una estrategia de marketing se logrará consolidar la identidad turística del municipio y que permita su reconocimiento por instancias departamentales y nacionales.

Para plantear el presente proyecto se ha realizado un análisis de causalidad de los problemas directamente relacionados al turismo (causa – efecto), un análisis de las fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), que nos ha permitido identificar líneas estratégicas clave referidas a: aprovechar las fortalezas para tomar ventaja de las

oportunidades, superar las debilidades tomando ventaja de las oportunidades, aprovechar las fortalezas para enfrentar las amenazas y minimizar las debilidades.

La definición de estas líneas estratégicas ha permitido identificar y priorizar actividades a corto, mediano y largo plazo. Es importante resaltar que acorde a esta amplia gama de actividades que se requieren implementar, el proyecto propone focalizar y priorizar sus intervenciones considerando aquellas actividades que se pueden realizar a corto plazo y fundamentalmente tengan un alto impacto o utilidad a un bajo costo de ejecución.

Tabla N° 11: Análisis FODA Turismo en Monteagudo

FORTALEZAS • Gente hospitalaria y amable • Ubicación estratégica entre Sucre y Santa Cruz. • Clima y entorno natural agradable (paisajes) • Identidad cultural reconocida a nivel nacional • Disponibilidad de servicios de hospedaje y alimentación. • Disponibilidad de transporte • Seguridad social • Festejos y acontecimiento programado e institucionalizado. • Gobierno municipal prioriza el desarrollo turístico. • Inventario de atractivos turísticos. • Residentes de Monteagudo organizados en otros departamentos apoyan iniciativas locales. • La gran diversidad de actividades, agrícolas, pecuarias y artesanal • Amplias opciones para comunicación nacional e internacional (Teléfono, Internet)	OPORTUNIDADES • Ubicación estratégica entre Sucre y Santa Cruz. • Estrategias departamentales de turismo priorizan acciones en el Municipio de Monteagudo. • Residentes de Monteagudo, con capacidad de incidir en autoridades departamentales y nacionales. • Atractivos naturales y culturales diversos. • Existencia de demanda real y potencial. • Políticas Nacionales favorables • Tendencias favorables del turismo (Turismo rural) • Políticas del gobierno actual (rescate y preservación del patrimonio cultural de la humanidad). • Inversión privada en servicios y vivienda. • Instituciones comprometidas con el desarrollo turístico (CAF, BID, Viceministerio de Turismo y Gobernación.)
DEBILIDADES • Manejo y disposición inadecuada de los desechos sólidos (basura)	AMENAZAS • Deterioro en las condiciones de los caminos de acceso a la provincia • Factores climáticos extremos (sequía, heladas).

• Inexistencia de transporte a sitios de interés turístico. • Condiciones precarias de caminos dentro del municipio. • Pérdida de identidad urbana. • Deficiencia en los servicios básicos públicos (cortes de agua, luz). • Prestadores de servicios poco capacitados • No inserción en rutas turísticas del departamento • Las organizaciones locales artesanales no funcionan. • Poca producción de artesanías.	• Conflictos sociales (paros, bloqueos,) • Crisis económica. • Globalización (pérdida de identidad cultural)
---	--

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta todo el proceso de priorización de estrategias y actividades.

4.2 ANÁLISIS FODA

Considerando los objetivos que el proyecto propone lograr se ha realizado un análisis FODA considerando el ámbito local municipal (interno) y el contexto externo (regional, Nacional y tendencias internacionales).

4.3

Para la determinación de las acciones clave se ha realizado la identificación de líneas estratégicas en función de la matriz FODA:

Tabla N° 12: Análisis de Estrategias y Acciones – Fortaleza Vs Oportunidades y Amenazas

OBJETIVOS OBJETIVO GENERAL • Promover el desarrollo del turismo sostenible en el municipio Monteagudo OBJETIVOS ESPECÍFICOS • Fortalecimiento a las capacidades locales • Desarrollo y diversificación de productos turísticos • Promoción, difusión y gestión turística	FORTALEZAS • Gente hospitalaria y amable • Ubicación estratégica entre Sucre y Santa Cruz. • Clima y entorno natural agradable (paisajes) • Identidad cultural reconocida a nivel nacional • Disponibilidad de servicios de hospedaje y alimentación. • Disponibilidad de transporte • Seguridad social • Festejos de Navidad, acontecimiento programado e institucionalizado. • Gobierno municipal prioriza el desarrollo turístico. • Inventario de atractivos turísticos. • Residentes de Monteagudo organizados en otros departamentos apoyan iniciativas locales. • La gran diversidad de actividades, agrícolas, pecuarias y artesanal. • Amplias opciones para comunicación nacional e internacional (Teléfono, Internet)
OPORTUNIDADES • Ubicación estratégica entre Sucre y Santa Cruz. • Estrategias departamentales de turismo priorizan acciones en el Municipio de Monteagudo. • Residentes de Monteagudo, con capacidad de incidir en autoridades departamentales y nacionales. • Atractivos naturales y culturales diversos. • Existencia de demanda real y potencial. • Políticas Nacionales favorables • Tendencias favorables del turismo	Estrategias FO: Aprovechar las fortalezas para tomar ventaja de las Oportunidades • Incidir en políticas nacionales para declarar patrimonio cultural. • Sensibilización y capacitación turística a prestadores de servicio y población en general (oficial, técnico y social). • Fortalecer el comité impulsor de turismo que incluya niveles locales, departamentales y nacional (roles y competencias reconocidas por el gobierno municipal, departamental y nacional). • Fortalecer la organización asociativa de artesanos, prestadores de servicios (hospedaje, alimentación y transporte). • Aplicar una estrategia de marketing que permita, definir y difundir la imagen turística y cultural de Monteagudo.

(Turismo rural) • Políticas del gobierno actual (rescate y preservación del patrimonio cultural de la humanidad). • Inversión privada en servicios y vivienda. • Instituciones comprometidas con el desarrollo turístico (CAF, BID, Viceministerio de Turismo y Gobernación.)	• Consolidar a Monteagudo como municipio turístico en base a la oferta turística actual y desarrollar los atractivos turísticos potenciales a mediano y largo plazo. • Construir y/o mejorar infraestructura de apoyo a la consolidación de los atractivos. • Desarrollar e impulsar el fortalecimiento de productos turísticos estratégicos. • Protección, rescate y conservación de atractivos perecibles pinturas rupestres, y legado arqueológico). • Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad.
AMENAZAS • Deterioro en las condiciones de los caminos de acceso a la provincia • Factores climáticos extremos (sequía, heladas). • Conflictos sociales (paros, bloqueos,) • Crisis económica. • Globalización (pérdida de identidad cultural)	Estrategias FA Aprovechar las Fortalezas para enfrentar las amenazas. • Gestionar ante el gobierno departamental y nacional el mejoramiento del camino a Monteagudo • Aplicar una Estrategia de GM de apoyo a iniciativas locales para fortalecer el turismo y la cultura. • Construir y/o mejorar infraestructura de apoyo a la consolidación de los atractivos. • Rescate y recuperación del conocimiento en la elaboración de artesanías • Protección, rescate y conservación de atractivos perecibles Pinturas Rupestres, y legado arqueológico)

Fuente: Elaboración propia

Análisis de Estrategias y Acciones - Debilidades Vs Oportunidades y Amenazas

OBJETIVOS OBJETIVO GENERAL Promover el desarrollo del turismo sostenible en el municipio Monteagudo OBJETIVOS ESPECÍFICOS ➤ Fortalecimiento a las capacidades locales ➤ Desarrollo y diversificación de productos turísticos ➤ Promoción, difusión y gestión turística	DEBILIDADES • Manejo y disposición inadecuada de los desechos sólidos (basura) • Inexistencia de transporte a sitios de interés turístico. • Condiciones precarias de caminos dentro del municipio. • Pérdida de identidad urbana. • Deficiencia en los servicios básicos públicos (cortes de agua, luz).
---	---

	• Prestadores de servicios poco capacitados • No inserción en rutas turísticas del departamento • Las organizaciones locales artesanales no funcionan. • Poca producción de artesanías.
OPORTUNIDADES • Ubicación estratégica entre Sucre y Santa Cruz. • Estrategias departamentales de turismo priorizan acciones en el Municipio de Monteagudo. • Residentes de Monteagudo, con capacidad de incidir en autoridades departamentales y nacionales. • Atractivos naturales y culturales diversos. • Existencia de demanda real y potencial. • Políticas Nacionales favorables • Tendencias favorables del turismo (Turismo rural) • Políticas del gobierno actual (rescate y preservación del patrimonio cultural de la humanidad). • Inversión privada en servicios y vivienda. • Instituciones comprometidas con el desarrollo turístico (CAF, BID, Viceministerio de Turismo y Gobernación).	Estrategias DO Superar las Debilidades tomando ventaja de las Oportunidades. • Sensibilización y capacitación turística a prestadores de servicio y población en general (oficial, técnico y social). • Apoyar a los artesanos en el mejoramiento de sus talleres, para convertirlos en atractivos complementarios. • Aplicar una estrategia de marketing que permita, definir y difundir la imagen turística y cultural de Monteagudo • Sensibilización ambiental y de hospitalidad en diferentes niveles de la población. • Aplicar normativa Municipal para el manejo adecuado de la basura, acorde a leyes y normas vigentes. • Construir y/o mejorar infraestructura de apoyo a la consolidación de los atractivos. • Construcción e implementación de un centro artesanal de interpretación turística. • Promover alianzas entre los empresarios y comunidades locales a fin de posicionar los productos. • Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad. • Desarrollar e impulsar el fortalecimiento de productos turísticos estratégicos
AMENAZAS • Deterioro en las condiciones de los caminos de acceso a la provincia • Factores climáticos extremos (sequía, heladas).	Estrategias DA Aprovechar las Fortalezas para enfrentar las amenazas. • Promover a los empresarios privados la operación del transporte público a destinos diferentes (con demanda) • Realizar mayor promoción de la oferta turística de Monteagudo • Desarrollar alternativas turísticas, para evitar la estacionalidad de la demanda.

• Conflictos sociales (paros, bloqueos,) • Crisis económica. • Globalización (pérdida de identidad cultural)	• Involucrar mayor número de actores en el desarrollo turístico (promover alianzas estratégicas privado/publico).
--	---

Fuente: Elaboración propia

4.4 ANÁLISIS Y ELECCIÓN DE ALTERNATIVAS Y PRIORIZACIÓN DE ACTIVIDADES

De acuerdo a las líneas estratégicas y acciones clave identificadas mediante el análisis FODA se puede agrupar en tres componentes, referidos a cada uno de los objetivos específicos, de esta manera priorizar aquellas estrategias cuya relevancia es clave para la propuesta.

Para la selección de alternativas y priorización de actividades en cada uno de los componentes se ha realizado un análisis de actividades clave a corto, mediano y largo plazo, cuyo detalle se muestra en cuadros subsiguientes.

4.4.1 COMPONENTES DEL PROYECTO:

1. Fortalecimiento a las capacidades locales
2. Desarrollo y diversificación de productos turísticos
3. Promoción, difusión y gestión turística

OE 1.-Fortalecimiento a las capacidades locales:

- 1.1.- Fortalecer el comité impulsor de turismo que incluya niveles locales, departamentales y nacional (roles y competencias reconocidas por el gobierno municipal, departamental y nacional).
- 1.2.- Sensibilización y capacitación turística a prestadores de servicio y población en general (oficial, técnico y social).

- 1.3.- Fortalecer la organización asociativa de artesanos, prestadores de servicios (hospedaje, alimentación y transporte).
- 1.4.- Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad.
- 1.5.- Sensibilización ambiental y hospitalidad en diferentes niveles de la población.

OE 2.- Desarrollo y diversificación de productos turísticos:

- 2.1.- Incidir en políticas nacionales para declarar patrimonio cultural tangible e intangible de Bolivia.
- 2.2.- Aplicar una Estrategia del GM, de apoyo a iniciativas locales para fortalecer el turismo y la cultura.
- 2.3.- Construir y/o mejorar infraestructura de apoyo a la consolidación de los atractivos.
- 2.4.- Desarrollar e impulsar el fortalecimiento de productos turísticos estratégicos.

OE 3.- Promoción, difusión y gestión turística:

- 3.1.- Aplicar una estrategia de promoción que permita, definir y difundir la imagen turística y cultural de Monteagudo.
- 3.2.- Incorporar dentro del producto la oferta turística que tiene Monteagudo
- 3.3.- Involucrar mayor número de actores en el desarrollo turístico (promover alianzas estratégicas privado/publico).
- 3.4.- Estructurar y Fortalecer los productos turísticos identificados.

4.4.2 PRIORIZACIÓN DE ACTIVIDADES

1.- Fortalecimiento a las capacidades locales

Tabla N° 13: Estrategias de Fortalecimiento de las capacidades locales

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES CLAVE		
	Corto Plazo (menos de dos años)	Mediano Plazo (de 2 a 5 años)	Largo Plazo (mayor a 5 años)
1.1.- Fortalecer el comité impulsor de turismo que incluya niveles locales, departamentales y nacional (roles y competencias reconocidas por el gobierno municipal, departamental y nacional).	✓ Conformar el Comité de Turismo de Monteagudo. ✓ Conformar pequeñas empresas locales de servicios turísticos. ✓ Capacitar a los miembros del comité (roles y funciones, aspectos legales y normativos).	✓ Integrar en la estructura funcional del G. Municipal al Comité de Turismo Monteagudo. ✓ Capacitación a guías de turismo.	
1.2.-Sensibilización y capacitación turística a prestadores de servicio y población en general (oficial, técnico y social).	✓ Desarrollar y aplicar una currícula formal de capacitación a prestadores de servicio (mediante el Instituto Superior Tecnológico Agroindustrial y USFX. para titular técnicos medios, camareras, mozos, chefs, etc.). ✓ Concientizar sobre el rol de turismo en la economía de la población (actividades de Información, educación y capacitación, IEC). ✓ Capacitar a prestadores de servicio hospedaje, alimentación y transporte. • Brindar asistencia técnica a prestadores de servicio de hospedaje y alimentación (diseño y reddecoración de establecimientos de alimentación,	✓ Capacitación a prestadores de servicio hospedaje, alimentación y transporte. ✓ Asistencia técnica a prestadores de servicio de hospedaje. ✓ Aplicar un sistema de evaluación y control de calidad en los servicios.	✓ Aplicar un sistema de evaluación y control de calidad en los servicios. ✓ Reforzar la capacitación a prestadores de servicio

	hospedaje y artesanal – Integral físico y del producto). ✓ Formación y capacitación a guías de turismo		
1.3-Fortalecer la organización asociativa de artesanos y prestadores de servicios (hospedaje, alimentación y transporte)	✓ Gestión de financiamiento para apoyo a artesanos. ✓ Rescate y recuperación del conocimiento en la elaboración de artesanías.	✓ Conformar la asociación de artesanos ✓ Participar en ferias, exposiciones de alcance local, departamental y nacional.	✓ Aplicar un sistema de evaluación y control de calidad en los servicios. ✓ Participar en ferias, exposiciones de alcance internacional.
1.4.- Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad.	✓ Capacitar a artesanos en aspectos de mejoramiento funcional y estructural de sus talleres artesanales. ✓ Capacitación en la elaboración de artesanías de calidad. ✓ Realizar giras de intercambio de experiencias. ✓ Gestión de apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas saludable y productiva).	✓ Mejorar la infraestructura de talleres artesanales (basados en un modelo con identidad de Monteagudo)	
1.5.- Sensibilización ambiental y hospitalidad en diferentes niveles de la población.	✓ Desarrollar un plan de educación ambiental de alcance Municipal. ✓ Elaborar y difundir material educativo sobre la normativa ambiental y hospitalidad turística.	✓ Aplicar el plan de educación ambiental Municipal. ✓ Implementar un plan de manejo de desechos sólidos. ✓ Promoción de imagen “municipio saludable y limpio”	✓ Aplicar el plan de educación ambiental Municipal. ✓ Consolidar imagen de “Municipio saludable y limpio”

Fuente: Elaboración propia

2.- Desarrollo y diversificación de productos turísticos

Tabla N° 14: Priorización de actividades para el Desarrollo y Diversificación de Productos Turísticos

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES CLAVE		
	Corto Plazo (menos de dos años)	Mediano Plazo (de 2 a 5 años)	Largo Plazo (mayor a 5 años)
2.1.-Incidir en políticas nacionales para declarar patrimonio cultural tangible e intangible de Bolivia.	✓ Realizar gestiones ante el congreso para acelerar la aprobación de leyes (patrimonio cultural tangible e intangible de Bolivia) ✓ Consolidar la escuela de bellas artes (institucionalización de cargos y desarrollo de una currícula especializada)	✓ Gestionar en instancias departamentales para priorizar a Monteagudo como Municipio turístico	✓ Promover la aprobación de leyes para declarar a Monteagudo como Municipio Turístico.
2.2.-Aplicar una Estrategia del GM, de apoyo a iniciativas locales para fortalecer el turismo y la cultura.	✓ Realizar un inventario (oficial) de Oferta, Atractivos, Servicios Turísticos – georeferenciado. ✓ Creación de una base de datos de información turística. ✓ Elaborar y aplicar normativa Municipal para el desarrollo de la identidad urbana. ✓ Institucionalizar los eventos culturales programados (inclusión en el POA municipal, incentivos para iniciativas artísticas que fortalezcan la identidad cultural) ✓ Organizar y/o realizar ferias artesanales, y gastronómicas, bajo un enfoque turístico de desarrollo económico local	✓ Gestión de financiamiento de pequeños emprendimientos para el sector turismo, en organismos de financiación. ✓ Crear una unidad de turismo y comunicación municipal. ✓ Implementar plan de mejoramiento urbano. ✓ Organización de grupos corales infantiles, juveniles y de adultos (proyección nacional e internacional)	✓ Gestión de nuevas iniciativas de turismo.

2.3.-Construir y/o mejorar infraestructura de apoyo a la consolidación de los atractivos.	✓ Implementación del museo (mobiliario adecuado, iluminación, equipos de sonido para exposiciones, proyecciones, etc.) ✓ Implementar señalética turística (restrictiva, educativa, orientativa). ✓ Conservación de atractivos perecibles (Obras de M.N., Legado arqueológico, Pinturas, etc.). ✓ Instalación de baños públicos en centro urbano y cerca de los principales recursos.	✓ Construcción de un salón de exposición. ✓ Gestión para el rescate y recuperación de obras. ✓ Construcción de un Mercado artesanal. • Construcción de un campo ferial (artesanal, agrícola y pecuario). ✓ Construcción de un teatro en Monteagudo. ✓ Mejoramiento de caminos vecinales. ✓ Mejoramiento de sendas turísticas de acceso a atractivos priorizados.	✓ Construcción de un mercado campesino agropecuario. ✓ Mantenimiento al sistema de señalización turística. ✓ Consolidar la imagen urbana. ✓ Mejoramiento de camino ✓ Construcción de cabañas rusticas en lugares de recreación (balnearios y camping).
2.4.- Desarrollar e impulsar el fortalecimiento de productos turísticos estratégicos	✓ Crear oficina municipal de información turística. ✓ Desarrollar productos turísticos en torno a atractivos ya consolidados, reales	✓ Desarrollar productos turísticos que incluyan atractivos actuales mejorados.	✓ Desarrollar productos que incluya atractivos potenciales

Fuente: Elaboración propia

3.- Promoción, difusión y gestión turística

Tabla N° 15: Priorización de actividades para Promoción, Difusión y Gestión Turística

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES CLAVE		
	Corto Plazo (menos de dos años)	Mediano Plazo (de 2 a 5 años)	Largo Plazo (mayor a 5 años)
3.1.-Aplicar una estrategia de marketing que permita definir y difundir la imagen turística y cultural de Monteagudo.	Diseñar y aplicar una estrategia de marketing que incorpore acciones como: ✓ Estudio de mercado (perfil del consumidor, mercados objetivo, etc.) ✓ Elaboración de imagen de marca “Monteagudo”. ✓ Promoción en medios masivos local, nacional (radio, televisión). ✓ Elaboración de material digitalizado (CD interactivo). ✓ Elaboración de material impreso (afiches y trípticos, etc.). ✓ Promoción turística de Monteagudo en páginas web de la MMCHC, Vice ministerio de Turismo, Bolivia turística) Links.	✓ Promoción en medios masivos. ✓ Spot, afiches, con imágenes de vocación de destino más imágenes corporativa	✓ Consolidación de la imagen “Monteagudo” ✓ Catálogos de imagen y producto por destino Turístico. ✓ Inclusión en guías turísticas nacionales e internacionales.
3.2.-Incorporar dentro del producto la oferta turística de Monteagudo.	✓ Establecer alianzas estratégicas entre los gobiernos Municipales con Monteagudo. ✓ Establecer alianzas estratégicas con operadores de Turismo.	✓ Promoción en medios radiales (local, nacional).	✓ Catálogos de imagen y producto por destino Turístico
3.3.-Involucrar mayor número de actores en el desarrollo turístico (promover alianzas estratégicas).	✓ Organización de viajes de familiarización (Fam Trips). ✓ Establecer alianzas estratégicas con operadoras de turismo y prestadores de servicio	✓ Promover la creación de una oficina municipal de información turística.	✓ Promover la creación de tiendas de artesanías en Sucre y Santa Cruz.

Fuente: Elaboración propia

4.5 PRIORIZACIÓN DE LAS ACCIONES

De acuerdo a las actividades identificadas a corto, mediano y largo plazo que se requieren implementar, las intervenciones del proyecto se han focalizado (priorizado) considerando aquellas actividades que se pueden realizar a corto plazo y fundamentalmente tengan un alto impacto o utilidad con un bajo costo de ejecución.

Esta priorización significa en la práctica, que actividades deben ser realizadas antes y cuales después ya sea por el propio proyecto o a través de otras instancias y/o proyectos complementarios entre si

Tabla N° 16: Método de priorización de actividades

IMPACTO O UTILIDAD	+ALTO	Alta Prioridad Corto plazo	Alta / media prioridad Corto / mediano plazo
	-BAJO	Alta/ media prioridad Corto/ mediano plazo	Baja prioridad Largo plazo
		-BAJO	+ALTO
		COSTO	

Tabla N° 17: Priorización de las acciones componente 1

1.- Fortalecimiento a las capacidades locales					
IMPACTO O UTILIDAD +ALTO -BAJO	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="237 370 1203 1156"> Alta Prioridad para el proyecto: ➤ Conformar el Comité de Turismo de Monteagudo. ➤ Conformar pequeñas empresas locales de servicios turísticos. ➤ Capacitar a los miembros del comité (roles y funciones, aspectos legales y normativos). ➤ Desarrollar y aplicar una currícula formal de capacitación a prestadores de servicio (mediante el Instituto Superior Tecnológico Agroindustrial y USFX. para titular técnicos medios, camareras, mozos, chefs, etc.). ➤ Concientizar sobre el rol de turismo en la economía de la población (actividades de Información, educación y capacitación, IEC). ➤ Capacitar a prestadores de servicio hospedaje, alimentación y transporte. ➤ Brindar asistencia técnica a prestadores de servicio de hospedaje y alimentación (diseño y reddecoración de establecimientos de alimentación, hospedaje y artesanal – Integral físico y del producto). ➤ Formación y capacitación a guías de turismo. ➤ Gestión de financiamiento para apoyo a artesanos. ➤ Rescate y recuperación del conocimiento en la elaboración de artesanías. Desarrollar un plan de educación ambiental de alcance Municipal. </td><td data-bbox="1203 370 1858 1156"> Alta/media prioridad: ➤ Participar en ferias, exposiciones de alcance local, departamental y nacional. Mejorar la infraestructura de talleres artesanales (basados en un modelo con identidad Monteagudeño) ➤ Aplicar el plan de educación ambiental Municipal. ➤ Aplicar un sistema de evaluación y control de calidad en los servicios. ➤ Integrar en la estructura funcional del G. Municipal al Comité de Turismo Monteagudo ➤ Capacitación a guías de turismo Apoyar a los artesanos en el mejoramiento de sus talleres, para convertirlos en atractivos complementarios. ➤ Gestión de apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas saludable y productiva). ➤ Elaborar y difundir material educativo sobre la normativa ambiental </td></tr> <tr> <td data-bbox="237 1156 1203 1295"> Alta/Media prioridad: ➤ Capacitar a artesanos en aspectos de mejoramiento funcional y estructural de sus talleres artesanales. Realizar giras de intercambio de experiencias. </td><td data-bbox="1203 1156 1858 1295"> Baja prioridad (largo plazo): ➤ Participar en ferias, exposiciones de alcance internacional. </td></tr> </table>	Alta Prioridad para el proyecto: ➤ Conformar el Comité de Turismo de Monteagudo. ➤ Conformar pequeñas empresas locales de servicios turísticos. ➤ Capacitar a los miembros del comité (roles y funciones, aspectos legales y normativos). ➤ Desarrollar y aplicar una currícula formal de capacitación a prestadores de servicio (mediante el Instituto Superior Tecnológico Agroindustrial y USFX. para titular técnicos medios, camareras, mozos, chefs, etc.). ➤ Concientizar sobre el rol de turismo en la economía de la población (actividades de Información, educación y capacitación, IEC). ➤ Capacitar a prestadores de servicio hospedaje, alimentación y transporte. ➤ Brindar asistencia técnica a prestadores de servicio de hospedaje y alimentación (diseño y reddecoración de establecimientos de alimentación, hospedaje y artesanal – Integral físico y del producto). ➤ Formación y capacitación a guías de turismo. ➤ Gestión de financiamiento para apoyo a artesanos. ➤ Rescate y recuperación del conocimiento en la elaboración de artesanías. Desarrollar un plan de educación ambiental de alcance Municipal.	Alta/media prioridad: ➤ Participar en ferias, exposiciones de alcance local, departamental y nacional. Mejorar la infraestructura de talleres artesanales (basados en un modelo con identidad Monteagudeño) ➤ Aplicar el plan de educación ambiental Municipal. ➤ Aplicar un sistema de evaluación y control de calidad en los servicios. ➤ Integrar en la estructura funcional del G. Municipal al Comité de Turismo Monteagudo ➤ Capacitación a guías de turismo Apoyar a los artesanos en el mejoramiento de sus talleres, para convertirlos en atractivos complementarios. ➤ Gestión de apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas saludable y productiva). ➤ Elaborar y difundir material educativo sobre la normativa ambiental	Alta/Media prioridad: ➤ Capacitar a artesanos en aspectos de mejoramiento funcional y estructural de sus talleres artesanales. Realizar giras de intercambio de experiencias.	Baja prioridad (largo plazo): ➤ Participar en ferias, exposiciones de alcance internacional.
Alta Prioridad para el proyecto: ➤ Conformar el Comité de Turismo de Monteagudo. ➤ Conformar pequeñas empresas locales de servicios turísticos. ➤ Capacitar a los miembros del comité (roles y funciones, aspectos legales y normativos). ➤ Desarrollar y aplicar una currícula formal de capacitación a prestadores de servicio (mediante el Instituto Superior Tecnológico Agroindustrial y USFX. para titular técnicos medios, camareras, mozos, chefs, etc.). ➤ Concientizar sobre el rol de turismo en la economía de la población (actividades de Información, educación y capacitación, IEC). ➤ Capacitar a prestadores de servicio hospedaje, alimentación y transporte. ➤ Brindar asistencia técnica a prestadores de servicio de hospedaje y alimentación (diseño y reddecoración de establecimientos de alimentación, hospedaje y artesanal – Integral físico y del producto). ➤ Formación y capacitación a guías de turismo. ➤ Gestión de financiamiento para apoyo a artesanos. ➤ Rescate y recuperación del conocimiento en la elaboración de artesanías. Desarrollar un plan de educación ambiental de alcance Municipal.	Alta/media prioridad: ➤ Participar en ferias, exposiciones de alcance local, departamental y nacional. Mejorar la infraestructura de talleres artesanales (basados en un modelo con identidad Monteagudeño) ➤ Aplicar el plan de educación ambiental Municipal. ➤ Aplicar un sistema de evaluación y control de calidad en los servicios. ➤ Integrar en la estructura funcional del G. Municipal al Comité de Turismo Monteagudo ➤ Capacitación a guías de turismo Apoyar a los artesanos en el mejoramiento de sus talleres, para convertirlos en atractivos complementarios. ➤ Gestión de apoyo financiero para la mejora cualitativa de sus establecimientos (viviendas saludable y productiva). ➤ Elaborar y difundir material educativo sobre la normativa ambiental				
Alta/Media prioridad: ➤ Capacitar a artesanos en aspectos de mejoramiento funcional y estructural de sus talleres artesanales. Realizar giras de intercambio de experiencias.	Baja prioridad (largo plazo): ➤ Participar en ferias, exposiciones de alcance internacional.				
-BAJO					

Tabla N° 18: Priorización de las acciones componente 2

2.- Consolidación de atractivos turísticos

+ALTO	Alta Prioridad para el proyecto: ➤ Realizar gestiones ante el congreso para acelerar la aprobación de leyes (patrimonio cultural tangible e intangible de Bolivia) ➤ Consolidar la escuela de bellas artes (institucionalización de cargos y desarrollo de una currícula especializada). ➤ Realizar un inventario (oficial) de Oferta, Atractivos, Servicios Turísticos – georeferenciado. ➤ Creación de una base de datos de información turística. ➤ Elaborar y aplicar normativa Municipal para el desarrollo de la identidad urbana. ➤ Institucionalizar los eventos culturales programados (inclusión en el POA municipal, incentivos para iniciativas artísticas que fortalezcan la identidad cultural) ➤ Organizar y/o realizar ferias artesanales, y gastronómicas, bajo un enfoque turístico de desarrollo económico local. ➤ Implementación del museo (mobiliario adecuado, iluminación, equipos de sonido para exposiciones, proyecciones, etc.) ➤ Implementar señalética turística (restrictiva, educativa, orientativa). ➤ Conservación de atractivos perecibles (obras de M.N, Pinturas, Legado Arqueológico). ➤ Instalación de baños públicos en centro urbano y cerca de los principales recursos. ➤ Crear oficina municipal de información turística. ➤ Desarrollar productos turísticos en torno a atractivos ya consolidados, reales	Alta/media prioridad: ➤ Gestionar en instancias departamentales para priorizar a Monteagudo como Municipio turístico. ➤ Mejoramiento de caminos vecinales. ➤ Mejoramiento de sendas turísticas de acceso a atractivos priorizados. Implementar un plan de mejoramiento urbano de Monteagudo. ➤ Desarrollar productos turísticos en torno a atractivos ya consolidados, reales. ➤ Construcción de una sala de exposición. Crear una unidad de turismo y comunicación municipal. Mejoramiento de camino. ➤ Desarrollar productos turísticos que incluyan atractivos actuales mejorados. Consolidar imagen de “Municipio saludable y limpio”. ➤ Construcción de un Mercado artesanal. ➤ Construcción de un campo ferial (artesanal, agrícola y pecuario). Construcción de un teatro en Monteagudo. ➤ Construcción de un coliseo cerrado (multifuncional)
-BAJO	Alta/Media prioridad: ➤ Construcción de miradores. ➤ Construcción de cabañas rusticas (tipo) en lugares de recreación (balnearios y camping). Organización de grupos corales infantiles, juveniles y de adultos (proyección nacional e internacional)	Baja prioridad (largo plazo): ➤ Gestión para el financiamiento de pequeños emprendimientos para el sector turismo, en organismos de financiación. ➤ Construcción de un mercado campesino agropecuario.
	-BAJO	+ALTO
	COSTO	

Tabla N° 19: Priorización de las acciones componente 3

3.- Promoción, difusión y gestión turística

+ALTO	Alta Prioridad para el proyecto: Diseñar y aplicar una estrategia de marketing que incorpore acciones como: ➤ Estudio de mercado (perfil del consumidor, mercados objetivo, etc.) ➤ Elaboración de imagen de marca “Monteagudo”. ➤ Promoción en medios masivos local, nacional (radio, televisión, redes). ➤ Elaboración de material digitalizado (CD interactivo). ➤ Elaboración de material impreso (afiches y trípticos, etc). ➤ Promoción turística de Monteagudo en páginas web de la MMCHC, Vice ministerio de Turismo, Bolivia turística) Links. Establecer alianzas estratégicas con operadores de Turismo. Organización de viajes de familiarización (Fam Trips). Establecer alianzas estratégicas con operadoras de turismo y prestadores de servicio.	Alta/media prioridad: ➤ Establecer alianzas estratégicas entre los gobiernos Municipales con Monteagudo. ➤ Promover la creación de tiendas de artesanías en Sucre y Santa Cruz.
-BAJO	Alta/Media prioridad: ➤ Inclusión en los libros turísticos internacionales	Baja prioridad (largo plazo): ➤ Inclusión en los libros turísticos internacionales

-BAJO

COSTO

+ALTO

4.6 ANÁLISIS DE ACTORES

De acuerdo a las características del presente proyecto a continuación se describe los actores involucrados

Tabla N° 20: Análisis de Involucrados

N°	ACTORES	AFECTADOS			FUNDAMENTO	ESTRATEGIAS
		(+)	(-)	(+/-)		
ORGANIZACIONES GUBERNAMENTALES						
1	Gobierno Municipal	✓			El proyecto ayuda a cumplir el mandato institucional de mejorar la calidad de vida.	Involucrarlo y comprometerlo activamente dentro del proyecto. Es Líder del proyecto
2	Unidad de Turismo, Gobernación.	✓			Parte importante de sus responsabilidades.	Establecer alianzas estratégicas con todos los actores. Buscar su participación en gestión y apoyo normativo.
3	Personal de salud, Monteagudo		✓		Mayor afluencia de gente, brotes de enfermedades no comunes.	Motivar e incentivar su participación.
4	Instituciones de sistema educativo	✓			El proyecto contribuye a fortalecer su rol	Involucrarlos para ser parte activa del proyecto
5	Escuela bellas artes Monteagudo	✓			El proyecto contribuye a fortalecer su rol	Involucrarlos para ser parte activa del proyecto
6	Policía		✓		Por la mayor cantidad de gente, la seguridad social podría ser afectada	Motivar e incentivar su participación.
ORGANIZACIONES PRIVADAS RELACIONADAS AL TURISMO						
7	Prestadores de servicio, Hospedaje	✓			Mayores oportunidades para mejorar sus ingresos económicos.	Promover su participación activa dentro del proyecto, mejora de sus servicios
8	Prestadores de servicio, transporte.	✓			Mayores oportunidades para mejorar sus ingresos económicos.	Promover su participación activa dentro del proyecto, mejora de sus servicios
9	Prestadores de servicio, Alimentación	✓			Mayores oportunidades para mejorar sus	Promover su participación activa

					ingresos económicos.	dentro del proyecto, mejora de sus servicios
10	Prestadores de servicio, telefonía e Internet	✓			Mayores oportunidades para mejorar sus ingresos económicos	Promover su participación activa dentro del proyecto, mejora de sus servicios
11	Artesanos	✓			Mayor demanda para sus productos, oportunidad para ampliar su producción.	Involucrarlos para ser parte activa del proyecto.
12	Comerciantes (tiendas).	✓			Mayor afluencia de gente, diversificación de sus ventas	Promover una mejora continua de sus servicios.
13	Centros de esparcimiento	✓			Mayores oportunidades para mejorar sus ingresos económicos	Promover su participación activa dentro del proyecto, mejora de sus servicios
14	Operadoras de Turismo Sucre	✓			Ampliar y diversificar su oferta turística.	Establecer alianzas estratégicas. Desarrollar plan de negocios
15	Operadoras de Turismo Nacional	✓			Oportunidades de diversificar su oferta de servicios, oportunidad de negocios	Involucrarlos para ser parte activa del proyecto.
16	Organizaciones Privadas de Desarrollo OPDS.	✓			El proyecto contribuye a fortalecer su rol	Involucrarlos para ser parte activa del proyecto en temas complementarios y transversales
SOCIEDAD CIVIL						
17	Músicos	✓			Mejores oportunidades de promoción. Oportunidades para mejorar sus ingresos.	Motivar su participación activa en festivales culturales. Incentivar a la práctica musical.
18	Población Urbana		✓		Algunos no estarán directamente involucrados y otros verán como una nueva oportunidad de trabajo	Realizar campañas informativas, para motivar su participación progresiva.
19	Población Rural		✓		Algunos no estarán directamente	Realizar campañas informativas, para

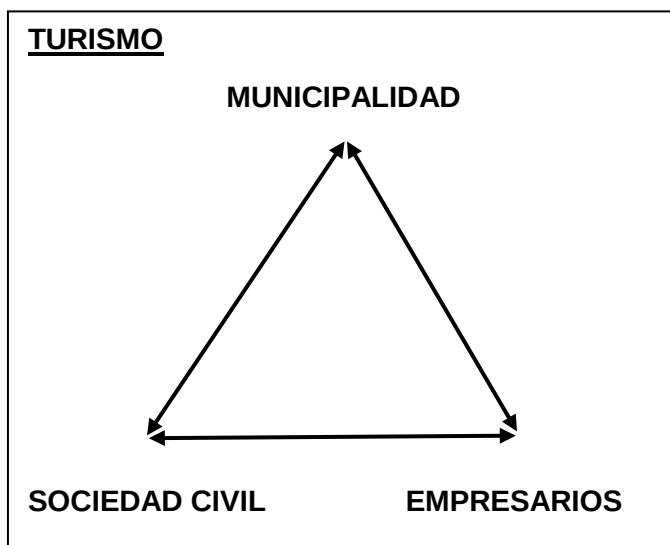
					involucrados y otros verán como una nueva oportunidad de trabajo	motivar su participación progresiva.
20	Turistas	✓			Oferta turística más atractiva, mejores condiciones para disfrutar de su estadía	Motivar su participación en cumplimiento a normativas establecidas.
21	Residentes Monteagudeños	✓			El proyecto contribuye a fortalecer su rol	Involucrarlos para ser parte activa del proyecto
22	Asociación de productores agropecuarios	✓			Mayor demanda para sus productos, oportunidad para ampliar su producción y comercialización.	Participación activa en ferias agropecuarias.
23	Estudiantes de Colegio de Sucre	✓			Viajes de estudio combinados con actividades de esparcimiento.	Alianzas con colegios particulares, para que visiten Monteagudo

Fuente: Elaboración propia

Los diferentes actores identificados se han clasificado en tres grupos grandes:

- Organismos Gubernamentales
- Empresa privada
- Sociedad Civil

De acuerdo a sus roles y funciones los tres grupos de actores deben interactuar bajo un liderazgo efectivo de la Municipalidad, principal dinamizador del desarrollo.

Ilustración 48: Interrelación de actores

4.7 DIMENSIONAMIENTO / ALCANCE DEL PROYECTO

Ubicación

El proyecto está ubicado en el área urbana de Monteagudo y alrededores cercanos, debido a que en esta primera etapa se debe consolidar los principales productos turísticos, de tal manera que a mediano plazo ir extendiendo en función del mejoramiento y puesta en valor de los atractivos más alejados.

Participantes directos e indirectos

De acuerdo al análisis de actores los participantes directos está conformado principalmente por las organizaciones económicas privadas relacionadas al turismo es decir los prestadores de servicios de transporte Terrestre, hospedaje, pensiones, restaurantes, artesanos, tiendas comerciales, centros de esparcimiento, etc. y de manera indirecta la población rural y urbana que tiene alguna actividad económica y que se fortalece con una mayor afluencia de gente resultado del turismo, es decir, productores agropecuarios, comunidades y centros poblados cercanos.

Tabla N 21: Participantes directos e indirectos del proyecto

N°	PARTICIPANTES	N° FAMILIAS DIRECTOS	N° FAMILIAS INDIRECTAS
1	Industrias Manufactureras	20	51
2	Establecimientos financieros	6	12
3	Transporte terrestre	6	18
4	Servicio comunal y personal	18	31
5	Comercio por mayor y menor	144	152
6	Espectáculos y recreaciones publicas	3	9
7	Sentajes minoristas	2	0
8	Productos artesanales	10	10
9	Músicos	30	0
10	Operadoras de Turismo Sucre	3	6
11	Operadoras de Turismo Nacional	2	4
12	Población Urbana Monteagudo	58	86
13	Población (comunidades y centros poblados cercanos a Monteagudo)	45	57
	TOTAL	346	446

Fuente: Elaboración propia

4.8 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO EN TODOS SUS COMPONENTES

De acuerdo al análisis y selección de alternativas el proyecto comprende la ejecución de actividades priorizadas y estructuradas en tres componentes, que se describen a continuación:

- 1. Fortalecimiento a las capacidades locales**
- 2. Desarrollo y diversificación de productos turísticos**
- 3. Promoción, difusión y gestión turística**

La implementación de cada uno de los componentes debe ser realizada de manera integral, de tal manera que no se pierda en ningún momento el enfoque holístico del proyecto. De acuerdo al análisis de estrategias y priorización de actividades, el proyecto enfocara sus

intervenciones principalmente en actividades de alto impacto o utilidad y de bajo costo, ejecutables a corto y mediano plazo.

Para el logro de los objetivos planteados se establece un ciclo de implementación del proyecto con una duración de tres años, durante los cuales se tendrá tres etapas: una inicial dirigida a la pre implementación que incluye la elaboración de un estudio de Línea de Base y actividades de arranque del proyecto, una segunda etapa de implementación o ejecución intensiva de todas las actividades comprendidas en cada uno de los componentes y finalmente una tercera etapa de consolidación de actividades y/o retiro gradual del proyecto, tal como se describe en el capítulo referido al ciclo del proyecto.

A continuación, se detalla el marco conceptual de cada uno de los componentes:

4.8.1 COMPONENTE 1

Objetivo específico 1: Fortalecimiento a las capacidades locales

De acuerdo al diagnóstico de servicios en Monteagudo ya existe una plataforma de turismo instalada, sin embargo, estos servicios por el momento presentan muchas debilidades y no responden a una visión empresarial de turismo, debido principalmente a las inadecuadas condiciones tanto funcionales como estructurales.

Con la implementación del presente componente se propone lograr el fortalecimiento a las capacidades de las organizaciones locales, para que brinden servicios con calidad y calidez. Para este efecto es necesario conformar primeramente una instancia local responsable de la gestión y coordinación del turismo en el municipio, este Comité de Turismo debe estar conformado por representantes de los actores clave como ser: el Gobierno Municipal, los prestadores de servicios (alimentación, hospedaje y transporte), la organizaciones comunitarias a través de la Centralía Provincial, asociaciones de artistas/artesanos y promover la participación activa de la dirección de turismo de la gobernación del departamento.

Posteriormente es necesario reactivar las diferentes organizaciones locales tanto de prestadores de servicios, escuelas y asociaciones de artesanos/artistas. Con estas organizaciones y las conclusiones de la Línea de Base se debe desarrollar y aplicar un currículo de capacitación a todos los actores. El proceso de capacitación debe ser organizado de manera sistemática e integral que permita fortalecer efectivamente las capacidades locales en cuanto a comportamientos, actitudes y prácticas (CAP), de manera que pueda ser monitoreado y evaluada permanentemente durante el ciclo del proyecto.

La capacitación y asistencia técnica a las organizaciones locales, tendrá un alto enfoque empresarial con un contenido social y ambiental, que permita ver oportunidades e iniciativas innovadoras de calidad como una alternativa efectiva para la generación de ingresos económicos.

A través del presente componente el proyecto junto al gobierno municipal en cumplimiento de la normativa ambiental, desarrollaran un plan de educación ambiental de alcance municipal, aspecto que debe realizarse en estrecha coordinación con los actores locales como el SEDUCA, SEDES, Instituto Superior Tecnológico Agroindustrial, USFX, Organizaciones Comunitarias y sociedad civil. El presente plan será aplicado de manera gradual en el municipio acorde a las prioridades y presupuesto que se puedan gestionar.

Por las características estratégicas el presente componente resulta ser el articulador y motivador del proyecto por lo que se debe promover una activa participación de todos los actores.

4.8.2 COMPONENTE 2

Objetivo específico 2: Desarrollo y diversificación de productos turísticos

Si bien el municipio de Monteagudo cuenta actualmente con atractivos turísticos, la mayoría aún no están puestos en valor ya sea porque no se cuenta con información suficiente o porque no se ha realizado acciones complementarias como mejoramiento de los accesos,

recuperación, restauración y el desarrollo de productos turísticos que incorporen a los atractivos turísticos reales y potenciales.

Con la implementación del presente componente el proyecto propone recuperar y consolidar la identidad turística y cultural Monteagudeño poniendo en valor los atractivos con que cuenta, de tal manera que se pueda ofertar productos turísticos competitivos en una primera etapa en el ámbito local y departamental y posteriormente en el ámbito nacional.

Es importante destacar que las intervenciones en el presente componente tienden a ser de mediano y largo plazo además de representar un alto costo especialmente en estructura vial, por este motivo, el proyecto focalizará sus intervenciones en acciones de base que permitan establecer de manera gradual una plataforma turística cada vez más completa, otras actividades de mediano y largo plazo son de competencia municipal y Departamental, aspecto que el proyecto debe orientar para su ejecución por las diferentes instancias de acuerdo a sus responsabilidades y competencias.

En este sentido, para el éxito del presente componente las acciones del gobierno municipal son vitales ya que como promotor del desarrollo local, su enfoque de trabajo debe estar dirigido a incidir en políticas nacionales y promover iniciativas para fortalecer la identidad de Monteagudo, realizar gestiones para impulsar leyes y políticas favorables al turismo, construcción de infraestructura de apoyo a la consolidación de atractivos turísticos, aplicar y ejecutar acciones de saneamiento básico acorde a la normativa ambiental y otros proyectos que permitan fortalecer, diversificar y promocionar la oferta turística.

4.8.3 COMPONENTE 3

Objetivo específico 3: Promoción, difusión y gestión turística

Una vez establecido y definido los productos turísticos que se pretenden ofrecer es necesario realizar una amplia campaña de promoción y difusión de la oferta turística y cultural de Monteagudo. Para este efecto, se propone diseñar y aplicar de manera participativa una

estrategia de marketing que incorpore acciones de identificación de mercados objetivo, profundización en el conocimiento del perfil de consumidor, promoción en medios radiales, televisivos, impresos, digitales y mediante otros medios como el Internet.

También esta estrategia debe promover las alianzas estratégicas para involucrar un mayor número de actores de turismo privado y público, se establece como factor clave la firma de planes de negocio con operadores de Turismo de las ciudades de Sucre y Santa Cruz.

Es importante destacar el producto turístico ya consolidado de carácter nacional e internacional, aspecto que debe ser considerado como una gran oportunidad para incorporar la oferta turística de Monteagudo a este producto.

El establecimiento de alianzas estratégicas con actores privados y estatales es muy importante, es así, que se propone establecer alianzas con los Gobiernos Municipales. También incidir ante el Gobierno Municipal para gestionar ante las gobernaciones de Santa Cruz y Chuquisaca y continuar el mejoramiento del camino, También las alianzas estratégicas con colegios de Sucre, operadoras de turismo y medios masivos de comunicación.

4.8.4 CICLO DEL PROYECTO

Para el logro de los objetivos propuestos se ha establecido un ciclo de implementación del proyecto con una duración de tres años, durante los cuales se tendrá tres etapas una inicial dirigida a la pre implementación y arranque del proyecto con una duración de tres meses, una segunda etapa de implementación o ejecución intensiva de las actividades con una duración de veintisiete meses y finalmente una tercera etapa de consolidación de actividades y/o retiro gradual del proyecto que tendrá una duración de al menos seis meses.

Arranque del proyecto, durante esta etapa de tres meses, se ha programado desarrollar actividades de organización y planificación operativa tales como la contratación de personal, instalación de oficinas y equipamiento. Durante esta etapa como actividades clave se debe desarrollar la socialización del proyecto y el estudio de Línea de Base. También debe

realizarse la firma de convenios marco con el Gobierno Municipal, gobernación y otras instancias público privadas que sea necesario para la puesta en marcha del proyecto

Ejecución de actividades, corresponde a la etapa de implementación intensiva de actividades programadas en cada uno de los componentes. Si bien, las actividades se han organizado en tres componentes es necesario asegurar la integralidad del proyecto y cada uno es complementario entre si y no representa un proyecto independiente.

Durante esta etapa se realizará un monitoreo y auto evaluación participativa para asegurar el éxito del proyecto.

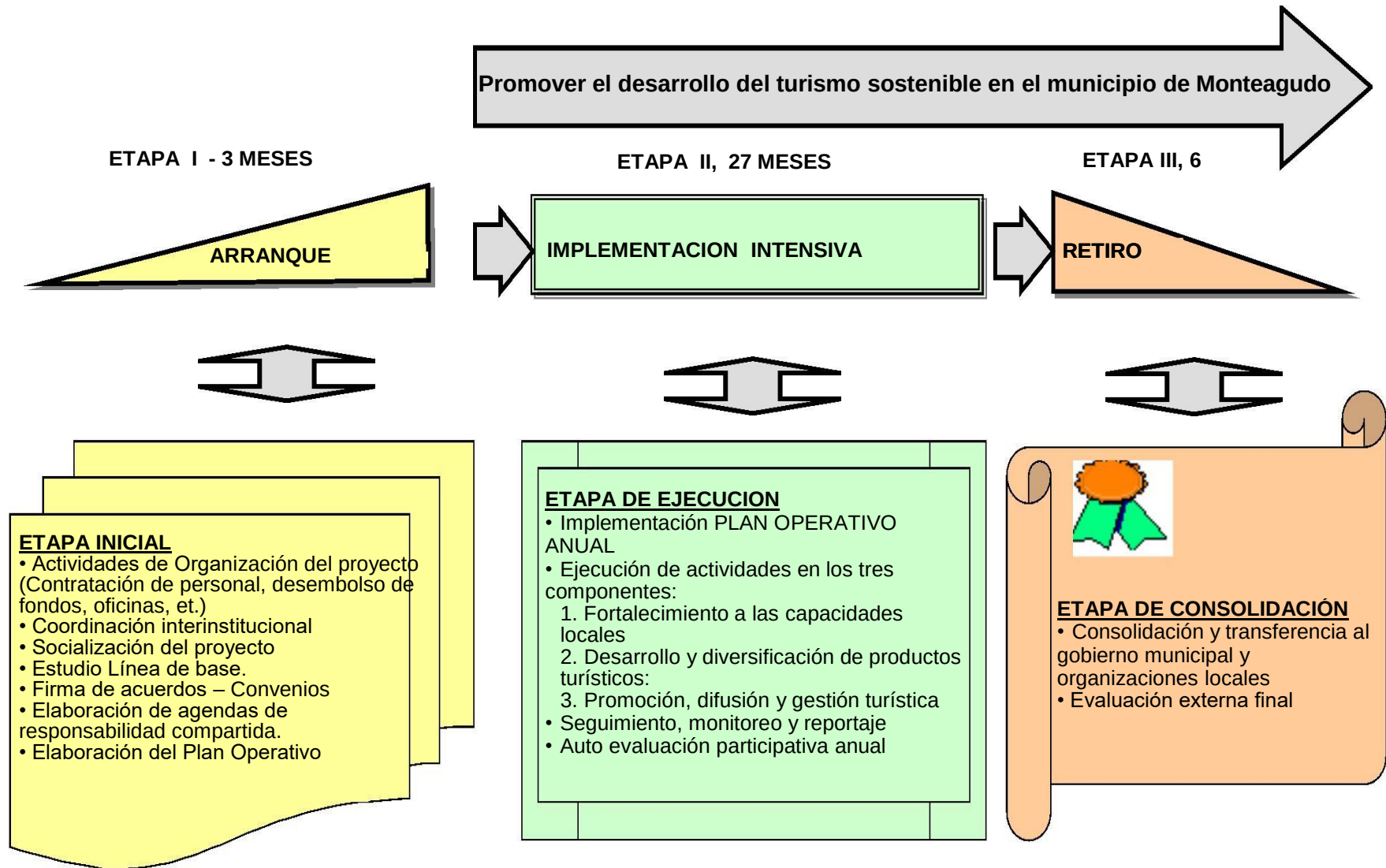
Retiro gradual, corresponde a una etapa de consolidación, seguimiento y transferencia de responsabilidades al gobierno municipal y organizaciones locales. Al ser un proyecto de desarrollo todos los procesos implementados se espera que llegaran a un alto grado de sostenibilidad, por lo que se enfatizará en el retiro gradual del apoyo directo del proyecto.

Durante el último trimestre del proyecto se realizará la evaluación final, bajo la responsabilidad de un equipo multidisciplinario externo.

En el grafico siguiente muestra esquemáticamente el ciclo del proyecto descrito.

Ilustración 49: Ciclo de Implementación

“DESARROLLO TURISTICO SOSTENBLE EN MONTEAGUDO”



Fuente: Elaboración propia.

4.9 PRESUPUESTO

Tabla N° 22: Presupuesto del Proyecto

PRESUPUESTO PROYECTO “DESARROLLO TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE MONTEAGUDO			
Expresado en \$us			
Descripción	PRESUPUESTO		
	OPD (\$us)	Alcaldías (\$us)	TOTAL, PROYECTO
1. INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS			
1.1. Activos fijos	9.506,2		9.506,2
1.2. Activos fijos	2.056,8		2.056,8
Sub – total inversión y activos fijos	11.563,0	0,0	11.563,0
2. COSTOS DE PERSONAL			
2.1. Personal en planilla	67.213,0	14.485,6	81.698,5
Sueldos	51.555,6	11.111,1	62.666,7
Beneficios sociales	15.657,4	3.374,4	19.031,9
Sub – total costos de personal	67.213,0	14.485,6	81.698,5
3. COSTOS DE OPERACIÓN			
3.1. Estudios e inversión	14.444,4	1.481,5	15.925,9
3.2. Capacitación, promoción y difusión	15.679,0	3.919,8	19.598,8
Producción de material educativo	11.604,9	3.919,8	15.524,7
Alimentos y refrigerios para talleres	2.963,0		2.963,0
Material de escritorio para capacitaciones	1.111,1		1.111,1
3.3. Materiales, equipos e insumos de apoyo	21.725,4	6.849,1	28.574,6
3.4. Viajes y alojamiento	3.209,9	2.777,8	5.987,7
Pasajes	987,7		987,7
Viajes (subvenciones, viáticos, hotel)	2.222,2		2.222,2
Alquiler de vehículo y motocicleta		2.777,8	2.777,8
3.5. Combustible	1.274,4		1.274,4
3.6. Mantenimiento y reparación	5.728,4		5.728,4
Mano de obra	2.567,9		2.567,9
Repuestos	3.160,5		3.160,5
3.7. Seguros	2.767,9		2.767,9

Personal	200,0		200,0
Vehículo	2.567,9		2.567,9
3.8. Funcionamiento Oficina	5.084,0	2.666,7	7.750,6
Alquileres		2.666,7	2.666,7
Materiales y útiles de escritorio	3.950,6		3.950,6
Servicios básicos oficina	1.133,3		1.133,3
3.9. Capacitación personal proyecto	617,3		617,3
3.10. Equipo de campo para personal	637,0		637,0
3.11. Misceláneos	1.111,1	617,3	1.728,4
Sub – total costo de operación	72.278,8	18.312,1	90.590,9
SUB TOTAL COSTO PROYECTO	151.054,8	32.797,7	183.852,4
Gastos generales Entidad ejecutora 12% del financiamiento externo	18.126,6		18.126,6
TOTAL GENERAL			201.979,0
PORCENTAJE (%)	83,8%	16,2%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

4.10 MARCO LOGICO

Tabla N° 23: Marco Lógico proyecto de Desarrollo Turístico Municipio Monteagudo

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Fin: Contribuir al desarrollo social y económico sostenible de la población urbana y rural del municipio Monteagudo.	70 % de familias que participan directamente con el proyecto han logrado incrementar sus ingresos en un 25 % a la finalización del proyecto. ...% de disminución de los índices de migración definitiva del municipio Monteagudo.	Indicadores económicos y demográficos de la provincia (INE). Encuestas sobre generación de ingresos a familias participantes (línea de base y evaluación final del proyecto) Indicadores sociales de la provincia (INE), encuestas a segmentos de la PEA.	Políticas nacionales se mantienen estables y apoyan a estrategias de desarrollo locales
Propósito (objetivo general): Promover el desarrollo del turismo sostenible en el municipio Monteagudo.	Número de empleos directos e indirectos generados, relacionados con el proyecto. Imagen de “Monteagudo” es reconocida mediante ley como municipio turístico. Número de productos turísticos de Monteagudo, promocionados fuera del ámbito local.	Línea de base y evaluación final del proyecto. Leyes aprobadas. Estrategias departamentales incluyen la oferta de turismo Monteagudo. (Dirección de turismo gobernación). Encuestas económicas de generación de ingresos a familias participantes (línea de base y evaluación del proyecto)	Estabilidad social en el país es favorable para el turismo. Políticas nacionales se mantienen estables y apoyan a estrategias de desarrollo locales. Población local participa de manera proactiva en el proyecto
Resultados (objetivos específicos):			
1.- Se ha fortalecido las capacidades locales	1.1.- N° familias dedicadas a actividades económicas relacionadas al turismo. 1.2% de la población Urbana, valora el turismo y reconocen como oportunidad económica. (Conocimientos, actitudes y practicas)	Línea de base y evaluación final del proyecto. Encuestas a la población Urbana y los prestadores de servicios (al inicio y fin del proyecto). Reportes de implementación.	Actores económicos locales se involucran activamente en el proyecto.

	1.3.- N.- de asociaciones y/o microempresas locales relacionados con el turismo fortalecidas y funcionando (artesanos, músicos, hoteles, transporte)		
2.- Se ha desarrollado y diversificado los productos turísticos.	2.1.- Monteagudo cuenta con Leyes que declaran como patrimonio cultural tangible e intangible de Bolivia, 2.2.- El gobierno municipal aplica normativa que regula la actividad turística y cultural Monteagudo. 2.3.- Tres productos turísticos consolidados en base a los atractivos actuales	Leyes aprobadas por el congreso de Bolivia. Normativa elaborada por GMM Atractivos incorporados en productos turísticos desarrollados. Catálogo editado y difundido.	Políticas nacionales se mantienen estables y apoyan a estrategias de desarrollo locales.
3.- Se ha realizado la promoción, difusión y gestión turística	3.1. Monteagudo ha sido incorporado en la oferta turística departamental y nacional. 3.2.-El flujo de turistas a Monteagudo se incrementa en un 30%, a finales del proyecto.	Guías de turismo incluye a Monteagudo con su oferta turística y Operadoras de turismo ofertan servicios dentro de rutas departamentales. Estadísticas de llegadas de turistas (registro de hoteles y encuestas). Oferta turística departamental, incorpora productos turísticos de Monteagudo.	Condiciones climáticas son favorables para el turismo. Estabilidad social en el país es favorable para el turismo.

Actividades - Líneas Estratégicas: <u>Componente 1:</u> 1.1.- Fortalecer el comité impulsor de turismo que incluya niveles locales, departamentales y nacional (roles y competencias reconocidas por el gobierno municipal, departamental y nacional). 1.2.- Sensibilización y capacitación turística a prestadores de servicio y población en general (oficial, técnico y social).	Informes de avance físico y financiero.	Documentos del proyecto (presupuesto, facturas, extractos de banco, etc.) Informes de consultarías y auditorías.	Las condiciones locales permiten implementar el proyecto acorde al cronograma establecido.
--	---	---	--

1.3.- Fortalecer la organización asociativa de artesanos, prestadores de servicios (hospedaje, alimentación y transporte). 1.4.- Apoyar emprendimientos microempresariales para la producción de artesanías de calidad. 1.5.- Sensibilización ambiental y hospitalidad en diferentes niveles de la población Componente 2: 2.1. - Incidir en políticas nacionales para declarar patrimonio cultural tangible e intangible de Bolivia. 2.2. - Aplicar una Estrategia del GM, de apoyo a iniciativas locales para fortalecer el turismo y la cultura. 2.3. - Construir y/o mejorar infraestructura de apoyo a la consolidación de los atractivos. 2.4. - Desarrollar e impulsar el fortalecimiento de productos turísticos estratégicos. Componente 3: 3.1. - Aplicar una estrategia de marketing que permita, definir y difundir la imagen turística y cultural de Monteagudo. 3.2. - Incorporar dentro del producto la oferta turística de Monteagudo. 3.3. - Involucrar mayor número de actores en el desarrollo turístico (promover alianzas estratégicas privado/publico)			
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

5. CAPITULO V: ASPECTOS ORGANIZATIVOS Y DE GESTION

5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE ADMINISTRACION Y GESTION

Para la implementación del proyecto se propone una estructura participativa que permita ejecutar las acciones de manera efectiva involucrando a los actores clave, además esta estructura debe estar inserta en la dinámica del desarrollo municipal.

Se define la conformación del Comité de Turismo Monteagudo, como una instancia consultiva, de gestión y nexo con el gobierno municipal, la sociedad civil y la empresa privada.

La estructura esta de la siguiente manera:

Ilustración 50: Estructura organizacional y de gestión



5.2 ROLES DE PARTICIPACIÓN

Para la implementación del presente proyecto el Gobierno Municipal de Monteagudo se constituye en la entidad responsable, quien contratará la ejecución del proyecto a una Empresa Privada de Desarrollo multidisciplinaria, acorde a normas y procedimientos establecidos para el presente caso, que este fundamentada con experiencia en las áreas de:

- Ejecución de proyectos de Desarrollo Sostenible
- Ejecución de proyecto de desarrollo turístico
- Formación y desarrollo de micro empresas.
- Manejo de metodología de enseñanza interpersonal no formal
- Manejo de procesos participativos de desarrollo económico local
- Fortalecimiento a la gestión local

En el marco de la presente propuesta, se ha identificado los roles y responsabilidades del Gobierno Municipal, El Comité de Turismo, el equipo ejecutor y participantes beneficiarios.

Gobierno Municipal

Su rol debe estar conforme al marco legal que asigna la responsabilidad de administrar los recursos de Coparticipación Tributaria con el objeto de mejorar las condiciones de vida de la población de su jurisdicción, gestionando el desarrollo sostenible, facilitando las condiciones adecuadas para alcanzar niveles razonables de desarrollo humano, como un crecimiento económico sostenible.

El gobierno municipal es la instancia que debe impulsar y liderizar todos los procesos de desarrollo dentro de su jurisdicción, en este sentido, para el presente proyecto se establece los siguientes roles:

- Gestionar ante organismos nacionales o extranjeros el financiamiento para la implementación de la propuesta.

- Comprometer recursos humanos, físicos y económicos como contraparte para la implementación de las actividades propuestas.
- Firmar convenios específicos y agendas de responsabilidad compartida con instancias gubernamentales y privadas (acorde a las acciones identificadas).
- Participar activamente en el seguimiento y evaluación del proyecto, orientando su implementación.
- Monitorear y supervisar el logro de objetivos, indicadores y metas de la propuesta.
- Gestionar e impulsar la ejecución de actividades y/o proyectos complementarios que se recomienda en la presente propuesta (mediano y largo plazo).

Comité de Turismo Monteagudo

Las principales actividades que debe desarrollar el Comité de Turismo de Monteagudo a la cabeza de su directiva, es la siguiente:

- 1) Elaboración y Aprobación del Estatuto Orgánico y reglamento interno.
- 2) Realizar el trámite ante autoridades competentes para su reconocimiento pleno en el ámbito de sus responsabilidades y competencias (personería jurídica).
- 3) Coordinar con las autoridades locales y departamentales relacionadas con el Turismo.
- 4) Gestionar nuevas fuentes de financiamiento, destinadas a fortalecer la actividad turística en la provincia.
- 5) Administrar de manera eficiente los recursos, generados por aporte de sus miembros.
- 6) Otros aspectos que se encuentran inmersas dentro del Estatuto Orgánico del Comité.

El Comité de Turismo Monteagudo, presenta la siguiente estructura:

- a) Presidente(a)
- b) Vicepresidente(a)

- c) Secretaria General
- d) Secretaria de Hacienda
- e) Secretaria de Actas
- f) Secretaria de Promoción y Marketing
- g) Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- h) Secretaria de Genero.
- i) Secretaria de Deportes y Cultura
- j) Vocal

Equipo operativo del proyecto

Corresponde al personal contratado y asignado exclusivamente por la Organización Privada de Desarrollo, para la ejecución del proyecto.

- Desarrollar el proceso de implementación
- Desarrollar los procesos de capacitación y acompañamiento requeridos según la presente propuesta.
- Monitorear y supervisar el logro de objetivos, indicadores y metas de la propuesta de manera conjunta con el Gobierno municipal, considerando aspectos cualitativos y cuantitativos.
- Informar a instancias vinculadas al proyecto, GM, CTM y financiadores.

Participantes beneficiarios

De acuerdo al análisis de actores el grupo de participantes beneficiarios está conformado principalmente por la población que tiene alguna actividad económica relacionada al turismo, vale decir los prestadores de servicios tanto de hoteles, pensiones, restaurantes, artesanos, tiendas comerciales, etc.

Cuyos roles de participación en el presente proyecto son:

- Comprometer recursos humanos, físicos y económicos como contraparte para la implementación de las actividades propuestas.
- Participar activamente en el seguimiento y evaluación del proyecto, orientando su implementación, a través del Comité de Turismo.
- Promover la participación activa y permanente de las familias en las actividades del proyecto.
- Promover la participación activa de mujeres en las instancias de toma de decisiones.

5.4 SISTEMA DE MONITOREO Y EVALUACIÓN

De una manera general el sistema de información, monitoreo y seguimiento del proyecto está conformado por las siguientes partes:

Línea de Base: será el documento referencial que recolectará información para poder observar el avance de los indicadores con relación a la meta, propósito y productos del marco lógico.

La línea de base se desarrollará participativamente con las organizaciones colaboradoras y los participantes. Se realizará la contratación de una consultoría externa.

Reporte y monitoreo de implementación del proyecto: Se realizará mediante documentos técnicos elaborados trimestralmente, que describe la implementación de actividades en su parte técnica (cualitativa y cuantitativa) y un reporte financiero.

Anualmente se elaborará un Plan Anual Operativo (POA), acorde con las metas propuestas y el ciclo del proyecto.

El seguimiento al cumplimiento de estos planes (cualitativo y cuantitativo) permitirá tener suficiente información para la toma de decisiones, que se promoverá sea de manera conjunta con los actores locales. De esta manera se pretende desarrollar las capacidades del recurso humano local que será fundamental para dar continuidad a las actividades que se inicien con el proyecto.

Lo que se pretende es que el personal del proyecto sea únicamente un catalizador inicial para que los participantes puedan generar capacidades y de esta manera lograr un cambio fundamental.

Evaluación Interna con participantes: una vez al año los participantes expresarán su percepción y opinión sobre la implementación del proyecto. En este análisis, los actores involucrados expresarán su opinión sobre el resultado de las actividades del proyecto

explicando los motivos y justificando su respuesta. De esta manera, se puede tener la opinión diferenciada de estos grupos para hacer reajustes en la forma de implementación del proyecto. Se aplicará un análisis FODA para ajustar las estrategias.

Evaluación externa final de proyecto: Con el apoyo de un equipo multidisciplinario se desarrollará para observar el logro del proyecto frente a los indicadores del marco lógico, esta actividad será realizada por un equipo externo.

El marco lógico del proyecto, es un punto de partida muy útil para desarrollar planes o marcos de monitoreo y evaluación. La mayor parte de los marcos lógicos mismos no contienen toda la información requerida para un buen plan de monitoreo y evaluación.

La información adicional que se necesita incluye:

- ¿Cómo se va a recopilar la información que se necesita? ¿Quién la va a recopilar? ¿Cuándo se va a recopilar?
- ¿Cómo se va a analizar la información? ¿Quién va a analizar? ¿Cuándo se va a completar el análisis?
- ¿Quién va a recibir los resultados? ¿En qué formato se van a distribuir? ¿Qué decisiones se pueden tomar?

Al reconocer que el marco lógico no contiene toda la información útil, es necesario y esencial planificar un proceso de monitoreo y evaluación. Este monitoreo será realizado con el apoyo de una matriz, que describa en mayor detalle el marco lógico y le dé tratamiento en forma específica a las necesidades.

Tabla N° 25: Modelo Plan de Monitoreo y Evaluación

Jerarquía de Objetivos	Indicadores	Datos que se necesitan	Fuente de métodos de datos	Frecuencia de Recopilación	Análisis de datos	Difusión y Uso
OBJETIVO FINAL						
OBJETIVOS DE EFECTO						
RESULTADOS						
ACTIVIDADES						
INSUMOS						

5.5 SOSTENIBILIDAD

Cuando hablamos de sostenibilidad en proyectos de desarrollo no solo está referido al análisis sobre las posibilidades de realizar las acciones sin problemas y de que se mantenga cuando la ayuda y apoyos terminen, es más bien preguntarse si los efectos e impactos esperados justifican los esfuerzos y las inversiones previstas. Este conjunto de efectos e impactos para mejorar los medios de vida de las personas debe mantenerse perdurable en el tiempo a través de procesos de autodeterminación.

La sostenibilidad del presente proyecto se basa fundamentalmente en los siguientes elementos:

- El proyecto representa la respuesta a una demanda genuina de toda la población del municipio de Monteagudo para impulsar el desarrollo turístico.
- Las actividades que se desarrollarán con el proyecto serán implementadas a través de actores locales estratégicos acorde a la estructura institucional ya establecida, de esta manera se pretende desarrollar y fortalecer las capacidades locales que será fundamental para dar continuidad al proceso de desarrollo iniciado por el proyecto. El personal del proyecto será únicamente un catalizador y/o facilitador.
- El proyecto propone una alta participación de todos los actores y por lo tanto una distribución equitativa de los beneficios que reporte la actividad entre todos los agentes que intervienen en la promoción, oferta y comercialización de los productos

turísticos, además incorpora elementos fundamentales para un adecuado manejo y aprovechamiento de los recursos naturales y la diversidad ecológica.

- Uno de los elementos fundamentales es respeto y la valorización de la identidad cultural y sus múltiples manifestaciones.
- Para el logro de los objetivos, se trabajará paralelamente con autoridades municipales y comunales. De esta manera se espera que una vez que termine el proyecto, el gobierno municipal continúe asignando recursos de pre inversión, inversión y contrapartes para continuar fortaleciendo las actividades de turismo en el municipio, incorporando cada vez más el desarrollo de productos turísticos que incorpore al área rural.
- El proyecto está enmarcado dentro de políticas y estrategias de desarrollo turístico en el ámbito nacional, departamental, regional y municipal que aseguran su alineamiento estratégico.

6. CAPITULO VI: ANÁLISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

6.1 INVERSIONES

De acuerdo a la estructura de presupuesto, se ha estructurado en cuatro grupos los cuales corresponden a inversiones de activos fijos, costos de personal, costos de operación y gastos generales (12%) para la entidad ejecutora.

En el grupo correspondiente a activos se ha previsto la compra de una motocicleta, mobiliario, dos computadoras, una impresora, una data show y una cámara fotográfica digital. También se ha incluido la compra de activos menores para el equipamiento mínimo de una oficina operativa.

En el grupo correspondiente a costos de personal se ha dividido en costos directos del proyecto que permitirá contratar personal de planta por tres años: un(a) coordinador de proyecto, un asistente técnico especialista en turismo y un técnico facilitador(a) especialista en la aplicación procesos participativos de capacitación y como aporte del Gobierno Municipal correspondiente al salario del responsable de la Unidad de Cultura y Turismo.

En el grupo referido a costos de operación, se ha previsto la contratación de consultorías para estudios e investigaciones especializadas como ser: línea de base, encuestas, diseño de estrategia de marketing, elaboración de material educativo y de difusión.

Se cuenta también con presupuesto para capacitación, promoción y difusión, apoyo con materiales, equipos e insumos, gastos de viaje y alojamiento del personal, alquiler de vehículo de manera circunstancial, gastos de combustible, mantenimiento y reparación de vehículos, seguros, gastos de funcionamiento de la oficina operativa, capacitación al personal y misceláneos.

6.2 FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento del presente proyecto el presupuesto se ha estructurado en aportes del gobierno municipal y fondos que deben ser gestionados de instancias externas de Organizaciones Privadas de Desarrollo (OPD) ya sea de organismos internacionales y/o gubernamentales como el Viceministerio de Turismo.

El detalle de los aportes es el siguiente:

Tabla N° 26: Resumen General Presupuestario del Proyecto

Descripción	Presupuesto (\$us)		
	OPD (\$us)	GAMM (\$us)	TOTAL, PROYECTO
I. INVERSION ACTIVOS FIJOS	11.563,0	0.0	11.563,0
II. COSTOS DE PERSONAL	67.213,0	14.485,6	81.698,5
III. COSTOS DE OPERACIÓN	72.278,8	18.312,1	90.590,9
GASTOS GENERALES 12%	18.126,6	0.0	18.126,6
TOTAL, GENERAL	169.181,3	32.797,7	201.979,0
Porcentaje de aporte	83,8%	16,2%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

6.3 INGRESOS DEL PROYECTO

De acuerdo a la cantidad de visitantes que se tiene registrados actualmente se ha realizado una proyección de ingresos correspondiente a los gastos promedio que realizan los visitantes ya sea en servicios de hospedaje, alimentación, transporte y otros.

Tabla N° 27: Determinación de Ingresos (Detalle en \$us.)

Detalle	AÑOS										
	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tasa de incremento anual del turismo		5.0%	5.0%	5.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%
Estimación de visitantes por año	7,115.0	7,470.8	7,844.3	8,236.5	9,060.2	9,966.2	10,962.8	12,059.1	13,265.0	14,591.5	16,050.6
Gasto promedio por visitante	15.0	15.0	20.0	20.0	20.0	20.0	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0
Ingreso parcial por visitante	106,725.0	112,061.3	156,885.8	164,730.0	181,203.0	199,323.3	328,883.5	361,771.9	397,949.1	437,744.0	481,518.4
OTROS INGRESOS											
Impuestos											
Pago de patentes											
Sub total de otros ingresos		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
TOTAL, GENERAL	106,725.0	112,061.3	156,885.8	164,730.0	181,203.0	199,323.3	328,883.5	361,771.9	397,949.1	437,744.0	481,518.4

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el cuadro anterior se ha estimado una tasa anual de incremento al turismo de 5% los tres primeros años después de implementado el proyecto y posteriormente una tasa de incremento al turismo de 10% anual. Este cuadro nos hace ver que a

6.5 EVALUACION

6.5.1 EVALUACIÓN TÉCNICA

La implementación del presente proyecto está inserto en la dinámica de desarrollo turístico que el gobierno de Bolivia está impulsando a través de sus unidades departamentales de turismo.

Tomando en cuenta las características que se plantean en el proyecto como ser políticas sectoriales de turismo, leyes de apoyo, estrategias de desarrollo turístico nacionales, departamentales y locales, la potencialidades y limitaciones que cuenta el municipio Monteagudo y el interés de los actores se establece una alta factibilidad técnica.

6.5.2 EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA

Es importante destacar el impacto social que generará el proyecto especialmente en la población económicamente activa de la población de Monteagudo, debido a la contribución directa en los siguientes factores:

- Diversificación de la actividad económica local.
- Creación de nuevas fuentes de empleo
- Fortalecimiento a la actividad cultural de la población.
- Mejores actitudes y prácticas ambientales, por parte de la población en su conjunto.
- Fortalecimiento de la actividad microempresarial de actividades no tradicionales (culturales y de servicios)

El presente proyecto es altamente inclusivo, ya que promueve una activa participación de todos los actores locales, regionales y nacionales. Es importante destacar la relación de asocio que promueve el proyecto entre los sectores público y privado.

Bajo estas consideraciones se puede afirmar que el proyecto es viable social y económicamente.

6.5.3 EVALUACIÓN SOCIOCULTURAL

En el ámbito socio cultural el proyecto promueve la consolidación y fortalecimiento de la identidad social y cultural de la población del Municipio Monteagudo, también promueve el rescate y puesta en valor de las principales manifestaciones culturales y folclóricas de la región, que son de plena aceptación de la población en su conjunto.

Todos estos aspectos sin duda alguna, representa la base conceptual de la propuesta de desarrollo, aspecto que nos permite afirmar que es altamente viable en el área socio cultural.

6.5.4 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Acorde con la normativa ambiental vigente en Bolivia, Ley 1333, Ley del Medio Ambiente y sus reglamentos, referido a la evaluación de impactos ambientales contenido en su artículo 25, el cual se refiere explícitamente a: “Todas las obras, actividades públicas o privadas, con carácter previo a su fase de inversión, deben contar obligatoriamente con la identificación de la categoría de evaluación de impacto ambiental (EIA) que deberá ser realizada de acuerdo a los siguientes niveles:

Categoría 1.- Requiere de EIA analítica integral.

Categoría 2.- Requiere de EIA analítica específica.

Categoría 3.- No requiere de EIA analítica específica, pero puede ser aconsejable su revisión conceptual.

Categoría 4.- No requiere de EIA

La cual establece una CATEGORIA 4 que no requiere de una Evaluación de Impacto Ambiental, fundamentalmente al estar dirigido a actividades de capacitación de actores locales.

Sin embargo, toda actividad conlleva un riesgo ambiental por lo que es necesario mantener un control continuo que pueda causar en nuestro caso la actividad turística, a continuación, se presenta

un resumen de los posibles impactos negativos y sus posibles soluciones que de manera directa están incluidas en las actividades del proyecto.

Tabla N° 29: Posibles Efectos ambientales del Turismo

	SITUACION	IMPACTO NEGATIVO	MEDIDA PREVENTIVA
1	Crecimiento acelerado del turismo	-Desarrollo Urbano descontrolado -Especulación inmobiliaria -Destrucción del paisaje	-Aplicar normativa de desarrollo urbano -Elaborar planes de rescate y mejoramiento urbano.
2	Exceso de visitantes	-Alteración de las condiciones locales -Presión sobre la población local	-Ampliar y mejorar la capacidad de los servicios turísticos
3	Contaminación	-Contaminación por basura en ríos, calles y áreas verdes -Ruido por vehículos y motocicletas	-Desarrollar y aplicar plan de manejo de desechos sólidos -Concientización a la población en general -Controlar el tránsito y estado de los vehículos
4	Excursionismo Incontrolado	-Daño a espacios naturales -Destrucción de flora y fauna -Perturbación de la vida animal	-Reglamentar el uso de los espacios naturales -Información y señalización para los visitantes
5	Alteración de las costumbres locales	-Pérdida de identidad cultural -Cambios en los hábitos de comidas y distracción -Problemas sociales	-Promover y fortalecer las manifestaciones artísticas culturales locales -Programas de capacitación -Creación y fomento de centros culturales

Fuente: Elaboración propia en base al manual de gestión turística.

6.5.5 EVALUACIÓN FINANCIERA

La implementación del proyecto de Desarrollo Turístico Sostenible en Monteagudo, permitirá diversificar la actividad económica de la población en su conjunto especialmente de las actividades conexas relacionadas al turismo tales como el comercio formal e informal, artesanos, prestadores de servicios de hospedaje, alimentación, transporte, comunicaciones y otros.

La evaluación desde el punto de vista del inversionista privado, muestra que es ampliamente rentable ya que se tiene una TIR de 26.85%, muy superior a la tasa de interés del capital, por lo que es recomendable su implementación.

El presente proyecto al tener un alto contenido social y además ser un proyecto de desarrollo articulador de procesos, tiene una alta importancia no solo por el aspecto financiero, sino, por la gran oportunidad que representa de ser el hilo conductor de un desarrollo integral en el municipio.

7. CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a los lineamientos estratégicos contenido en el presente proyecto se establece las siguientes conclusiones y recomendaciones:

7.1 CONCLUSIONES

- Habiéndose realizado el análisis de la situación del municipio de Monteagudo respecto al desarrollo turístico se pudo identificar como limitaciones: las condiciones precarias de las vías camineras de acceso, la pérdida de identidad urbana, deficiencias en los servicios básicos, organizaciones sociales sin funcionamiento, poca producción de artesanías e inadecuado manejo de basura. Todos estos aspectos se constituyen en desafíos para reencaminar el desarrollo turístico del municipio.
- Es importante destacar que el proyecto está alineado a políticas y estrategias de desarrollo turístico en el ámbito nacional, departamental, regional y municipal.
- A través de la recolección de información a partir de encuestas y entrevistas se pudo identificar las principales expectativas turísticas, denotando que: la mayor parte de los turistas lo hace por razones culturales, una mayor parte de los turistas gasta un promedio de 151 Bs día, generalmente suelen hacer caminatas, la fuente de consulta favorita es internet y generalmente se quedan más de una semana.
- Se realizó un inventario de los atractivos turísticos sin embargo se descubrió que el fortalecimiento a las capacidades locales es fundamental para dar inicio a un proceso consciente de desarrollo turístico de manera participativa y responsable.
- En el proceso de implementación es importante fortalecer los roles de cada uno de los actores tanto de las organizaciones gubernamentales, empresa privada y sociedad civil.
- El equipo de trabajo contratado por el proyecto tendrá un rol de facilitador y/o catalizador de todos los procesos planteados, en ningún caso debe generar una dependencia hacia sus funciones.

- La ejecución de los tres componentes descritos en el trabajo debe realizarse de manera integral y holística y no ser ejecutado de manera aislada.
- La propuesta de difusión destaca la imagen del territorio y su geografía, la arquitectura urbana, el turismo vivencial, la gastronomía, artesanías, deportes de aventura y la observación de la vida silvestre del lugar.
- Finalmente, después de haber realizado un análisis financiero se puede ver a través de los indicadores económicos: $VAN = 86,1893$ y $TIR = 26.85\%$ que el proyecto es económicamente rentable, y a través del análisis social se ve que es un proyecto inclusivo que busca la mejora del bienestar social y la optimización en la calidad de vida de los comunarios.

7.2 RECOMENDACIONES

- Por las características técnicas y alcance del proyecto se recomienda plenamente su ejecución acorde al ciclo de proyecto propuesto.
- En el aspecto social, cultural el proyecto se identifica plenamente con las tradiciones y manifestaciones culturales de la población en su conjunto por lo que es altamente viable.
- A las autoridades se recomienda priorizar el bienestar de los comunarios orientando los recursos económicos en el turismo como foco de desarrollo local.

8. BIBLIOGRAFÍA

- (OMT), O. M. (2015). *Turismo Sostenible*. . Recuperado de <https://www.unwto.org/es/turismo-sostenible>.
- al, M. e. (2006). *“El turismo rural como estrategia de desarrollo regional en el cañón de Juchipila, Zacatecas”*. Secretaría de Desarrollo Agropecuario del Gobierno de Zacatecas.
- Alburquerque, F. (2001). *“La Importancia del Enfoque del Desarrollo Económico Local”*. . Editorial Homo Sapiens, Rosario - Argentina.
- Andrietta, A. J. (2001). *“Primera Conferencia Electrónica del Proyecto Alianzas Estratégicas para el Desarrollo Local”*. Electrónica, (Brasil) .
- Arias, D. (1997). *“Teoría del Turismo”*. Libro de Investigación, U.M.S.A. La Paz, Bolivia.
- Arias, D. (1997). *Fundamento Básicos del Turismo*. Tesis de Grado U.M.S.A. La Paz, Bolivia.
- Báez, R., e Iglesias, M. (2007). *Principios didácticos a seguir en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la geometría en la UPEL “El Mácaro”*. . Revista Enseñanza de la.
- Biggs, J., Collins, K. F. (1982). *Evaluating the quality of learning: the Solo Taxonomy*. Nueva York: Academic Press.
- Boullon, R. C. (1995). *“Las actividades turísticas y recreacionales, el hombre como protagonista”*. Editorial Trillas, D.F. México.
- Bull, A. (2000). *“La Economía del Turismo”*.
- Chávez, E., Chávez, R., & Paredes, M. (2016). *Barreras no arancelarias en el comercio agropecuario boliviano: análisis y propuestas de solución*. . Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico, (26), 107-132.
- Cobb, G., y Moore, D. (1997). *Mathematics, Statistics, and Teaching*. *American Mathematical Monthly*, 104(9), 801–823.
- Comas, C., Martins, J. A., Nascimento, M. M., y Estrada, A. (2017). *Estudio de las actitudes hacia la estadística en estudiantes de Psicología*. *Boletim de Educação Matemática*,.
- Cybo. (s.f.). Obtenido de Cybo: https://es.cybo.com/BO-biz/hotel-la-mansion_1t
- Dalle, P. P. (20015). *Manual de Metodología. Construcción Del Marco Teórico, Formulación de Los Objetivos y Elección de La Metodología*. España.
- Dessire., S. (2006). *“Estrategia de desarrollo local para el Municipio de Acevedo, en Venezuela”*. / Silva, Dessire, Luisa de los A. Rodríguez Domínguez, Tutor.-- Trabajo de Diploma, Universidad de Cienfuegos (CF).
- Díaz, f. y Hernández, G. (2002). *Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo: una interpretación constructivista*. México: Mc Graw Hill.

- Dourojeanni, A. (1999). *“Procedimientos de gestión para el desarrollo sostenible”*. Chile: CEPAL.
- Fernández, G. R. (2005). *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*. España: Thomson Editores.
- Fernández, L. (1991). *“Introducción a la Teoría y Técnica de Turismo”*. Editorial Alianza, Madrid - España.
- G., M. (2003). *“Sobre Tesis y Tesistas”*. Lecciones de Enseñanza y Aprendizaje. Buenos Aires: Editorial Espacio.
- Gallicchio, E. (2007). *“El desarrollo local en América Latina”*. Estrategia política basada en la construcción de capital social.
- GAMM. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal de Monteagudo*.
- Goga., G. S. (2006). *Fergus Murphhy: “Desarrollo Económico Local”: Un Instructivo para el desarrollo y la implementación de las estrategias y planes de acción de desarrollo económico local*.
- Gota del Chaco . (s.f.). Obtenido de Gota del Chaco : <https://gotadelchaco.com/monteagudo/atractivos>
- Hernández , S. R. (2010). *Fundamentos de metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, R. F. (2014). *Metodología de la investigación*. Santa Fe, Mexico: Mc Graw Hill .
- Hernández, R. F. (2017). *Metodología de la Investigación*. (McGraw Hill (ed.); 6ta. Edici).
- Hernández, Y. C. (2016). *La enseñanza de la estadística: antecedentes y actualidad en la Educación Preuniversitaria*. *Revista de la Educación Preuniversitaria*.
- Hidalgo Capitán, A. L. (1998). *“El Pensamiento Económico sobre Desarrollo”*. De los Mercantilistas al PNUD. Universidad de Huelva – México.
- LEY DE DESCENTRALIZACIÓN ADMINISTRATIVA Ley N° 1654. (s.f.).
- LEY DE MUNICIPALIDADES 2028. (s.f.).
- LEY DE PARTICIPACIÓN POPULAR (Ley N° 1551). (s.f.). Bolivia.
- LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA(Ley N°2074. (s.f.).
- LEY GENERAL DE TURISMO EN BOLIVIA, Ley N. 292 . (2012). Vigente.
- LEY INRA N° 1715. (s.f.).
- Loza, R. &. (2017). *Oferta turística y competitividad en el municipio de Monteagudo*. Revista Científica de Turismo.
- Monteagudo., G. A. (2022). *Revista de Turismo*.
- Monteagudo., M. d. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal 2016-2020*. Monteagudo: Gobierno Municipal.

- Morales, M. (2006). *“El desarrollo local sostenible”*. Departamento de Ciencias de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Oriente.
- Mowforth, M. &. (2009). *Turismo y Sostenibilidad: Nuevos Retos, Nuevas Visiones*. . Madrid: Editorial Síntesis.
- Notas de Turismo en Bolivia* . (22 de 08 de 2011). Obtenido de Notas de Turismo en Bolivia : <https://www.boliviaviajes.org/2011/08/monteagudo-promociona-costumbres-y.html>
- OMT. (2004). *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. Volumen 2, Nº 1.
- OMT. (22 de 09 de 2023). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- Pierre Paulet, J. –S. (1997). *“Diccionario de Economía y Empresa”*. Segunda edición. . Editores Romanya Valls, S.A. Capellades Barcelona – España.
- Plurinacional, C. P. (2009). *Texto Oficial de 2009*. Miradas al Nuevo Texto Constitucional.
- PTDI. (2020).
- Vázquez Barquero, A. (2000). *“Desarrollo Económico Local y Descentralización: aproximación a un marco conceptual”*. CEPAL/GTZ, Madrid.

9. ANEXOS

ENCUESTA

Turistas nacionales y extranjeros

Domestic and foreign tourists

1. Sexo

Sex

Hombre

Mujer

Man

Woman

2. ¿Cuál es su procedencia?

Where are you from?

Nacional

Extranjero

National

Stranger

3. ¿Qué edad tiene?

How old are you?

15 a 25

26 a 36

37 a 47

48 o más

4. Razones de su visita a Sucre

Why do you visit Sucre

Visitas Culturales

Recomendación de amigos

Trabajo

Cultural Visits

Friends Recommendations

Work

Promoción de empresas o publicaciones de viaje

internet

Otros

Curiosity, promotion, travelling publications

Internet

Others

5. ¿Cuál es su promedio de gasto al día en Bs.?

How much do you spend a day in Bs.?

0 a 150

151 a 301

302 a 452

453 a 603

604 o más

6. ¿Qué tipo de actividad le gusta realizar a usted?

What kind of activity do you like to practice?

Caminatas

Ciclismo

Montañismo

Excursiones

Long walk

Bicycling

Climbing

Camping

Paseo en moto

Montar caballo

Motor biking

Horsebackriding

7. ¿De los siguientes municipios cual le interesaría?

Which of the following municipality are you interested in?

Villa Serrano

Monteagudo

Sopachuy

Padilla

Camargo

8. ¿Le gustaría que un paquete de atractivos turísticos que le ofrezca Monteagudo algo diferente a otros?

Which of the following tourist attractions Monteagudo are you interested in?

Si - Yes

No - No

9. ¿Estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico que le ofrezca algo diferente a otros?

Are you able to pay for a tourist package that would give you other opportunities?

Si	No
Yes	No

10. ¿Cómo obtiene información de los lugares turísticos?

How do you get information about tourist places?

Internet	Revistas	Agencias	Amigos	Otros
Internet	Magazine	Agencies	Friends	Others

11. ¿Cuánto tiempo piensa permanecer en esta ciudad?

How long do you plan to stay in Sucre?

1 día	2 días	3 días
1 day	2 days	3 days
4 días	5 días o más	
4 days	5 days or more	

CUADROS DE SALIDA DE INFORMACIÓN PRIMARIA

1.- Género de los encuestados

Sexo de los turistas

Criterio	Numero	Porcentaje
Femenino	179	47%
Masculino	200	53%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

2.- Precedencia

Cuál es su procedencia

Criterio	Numero	Porcentaje
Nacional	199	53%
Extranjero	180	47%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

3.- Edad de los turistas

Edad de los Turistas

Criterio	Numero	Porcentaje
15 a 25	42	11%
26 a 36	174	46%
37 a 47	119	31%
48 a más	44	12%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

4.- Motivo de Visita a Sucre

Motivo de Visita de los turistas

Criterio	Numero	Porcentaje
Visitas culturales	129	34%
Recomendación de amigos	100	26%
Trabajo	54	14%
Promoción de empresas	39	10%
Familia	21	6%
Otros	36	9%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

5.- Promedio de gastos al día

Gasto promedio en bs. al día

Criterio	Numero	Porcentaje
0 a 150	122	32%
151 a 301	145	38%
302 a 452	86	23%
453 a 603	21	6%
604 a más	5	1%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

6.- Actividad que le gusta realizar

Tipo de actividad que le gusta realizar al turista

Criterio	Numero	Porcentaje
Caminata	112	30%
Ciclismo	69	18%
Montañismo	46	12%
Excursiones	65	17%
Paseo en moto	37	10%
Montar caballo	50	13%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

7.- De los siguientes municipios cual le gustaría visitar

Municipio que le gustaría visitar al turista

Criterio	Numero	Porcentaje
Villa Serrano	105	28%
Monteagudo	100	26%
Sopachuy	65	17%
Padilla	48	13%
Camargo	61	16%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

8.- Le gustaría que un paquete de atractivos turísticos que le ofrezca Monteagudo algo diferente a otros

paquete turístico diferente a otros

Criterio	Numero	Porcentaje
Si	305	80%
No	74	20%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

9.- Disposición a cancelar por un paquete que le ofrezca algo diferente a otros

Disposición a cancelar por un paquete turístico

Criterio	Numero	Porcentaje
Si	264	70%
No	115	30%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

10.- Cómo obtiene información de los lugares Turísticos

Cómo obtiene información de los lugares Turísticos

Criterio	Numero	Porcentaje
Internet	123	32%
Revistas	50	13%
Agencias	98	26%
Amigos	60	16%
Otros	48	13%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

11.- Tiempo de permanencia

Cuanto tiempo piensa permanecer

Criterio	Numero	Porcentaje
1 a 2 días	5	1%
3 a 4 días	43	11%
5 a 6 días	104	27%
6 a 7 días	104	27%
8 a más días	123	32%
Total	379	100%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas