

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

ÁREA CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA TURISMO SOSTENIBLE



TRABAJO DIRIGIDO

PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIATURA EN TURISMO SOSTENIBLE

Título: Elaboración de una revista de promoción de los principales sitios y monumentos históricos de la ciudad de Cobija a través de Infotur-UAP en el Periodo I-2019

Postulante: Ruby Yukie Villarroel Fernández

Tutor: Lic. Silvia Oliva Avaroma

COBIJA – BOLIVIA
2019

Dedicatoria

A mis padres, Carlos Villarroel y Elizabeth Fernández, quienes han sido el pilar fundamental en el transcurso de mi carrera universitaria, que es por ellos que estoy aquí ahora, en especial a mi madre por toda su comprensión.

A la bendición que Dios puso en mi vida Mel Suezca Somoza Villarroel, desde que ella está a mi lado todo lo realizado en mi vida es por y para ella.

Agradecimientos

A Dios: Por guiarme en cada paso dado de mi vida, por darme la fortaleza de seguir en pie ante cada adversidad que se ha presentado, por haberme dado la sabiduría para poder llegar hasta donde he llegado y más que todo por su infinito amor que sin el nada soy.

A mis padres: Carlos Villarroel y Elizabeth Fernández por ser los principales motores de mi vida, por el amor recibido, la dedicación y la paciencia con la que cada día se preocupaban por mi avance y desarrollo de este proyecto, simplemente gracias.

A mis hermanos: Por darme las fortalezas para seguir cumpliendo mis metas esperando darles la mejor satisfacción siguiendo todos los ejemplos a seguir que ellos me dieron.

A Jhon Bryan y Nenita, la abuelita de mi hija Mel Suezca, gracias, por todo su apoyo, cariño y preocupación diaria para que yo concluyera con mi trabajo.

A la Universidad Amazónica de Pando y a mi prestigiosa carrera de Turismo Sostenible por darme la oportunidad de abrirme paso a la vida profesional brindándome los conocimientos impartidos en sus aulas.

A mi tutora de trabajo dirigido Lic. Silvia Oliva Avaroma, gracias por la paciencia, dedicación y todo el apoyo moral, reflejado en el cariño puesto en mi persona para poder lograr una de mis metas.

A mis compañeros universitarios, por brindarme su amistad, sin la ayuda y aliento de cada uno de ellos no estaría aquí hoy con mi trabajo culminado en mano, en especial a mi colega Yoshinori Nakashima que me acompañó en cada tropiezo de todo el transcurso universitario.

Índice

CAPÍTULO I

Introducción

| | |
|--|----------|
| 1. Antecedentes | 1 |
| 1.1. Antecedentes Institucionales | 2 |
| 2. Descripción del problema que se contribuirá a resolver | 4 |
| 2.1. Formulación del problema | 4 |
| 3. Justificación del trabajo dirigido | 5 |
| 4. Objetivos | 7 |
| 4.1. Objetivo general | 7 |
| 4.2. Objetivos específicos | 7 |
| 5. Alcance del trabajo de investigación | 8 |
| 6. Resultados previstos | 9 |

CAPÍTULO II

| | |
|--|-----------|
| 7. Marco conceptual | 11 |
| 7.1. El Turismo | 11 |
| 7.2. Ecoturismo | 12 |
| 7.3. Turismo Sostenible | 12 |
| 7.4. Recursos Turísticos | 13 |
| 7.5. Atractivo Turístico | 13 |
| 7.6. Infotur | 13 |
| 7.7. Prestador de servicios turísticos | 14 |
| 7.8. Promoción Turística | 15 |
| 7.9. Turista | 15 |
| 7.10. Imagen | 15 |
| 7.11. Comunicación | 15 |
| 7.12. Catálogo | 16 |
| 7.13. Oferta turística | 16 |
| 7.14. Demanda turística | 16 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| 7.15. Patrimonio Cultural | 17 |
| 7.16. Tangible | 17 |
| 7.17. Intangible | 18 |
| 7.18. Monumento | 18 |
| 7.19. Turismo Urbano | 18 |
| 7.20. Patrimonio turístico | 18 |
| 7.21. City tours | 18 |
| 7.22. Encuesta | 19 |
| 7.23. Afluencia turística | 19 |
| 7.24. Observatorio Turístico de Pando | 19 |
| 7.25. Producto turístico | 20 |
| 7.26. Museos | 20 |
| 7.27. Marca turística | 20 |
| 7.28. Guía turística | 20 |
| 7.29. Revista turística | 21 |

CAPÍTULO III

| | |
|---|-----------|
| 8. Metodología de investigación | 23 |
| 8.1. Tipo de estudio | 23 |
| 8.2. Enfoques | 23 |
| 8.3. Métodos | 24 |
| 8.4. Población y muestra | 24 |
| 8.5. Técnicas e instrumentos de investigación | 25 |

CAPÍTULO IV

| | |
|---|-----------|
| 9. Diagnóstico o situación inicial de la institución | 28 |
| 10. Descripción del trabajo ejecutado | 30 |

CAPÍTULO V

| | |
|---|-----------|
| 11. Propuesta central | 32 |
| 11.1. Guía de promoción Cobija-t | 32 |
| 11.1.1. Monumento a los Héroes de la Batalla de Bahía | 34 |
| 11.1.2. Monumento al Carretón | 35 |

| | |
|---|-----------|
| 11.1.3. Parque Piñata | 36 |
| 11.1.4. Museo de historia municipal “Alberto Lavadenz Rivera” | 37 |
| 11.1.5. Universidad Amazónica de Pando | 38 |
| 11.1.6. Museo de historia natural “Pedro Villalobos” | 39 |
| 11.1.7. Iglesia “Nuestra Señora Del Pilar” | 41 |
| 11.1.8. Gobierno Autónomo Departamental de Pando | 42 |
| 11.1.9. Gobierno Autónomo Municipal de Cobija | 44 |
| 11.1.10. Plaza Principal Germán Busch | 45 |
| 11.1.11. La Aduana Nacional | 46 |
| 11.1.12. El Batallón Sexto De Ingenieros Riosinho | 48 |
| 11.1.13. Paseo Turístico Junín | 49 |
| 11.1.14. Puente de la Amistad | 51 |
| 11.1.15. Rio Acre | 52 |
| 11.1.16. Plaza Potosí | 53 |
| 11.1.17. Casa de la Cultura | 54 |
| 11.1.18. La Cruz Milagrosa | 55 |
| 11.1.19. Paseo Turístico José Manuel Pando “El Prado” | 57 |
| 11.1.20. Patrimonio Arquitectónico del Centro Histórico de Cobija | 58 |
| 12. Evaluación y resultado | 60 |
| 12.1. Evaluación | 60 |
| 12.2. Resultado | 60 |
| 13. Fortalecimiento durante el desarrollo del trabajo dirigido | 61 |
| CAPÍTULO VI | |
| 14. Conclusiones y recomendaciones | 63 |
| 14.1.1. Conclusiones | 63 |
| 14.1.2. Recomendaciones | 63 |
| CAPÍTULO VII | |
| 15. Presupuesto de la investigación | 66 |
| 16. Cronograma de actividades del trabajo dirigido | 67 |
| BIBLIOGRAFÍA | 68 |
| ANEXOS | |

Índice de tablas

| | |
|--|-----------|
| Tabla 1 Análisis FODA | 29 |
| Tabla 2 Presupuesto de la investigación | 66 |
| Tabla 3 Cronograma de actividades | 67 |

Índice de figuras

| | | |
|------------------|--|-----------|
| Figura 1 | Guía y Mapa turístico del Gobierno Autónomo Departamental de Pando | 3 |
| Figura 2 | Monumento a los Héroes de la Batalla de Bahía | 34 |
| Figura 3 | Monumento al Carretón | 35 |
| Figura 4 | Parque Piñata | 36 |
| Figura 5 | Museo de Historia Municipal “Alberto Lavadenz Rivera” | 37 |
| Figura 6 | Universidad Amazónica de Pando | 38 |
| Figura 7 | Museo de Historia Natural “Pedro Villalobos” | 39 |
| Figura 8 | Catedral “Nuestra Señora Del Pilar” | 41 |
| Figura 9 | Gobierno Autónomo Departamental de Pando | 42 |
| Figura 10 | Gobierno Autónomo Municipal de Cobija | 44 |
| Figura 11 | Plaza Principal Germán Busch | 45 |
| Figura 12 | La Aduana Nacional | 46 |
| Figura 13 | Batallón Sexto De Ingenieros Riosinho-Primera División | 48 |
| Figura 14 | Paseo Turístico Junín | 49 |
| Figura 15 | Puente de la Amistad | 51 |
| Figura 16 | Rio Acre | 52 |
| Figura 17 | Plaza Potosí | 53 |
| Figura 18 | Casa de la Cultura | 54 |
| Figura 19 | La Cruz Milagrosa | 55 |
| Figura 20 | Paseo Turístico José Manuel Pando “El Prado” | 57 |
| Figura 21 | Patrimonio Arquitectónico del Centro Histórico de Cobija | 58 |

CAPÍTULO I

Introducción

A lo largo del tiempo y del ahora proceso denominado globalización, las tendencias en el sector turismo a nivel mundial están cambiando. Cada vez hay más turistas, sobretodo de países desarrollados, que buscan destinos diferentes a los tradicionales, destinos con distintas formas de vida de las poblaciones, culturas, tradiciones que son atractivas para ellos, en donde las motivaciones de viaje o desplazamiento son porque desean el disfrute de la naturaleza, de la tranquilidad, tener contacto con civilizaciones ya extintas o disfrutar del sol, las playas y las áreas naturales, pero en un entorno sostenible, en donde el impacto del hombre sobre la naturaleza sea mínimo.

Cada día los medios de comunicación han cobrado mayor importancia, pues, se han convertido en uno de los elementos más representativos de la evolución al ser un recurso universal capaz de propiciar las interacciones en todos los niveles de la vida social. Con el pasar del tiempo, su evolución ha hecho de estas formas de transmitir mensajes, el mecanismo a través del cual los distintos espacios de la sociedad pueden ser escuchados. Se han convertido en una herramienta indispensable para descubrir diferentes realidades.

Partiendo de esta cualidad, se plantea bajo el concepto de una revista que funcione como medio para la promoción de los espacios, las actividades y las oportunidades que brindan los centros turísticos de la ciudad de Cobija, lugares que cuentan con importantes bondades históricas, sociales, culturales, que merecen ser conocidas y disfrutadas al máximo por todo aquel que decida visitarlos. Se trata de importantes ofertas turísticas que involucran escenarios tan diferentes, los cuales brindan a los visitantes la alternativa de movilizarse alrededor de su ciudad para el disfrute y el esparcimiento. Este producto comunicacional pretende mostrar, a través de la interactividad y una perspectiva periodística que traspase los límites de lo estrictamente informativo para humanizar el contenido y hacerlo más atractivo a quien elija leer la revista.

La creación de esta propuesta nació con la inquietud por conocer más sobre la ciudad de Cobija, ya que cuenta con exuberante historia, de la cual muchos pobladores de esta tierra aún no tienen conocimiento.

El principal objetivo es promocionar los atractivos, así como fortalecer la información turística logrando que las personas valoren cada uno de los lugares turísticos con los que cuenta la ciudad, de alguna manera se quiere contribuir a la sociedad a través de Infotur-UAP.

Para la realización del presente trabajo se cuenta con apoyo de Infotur, que nos proporciona información y datos actualizados relacionados al turismo en Pando.

De este modo resaltar los principales monumentos y sitios históricos de la ciudad de Cobija, por medio de imágenes e información de cada uno de los atractivos seleccionados para su promoción y difusión.

1. Antecedentes

INFOTUR-PANDO UAP

a. Principal ejecutivo de la institución

Lic. Juan Fernando Parra García

b. Dirección de la institución (calle o avenida, casilla, teléfono, fax, correo electrónico)

Av. 9 de febrero esquina Tcnl. Enrique Fernández Cornejo Zona central edificio del Museo de Historia Natural Pedro Villalobos.

c. Nombre del proyecto, programa o actividad (es) a la cual se integrará el estudiante

Revista Turística dirigida a la promoción de los principales sitios y monumentos históricos de la Ciudad de Cobija a través de INFOTUR.

d. Actividades que realiza la institución (campo de acción)

- Brindar información actualizada y confiable sobre la oferta turística.
- Promocionar a los prestadores de servicios turísticos.
- Coadyuvar con el monitoreo y estudio de la demanda turística.
- Coordinación y difusión de actividades locales y regionales.
- Fortalecer a la carrera de Turismo Sostenible en cuanto a su formación práctica o campo de acción de los mismos mediante los prestadores de Servicios turísticos.
- Posicionamiento de la marca Infotur.

e. Importancia social de la institución

A través de una información actualizada y confiable aporta a la cadena productiva del Turismo, fomenta al crecimiento del flujo turístico, dinamizando la economía regional.

La información con la que cuenta el INFOTUR se la facilita a la población o sociedad en su conjunto, esto en cuanto a materiales bibliográficos regionales (libros de escritores Pandinos) e información de prestadores de servicios.

INFOTUR apoya emprendimientos artesanales a través de diferentes actividades; ha brindado apoyo logístico en algunos eventos nacionales e internacionales, donde se ha promocionado las publicaciones de investigación de la UAP, los productos de la planta piloto, pulpas de plantas amazónicas, artesanías y citytours, con mucha satisfacción de quienes han recibido estos servicios.

f. Nombre del profesional a cargo del proyecto, programa o actividad (es) en que participa el estudiante universitario

Lic. Carola Aguilera Apinayé

g. Tiempo estimado de duración del Trabajo Dirigido

El tiempo estimado será de 10 meses de acuerdo al calendario Académico

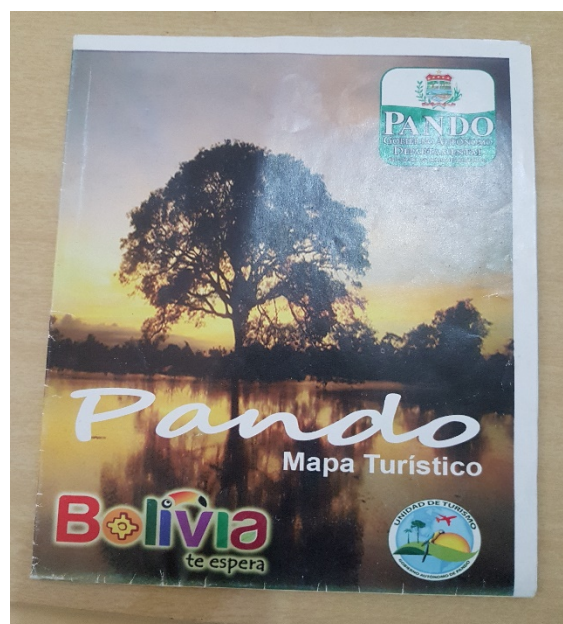
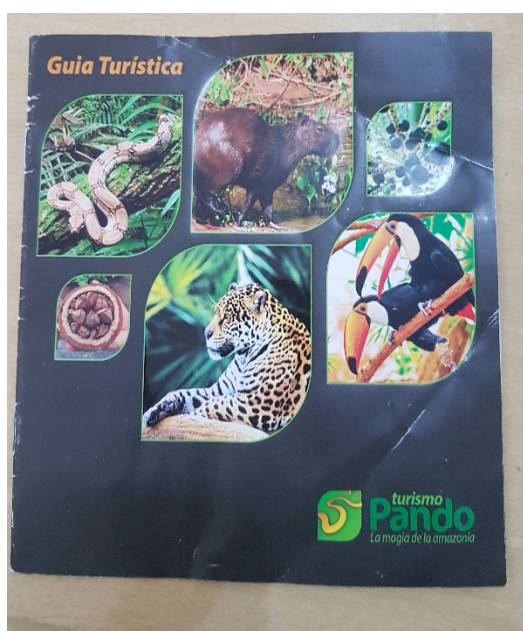
1.1. Antecedentes institucionales

Si bien, la oficina de INFOTUR ha elaborado continuamente boletines de información de los atractivos mediante las prácticas de los alumnos de la carrera de Turismo Sostenible de la UAP; como también la Unidad de Turismo de la Gobernación de Pando, ha elaborado algo similar pero éstas, son más guías rápidas para los turistas tal como la denominada guía turística “turismo Pando la magia de la amazonia” o el mapa turístico “Pando tu nuevo destino

turístico” pero hasta hoy no se ha elaborado una revista completa y detallada como la que se pretende elaborar en este documento.

FIGURA 1

Guía y mapa turístico del Gobierno Autónomo Departamental de Pando



2. Descripción del problema que se contribuirá a resolver

El municipio de Cobija capital del departamento de Pando, cuenta con grandes patrimonios históricos y culturales poco conocidos por la población boliviana y extranjera.

Durante los últimos años las instituciones públicas no le han dado la debida importancia a todo lo que va relacionado con el turismo, ya sea por falta de interés o de recursos necesarios, y a causa de esto es que hoy no existe ningún tipo de documento bien elaborado donde esté plasmada toda la información turística de la ciudad de Cobija.

Cuando los turistas se apersonan a las oficinas de INFOTUR, o a cualquier otra oficina relacionada al turismo, estos piden que se les facilite algún material informativo o alguna guía turística de los atractivos que tiene la ciudad y no existe material para poder brindarles; vale recalcar que en los dos últimos años la afluencia turística se ha incrementado bastante en la capital y no solo por parte del país vecino Brasil, sino también turistas de otras nacionalidades.

Por lo tanto, surge la problemática y la necesidad de realizar la presente propuesta a través del INFOTUR, que pretende promocionar la ciudad de Cobija, mediante la elaboración de una revista turística de los principales monumentos y sitios históricos con información actualizada, es un documento de fácil comprensión y dirigida a todo tipo de personas.

2.1. Formulación del problema.

¿De qué manera se logrará promocionar los principales sitios y monumentos históricos de la Ciudad de Cobija?

3. Justificación del trabajo dirigido

El sector del turismo en Bolivia, es de suma importancia y estratégica en el desarrollo económico nacional y regional, por su capacidad generadora de divisas, sus fuertes encadenamientos con otros sectores como; la agricultura, la industria y los servicios, por su poderosa capacidad de crear empleos directos e indirectos. Es por ello que la “ciudad de Cobija”, capital del departamento Pando, es una opción de desarrollo económico para estas regiones empobrecidas del extremo norte de Bolivia. Se plantea que, con un marketing y promoción turística sobre el atractivo, existirá una mayor afluencia de turistas ya que esta guía pretende promocionar los diferentes recursos turísticos con los que cuenta esta capital.

Dentro de la revista existen estrategias que la complementan es decir que no solo se da jerarquía al tema a tratar, también se da mucha importancia al equilibrio de palabras, estructura e imágenes produciendo interés de verla y leerla.

Se seleccionó este formato de difusión impreso (revista) para poder transmitir información seleccionada sobre distintos tópicos de la actividad turística en nuestra ciudad y va dirigida principalmente a personas o turistas que visiten Cobija. El medio impreso de una revista es una forma más factible de esparcir información, tanto para INFOTUR como también para favorecer los sitios turísticos que ofrece la ciudad de Cobija. El hecho de que el turista pueda tener a la mano una guía, facilita la visualización de que vea la revista en comparación con una revista digital, ya que para ver ésta última es necesario de una computadora y descargar alguna para poder leerla.

La importancia de elaborar una revista turística para la promoción de los principales monumentos y sitios históricos de la ciudad de Cobija, requiere de un estudio que permita obtener un documento con una recopilación de hechos significativos y oportunos, con información completa y veraz, dirigida a todos los habitantes y turistas que necesitan conocer sobre los atractivos que posee la Ciudad.

La oficina de INFOTUR Pando, a diferencia de otras oficinas de la red INFORTUR del país, cumple funciones académicas y es dependiente de la Carrera de Turismo Sostenible de la Universidad Amazónica de Pando.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Implementar una revista turística a través de la red de Infotur-Pando, para la promoción de los principales sitios y monumentos históricos que forman parte de la ciudad de Cobija.

4.2. Objetivos específicos.

- Elaborar un diagnóstico sobre la promoción de los sitios y monumentos históricos
- Diseñar una revista turística para la promoción de los sitios y monumentos históricos
- Validar la revista turística con la promoción y socialización de la misma

5. Alcance del trabajo de investigación

El alcance del trabajo de investigación abarca los principales sitios y monumentos históricos de la ciudad de Cobija, presentados a través de la revista turística, la cual estará al alcance de todo el público en general que tendrán la oportunidad de conocer más acerca de los atractivos de la ciudad Cobija, el propósito es de contribuir, diseñar y validar una herramienta de trabajo con datos actualizados.

También será un aporte para similares y futuros emprendimientos en el sector turístico, para facilitar investigaciones de estudiantes de la carrera de turismo sostenible de la Universidad Amazónica de Pando.

6. Resultados previstos

De acuerdo al trabajo de investigación que se viene desarrollando, se espera lograr un impacto positivo con la revista turística sobre toda la población, que ayudará a la promoción de los principales monumentos y sitios históricos de la ciudad de Cobija, y de este modo poder fortalecer el turismo local; así de esta manera también las oficinas de Infotur-UAP cuente con información fidedigna para ofrecer a la población.

De igual manera puede proporcionar al departamento de Pando, siendo esta una herramienta de promoción visual para informar sobre los atractivos existentes dentro de la ciudad capital.

También ampliará el nivel de conocimiento en los aspectos social, cultural y turístico en los habitantes de la ciudad de Cobija así también aportará con el acrecimiento de la cultura general y a la vez enriquecerá el orgullo e identidad cultural.

CAPÍTULO II

7. Marco conceptual

Para poder comprender y contextualizar la investigación es necesario hacer una revisión y recopilación de conceptos y definiciones referentes al tema en cuestión.

Por lo tanto, se han seleccionado las siguientes definiciones:

7.1. El Turismo. –

Actividad que realiza la persona de manera individual o en grupo, al trasladarse durante sus viajes y permanencias en lugares distintos a su entorno habitual, con fines de descanso, esparcimiento, negocio y otras actividades, por un período de tiempo no mayor a un (1) año, de acuerdo a normativa migratoria vigente. Ley general de turismo “Bolivia te espera” (LEY 292 ART. 6).

Otros autores definen al turismo como el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de origen. Es una práctica social de naturaleza especial, generadora de actividades económicas, que ha dejado de ser marginal y se ha convertido en estructural.

Diferentemente de la minería o de la agricultura, el turismo no es una industria, pero un conjunto de actividades económicas interrelacionadas que tienen el propósito de atender a las necesidades y a los intereses de viajeros nacionales e internacionales. El estudio del turismo, según Matieson y Wall (1982) incluye tres conjuntos de temas:

- El estudio de las motivaciones y experiencias de las personas que salen de su habitad usual (la demanda del turismo).
- El estudio de los establecimientos, agencias e instituciones que se organizan para atender a los viajeros (la oferta de los bienes y servicios turísticos); y

- El estudio de los impactos que los viajeros, los establecimientos y los servicios, causan en los espacios, economías y en el patrimonio cultural y natural de los lugares de destino.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) declara al turismo como “un fenómeno socio - económico, cuyo objetivo último consiste en mejorar la calidad de vida en conformidad con las exigencias de la dignidad humana” (Declaración de Manila el 10 septiembre de 1980).

7.2. Ecoturismo. –

Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sostenibilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajantes. (Medio ambiente de las Naciones Unidas)

El ecoturismo es una variante del turismo que apareció alrededor de la década de 1970, y puede definirse como un viaje responsable a zonas naturales que conserva el medio ambiente y mejora el bienestar de las poblaciones locales, al proporcionar servicios a los visitantes (alojamiento, alimentación, entre otros). Miguel Jorge Villavicencio Oliva (La cadena Productiva del Turismo en Pando)

En el ecoturismo puede haber trastornos ocasionados en la fauna y en la flora, debido a la demasiada infraestructura turística, uso inadecuado del fuego, residuos no tratados en el agua, tránsito de vehículos fuera de los caminos, ausencia de estudios sobre los impactos, falta de un plan de aprovechamiento de los recursos y espacios y, principalmente la extrapolación de la capacidad de carga; explica Pérez de las Heras (1998).

7.3. Turismo Sostenible. –

El turismo sostenible es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población local. (Federación de Parques de Nacionales y Naturales, Internet)

Meyer (2002) plantea, por un lado, que el turismo se construye y prospera gracias a la existencia de atractivos naturales, culturales y de otro tipo, a condición de que estos se encuentren en buen estado de conservación, de modo que el turismo pueda utilizarlos, pero no agotarlos. Por otro lado, menciona que varias zonas del mundo se han caracterizado por seguir una estrategia de crecimiento ilimitado de la oferta y de la demanda, lo que ha traído consigo un deterioro, a veces irreversible, del medio ambiente natural, histórico y cultural. Por ello enfatiza que solo siguiendo una estrategia de desarrollo sostenible se puede garantizar que los recursos que utiliza el turismo mantengan sus cualidades originales.

Morán (2001) coincide con Meyer en que turismo, desarrollo regional y protección del medio ambiente podrían ir a la par si existe planificación y control adecuado de los recursos.

7.4. Recursos Turísticos. –

Los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico, (Entorno Turístico.com). Un recurso es una fuente o suministro del cual se produce un beneficio.

7.5. Atractivo Turístico. –

Es un lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión. Los atractivos son elementos cruciales en la motivación del turista a viajar y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera tanto actividad económica conexas (hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros) como desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico (aeropuertos, rutas, señalización, etc.).

Conjunto de elementos materiales e inmateriales, que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando desplazamientos de flujos turísticos desde países emisores hacia territorio nacional, haciendo que este último se transforme en un destino turístico. (LEY 292 ART. 6).

7.6. Infotur. –

Es una oficina de Información Turística a nivel nacional, su función es proporcionar y facilitar información turística actualizada sobre la oferta de cada región a todos los visitantes o turistas para facilitar su estancia y desplazamiento en el país de manera que los turistas amplíen su tiempo de permanencia y consecuentemente se generen mayores ingresos para una mejor calidad de vida de los habitantes de la región o del país.

La red Infotur U.A.P. tiene como objetivo mejorar las condiciones de atención a nivel profesional al flujo turístico que arriba a la Ciudad de Cobija la cual es puerta de ingreso al departamento Pando, los beneficiarios directos a esta red son los estudiantes de la Carrera de Turismo Sostenible, los turistas nacionales, extranjeros que llegan a visitar la región, los museos, los artesanos y la Planta Piloto de Producción de Ingeniería Industrial de la Universidad Amazónica de Pando, los beneficiarios indirectos vendrían a ser la Unidad de Turismo del Gobierno Departamental de Pando y la Unidad de Turismo del Gobierno Municipal de Cobija, las agencias de viajes, los hoteles los gastronomos, las líneas aéreas y comerciantes en general.

7.7. Prestador de servicios turísticos. –

Son todas aquellas formas de organización económica comunitaria, pública y privada, referidas a servicios de hospedaje, intermediación, traslado, transporte, información, asistencia, guiaje, o cualquier otro servicio conexo o complementario al turismo, que se encuentren debidamente registrados y autorizados. (Introducción al turismo. Libro)

En el marco de esta Ley se consideran prestadores de servicios turísticos a: Empresas operadoras de turismo receptivo, establecimientos de hospedaje turístico en todas sus

modalidades y categorías, empresas de viaje y turismo en todas sus modalidades y categorías, empresas de transporte turístico exclusivo, empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales de turismo, guías de turismo, servicios gastronómicos turísticos y otros servicios afines que adquieren la categoría de servicios turísticos. Los aspectos inherentes a los prestadores de servicios turísticos se establecerán a través de reglamentación expresa. (LEY 292 ART. 6)

7.8. Promoción Turística. –

Conjunto de actividades y medios a través de los cuales se genera mayor demanda por el "Destino Bolivia" en el ámbito nacional e internacional. (LEY 292 ART. 6)

7.9. Turista. –

Es la persona que visita cualquier país o región distinta al de su residencia habitual o permanente, independientemente de cuál sea el motivo de su viaje. (LEY 292 ART. 6)

7.10. Imagen. –

Una imagen (del latín *imago*) es una representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario. (Wikipedia. Internet.)

7.11. Comunicación. –

La comunicación puede definirse para un licenciado en Turismo como la transmisión de información del vendedor al comprador, cuyo contenido se refiere al producto o a la empresa que lo fabrica o vende. Esta transmisión de información del vendedor al comprador en el ámbito del turismo puede ser comprendido con el concepto de promoción. La promoción se refiere a la sensibilización del cliente de un producto o marca, generando ventas y creando lealtad de marca.

Los fines de este plan de comunicación o promoción son principalmente tres:

- Informar: Comunicar la existencia del producto, características y ventajas del mismo.
- Persuadir: Trata de convencer al cliente de los beneficios del producto que se ofrece.
- Recordar: Tratar que los clientes tengan presente que el producto sigue vigente, de esta forma se evita que sean tentados por la competencia.

Según Annie Bartolli, “la información remite simplemente a la transmisión (emisión y recepción) de conocimientos estructurados”. Partiendo de esta impronta se puede asegurar que en la comunicación solo está implicado el emisor. Siendo el receptor limitado a percibir un conjunto de informaciones con las cuales incrementará sus conocimientos sobre un tema determinado.

7.12. Catálogo. –

Es una obra impresa en la que distintas empresas o instituciones muestran su oferta de productos y servicios a los clientes.

7.13. Oferta turística. -

Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística. Introducción al turismo, p. 47

La oferta turística es la conjunción de los recursos turísticos con los servicios turísticos, que, a través de la inversión social necesaria, se crea un producto turístico, que es capaz de movilizar a corriente de viajeros por diversos motivos. Acerenza Miguel Ángel (1991), pp. 26

7.14. Demanda turística. –

La demanda es definida como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios; es cuando una persona elige comprar algún bien, para cumplir sus necesidades.

Entonces la demanda turística es aquella que nos permite estudiar el consumo turístico, cuya presentación expresa con claridad el comportamiento de los turistas ante los cambios que produzcan en las distintas variables de influencias, como ser los precios de los servicios turísticos, los precios de los demás bienes que el turista consume, normalmente el nivel de renta que poseen los demandantes.

Generalmente, las definiciones del turismo están basadas en la demanda turística, puesto que se enfoca en el consumo y adquisición de bienes o servicios para poder satisfacer una necesidad. Pueden ser los primarios como alojamiento y transporte; o los secundarios como aspirinas y jabón, esto vendría a ser la demanda turística que se caracteriza por tener un consumo en el mismo lugar. El turismo es un bien consumible de lujo relativo; si bien históricamente sólo las clases altas tenían acceso al turismo, hoy gracias al abaratamiento de los precios, la elevación del nivel de renta.

7.15. Patrimonio Cultural. –

Es la herencia cultural propia del pasado de una persona, mantenida hasta la actualidad y transmitida a las generaciones presentes. Según la UNESCO el patrimonio cultural no solo engloba las antiguas categorías de objetos artísticos, antigüedades, monumentos o bellas artes, sino también el patrimonio archivístico, documental y bibliográfico, más el denominado material y etnográfico. (Entorno Turístico.com. Internet.)

7.16. Tangible. –

La palabra tangible se utiliza para nombrar lo que puede ser tocado o probado de alguna forma. (Introducción al turismo. Libro)

7.17. Intangible. –

Que no puede ser tocado, que merece extraordinario respeto y no puede o no debe ser alterado o dañado. (Introducción al turismo. Sancho Amparo, p.)

7.18. Monumento. –

Es una estructura que recuerda a algún personaje, un acontecimiento histórico o un hecho relevante.

7.19. Turismo Urbano. –

Consiste en visitar ciudades con una gran variedad de atractivos turísticos. (Introducción al turismo. Libro)

7.20. Patrimonio turístico. –

Es un conjunto de recursos que un pueblo ha creado a lo largo de la historia para asegurar su sobrevivencia y desarrollo del turismo de una ciudad. La misma que debe cumplir un papel importante y que es la integración armónica para la oferta turística. (Introducción al turismo. pag. 20)

7.21. City tours. –

Es un conjunto de rutas y recorridos turísticos que cuentan con atractivos y servicios turísticos, cuya dinámica implica iniciar el recorrido turístico con retorno al lugar de partida, sin pasar dos veces por un mismo sitio. (LEY 292 ART. 6).

Es una visita panorámica en autocar o bus a los puntos más atractivos e importantes de una ciudad.

7.22. Encuesta. –

Es un instrumento de captura de información estructurado, lo que puede influir en la información recogida y no puede o debe utilizarse más que en determinadas situaciones en las que la información se quiere capturar está estructurada en la población objeto del estudio.

La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se realiza a las personas con el fin de obtener determinada información sobre el fenómeno a estudiar.

7.23. Afluencia turística. –

Por su parte, cuando a instancias del turismo o del comercio se habla de zona de afluencia turística se estará refiriendo a aquel municipio, ciudad o pueblo en cuestión, es decir, todos querrán pasar por allí, aunque sea por un día.

Durante todo el año o bien durante una parte de él, tal como suele suceder con aquellas playas que atraen afluencia especialmente en el verano, o en su defecto las montañas en el invierno mientras dura la temporada de, estas zonas consideradas de afluencia turística se presentarán especialmente preparadas para recibir a un muy numeroso público. Así es que los negocios ampliarán sus horarios de atención, se abrirán nuevos comercios que satisfagan las demandas de los visitantes y también se multiplicarán las oficinas de atención al turista para orientarlos en cuanto a excursiones o cualquier otra información que demanden.

7.24. Observatorio Turístico de Pando. –

El Observatorio Turístico de Pando, ha sido concebido con finalidad de contar con información especializada, orientada a caracterizar periódicamente de la oferta, la demanda y la superestructura turística del Municipio de Cobija, donde estos datos sirvan de base para la investigación, la promoción de inversiones y acciones dirigidas a la mejora del desarrollo turístico sostenible en todos sus ámbitos, con una vista a futuro para que su accionar se extienda hacia otros puntos turísticos del Departamento Pando.

7.25. Producto turístico. –

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual), en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

Al respecto, Bazán y otros (2007) mencionan que un producto turístico es la combinación de elementos tangibles e intangibles que ofrecen una serie de beneficios al turista, como respuesta a sus motivaciones y expectativas: atractivos turísticos, empresas de servicios turísticos, infraestructura y superestructura, entre otros.

7.26. Museos. –

Entendemos la museología como una ciencia social cuyo objetivo principal es servir a la sociedad a través de la comunicación de sus colecciones, ya sea mediante exposiciones, permanentes y temporales, o actividades relacionadas con el quehacer del museo (Navajas, 2008).

7.27. Marca Turística. –

Una marca es la identificación comercial del producto. Para ser recordado con fiabilidad, el nombre que se elige para el producto va acompañado de un símbolo, con unos colores y un tipo de letra característico. Por ejemplo: todos recordamos el símbolo de Coca Cola, y seguramente el de alguna agencia bancaria de nuestro país.

En el tema de turismo se acostumbra a acompañar el símbolo con un mensaje de promoción. Por ejemplo: Bolivia usa lo que es: Bolivia te espera... (Proyecto de grado “plan de promoción turística para el distrito 8 del municipio de Sucre, p. 198).

7.28. Guía turística. –

Una guía turística es un artículo de difusión y promoción turística. Según su formato promociona un país, una localidad, un paquete, un circuito o un servicio, como destino turístico; según al público al que está dirigido.

Es el primer contacto con el lugar a visitar, redacta información de un determinado lugar, como; hoteles, restaurantes, medios de transporte, tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, sitios de interés, ubicación geográfica. Es un sistema de publicidad directa e instrumento de información especializada, sistematizada y actualizada; en turismo específicamente es un medio publicitario, que muestra la información de una manera entendible, gráfica y exacta.

7.29. Revista turística. –

Se conoce a la revista como un tipo de publicación periódica, sobre uno o varios temas, que se caracteriza por la riqueza de textos o imágenes. Éstas pueden contener artículos, entrevistas, reseñas, fotografías, horóscopos, agendas, ilustraciones, etc. Su periodicidad puede variar; las hay semanales, mensuales, trimestrales o anuales.

Las revistas normalmente suelen estar impresas en papel de mejor calidad, con encuadernación más cuidada y mayor espacio destinado a la documentación gráfica. Richard Steele, (1709) británico.

Las revistas se diferencian de otros impresos no solo por tener ediciones impresas más cuidadas, con papel de mejor calidad, sino también por hacer un tratamiento más exhaustivo de los temas, que pueden ir desde asuntos de actualidad o sucesos de historia, ciencias o artes.

Una revista turística puede referirse a una publicación impresa o digital que recopila información sobre dichos atractivos; es una especie de libro con información de interés para el viajero. Ésta puede contener información detallada sobre los centros y actividades culturales de la zona como ser museos, teatros, parques, ocio, así como sus principales monumentos y lugares turísticos que el viajero puede visitar.

CAPÍTULO III

8. Metodología de investigación

La metodología de investigación, para la realización del trabajo de campo en el municipio de Cobija, se realizó la observación directa del objeto de estudio (recursos turísticos de la ciudad y prestadores de servicios de Cobija), debido a que acerca más al investigador con la realidad en la cual realiza su trabajo; y paralelamente se realizó la revisión bibliográfica y documental.

8.1. Tipo de estudio

El tipo de investigación que se utilizará para abordar el problema de estudio planteado es “descriptivo”.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones y se miden cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga. Gómez, 2006.

Descriptiva. - Se hizo una comprobación en forma sistemática progresiva a las características de una situación o área de interés como es el entorno o la factibilidad para la realización del turismo; la que nos permitió describir el estado de conservación, que se encuentran los atractivos, para la toma de decisiones al momento de ser considerado como una opción imprescindible para el turismo.

8.2. Enfoques

Una vez que se tiene elaborado el problema de investigación y objetivos, se elabora el diseño y se selecciona la muestra que se utilizará en el estudio de acuerdo con el enfoque elegido, la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes involucrados en la investigación (Gómez, 2006 p.121).

En la presente investigación se ha podido determinar la importancia en utilizar los enfoques cualitativo y cuantitativo para la recolección de datos e información de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir de manera discursiva categorías conceptuales y así tener mejores resultados.

8.3. Métodos

El método que se utilizará para la investigación y formulación de las variables será de tipo descriptivo y analítico, porque se realizará un análisis de situación actual de los recursos turísticos donde se propondrá soluciones prácticas.

Descriptiva. - Ya se sabe algo sobre este tema, pero no hay investigaciones precisas sobre este mismo lugar, este grupo social, este ramo de actividad... Se tratará mayormente de una investigación Cualitativa. Puede incluir datos cuantitativos donde sean relevantes, pero no son centrales. Investigaciones cualitativas y cuantitativas, p. 139

Analítica. - Ya hay bastante conocimiento e información, tanto empírica como teórica. Se busca comprobar una relación casual o argumento teórico específico. Lo cuantitativo puede ser la base de la investigación, sobre todo si se busca comprobar la relación causal de manera bastante definitiva, sin descartar el uso de datos cualitativos. Investigaciones cualitativas y cuantitativas, p. 139

8.4. Población y muestra

Una población está determinada por sus características definatorias. Por lo tanto, el conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población o universo. Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación.

La población establecida para la presente investigación está dada por los atractivos de la

ciudad de Cobija la cual tiene un total de 20 atractivos dentro de la ciudad, el total está plasmado dentro del producto de la investigación.

Muestra. –

Son los datos obtenidos mediante el trabajo de campo dentro de la ciudad de Cobija.

Al no ser viable encuestar a todos los turistas y analizando que más o menos todos llegan con un fin en común, ésta se realizó a 50 personas a través de un muestreo no probabilístico, se seleccionó un grupo de personas entre visitantes a Infotur, algunos historiadores y algunos propietarios de los prestadores de servicios.

Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico. Éstas al no ser probabilísticas tienen su desventaja, no es posible calcular con precisión el error estándar, es decir, no se puede determinar con qué nivel de confianza se hace una estimación.

8.5. Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas e instrumentos de investigación para efectos de la investigación, se recurrirá como técnicas de recolección de información de los principales atractivos de la ciudad de Cobija.

Otra técnica que será utilizada será la de observación directa, ya que se necesita realizar la visita obligatoria a cada uno de los atractivos para obtener más información, tomar fotografías y ver en qué estado se encuentran los mismos.

Encuesta. –

Se realizó una encuesta con preguntas cerradas y abiertas, estas se las realizó a las personas o turistas, específicamente a aquellos que visitaron el Museo Pedro Villalobos en donde se encuentran las Oficinas de Infotur; para poder saber si es factible lanzar el producto (revista).

Mediante ésta encuesta se logró ver que la elaboración de la revista si es factible, ya que en su mayoría se dijo que, si es necesaria, y de esta manera se da un paso más para el desarrollo del turismo.

CAPÍTULO IV

9. Diagnóstico o situación inicial de la institución

La oficina de Infotur se encuentra situada en el Departamento de Pando en la Provincia Nicolás Suárez en la ciudad de Cobija, su dirección actual es la Avenida 9 de febrero en la esquina Teniente Coronel Enrique Fernández Cornejo. Es dependiente de la Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Económicas y Financieras, está ubicado en pleno centro de la ciudad; está a cargo de profesionales y estudiantes de la carrera de Turismo Sostenible, esta institución tiende al fortalecimiento a través de nuevas ideas por parte de los estudiantes de la carrera, por medio de promoción o difusión sobre la importancia del Infotur. Una de las debilidades con las que cuenta Infotur, es el de no contar con personal administrativo permanente, en cuanto a infraestructura está en instalaciones del Museo de Historia Natural “Pedro Villalobos”, debido a no tener propios ambientes para su funcionamiento, siendo uno de los factores principales para convertirse en una amenaza. Otra de sus debilidades es el no contar con suficiente material informativo para brindarle a todo turista que se apersone por las oficinas; es tal el motivo por el cual se vio la necesidad de elaborar una revista modelo informativa de los atractivos que tiene Cobija.

Para dar a conocer de una manera más clara la situación inicial de la oficina de Infotur, se realizó un análisis FODA.

TABLA 1

Análisis FODA

| Fortalezas | Oportunidades |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con equipamiento apto para las prácticas estudiantiles • Tiene personal permanente (Técnico responsable) • La ubicación de su oficina se encuentra en pleno centro de la ciudad • Cuenta con variedad de gama de productos artesanales de la región • Constante afluencia de visitantes que llegan a nuestra ciudad y requiere Información Turística • Cuenta con una ruta consolidada (City Tour) | <ul style="list-style-type: none"> • Posibilidades de concientizar a la población sobre los servicios turístico en la ciudad de Cobija • Cuenta con una ruta consolidada (City Tour) • Es un centro de práctica donde estudiante de la carrera pueden realizar sus prácticas pre profesional • Está consolidada como el único centro de información turística en el municipio de cobija a nivel nacional |
| Debilidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con alianza estratégica con las instituciones públicas y privadas en el sector turístico • Poca es la población que tiene el conocimiento de las oficinas de Infotur y sus funciones. | <ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con instalaciones propias de Infotur. |

10. Descripción del trabajo ejecutado

Dada la necesidad de los turistas y de la oficina d Infotur en contar y transmitir información veraz y actualizada con los atractivos turísticos con los que cuenta el Municipio de Cobija, así como de los esfuerzos e interés aislados por contar con el mismo, es que se ha visto pertinente llevar adelante esta iniciativa para constituirse en un punto de referencia como aporte para el desarrollo de la actividad turística; viendo el alto índice de demanda turística que llegan a la Ciudad y que hasta el momento no se tenga productos turísticos consolidados para poder ofertar, sujeto a esto es que se desarrolló de la siguiente manera, empezando con el levantamiento de todos los datos por medio de recaudo de información, encuestas y entrevistas al flujo de turistas que visitan la Ciudad.

CAPÍTULO V

11. Propuesta central

De acuerdo a las debilidades encontradas y viendo las necesidades y los objetivos del Infotur se sugiere la siguiente propuesta:

Revista de promoción de los principales sitios y monumentos históricos de la ciudad de Cobija: COBIJA-T

La propuesta central del presente trabajo es coadyuvar con el fortalecimiento de la actividad turística a través de la elaboración de una revista turística informativa, ya que Cobija está impulsando su desarrollo a pasos agigantados, y como es de esperar el turismo es una actividad que trae beneficio y desarrollo en una región, es por ello que se encuentra inscrito en la agenda de la actividad económica de Pando; dada la necesidad de contar con información veraz y actualizada del que hacer turístico en el municipio de Cobija.

Pese a contar con Unidades y Direcciones de Turismo en el Departamento, aun no se llega a obtener por parte de ellos estos datos completos y actualizados para ofrecer a la ciudadanía y los turistas que llegan a la región, es por ello que, a través de la Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Turismo Sostenible, cuenta con lo que es la oficina de Red de Información Turística (Infotur).

Es importante que la ciudad de Cobija tenga toda su información actualizada en un solo producto (revista), para que así los visitantes tengan la confiabilidad de contar con una información rápida.

11.1. Revista de promoción Cobija-t

En el extremo norte de Bolivia, en la provincia Nicolás Suárez se encuentra la Ciudad de Cobija, enclavada en una de las regiones más importante de la Amazonía y conocida como la Perla del Acre; Cobija es uno de los rincones más bello y desconocido de nuestra geografía

con un característico clima cálido, con sus onduladas calles, adornadas con sus pintorescas plazas y representativos monumentos que sintetizan la historia de esta tierra.

Durante la última década del siglo XIX, el industrial gomero Nicolás Suárez construyó la barraca Bahía a orillas del río Acre. La zona del Acre comenzó a ser ocupada por brasileños y bolivianos desde 1862, quienes llegaron atraídos por los altos precios internacionales de la goma elástica, obtenida del látex del árbol Siringa (*Hevea Brasilensis*).

El 09 de febrero de 1906 el General José Manuel Pando dictó el decreto para la fundación del Puerto Bahía, instruyendo al Tcnl. Enrique Fernández Cornejo para que consolide una pequeña población; cumplió la orden del ex-presidente, muy clara en cuanto al modelo urbano a adoptarse. En 1908 se cambió el nombre del pueblo, llamándolo Cobija, en honor al puerto perdido en el Pacífico.

Cobija cuenta con una población de unos 74 546 habitantes (INE 2019), y está situada a orillas del río Acre, frontera con el estado brasileño de Acre; su principal actividad económica es la agricultura, la ganadería y el comercio.

La creación de Pando como el noveno departamento el 24 de septiembre de 1938 y la designación de Cobija como su capital un año después, consolida la aplicación de un modelo de masiva intervención pública en la comunidad. Es durante estos años, cuando el coronel Félix Tejada inicia las obras paisajísticas que habrían de contribuir positivamente en la redefinición de la imagen urbana. Se importa y planta sistemáticamente las palmeras reales del Paseo Junín y la Plaza German Bush; posteriormente la plaza Potosí. (Cobija-Arquitectura y Urbanismo Autor: Víctor Hugo Limpías, 1999).

La Ciudad de Cobija cuenta con un gran potencial de sitios y monumentos históricos:

11.1.1. Monumento a los Héroes de la Batalla de Bahía

FIGURA 2

Monumento a los Héroes de la Batalla de Bahía



El monumento a los Héroes de la Batalla de Bahía está ubicado sobre la Av. 9 de Febrero y Av. Tahuamanu, cerca al km 2.

La histórica batalla librada el 11 de Octubre 1.902 recuperó parte del sagrado territorio boliviano. El pueblo de Pando rinde su homenaje plasmado en un conjunto escultórico de 14 metros de altura realzando la figura de la valiente “Columna Porvenir”.

Obra realizada por el escultor Cruceño David Paz, y está constituida por tres bloques:

- Primer Bloque Parte Superior: Muestra la amazonia exuberante y bella, con su diversa flora y fauna, la raza nativa étnica de la familia Araona, caimanes, tigres, monos, y variedad de animales de Pando.

- Segundo Bloque: Representa a los exploradores del antiguo territorio de colonias del norte, el siringuero en acción extractiva de la savia del árbol de siringa, el transporte de las bolachas a los vapores y chatas que llegaban a nuestro puerto, antes llamado Puerto Bahía.
- Tercer Bloque: Representa el holocausto de la guerra del Acre reflejados en la batalla de Bahía y terminando este tercer bloque en la parte superior del monumento encontramos los bustos de los tres personajes más importantes de la historia para el Departamento de Pando; el General José Manuel Pando, Bruno Racua y Nicolás Suárez. Oliva, 2016

11.1.2. Monumento al Carretón

FIGURA 3

Monumento al Carretón



El Monumento al Carretón está ubicado sobre la Av. 9 de Febrero entre la Av. Tahuamanu y Las Palmas, en la llamada “Rotonda del Carretón” en inmediaciones del antiguo aeropuerto.

Obra del escultor cruceño David Paz. Los carretones y las carretas cumplieron un rol importante como medio de transporte terrestre en la región, estaban hechos de madera sólida incluyendo las ruedas, eran jalados por lo general por una yunta de bueyes. Los antiguos habitantes y colonizadores gomeros lo utilizaron para largos viajes desde Santa Cruz y Beni, de este modo se dio origen a la población e integración de este territorio. Así mismo transportaban carga pesada como las bolachas de goma y sacos de castaña.

Es importante resaltar el sentido de la ubicación de este monumento, pues no está ubicado en esta dirección por casualidad, ya que una de las antiguas rutas de la goma tenía ese sentido, la carga venía por el río Tahuamanu hasta la Barraca Porvenir, luego era trasladada por tierra en carretones hasta el puerto Bahía a orillas del río Acre, para continuar viaje nuevamente por vía fluvial (Oliva, 2016)

11.1.3. Parque Piñata

FIGURA 4

Parque Piñata



El Parque Piñata está ubicado sobre la Av. 9 de Febrero entre la Av. Tahuamanu y Av. Las Palmas.

Creado en inmediaciones de la antigua pista de aterrizaje, sus principales atractivos son las canchas en diferentes disciplinas deportivas, parques infantiles y ventas de comida rápida.

Lleva este nombre en homenaje al fallecido Wilber Ferreira Céspedes (piñata), nacido en Cobija el 01 de Julio de 1980 y falleció el 21 de Mayo 1996. Los maestros de aquel entonces se encontraban haciendo huelgas y marchas exigiendo un salario digno y justo, el ministro de gobierno ordenó la represión de las movilizaciones; piñata era uno más de los marchistas estaba junto a sus maestros y compañeros, cuando la marcha se hizo incontrolable para la policía ésta intensificó la represión y una bala perdida terminó con la vida de piñata, su apodo piñata simboliza el colorido de la vida, la alegría y la inocencia de un adolescente. Tania Ferreira, 2009

11.1.4. Museo de Historia Municipal “Alberto Lavadenz Rivera”

FIGURA 5

Museo de Historia municipal “Alberto Lavadenz Rivera”



El Museo Histórico Municipal “Alberto Lavadenz Rivera” está ubicado sobre la Av. 9 de Febrero y Av. 27 de Mayo.

Según Saavedra (2004) Antes de convertirse en Museo en el año 2002; el edificio era parte del antiguo aeropuerto local, concretamente era el cuarto de motores donde existían dos grandes generadores eléctricos que iluminaban Cobija; posteriormente, con la mejoría del servicio de energía eléctrica los dos motores y el ambiente donde se encontraban fueron olvidados y estuvieron a punto de derrumbarse. La alcaldía municipal tuvo el mérito de recuperar, restaurar y remodelar el edificio para entregarlo a la población como el Museo Histórico Municipal. El edificio se ha convertido en un referente histórico de Pando, llamado “ALBERTO LAVADENZ RIBERA” en memoria de uno de los escritores más reconocidos en Pando. En la actualidad se exhiben objetos de gran valor histórico y célebres fotografías antiguas del inicio de Puerto Bahía, hoy Cobija La Perla del Acre.

11.1.5. Universidad Amazónica de Pando

FIGURA 6

Universidad Amazónica de Pando



La Universidad Amazónica de Pando está ubicada sobre la Av. Las Palmas y Av. Universitaria.

Creada en septiembre de 1984, mediante decreto supremo N° 20511 y consolidada mediante ley N° 653. En octubre del mismo año, inicia sus actividades académicas. El 3 de diciembre de 1993.

El Mural “UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO” se exhibe en el ingreso al campus universitario, realizado por el escultor cruceño David Paz.

Este mural refleja de manera compacta el proceso histórico del Departamento de Pando, Comenzando por las riquezas de sus recursos naturales que marcaron hito dentro de la historia nacional, la valentía de los pueblos indígenas originarios amazónicos, seguido por el heterogéneo flujo migratorio a la región, en busca de fortunas, debido a la abundancia de productos de la amazonia como ser la goma y la castaña, así mismo refleja el paisaje más representativo de Pando, como es el Paseo Junín, y el avance tecnológico en el que se encuentra nuestra sociedad en la actualidad, obviamente con el aporte de nuestra principal casa de estudios. (Oliva, 2016)

11.1.6. Museo de Historia Natural “Pedro Villalobos”

FIGURA 7

Museo de Historia Natural “Pedro Villalobos”



El Museo de Historia Natural Pedro Villalobos está ubicado sobre la Av. 9 de Febrero y la Av. Tcnl. Enrique Fernández Cornejo.

Su nombre en homenaje a Pedro Villalobos por su interés de cultivar y forjar la preservación, cultura e historia del departamento. El MHNPV es dependiente del Centro de Investigación y Preservación de la Amazonia (CIPA) de la Universidad Amazónica de Pando (UAP), su principal función es promover investigaciones y fomentar la educación ambiental a través de sus nueve salas de exhibición.

- Sala de exhibición Goma
- Sala de exhibición Castaña
- Sala de Mamíferos (Mastozoología)
- Sala de Anfibios y Reptiles (Herpetología)
- Sala de Invertebrados (Entomología)
- Sala de Peces (Ictiología)
- Sala de Histología
- Sala de Paleontología
- Sala de Herbario referencia Amazónica

Y dos Programas:

- Recuperación y reubicación de fauna silvestre dentro del municipio de Cobija
- Programa de Entomología

En el año 2014 durante la gestión del Rector Ing. Ludwing Arciénega Baptista se realiza la ampliación y remodelación del museo con la finalidad de exhibir más muestras biológicas encontradas en la región amazónica y brindar una mejor atención y comodidad a los visitantes.
Informes CIPA (2016)

11.1.7. Catedral “Nuestra Señora Del Pilar”

FIGURA 8

Catedral “Nuestra Señora Del Pilar”



La Catedral Nuestra Señora Del Pilar está ubicado sobre la Calle Nicolás Suárez y la Calle Cochabamba.

La construcción del templo “Nuestra Señora del Pilar” data de los años 1930 construida por José da Costa con un estilo clásico, habiendo sido ampliada en 1977. Los fondos para su construcción provinieron de los feligreses de Cobija y autoridades de la Delegación del Territorio de Colonias del Noroeste de la época. Su imagen es muy conocida en las postales turísticas por su serena y suave belleza que conforma un cuadro tradicional, junto a las altas palmeras y el azul del cielo.

En el año 2000 la Alcaldía Municipal eliminó las calles principales de la plaza Germán Busch y las convirtió en paseos peatonales llenos de jardines quedando la iglesia sobre una explanada conformando un paisaje armónico de reconocido valor urbanístico.

En el interior de la iglesia existen murales con temas religiosos del pintor autodidáctico nacido en Cobija, Eloy Añez Marañón y Héctor Hidalgo.

Se observa también un gran cuadro pintado, con la imagen de Cristo crucificado en un árbol de goma, lleva un cartel que dice: **“Jesús siringuero crucificado por pretender organizar la comunidad donde trabajaba y vivía”**, además un mural donde está representado un nacimiento en una comunidad rural, con tres reyes magos siringueros castañeros, entregando regalos de goma y castaña para el niño Jesús. Guía turística de la alcaldía municipal de Cobija, 2014.

11.1.8. Gobierno Autónomo Departamental de Pando

FIGURA 9

Gobierno Autónomo Departamental de Pando



El Gobierno Autónomo Departamental de Pando está ubicado sobre la Calle La Paz y la Calle Bruno Racua.

Fue Construido en 1918 y se lo conservó así hasta fines de los sesenta del siglo pasado. Su estructura era de madera y ofrecía un aspecto importante para la época. Fue construido por el Delegado Cnel. Romero Ovando, quien ordenó que cada lunes se congregara la población, los estudiantes y los empleados de la Delegación para izar la enseña patria a los sones del Himno Nacional, actitud ésta que después de 63 años. En el 1981. Fuera imitada por el entonces Presidente de la República General Luis García Meza.

Hacia los años 1928 cuando la Perla del Acre alardeaba sus galas el Cnel. Romero Ovando mando a trabajar el Palacio Prefectura que ocupa todo el frente de la plaza principal, con características de arquitectura amazónica, esbelta, guardando consonancia exterior e interior del edificio al estilo colonial. Varias autoridades que pasaron por el edificio de la Prefectura, dejaron su granito de arena ampliando o modificando su estructura interna y manteniendo su estructura externa casi intacta.

En el año fue 1967 fue demolido para construir el actual edificio de la Prefectura las autoridades de la época olvidaron que era muy importante el haber conservado su modelo original para la posteridad como representación física de una etapa muy significativa en la historia, no solo del entonces Territorio de Colonias, sino para la propia historia nacional. Guía turística de la alcaldía municipal de Cobija, 2014.

11.1.9. Gobierno Autónomo Municipal de Cobija

FIGURA 10

Gobierno Autónomo Municipal de Cobija



La Alcaldía Municipal de Cobija está ubicada sobre la Av. Tcnl. Enrique Fernández Cornejo sobre la acera Este de la plaza principal Gral. Germán Bush.

Fue creada mediante Ley de la República 27 de septiembre de 1911 con el nombre original de “Junta Municipal de Cobija – Rio Acre”.

Este edificio comunal antes de su remodelación y traslado definitivo al edificio de su propiedad, la Junta Municipal de Cobija trabajaba en ambientes del llamado Palacio de la Delegación, que fuera demolido a fines de la década de los sesenta, para construir la actual Prefectura del Departamento que fue entregada en 1971.

Aunque el actual edificio comunal constituye parte indisoluble de la remodelación de la Plaza principal, por si solo es una tarjeta postal paisajística única, el autor del Proyecto de

remodelación del viejo edificio, el Arquitecto Eduardo Martens Oyola, entremezclando armónicamente belleza, funcionalidad, historia y arte. Saavedra, C. 2004.

11.1.10. Plaza Principal Germán Busch

FIGURA 11

Plaza Principal Germán Busch



La Plaza Principal Germán Busch Becerra está ubicada sobre la Av. Tcnl. Enrique Fernández Cornejo y Calle La Paz.

Aunque se ha modificado su nombre original de “General Pando” por el actual de “General Germán Busch” y ha sido objeto de varias remodelaciones y arreglos en el devenir del tiempo. La última de estas, ha sido la remodelación total dispuesta por la Alcaldía Municipal entre los años 2000 y 2002 que logró darle una fisonomía completamente nueva, que trasmite una sensación de serena belleza.

Como sucede en las ciudades orientales, donde el intenso calor es el factor común, la gente se dirige a la plaza en las horas nocturnas para entablar largas conversaciones y aprovechar de la

fresca brisa, ésta juguetea con las copas de las hermosas y altas palmeras que fueron traídas del Brasil por Adalid Tejadas Fariña en 1918. Saavedra, C. 2004.

11.1.11. La Aduana Nacional

FIGURA 12

La Aduana Nacional



La Aduana Nacional está ubicada sobre la Calle Bruno Racua y Calle Libertador Simón Bolívar.

Este fue uno de los primeros edificios de la primigenia “Puerto Bahía”. El edificio de la Aduana Nacional se inauguró el año 1919 con un estilo clásico europeo construido por el

maestro José da Costa. En la Aduana se percibían las Libras Esterlinas de oro por impuestos a la exportación de goma a los EE.UU. y Europa.

La Aduana es, realmente, un edificio histórico que es mantenido así, con su peculiar arquitectura, guardando la documentación de esos lejanos años, cuando la goma generaba impuestos suficientes como para que la Delegación del Territorio de Colonias pueda erogar todos sus gastos administrativos, militares, construcción y mantenimiento de caminos y todavía exista un considerable sobrante que era remitido al Tesoro General de la Nación. Paneles de información turístico Paseo Junín, 2014.

El edificio ha sido remodelado y modernizado por dentro pero el frontis fue preservado con su fachada original ya que es un patrimonio arquitectónico del pueblo cobijeño y del Departamento de Pando; ya que en el año 2000 el Consejo Municipal decidió declarar patrimonio a varios edificios públicos, entre ellos la Aduana. En los años 2018-2019 fue remodelada nuevamente manteniendo la fachada.

11.1.12. El Batallón Sexto De Ingenieros Riosinho-Primera División

FIGURA 13

Batallón Sexto De Ingenieros Riosinho-Primera División



Está ubicado sobre la Avenida Tcnl. Enrique Fernández Cornejo y la Calle Libertador Simón Bolívar.

Poco después de finalizada la guerra del Acre, se vio como urgente necesidad estratégica de crear una Guarnición Militar que resguardara nuestra soberanía patria en el extremo norte, en el que poco antes se había producido los conflictos que culminaron con la pérdida del Acre.

La Guarnición Militar se mantuvo hasta el año 1925 para después llevar el nombre de Regimiento BAGE 11 de Infantería, en homenaje a la heroica acción de armas de diciembre de 1900 durante los conflictos del Acre; En el transcurrir de los años hasta 1968 cambió

muchas veces de nombre; hasta que en el año 1969 retoma brevemente su nombre original de Regimiento BAGE, para luego desde el 27 de febrero de 1970 llamarse Batallón Sexto de Ingenieros RIOSINHO.

El cuartel había sido construido diez años antes e inaugurado en coincidencia con el Primer Centenario de la Independencia en 1925. Posteriormente se construyó la torre que es un distintivo. De corte neorromántico, ésta torre fue edificada con fondos de economía del Servicio de Sanidad Civil, a reclamación del Delegado del Territorio de Colonias Dr. Rubens Castedo y por orden del Delegado Militar Coronel Barriga, en 1924. Saavedra Pérez, 2004.

11.1.13. Paseo Turístico Junín

FIGURA 14

Paseo Turístico Junín



El Paseo Turístico Junín está ubicado sobre la Calle Nicolás Suárez entre la Calle Libertador Simón Bolívar y Calle Chuquisaca.

Construido en 1924 en merito a la batalla del mismo nombre, es un paseo con uno de los mayores éxitos paisajísticos de todo el país, que contribuye con armonía a la topografía subiendo las escalinatas para apreciar el hermoso puerto además es rodeada de hermosas y esbeltas palmeras reales que alcanzan los 30 metros y que bordean la longitud total del paseo. Las imponentes palmeras fueron traídas del Pará-Brasil, por el delegado Cnel. Adalid Tejada fariñas y cuidadas con cariño por el migrante japonés Francisco Fukumoto.

Señalan algunos historiadores que en este paseo se encontraba la primera capilla, además se encontraban las rieles por donde descendían las bolachas de goma.

La sociedad histórica de Pando, exhibe históricos cuadros con información del proceso histórico de Pando.

En el año 2014 la Asamblea Legislativa Plurinacional decreta mediante la ley N° 619:

Artículo 1°.- Se declara Patrimonio Cultural e Histórico del Estado Plurinacional de Bolivia al “Paseo Junín”, del Municipio de Cobija del Departamento de Pando por la belleza paisajística natural que ostenta y la connotación histórica que representa para el Estado Plurinacional de Bolivia.

Artículo 2°.- El nivel central del Estado a través del Ministerio de Culturas y Turismo, en coordinación con el Gobierno Autónomo Departamental de Pando y el Gobierno Autónomo Municipal de Cobija, de acuerdo a sus competencias implantaran proyectos y políticas para la promoción, preservación, restauración y difusión del “Paseo Junín”. Paneles de información turístico Paseo Junín, 2014.

11.1.14. Puente de la Amistad

FIGURA 15

Puente de la Amistad



El Puente de la Amistad está ubicado sobre la Av. Ismael Montes y Calle Chuquisaca, pasando el Paseo Junín.

El 11 de agosto del 2004, los presidentes de Bolivia, Carlos Mesa, Brasil, Lula da Silva, y Perú, Alejandro Toledo, se reunieron en Cobija y Brasileia, una frontera común, donde inauguraron un puente denominado “Puente de la Amistad”, Tiene una longitud de 80 metros que une a Cobija con la ciudad de Brasileia, construido por encargo y financiamiento del Gobierno Federal del Brasil, que ha sido construido con casi un monto de dos millones de dólares. Además de proclamar la integración de América del Sur el encuentro presidencial, inédito en esa alejada región amazónica, estableció un “momento de integración y alianza histórica entre los tres países.

El Presidente Lula manifestó “Los dos puentes que vinculan Brasil a Bolivia y al Perú constituyen una expresión concreta de la confianza de los presidentes en el futuro del proceso

de integración. Así como de su voluntad política para dinamizar los mercados interregionales fronterizos, con la finalidad de incrementar la actividad empresarial en dichas zonas”. Guía turística de la alcaldía municipal de Cobija, 2014.

11.1.15. Rio Acre

FIGURA 16

Rio Acre



El río Acre es un río amazónico internacional, cuyo curso discurre formando frontera primero entre el Perú y Brasil, luego entre Bolivia y Brasil, y adentrándose luego en este último país donde tiene su mayor recorrido. Es un afluente del río Purús; tiene una longitud de 1190 kilómetros. Sus aguas bañan la región peruana de Madre de Dios, el departamento boliviano

de Pando y los estados brasileños de Acre y Amazonas. Sus mayores afluentes son los ríos brasileños del río Antimari, río Xumarí y el río Branco.

Fue descubierto en 1860 por un poblador que lo navegó durante un mes. En 1879, los mismos pobladores iniciaron su colonización atraídos por la gran cantidad de goma fina que existía en sus márgenes. Recién en 1899, vale decir veinte años después, José Paravicini, Ministro Plenipotenciario de Bolivia en el Brasil fundó Puerto Alonso como una tardía forma de sentar presencia en el Acre que ya estaba a la ocasión poblado por más de 30 000 brasileños. Guía turística de la alcaldía municipal de Cobija, 2014.

11.1.16. Plaza Potosí

FIGURA 17

Plaza Potosí



La Plaza Potosí está ubicada sobre la Av. Tcnl. Enrique Fernández Cornejo entre Av. 9 de Febrero y Calle La Paz.

La plaza fue construida por la Intendencia de la policía de Cobija en agosto de 1931. Su nombre se origina por el homenaje que hiciera a Cobija el Concejo Municipal de la Villa Imperial en el año 1932.

La plaza ha sido refaccionada en el año 2000, respetando afortunadamente su diseño original que se mantiene igual, excepto por el Monumento a Bruno Racua que fue trasladado desde la Avenida 9 de febrero a su acera Norte en el mismo año 2000, y los parqueos de vehículos construidos en su acera Sur, quitándole parte de su jardín.

En la Plaza, al centro, existe una fuente de agua que también ha sido respetada, los antiguos moradores de Cobija todavía recuerdan, con nostalgia, que en ella había vistosos peces de colores que eran la alegría de los niños. Patrimonio histórico y Cultural de Cobija, 2004.

11.1.17. Casa de la Cultura

FIGURA 18

Casa de la Cultura



La Casa de la Cultura está ubicada sobre la Av. 16 de Julio a pocos pasos de la plazuela del Estudiante.

Este edificio, estuvo a punto de ser devorado por el monte que se apropió implacablemente de su interior. Afortunadamente, a inicios de los 90 el alcalde municipal de ese entonces prestó oídos a consejos y sugerencias que pedían su restauración como una muestra, de la arquitectura antigua de Cobija, dispuso su recuperación y su remodelación interior para convertirla en la casa de la cultura que alberga hoy en día, a la biblioteca municipal, museo, un lugar de exposiciones y reuniones culturales de diversas índoles; donde se dan cita los jóvenes que hacen sus ensayos musicales y poéticos.

La casa de la Cultura, remodelada en base a la antigua maestranza donde se reparaban diversas máquinas y motores de luz de la primigenia Cobija, allá por el 1930, que era atendida por personal extranjero, especialmente brasileros y algunos italianos. En ella se encuentran verdaderas reliquias históricas atesoradas durante años. Saavedra, C. 2004.

11.1.18. La Cruz Milagrosa

FIGURA 19

La Cruz Milagrosa



La iglesia de la Cruz Milagrosa está ubicada sobre la Av. Luis Espinal Campos y la Av. Juan Oliveira Barros.

La iglesia de la Cruz Milagrosa debe su nombre a un extraño hecho ocurrido a finales de los cuarenta cuando una misteriosa y hermosa dama vestida de celeste comenzó aparecer en la colonia Bajo Virtudes en lo que hoy es el populoso Barrio llamado justamente La Cruz, por haber sido escenario de tan enigmático acontecimiento.

La historia relata que un vecino de la colonia, llamado Joaquín Oliveira Barros, veía cada noche a una misteriosa mujer de buena estatura no muy morena vestida de celeste oscuro apoyada en un cerco de otra casa de la zona, y menciona que la dama siempre permanecía mirando fijamente al firmamento nocturno en completo silencio y luego súbitamente desaparecía, solo una vez al saludo de Joaquín la mujer hablo diciendo que le ayudase a colocar la cruz que tenía en las manos y después sin añadir desapareció ante la mirada de asombro y temor Joaquín solo con la cruz en las manos que momentos antes poseía la dama.

La Cruz fue colocada allí, en el sitio que sucedían las apariciones y poco a poco la gente de las colonias cercanas comenzó a considerar como un obsequio de Dios. De tal modo se construyó una capilla donde encienden velas y realizan oración a los favores concedidos, posteriormente la creencia fue tan fuerte que hoy en día se propician misas todos los lunes.

Se oficiaban misas y la profunda fe religiosa de los pobladores comenzó a atribuirle a la Cruz una larga serie de milagros, por lo que se la conoció desde entonces como “LA CRUZ MILAGROSA DE COBIJA”.

Hacen unos años atrás, se construyó la actual Iglesia de la “Cruz Milagrosa”, donde, cada lunes, acuden muchísimos, cientos de fieles devotos. Se ha hecho tan conocida la Cruz Milagrosa que sus fieles llegan, muchas veces desde ciudades del interior, a agradecer por algún favor concedido. Las decenas de plaquetas agradecimiento en el interior de la diminuta capilla así lo demuestran sin dudas algunas. Saavedra, C. 2004.

11.1.19. Paseo Turístico José Manuel Pando “El Prado”

FIGURA 20

Paseo Turístico José Manuel Pando “El Prado”



El paseo turístico José Manuel Pando está ubicado en la Avenida Pando, diseñado por el Arquitecto Pablo Navia Miranda y los monumentos por los escultores José Añez y Edgar Burgos; el paseo se caracteriza por tres áreas, la primera que representa la forma de vida de los habitantes tales como las mujeres amazónicas con su belleza exótica lavando en a la orilla del arroyo, los pescadores con sus hijos a la orilla del río, la segunda la flora y fauna silvestre con sus lagartos, jaguares, parabas y buefos de la Amazonía y la tercera es la abstracción con sus parasoles que simbolizan a las palmeras y la fuente de agua que también son en forma de palmeras. Todos estos monumentos representan a Pando y son su identidad cultural, variada, misteriosa y desconocida.

Se aprecian aspectos históricos y culturales, rodeada de majestuosas palmeras y monumentos que representan a nuestro departamento.

11.1.20. Patrimonio Arquitectónico del Centro Histórico de Cobija

FIGURA 21

Patrimonio Arquitectónico del Centro Histórico de Cobija



El presente patrimonio arquitectónico se encuentra ubicado en la Calle Beni entre Av. 9 de Febrero y Av. Tcnl. Emilio Fernández Molina.

Según información proporcionada por el actual propietario, Señor Ali Lutfi Ferreira nacido en Cobija el año 1954; único heredero de este inmueble, comenta que: Los terrenos fueron sorteados en la junta de almoneda que antes funcionaba donde hoy es la aduana, los planos originales datan del año 1916, construida en una superficie de 152 M2.

La primer dueña fue la Sra. María Tertuliano, posteriormente el inmueble fue vendido a un árabe llamado Miguel Felipe Matsut, quien instalo su tienda comercial; el año 1939 compró el inmueble otro árabe el Sr. Ali Lutfi Otop, quien llegó desde Líbano a tierras pandinas el año 1925, años después contrajo matrimonio con una pandina llamada Florentina Ferreira, quienes

le heredaron este patrimonio a su hijo Ali Lutfi Ferreira, actual propietario; desde entonces la casa a pertenecido a la familia Lutfi, en el transcurso del tiempo se han realizados algunas refacciones en el interior para comodidad de la familia, siempre tratando de mantener fachada y las características arquitectónicas originales, incluso aún se mantiene el piso de madera.

Como se puede evidenciar la calle Beni siempre se ha caracterizado por ser parte del centro comercial, donde se concentraban las tiendas más grandes de la ciudad de Cobija.

12. Evaluación y resultado

12.1. Evaluación

Se ha dado a conocer los diferentes recursos turísticos que tiene la Ciudad de Cobija a través de un análisis descriptivo de acuerdo con la información brindada por parte de las instituciones Infotur y el Observatorio Turístico, creando así un producto turístico, el cual se pudo evidenciar que ha sido un aporte significativo, ya que en la institución no se contaba con el suficiente material informativo para brindar a los turistas y población en general.

12.2. Resultado

De acuerdo con el trabajo desarrollado en la institución se evidencio que fue un gran aporte, ya que será de ayuda significativa para la persona que visitan la ciudad Cobija como también la misma institución se fortalece en cuanto a información y material para quien lo requiera de igual manera servirá para futuras investigación de estudiantes que están en cursos inferiores de la misma carrera

13. Fortalecimiento durante el desarrollo del trabajo dirigido

El fortalecimiento institucional que se ha podido obtener durante el desarrollo del trabajo dirigido ha sido de mucha ayuda, con todos los datos estadísticos e información turística con los que cuenta la oficina de Infotur; ya que se ha logrado realizar de manera satisfactoria la “revista de promoción turística Cobija-t” de los principales sitios y monumentos históricos.

En parte la elaboración exitosa de este trabajo fue gracias a todas las facilidades y comodidades que brinda la oficina de Infotur desde la ubicación de la misma, ya que se encuentra en las instalaciones del museo Pedro Villalobos y esto genera más afluencia de turistas; también facilita cómodos escritorios, materiales de trabajo como ser computadoras, impresoras y hojas, generando así un excelente ambiente laboral; el fortalecimiento también parte de la ayuda y colaboración de la persona encargada de la oficina de Infotur; y la interacción que existe a diario entre los alumnos de la carrera de turismo sostenible que realizan sus prácticas en la oficina hablando y comentando siempre sobre temas relacionados al turismo.

Otra de las actividades de Infotur que ayudan mucho al fortalecimiento estudiantil, son todas las guiadas que se realizan durante todo el año a distintos grupos como ser, los colegios del municipio de Cobija y grupos de turistas que vienen del interior y exterior del país y adquieren paquetes mediante las oficinas de Infotur.

CAPÍTULO VI

14. Conclusiones y recomendaciones

14.1. Conclusiones

En este trabajo dirigido que se ha venido realizando desde el mes de marzo hasta el mes de noviembre del periodo 2019, se ha concluido que la información fidedigna que se recolecto de manera conjunta con Infotur y que se está presentando a través de este producto como ser la revista de promoción que lleva el nombre de Cobija-t, va ser de mucha utilidad para aquel visitante y estante de la ciudad de Cobija.

También se concluyó que el vacío de información que se tenía no era solo información de los atractivos, si no también que es información que está traducida en dos idiomas, inglés y portugués, porque si bien existían documentos con información de los atractivos, pero solo en español; entonces se vio la necesidad de involucrar e insertar estos dos idiomas dentro del producto, ya que se ha podido identificar que el turista más regular en Cobija es el brasilero y el idioma ingles el más común a nivel mundial.

Quedando así la revista de promoción Cobija-t como un modelo base para que otras futuras investigaciones puedan involucrar a otras comunidades o municipios, ya sea por separado o continuación del mismo.

14.2. Recomendaciones

Se recomienda ampliar más la información de acuerdo al alcance del campo de acción de investigación, es decir, ampliarlo, que en este caso abarque todo el municipio de Cobija, que aparte de la ciudad de Cobija también se incluyan los barrios periféricos si es que estos contasen con recursos turísticos; también se podría incluir a las comunidades aledañas e identificar si también cuentan con los recursos turísticos, y de ésta manera poder ampliar más la información dentro de esta revista que solo abarca la ciudad de Cobija.

También se recomienda la renovación del mismo producto, cada vez que los datos

estadísticos dentro del Infortur o del Observatorio turístico se estén actualizando, esto para que se pueda identificar si es que existe un nuevo atractivo dentro de la ciudad; también para que se pueda identificar nuevos idiomas los cuales se pueda incluir dentro de la revista, de acuerdo a la demanda de turistas que esté recibiendo el Infotur, ya que constantemente durante todo el año se reciben grupos de suizos o europeos.

CAPÍTULO VII

15. Presupuesto de la investigación

TABLA 2

Presupuesto de la investigación

| GASTOS | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|--------------------|-----------------|----------------------------|---------------------|
| Transporte | 80 | 3,75 | 300 |
| Papel bond | 8 | 45 | 360 |
| Impresión | 2 | 120 | 240 |
| Internet | 160 | 4 | 640 |
| Computadora | 1 | 3600 | 3600 |
| Empastados | 6 | 80 | 480 |
| TOTAL | | | 5,620 |

16. Cronograma de actividades del trabajo dirigido

TABLA 3

Cronograma de actividades

| ACTIVIDADES | MESES | | | | | | | |
|--|-------|------|-------|-------|--------|------|---------|-----------|
| | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept | Octubre | Noviembre |
| Levantamiento de información sobre los recursos turísticos de la Ciudad de Cobija | | | | | | | | |
| Elaboración de la idea central. | | | | | | | | |
| Ayuda en guías a fotógrafos en INFOTUR | | | | | | | | |
| Presentación de informes de avance trimestral | | | | | | | | |
| Presentación del 1er y 2do borrador del trabajo dirigido | | | | | | | | |
| Defensa del documento final | | | | | | | | |

Bibliografía

ALCON TAMBO, B. (2016). Tesis de desarrollo del atractivo Turístico de la Ciudad de Piedra en La Paz Bolivia.

ANDRER-EGG, E. (1999). El mundo en que vivimos. Editorial ECRO.

ASERENZA, M. Á. (1986). Administración del Turismo.

CARRASQUEL, A. (2010). Tesis de diseño de una revista turística para la cadena Eurobuilding Hotels Group en Caracas Venezuela.

DE LA TORRE PADILLA, O. (2014). Turismo actividad mundial. Editorial Trillas.

Diseños de Circuitos turísticos.com. (2017).

Entorno turístico. Revista Digital en Internet. 2017.

FERNÁNDEZ, C. 2009. La comunicación en las organizaciones.

GARAY NOSSA, R. 2017. Propuesta de un Modelo Organizacional Estratégico para el Observatorio Turístico de Pando dependiente del Área de Ciencias Económicas y Financieras de la UAP.

GURRIA DI BELLA, M. Introducción al turismo. Editorial Trillas.

Infotur, Red de Información Turística. 2014.

ISO 9000. Atención al cliente. 2005.

KOTLER Y ARMSTRONG. 2009. Servicios Turísticos.

Ley general del turismo 292. 2012. “Bolivia te espera”.

LIMPIAS, V. 1990. Cobija, Arquitectura y Urbanismo.

NAVAJAS CORRAL, O. 2008. Una ‘nueva’ museología.

OEA. (1980). Servicios Turísticos General.

OLIVA ABAROMA, S. 2017. Cápsulas informativas.

OMT. 2010. Unwto World Tourism Baro.

SAAVEDRA PÉREZ, C. 2004. Patrimonio Histórico y Cultural de Cobija.

TORRICO PINTO, C. 2010. Revista Pandinita. Editorial Multiprint.

Viceministerio de Turismo-Bolivia. 2009.

VACA DIBIBAY, A. 2016. Informe de Actividades CIPA.

YAPU, M. (Coordinador), ARNOLD, D., SPEDDING A., PEREIRA R. Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias sociales y humanas.

YAPPU O., APINAYE C., ASCARRUNZ P. 2015. Video turístico de estudiantes de la UAP.

ANEXOS

FOTOS DE EVIDENCIA

Encuestas realizadas a población en general



Encuestas
Población en General
Preguntas de selección

1. ¿Usted tiene conocimiento de alguna revista de los atractivos turísticos en la ciudad de Cobija?

SI

NO

2. ¿Considera usted que es necesario contar con una revista de los atractivos turísticos de Cobija?

SI

NO

3. ¿A usted le interesaría recibir información de los sitios y monumentos históricos de la ciudad de Cobija?

SI

NO

4. ¿Usted cree que sería aceptada por la población la revista de promoción de los principales sitios y monumentos de la ciudad de Cobija?

SI

NO

5. ¿A parte de fotografías y datos de los atractivos que otra información le gustaría recibir?

Calendario festivo

Servicios turísticos

Información mas amplia

6. ¿Cuál es el valor máximo que usted estaría dispuesto a pagar a Infotur por una revista turística?

25

30

Portada de la revista de promoción COBIJA-T

