

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
FINANCIERAS
CARRERA TURISMO SOSTENIBLE



TRABAJO DIRIGIDO

Implementación de un Sistema Digital de Información Turística
Para la Red INFOTUR-Pando de la Universidad Amazónica de
Pando, 2024.

Postulante : Feliciano Chao Méndez
Tutor : Lic. Ioav Rojas Camacho
Supervisor : Lic. Jessi Yusly Iriarte

COBIJA - PANDO
2024

M.Sc. Ing. Franz Navia Miranda
RECTOR

Lic. Oscar Melgar Saucedo
VICERRECTOR

Ing. Sergio Condori Crispín
**DECANO DEL ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
FINANCIERAS**

Lic. Jessi Yuzly Iriarte
DIRECTOR (A), DE LA CARRERA TURISMO SOSTENIBLE

SISTEMA DIGITAL DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

[**SIS**DIGITUR]

RED-**INFOTUR** PANDO

2024

DEDICATORIA

A ti, mi querida hermana Elizabeth Chao Méndez, cuya ausencia dejó un vacío imposible de llenar, pero cuyo amor y recuerdos me acompañan y fortalecen cada día. Fuiste mi compañera, mi apoyo y mi ejemplo. Este logro, que siempre soñamos compartir, te lo dedico con la certeza de que, dondequiera que estés, sigues guiando mis pasos con tu luz.

A mi amado sobrino Luis, cuya sonrisa y alegría dejaron una huella eterna en mi corazón. Aunque tu partida fue demasiado temprana, el amor y el cariño que nos unían siguen vivos. Este trabajo es una forma de honrar tu memoria y de mantenerte presente en cada meta que logro.

Les dedico este trabajo con todo mi amor, sabiendo que viven en cada pequeño triunfo de mi vida. Siempre estarán conmigo, en mis pensamientos y en mi corazón.

De manera muy especial, dedico este logro a Jhunsut Maily, Jhoely, Daner, Alder y Liz Sandy Sayuri. A pesar de los obstáculos y las circunstancias de la vida, hemos demostrado que con la bendición de Dios podemos alcanzar nuestras metas. Espero con alegría el día en que celebremos logros mutuos y compartamos esta satisfacción.

A Doris Méndez y Rafael Chao, mis padres, quienes han estado conmigo desde el inicio de este largo camino. Gracias, papás, por su amor infinito e incondicional. Su apoyo constante me ha dado la fuerza para seguir adelante.

A Elizabeth, mi pequeña, que llegaste en este proceso tan desafiante y significativo. Aunque aún no comprendas estas palabras, tu llegada llenó mi vida de alegría y me dio una nueva perspectiva sobre el verdadero valor de la perseverancia y el amor. Tu presencia, incluso en los momentos más difíciles, fue una fuente indescriptible de motivación. Gracias por inspirarme a ser mejor cada día, no solo como profesional, sino también como persona. Este logro también es para ti, como símbolo de cariño, amor y de lo que se puede alcanzar con perseverancia.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la vida y guiar cada paso que doy. Gracias por brindarme la fortaleza para mantenerme en pie frente a las adversidades y por tu infinito amor, sin el cual nada sería posible.

A mis hermanos, Remigio, Jorge, Ignacio, Graciela, Raúl y Jesús, por sus consejos y apoyo constante, que me motivaron a no rendirme y me ayudaron a cumplir este anhelado sueño. Espero que este logro sea una fuente de orgullo y satisfacción para ustedes.

A la Universidad Amazónica de Pando, a la Red INFOTUR-Pando y a mi prestigiosa carrera de Turismo Sostenible, por ofrecerme las bases académicas y profesionales que hoy me permiten abrirme camino en el ámbito laboral. Su formación ha sido esencial en este proceso.

A mis docentes y compañeros, por su amistad, apoyo y colaboración a lo largo de esta hermosa travesía académica. En especial, agradezco a mis docentes por compartir conmigo sus conocimientos, experiencias y compromiso. Sus enseñanzas fueron fundamentales en mi desarrollo personal y profesional y siempre serán una fuente constante de inspiración.

A mi tutor, el Lic. Ioav Rojas Camacho, por su paciencia, dedicación y apoyo moral. Su confianza y cariño hacia mi persona han sido determinantes para alcanzar una de las metas más importantes de mi vida.

A la Lic. Jessi Yuzly Iriarte, por su apoyo incondicional, su amistad y sus palabras de aliento. Gracias por estar siempre presente y por demostrarme que con esfuerzo y perseverancia se pueden superar cualquier obstáculo. Este logro no habría sido posible sin tu respaldo.

INDICE

| | |
|---|-----------|
| CAPÍTULO I | 1 |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1. ANTECEDENTES | 3 |
| 1.1. Antecedentes institucionales | 4 |
| 1.2. Antecedente histórico | 5 |
| 1.3. Aislamiento geográfico y desarrollo limitado | 7 |
| 1.4. Crecimiento del ecoturismo y la conservación | 8 |
| 1.5. El rol de la Universidad Amazónica de Pando | 9 |
| 1.6. Estructura organizacional de la red INFOTUR- Pando | 10 |
| 2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA QUE SE CONTRIBUIRÁ A RESOLVER. | 10 |
| 2.1. Formulación del problema | 11 |
| 3. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DIRIGIDO | 11 |
| 3.1. Justificación histórica | 12 |
| 3.2. Justificación práctica y social | 13 |
| 3.3. Justificación metodológica | 14 |
| 4. OBJETIVOS | 15 |
| 4.1. Objetivo general | 15 |
| 4.2. Objetivos específicos. | 15 |
| 5. ALCANCE DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN | 15 |
| 6. RESULTADOS PREVISTOS | 16 |
| CAPÍTULO II | 17 |
| 7. MARCO CONCEPTUAL | 17 |
| 7.1. El turismo | 17 |
| 7.2. INFOTUR | 18 |
| 7.3. Patrimonio cultural | 19 |
| 7.4. Demanda turística | 19 |
| 7.5. Prestadores de servicios turístico | 20 |
| 7.6. Promoción Turística | 22 |
| 7.7. Turismo Sostenible | 23 |
| 7.8. Turismo digital | 24 |

| | | |
|---------------------|---|-----------|
| 7.9. | Código QR (Quick response- Código de Respuesta Rápida) | 25 |
| 7.10. | Experiencia del usuario. | 26 |
| 7.11. | Accesibilidad a la información | 27 |
| CAPÍTULO III | | 29 |
| 8. | METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN. | 29 |
| a) | Enfoque de Investigación | 29 |
| b) | Nivel de Investigación | 29 |
| c) | Tipo de Investigación | 29 |
| d) | Métodos de Investigación | 29 |
| e) | Técnicas de Investigación | 30 |
| f) | Instrumentos de Investigación | 30 |
| g) | Herramientas para la Investigación | 30 |
| CAPÍTULO IV | | 31 |
| 9. | DIAGNÓSTICO O SITUACIÓN INICIAL DE LA INSTITUCIÓN | 31 |
| 9.1. | Análisis DAFO | 45 |
| 9.2. | Estrategias Formuladas a partir del Análisis FODA de la RED INFOTUR | 47 |
| 10. | DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO EJECUTADO | 49 |
| CAPÍTULO V | | 55 |
| 11. | PROPUESTA CENTRAL | 55 |
| 11.1. | Elementos de la Propuesta | 58 |
| 11.1.1. | Hoteles y Alojamientos de la ciudad de Cobija | 58 |
| 11.2. | Agencias de Viaje | 59 |
| 11.3. | Restaurantes de la ciudad de Cobija | 60 |
| 11.4. | Revista Turística COBIJA-T | 61 |
| 12. | EVALUACIÓN Y RESULTADO | 63 |
| 12.1. | Propuesta de Evaluación y Resultados del Proyecto | 63 |
| 13. | FORTALECIMIENTO DURANTE EL DESARROLLO DEL TRABAJO DIRIGIDO | 66 |
| CAPÍTULO VI | | 68 |
| 14. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 68 |
| 14.1. | Conclusiones | 68 |

| | |
|--|-----------|
| 14.2. Recomendaciones | 68 |
| CAPÍTULO VII | 70 |
| 15. PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN | 70 |
| 15.1. Presupuesto | 70 |
| 15.2. Cronograma de actividades del trabajo dirigido | 71 |
| 16. BIBLIOGRAFÍA | 72 |
| 17. ANEXOS | 74 |

INDICE DE TABLA

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Ventajas de Google Sites frente a sitios web tradicionales | 44 |
| Tabla 2. Establecimiento de hospedajes | 58 |
| Tabla 3. Agencias de viaje | 59 |
| Tabla 4. Restaurantes de la ciudad de Cobija | 60 |
| Tabla 5. Presupuesto del trabajo dirigido | 70 |
| Tabla 6. Cronograma de actividades | 71 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. QR Información Turística del Gobierno Autónomo Departamental de Pando | 5 |
| Figura 2. Organigrama INFOTUR | 10 |
| Figura 3. Revista Turística COBIJA-T | 61 |
| Figura 4. Introducción a la Revista Turística COBIJA – T | 61 |
| Figura 5. Monumento al Carretón | 62 |
| Figura 6. Parque Urbano Piñata | 62 |
| Figura 7. Contratapa REVISTA COBIJA-T | 63 |
| Figura 8. Trabajo de campo en las oficinas de INFOTUR PANDO | 79 |
| Figura 9. Recopilación de información de las oficinas de INFOTUR PANDO | 79 |

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo dirigido propone la implementación de un Sistema Digital de Información Turística para la Red INFOTUR-Pando. Este proyecto surge en respuesta al creciente interés por el turismo sostenible y la preservación del patrimonio natural y cultural de la región, en un contexto donde la digitalización se posiciona como un factor clave para impulsar el desarrollo local.

El Departamento de Pando, reconocido como una de las regiones con mayor biodiversidad en Bolivia, cuenta con un potencial significativo para el desarrollo de actividades turísticas. Sin embargo, enfrenta desafíos importantes, como la limitada infraestructura turística y su baja visibilidad en comparación con otros destinos turísticos del país. Estas dificultades enuncian la necesidad de una solución tecnológica que optimice la gestión y la difusión de información turística.

En este contexto, la Red INFOTUR-Pando, dependiente de la Universidad Amazónica de Pando, busca promover el desarrollo turístico del departamento a través de la centralización y digitalización de la información turística disponible. Este esfuerzo no solo pretende atraer a turistas interesados en experiencias auténticas y sostenibles, sino también empoderar a las comunidades locales, fomentar la conservación del patrimonio regional y estimular el desarrollo económico mediante el turismo responsable.

El proyecto se fundamenta en un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), que permitió identificar tanto las limitaciones internas, como la falta de infraestructura tecnológica y recursos financieros, como las oportunidades externas, como el aumento del interés global por el ecoturismo y el turismo comunitario. En este marco, las posibles alianzas estratégicas y el uso de tecnologías digitales posicionan a la Red INFOTUR-Pando como un actor clave para transformar el turismo en la región.

El propósito de este trabajo es claro: modernizar el acceso a la información turística mediante plataformas digitales, haciendo más accesibles los atractivos naturales y culturales de Pando a nivel local, nacional e internacional. La digitalización no solo ampliará la visibilidad de la

región, sino que mejorará la experiencia de los visitantes, fomentará la sostenibilidad y fortalecerá el papel de las comunidades locales en el desarrollo del turismo. En una región con un vasto potencial poco conocido, este enfoque tecnológico se convierte en una herramienta esencial para posicionar a Pando como un destino competitivo en el mapa turístico.

1. ANTECEDENTES

- Nombre de la institución.
 - RED INFOTUR- Pando Universidad Amazónica de Pando.
- Principal ejecutivo de la institución
 - Lic.: Jessi Yusly Iriarte
- Dirección de la institución (calle o avenida, casilla, teléfono, fax, correo electrónico)
 - Zona central Avenida 9 de febrero esquina Tcnl. Enrique Cornejo edificio del Museo de Historia Natural Pedro Villalobos Planta Baja.
- Nombre del proyecto, programa o actividad (es) a la cual se integrará el estudiante.
 - Implementación de un Sistema Digital de Información Turística, para la Red INFOTUR-Pando de la Universidad Amazónica de Pando, 2024.
- Actividades que realiza la institución (campo de acción).
 - Recopilación de información sobre hoteles, restaurantes, agencias de viajes y atractivos turísticos de Pando.
 - Socialización y procesamiento de información existente.
 - Diseño de formatos y elaboración de presentaciones para el sitio web.
 - Creación del sitio web en Google Sites Institucional para la Red INFOTUR-Pando, incluyendo generación de código QR.
- Importancia social de la institución.
 - La institución fortalece la cadena productiva del turismo en Pando mediante la digitalización de información turística, contribuyendo al desarrollo económico, la preservación cultural, la inclusión social y la innovación. Su labor la posiciona como un pilar esencial en la promoción y progreso de la región amazónica de Bolivia.

- Nombre del profesional a cargo del proyecto, programa o actividad (es) en que participa el estudiante universitario.
 - Lic. Ioav Rojas Camacho
- Tiempo estimado de duración del Trabajo Dirigido.
 - Seis meses calendario académico.

1.1. Antecedentes institucionales

Aunque existen esfuerzos previos como boletines, trípticos y guías rápidas diseñadas por la RED INFOTUR-PANDO y la Gobernación de Pando, la información proporcionada hasta ahora es incompleta para los turistas. Las guías, como “Turismo Pando: La magia de la Amazonia” y el mapa “Pando: Tu nuevo destino turístico,” ofrecen datos básicos, pero carecen de un sistema digital integrado y exhaustivo. El objetivo propuesto es desarrollar un sistema digital que compile información turística detallada y utilice las investigaciones previas como base para una solución más completa.



Figura 1. Imagen QR Información Turística del Gobierno Autónomo Departamental de Pando

Fuente: Gobierno Autónomo Departamental de Pando 2024

1.2. Antecedente histórico

Pando, el departamento más joven de Bolivia, se encuentra en el extremo norte del país, en pleno corazón de la Amazonía boliviana. Fundado el 24 de septiembre de 1938 durante el gobierno de Germán Busch, el departamento debe su nombre a José Manuel Pando, un militar, explorador y presidente de Bolivia que tuvo un rol crucial en la expansión territorial y en la defensa del país durante la Guerra del Acre (1899-1903). Esta guerra fue decisiva para definir los límites entre Bolivia y Brasil, y el rol de Pando en estos eventos históricos fue determinante para asegurar la presencia boliviana en la Amazonía.

El nacimiento del departamento de Pando fue un paso fundamental para consolidar la soberanía boliviana en una región rica en recursos naturales, especialmente el caucho, que a finales del siglo XIX y principios del XX impulsó el desarrollo económico de la zona. La fiebre del caucho atrajo a muchas familias y trabajadores, lo que contribuyó al poblamiento y expansión de esta región selvática. Sin embargo, también fue una época de explotación y abuso hacia las poblaciones indígenas locales, que se vieron obligadas a trabajar en condiciones muy difíciles en la extracción del látex.

La historia de Pando está profundamente marcada por su geografía y su biodiversidad. Esta región amazónica es una de las más ricas en términos de flora y fauna, y sus densas selvas siempre han representado tanto un reto como una oportunidad para sus habitantes. En el ámbito cultural, Pando refleja una mezcla de influencias: la cultura tradicional amazónica, la herencia de los pueblos indígenas, y la impronta de las migraciones internas que llevaron a familias del altiplano y de los valles hacia esta región en busca de oportunidades económicas.

En términos económicos, Pando ha pasado por distintas etapas de desarrollo. Después del auge del caucho, la economía local experimentó un declive, pero se revitalizó con otras actividades, como la explotación de la castaña (nuez amazónica), que se ha convertido en uno de los principales productos de exportación. La castaña es fundamental para la economía del departamento y proporciona sustento a miles de familias que se dedican a su recolección y procesamiento. Además de la castaña, la pesca, la agricultura de pequeña escala, y más recientemente el turismo, han comenzado a formar parte de la economía pandina.

El turismo en Pando es una actividad con gran potencial, aunque aún poco desarrollada. Sus selvas vírgenes, la biodiversidad, y la posibilidad de convivir con comunidades que mantienen modos de vida tradicionales representan una atractiva oferta para el ecoturismo. Entre los atractivos turísticos más destacados se encuentran los ríos caudalosos que cruzan la región, como el río Madre de Dios y el río Acre, y las reservas naturales que ofrecen una experiencia inmersiva en la riqueza ecológica de la Amazonía. No obstante, el turismo en Pando enfrenta desafíos relacionados con la infraestructura, la conectividad y la promoción, factores que son cruciales para atraer a un mayor número de visitantes.

La cultura pandina es un mosaico de tradiciones que incluye celebraciones populares, festivales religiosos y manifestaciones artísticas que expresan la identidad de sus habitantes. Las fiestas patronales, la música y la danza tienen un papel importante en la vida social de la región. Estos eventos suelen ser momentos de encuentro que fortalecen los lazos comunitarios y promueven la transmisión de saberes ancestrales.

Hoy en día, el desarrollo contemporáneo de Pando sigue dependiendo en gran medida de sus recursos naturales y de su posición geográfica estratégica en la Amazonía. Las políticas de conservación y manejo sostenible de la biodiversidad son esenciales para asegurar que el

crecimiento económico no ponga en riesgo el patrimonio natural del departamento. La integración de Pando con el resto del país, a través de mejores vías de comunicación y proyectos de infraestructura, sigue siendo un desafío importante para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes y fomentar un desarrollo más equitativo. (Historia de Pando)

1.3. Aislamiento geográfico y desarrollo limitado

El aislamiento geográfico de Pando, uno de los principales desafíos que enfrenta el departamento, ha tenido un impacto significativo en su desarrollo económico y social. Desde sus inicios, la falta de infraestructura vial adecuada ha limitado la capacidad de Pando para integrarse con el resto del país, reduciendo las oportunidades para el comercio, la inversión y el turismo. La vasta extensión de la Amazonía y su geografía densa y compleja han dificultado históricamente la construcción de carreteras y la implementación de rutas de transporte eficientes, lo cual ha resultado en una cierta desconexión del departamento respecto a otros centros económicos de Bolivia.

A pesar de la riqueza natural y cultural de Pando, las limitaciones en la infraestructura de transporte han restringido la llegada de turistas que podrían aprovechar los impresionantes paisajes amazónicos y participar en actividades como la observación de fauna, la pesca deportiva, y el ecoturismo comunitario. Las carreteras que conectan a Pando con otros departamentos, como Beni y La Paz, y con el vecino país de Brasil, han mejorado de manera paulatina, pero los avances han sido notoriamente insuficientes para superar las barreras históricas. La falta de asfaltado en tramos clave, las frecuentes lluvias que deterioran los caminos de tierra y la limitada conectividad aérea son factores que han contribuido al aislamiento relativo del departamento.

En la última década, la Administradora Boliviana de Carreteras (ABC) ha impulsado varios proyectos de infraestructura destinados a mejorar la conectividad de Pando, entre ellos la construcción y mejoramiento de tramos carreteros que conectan la capital, Cobija, con otras localidades y con puntos estratégicos de Bolivia. A pesar de estas iniciativas, la ejecución de los proyectos ha sido lenta y, en algunos casos, no ha cumplido con los plazos establecidos, lo que perpetúa la problemática de accesibilidad y dificulta el desarrollo de actividades económicas fundamentales como el turismo.

La conectividad interna de Pando también enfrenta desafíos considerables. Los municipios de Pando se encuentran, en su mayoría, separados por ríos y densas áreas de selva, lo cual hace que la construcción y mantenimiento de carreteras sea especialmente complejo y costoso. Además, muchos de los caminos rurales permanecen intransitables durante la temporada de lluvias, lo que afecta tanto a los residentes locales como a los visitantes potenciales. Esto no solo limita el turismo, sino que también restringe el acceso a servicios esenciales como la educación y la salud, lo que, a su vez, frena el desarrollo humano de la región. (Administradora Boliviana de Carretera [ABC], 2024).

El potencial turístico de Pando, basado en su biodiversidad y cultura única, requiere una visión más ambiciosa y un compromiso sólido para invertir en infraestructura. El ecoturismo podría posicionarse como una fuente importante de ingresos y empleo para la población local si se logran superar las barreras de accesibilidad. Para que esto ocurra, es necesario un enfoque integral que combine la inversión en infraestructura vial con la promoción de políticas sostenibles de desarrollo. Las rutas turísticas deben estar conectadas de manera eficiente para permitir el acceso a lugares de interés como los ríos, áreas protegidas, y comunidades indígenas, que ofrecen experiencias culturales y ambientales auténticas.

1.4. Crecimiento del ecoturismo y la conservación

Por otro lado, desde finales del siglo XX, la Amazonía ha sido reconocida como una de las regiones más importantes del mundo en términos de biodiversidad y su papel crítico en la regulación del clima global. Esta importancia ecológica ha ganado un creciente reconocimiento a nivel internacional, pero el camino hacia una gestión sostenible de sus recursos y el desarrollo de un turismo que respete sus frágiles ecosistemas ha sido lento y, en muchos aspectos, insuficiente. La región amazónica enfrenta el reto de equilibrar la conservación de sus vastos recursos naturales con las necesidades de desarrollo económico de las comunidades locales, y la incorporación de la tecnología y la digitalización podría ser un factor clave para lograr este equilibrio.

La tecnología también puede ser utilizada para educar a los turistas y sensibilizarlos sobre la importancia de la conservación. Aplicaciones interactivas que proporcionen información sobre la flora, fauna y las comunidades locales, o incluso visitas guiadas virtuales, pueden enriquecer

la experiencia de los visitantes y fomentar un mayor respeto por el medio ambiente. Al mismo tiempo, los turistas pueden participar activamente en la protección de la región, por ejemplo, a través de plataformas que les permitan reportar avistamientos de animales o posibles actividades ilícitas, como la tala ilegal.

Así mismo, la promoción del turismo sostenible en la Amazonía también requiere un enfoque innovador en cuanto a la oferta turística. A través de plataformas digitales, se pueden crear y promocionar paquetes turísticos que se alineen con los principios de conservación y sostenibilidad. Esto incluye no solo la oferta de experiencias de ecoturismo, sino también actividades que permitan a los visitantes conocer y comprender la cultura local, promoviendo el respeto hacia los modos de vida tradicionales y el patrimonio cultural de las comunidades amazónicas.

1.5. El rol de la Universidad Amazónica de Pando

En cuanto, a la Universidad Amazónica de Pando, desde su fundación en 1993, ha sido un pilar clave para el desarrollo del Departamento Pando, no solo como institución educativa sino como catalizador de investigaciones y crecimiento sostenible. La implementación del Sistema Digital de Información Turística para la RED INFOTUR representa un paso significativo hacia la integración de la educación con las necesidades locales. Este sistema no solo fomentará un turismo sostenible e inclusivo, sino que también posicionará a la región como un destino competitivo y atractivo en el ámbito turístico.

1.6. Estructura organizacional de la red INFOTUR- Pando

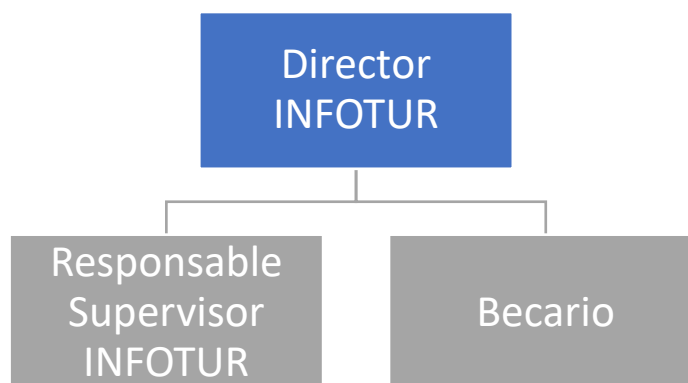


Figura 2. Organigrama INFOTUR

Fuente: INFOTUR

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA QUE SE CONTRIBUIRÁ A RESOLVER.

Implementación un Sistema Digital de Información Turística Para la Red INFOTUR-Pando de la Universidad Amazónica de Pando.2024

Cobija es la capital del Departamento Pando, la cual cuenta con grandes patrimonios históricos y culturales poco conocidos por la población en general

Durante los últimos años las instituciones públicas a pesar de la evolución tecnológica no le han dado la debida importancia al turismo, ya sea por falta de interés o de recursos necesarios, y a causa de esto es que hoy no existe ningún sistema digital de información turística donde estén originado todas las investigaciones realizada, bien elaborado y plasmada toda la información turística del departamento Pando.

Por lo tanto, surge la problemática y la necesidad de realizar la presente propuesta a través de la RED INFOTUR-PANDO, que pretende promocionar al departamento, mediante la elaboración de un sistema digital de información turística de las principales investigaciones realizadas aun no puesta en sitios digitales de información, fácil de manejar y actualizado, este sistema digital estará dirigida a todo tipo de personas.

En el contexto actual del turismo, la necesidad de información accesible actualizada y relevante es primordial para los turistas. La Red INFOTUR-Pando, encargada de proporcionar información turística, enfrenta varios desafíos significativos que afectan la experiencia del usuario y la eficiencia operativa y accesibilidad limitada a la información

Problema. Actualmente muchos turistas enfrentan dificultades para acceder a la información precisa y relevante sobre los sitios turísticos. La información está a menudo dispersa en folletos impresos, guías físicas o sitios web no optimizados para dispositivos móviles, lo que complica el acceso rápido y eficiente.

Contribución: la digitalización de información turística permite a los turistas acceder a datos importantes de manera instantánea y desde cualquier dispositivo móvil.

Esto mejorará significativamente la accesibilidad a la información y reducirá la dependencia de materiales impresos.

2.1. Formulación del problema

¿De qué manera contribuirá la Implementación de un Sistema Digital de Información Turística Para la Red INFOTUR de la Universidad Amazónica de Pando, 2024?

3. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DIRIGIDO

La implementación de un sistema digital de información turística en la Universidad Amazónica de Pando es una respuesta estratégica a la creciente necesidad de modernización y competitividad del sector turístico. Este proyecto, alineado con las tendencias globales de transformación digital, no solo impulsa el turismo sostenible, sino que también fortalece la economía regional al promover la biodiversidad y la cultura únicas de Pando, elementos que representan su mayor riqueza.

La digitalización del turismo permitirá a los visitantes acceder a información precisa y actualizada en cualquier momento y desde cualquier lugar, abarcando desde rutas turísticas y eventos culturales hasta servicios de alojamiento y gastronomía. Este acceso inmediato y constante mejorará significativamente la experiencia del turista, generando una percepción de Pando como un destino moderno, accesible y preparado para recibir visitantes internacionales.

Además, el proyecto contribuirá a diversificar la oferta turística, atrayendo diferentes tipos de turistas, como ecoturistas, investigadores, y aquellos interesados en el patrimonio cultural, lo que en conjunto posicionará a Pando como un destino atractivo y competitivo en el contexto regional y nacional.

Por otro lado, la Universidad Amazónica de Pando optimizará el uso de recursos al gestionar más eficientemente los datos turísticos. Esta capacidad de centralizar y organizar la información facilitará la investigación y fomentará la innovación en el campo turístico, lo cual es un valor añadido para estudiantes y académicos. Al contar con información confiable y en tiempo real, será posible identificar oportunidades de mejora y áreas de desarrollo, además de permitir que estudiantes de diversas carreras apliquen sus conocimientos en proyectos concretos que beneficien a la comunidad.

Un aspecto importante de este sistema digital es su carácter inclusivo. La plataforma reducirá la dependencia de materiales impresos, lo que no solo disminuye el impacto medioambiental, sino que también amplía el acceso al turismo para personas con discapacidad mediante el uso de herramientas digitales accesibles, tales como audioguías y textos adaptados. De este modo, la propuesta no solo responde a la modernización tecnológica, sino también a la inclusión social y la sostenibilidad ambiental, integrando a todos los sectores de la sociedad en la experiencia turística.

3.1. Justificación histórica

La propuesta de implementar un sistema digital de información turística se basa en una serie de eventos y procesos históricos que han moldeado la realidad actual de la región de Pando. Desde su fundación, Pando ha sido una región rica en biodiversidad y cultura, pero históricamente ha enfrentado desafíos significativos en cuanto al acceso a la información, la infraestructura turística y la conectividad. Estos factores han limitado su potencial de crecimiento y su integración en el desarrollo nacional, dejando rezagadas numerosas oportunidades para promover su riqueza cultural y natural.

El sistema digital propuesto no solo busca satisfacer estas necesidades históricas, sino que también capitaliza oportunidades emergentes, como la creciente demanda de destinos ecoturísticos y culturales. En el contexto actual, la digitalización de servicios y la facilidad de

acceso a la información son componentes esenciales para fomentar un turismo inclusivo, eficiente y sostenible. La iniciativa no solo atiende la deuda histórica de conectividad e información turística en Pando, sino que también alinea a la región con las tendencias globales de desarrollo tecnológico y turismo responsable.

Además, el sistema digital busca corregir las desigualdades históricas al democratizar el acceso a la información y al turismo, brindando oportunidades a las comunidades locales para que participen de manera más activa en la economía turística. De esta manera, el proyecto honra la historia de la región y la transforma en una plataforma para su futuro desarrollo, buscando que Pando ocupe un lugar destacado tanto a nivel nacional como internacional como un destino turístico de calidad, inclusivo y orientado hacia la sostenibilidad.

3.2. Justificación práctica y social

Por otra parte, la digitalización de la información turística permitirá que potenciales visitantes accedan fácilmente a datos relevantes sobre el Departamento Pando, incluidos detalles sobre destinos, rutas turísticas, alojamientos, gastronomía local y actividades turísticas. Esta accesibilidad mejorada no solo beneficiará a los turistas, al proporcionarles una experiencia más fluida y enriquecida, sino que también tendrá un impacto positivo directo en la calidad de vida de los residentes locales.

En cuanto al impacto de este sistema digital, este se reflejará particularmente en las comunidades locales, como las comunidades campesinas e indígenas. Estas comunidades se beneficiarán a través del desarrollo de capacidades, la generación de empleo y la promoción de su cultura y conocimientos ancestrales y tradicionales de la región, por lo que, el sistema facilitará el empoderamiento de las comunidades al promover su participación activa en la oferta turística. Por ejemplo, los residentes podrán dar a conocer sus productos artesanales, su gastronomía y sus prácticas culturales a un público más amplio, generando mayores ingresos y oportunidades económicas.

Además, el sistema digital permitirá a las comunidades mostrar sus conocimientos sobre la biodiversidad y el manejo sostenible de los recursos naturales, contribuyendo a la educación ambiental de los visitantes y destacando el valor de las prácticas tradicionales.

Finalmente, la digitalización de la información turística beneficiará a la comunidad académica al proporcionar una base de datos accesible que puede ser utilizada para la investigación y el desarrollo de proyectos académicos y turísticos. Los estudiantes y docentes de la Universidad Amazónica de Pando tendrán la oportunidad de realizar investigaciones más integradas con el entorno local, aplicando sus conocimientos en beneficio directo de la comunidad y promoviendo la innovación en el sector turístico.

3.3. Justificación metodológica

La metodología empleada en este proyecto se fundamenta en la necesidad de garantizar un proceso ordenado, sistemático y eficiente para alcanzar los objetivos propuestos. Dado que el propósito principal es diseñar un sitio web institucional para la Red-INFOTUR Pando, resulta esencial combinar enfoques cualitativos y cuantitativos que permitan recopilar, analizar y presentar la información de manera adecuada.

En primer lugar, se utilizará un enfoque cualitativo para identificar y clasificar los recursos turísticos disponibles en el departamento de Pando, así como las características específicas de los hoteles y agencias de viajes. Esto se logrará mediante la revisión de fuentes documentales, entrevistas con actores clave del sector turístico y visitas de campo para corroborar la información recopilada.

Paralelamente, se integrará un enfoque cuantitativo para analizar datos como la capacidad de alojamiento, la demanda turística y otros indicadores relevantes que contribuyan al diseño estratégico del sitio web. Este análisis facilitará la organización de la información de manera clara, accesible y basada en la realidad del contexto regional.

El desarrollo metodológico también considerará herramientas tecnológicas para el procesamiento de datos, la creación de contenidos multimedia y la implementación de un diseño web funcional. Se priorizará la usabilidad del sitio y su capacidad para satisfacer las necesidades de los usuarios finales, aplicando principios de diseño centrado en el usuario (DCU).

En síntesis, la metodología combina técnicas de recolección de información y análisis estratégico, lo que permite fundamentar cada decisión tomada en el diseño e implementación

del sitio web institucional. Esto asegura que el producto final cumpla con altos estándares de calidad, sea útil para los actores involucrados y contribuya al desarrollo turístico del departamento de Pando.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo general

Implementar un Sistema Digital de Información Turística para la Red-INFOTUR Pando de la Universidad Amazónica de Pando, 2024.

4.2. Objetivos específicos.

- Recopilar información detallada sobre hoteles, agencias de viajes y atractivos turísticos del departamento de Pando.
- Procesar y estructurar la información para su presentación en formato digital.
- Diseñar un sitio web institucional que represente a la Red-INFOTUR Pando, garantizando funcionalidad y accesibilidad.

5. ALCANCE DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es exploratoria y descriptiva este enfoque pretende descubrir nuevos mecanismos en materia y ampliar la información existente mediante la implementación de un sistema digital de información relevante en la ciudad de Cobija y en el Departamento en su conjunto

El alcance de este trabajo dirigido se realizará en ciudad de cobija con el propósito de mejorar, contribuir e implementar una herramienta sumamente importante para la RED INFOTUR-PANDO.

Con datos actualizados la cual será extraído por las diferentes investigaciones realizadas por estudiantes y profesionales en la materia. Por lo tanto, se logrará tener una información veraz y confiable del flujo turístico en la región amazónica.

6. RESULTADOS PREVISTOS

A partir del trabajo realizado, se espera generar un impacto positivo con la implementación de un sistema digital de información turística. Este sistema permitirá promocionar de manera efectiva los atractivos turísticos del departamento de Pando, posicionándolo como un destino destacado a nivel regional y nacional.

El objetivo principal de este trabajo dirigido es implementar un sistema digital que centralice y organice información turística, contribuyendo directamente a fortalecer la actividad turística en la región. Este sistema ofrecerá datos confiables y actualizados, beneficiando tanto a la Red INFOTUR-Pando como a la población en general.

Además, este proyecto busca enriquecer el conocimiento social, cultural y turístico de los habitantes del departamento de Pando, promoviendo un sentido de orgullo por la cultura e identidad amazónica. Al consolidar un sistema digital eficiente, se espera que la región mejore su proyección turística, incentivando el desarrollo económico y sociocultural a través del turismo.

CAPÍTULO II

7. MARCO CONCEPTUAL

En este punto abordaremos varios componentes claves que interactúan y ayudan a comprender mucho mejor proporcionando una base sólida para el desarrollo de la misma.

7.1. El turismo

El turismo se define como la actividad que realiza una persona, de manera individual o en grupo, al desplazarse durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, con fines de descanso, esparcimiento, negocios u otras actividades. Este desplazamiento tiene una duración máxima de un (1) año, conforme a la normativa migratoria vigente (Ley General de Turismo "Bolivia te espera", Ley 292, Art. 6).

Diversos autores consideran al turismo como un fenómeno que engloba el conjunto de relaciones y experiencias originadas por el desplazamiento y la estancia de personas fuera de su lugar de origen. Constituye una práctica social de carácter particular, que además de ser generadora de actividades económicas, ha pasado de tener un rol marginal a convertirse en un elemento estructural dentro de las economías modernas.

A diferencia de sectores como la minería o la agricultura, el turismo no es una industria en el sentido tradicional, sino un sistema de actividades económicas interrelacionadas diseñadas para satisfacer las necesidades y expectativas de los viajeros, tanto nacionales como internacionales. Según Matieson y Wall (1982), el análisis del turismo comprende tres áreas fundamentales:

- La demanda turística: el estudio de las motivaciones y experiencias de las personas que se trasladan fuera de su hábitat habitual.
- La oferta turística: el análisis de los establecimientos, agencias e instituciones que organizan servicios y bienes para atender a los viajeros.
- Los impactos del turismo: la evaluación de los efectos que las actividades turísticas, los viajeros y las instituciones generan en los espacios, las economías y el patrimonio cultural y natural de los destinos.

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como "un fenómeno socioeconómico cuyo objetivo principal es mejorar la calidad de vida, en conformidad con las exigencias de la dignidad humana" (Declaración de Manila, 10 de septiembre de 1980).

7.2. INFOTUR

INFOTUR es una oficina de información turística de alcance nacional, cuya principal función es proporcionar y facilitar información turística actualizada sobre la oferta de cada región a los visitantes o turistas. Su objetivo es contribuir a que los viajeros optimicen su estancia y desplazamiento en el país, promoviendo una mayor duración de su permanencia. Esto, a su vez, genera un impacto económico positivo al incrementar los ingresos en beneficio de la calidad de vida de los habitantes de la región o del país.

En este marco, durante el primer periodo de 2019, INFOTUR-UAP se encargó de elaborar una revista para la promoción de los principales sitios y monumentos históricos de la ciudad de Cobija (Villaruel Fernández, 2019).

La red INFOTUR-Pando, promovida por la Universidad Amazónica de Pando (UAP), tiene como objetivo mejorar las condiciones de atención profesional al flujo turístico que llega a Cobija, puerta de entrada al departamento de Pando. Los beneficiarios directos de esta red incluyen:

- Estudiantes universitarios de la Carrera de Turismo Sostenible, quienes adquieren experiencia práctica.
- Turistas nacionales e internacionales, interesados en explorar la región amazónica.
- Museos, artesanos y comunidades locales, que obtienen oportunidades para compartir su cultura y tradiciones.

Entre los beneficiarios indirectos se encuentran:

- La Unidad de Turismo del Gobierno Departamental de Pando.

- La Unidad de Turismo del Gobierno Municipal de Cobija.
- Agencias de viajes, hoteles, el sector gastronómico, aerolíneas y comerciantes en general.

De este modo, INFOTUR contribuye al fortalecimiento del sector turístico en Pando, promoviendo el desarrollo sostenible mediante la articulación entre los actores locales y el flujo turístico.

7.3. Patrimonio cultural

El patrimonio cultural se define como la herencia cultural proveniente del pasado de una comunidad, preservada hasta el presente y transmitida a las generaciones actuales. Representa una conexión histórica y cultural que refuerza la identidad colectiva y el sentido de pertenencia.

De acuerdo con la UNESCO, el patrimonio cultural abarca una amplia gama de elementos que trascienden las categorías tradicionales de objetos artísticos, antigüedades, monumentos y bellas artes. Incluye, además:

- Patrimonio archivístico: documentos y registros históricos que preservan la memoria escrita de una sociedad.
- Patrimonio documental y bibliográfico: libros, manuscritos y textos que forman parte del acervo cultural de una comunidad.
- Patrimonio material: objetos tangibles que reflejan la historia y las tradiciones de una cultura.
- Patrimonio etnográfico: elementos asociados a las prácticas, creencias y formas de vida de diferentes grupos sociales.

Estas dimensiones resaltan la riqueza y diversidad del patrimonio cultural, subrayando su importancia no solo como legado histórico, sino también como recurso para el desarrollo social y económico sostenible. (Fuente: Entorno Turístico, Internet).

7.4. Demanda turística

La demanda se define como la cantidad de bienes y servicios que los consumidores adquieren a diferentes precios; es decir, cuando una persona decide comprar un bien para satisfacer sus necesidades. En el contexto del turismo, la demanda turística se refiere al consumo de bienes y servicios relacionados con actividades turísticas, y su análisis nos permite comprender el comportamiento de los turistas frente a diversos factores que influyen en sus decisiones, como los precios de los servicios turísticos, los precios de otros bienes que consumen y, generalmente, el nivel de ingresos de los consumidores.

La demanda turística se centra, entonces, en el consumo que realizan los turistas durante sus desplazamientos, y suele estar influenciada por el costo de los servicios, la accesibilidad, y el poder adquisitivo de los viajeros. Este tipo de demanda puede categorizarse en bienes y servicios primarios, como el alojamiento y el transporte, y bienes secundarios, como medicamentos y artículos de aseo personal, todos consumidos en el lugar de destino.

En este sentido, las definiciones del turismo están fuertemente basadas en la demanda turística, ya que se enfocan en la adquisición de bienes y servicios necesarios para satisfacer las necesidades del turista. Esto puede incluir desde los elementos esenciales para la estancia, como el alojamiento, hasta otros productos complementarios.

El turismo se considera un bien de consumo relativamente lujoso. Aunque históricamente solo las clases altas podían acceder a actividades turísticas, hoy en día, gracias al abaratamiento de los precios y al aumento del nivel de ingresos, cualquier persona tiene la posibilidad de participar en actividades turísticas, democratizando así el acceso a esta experiencia.

En este contexto, un ejemplo de cómo se puede fomentar la demanda turística es la elaboración de un Sistema Digital de Información Turística para promocionar los principales sitios y atractivos históricos de la ciudad de Cobija. Esta iniciativa busca aumentar el interés y el consumo turístico, promoviendo la riqueza cultural y los atractivos de la región, además tiene el potencial de atraer a más visitantes y fomentar el desarrollo del sector turístico local, contribuyendo al crecimiento económico y cultural de la ciudad de Cobija.

7.5. Prestadores de servicios turístico

Los prestadores de servicios turísticos incluyen todas las formas de organización económica comunitaria, pública y privada que ofrecen servicios relacionados con el turismo. Esto abarca desde el hospedaje y la intermediación, hasta el traslado, transporte, información, asistencia, guía, y cualquier otro servicio conexo o complementario al turismo, siempre que estos se encuentren debidamente registrados y autorizados (Introducción al Turismo, Libro).

En el marco de la legislación vigente, específicamente según la Ley General del Turismo "Bolivia te espera" (Ley 292, Art. 6), se consideran prestadores de servicios turísticos a los siguientes actores:

- **Empresas Operadoras de Turismo Receptivo:** Aquellas que organizan y facilitan la llegada de turistas nacionales e internacionales, asegurando que disfruten de experiencias auténticas y bien organizadas en la región.
- **Establecimientos de Hospedaje Turístico:** Incluye todas las modalidades y categorías de hospedaje, desde hoteles de lujo hasta alojamientos más modestos, todos adaptados a diferentes necesidades y presupuestos.
- **Empresas de Viaje y Turismo:** En todas sus modalidades y categorías, estas empresas proporcionan servicios para facilitar la planificación de viajes, incluyendo paquetes turísticos, boletos y servicios complementarios.
- **Empresas de Transporte Turístico Exclusivo:** Abarcan aquellas que brindan servicios de transporte especializado para turistas, asegurando su traslado hacia y desde los destinos de interés de manera segura y eficiente.
- **Empresas Organizadoras de Congresos y Ferias Internacionales de Turismo:** Estas empresas se especializan en la organización de eventos turísticos que atraen tanto a visitantes como a actores importantes del sector, promoviendo el intercambio cultural y el networking.
- **Guías de Turismo:** Los guías son esenciales para enriquecer la experiencia del visitante, ofreciendo conocimiento detallado y contexto sobre los sitios visitados, así como ayudando a los turistas a conectarse más profundamente con la cultura y la historia local.

- **Servicios Gastronómicos Turísticos:** Incluyen restaurantes y otros proveedores de comida que ofrecen a los turistas una experiencia culinaria que refleja la riqueza cultural de la región.
- **Otros Servicios Afines:** Cualquier otro servicio que complemente o apoye la actividad turística, y que esté debidamente registrado, puede adquirir la categoría de servicio turístico.

Todos los aspectos relacionados con los prestadores de servicios turísticos se regulan mediante una reglamentación específica, asegurando que estos servicios cumplan con estándares de calidad y seguridad. De esta manera, la ley busca garantizar una experiencia turística integral que potencie la competitividad del sector y promueva el desarrollo turístico responsable y sostenible en el país.

Este marco normativo no solo define y regula quiénes pueden ser considerados prestadores de servicios turísticos, sino que también establece las bases para garantizar la calidad y accesibilidad de dichos servicios, lo cual es esencial para fomentar el desarrollo del turismo en Bolivia y posicionar al país como un destino atractivo tanto a nivel regional como internacional

7.6. Promoción Turística

La promoción turística se refiere al conjunto de actividades, estrategias y medios utilizados para incrementar la demanda del "Destino Bolivia" tanto a nivel nacional como internacional. Esto implica el diseño y ejecución de campañas publicitarias, la participación en ferias y eventos turísticos, el desarrollo de material promocional, y el uso de plataformas digitales y redes sociales para captar la atención de potenciales turistas. Estas actividades buscan resaltar la diversidad y riqueza cultural, natural y patrimonial de Bolivia, posicionándola como un destino atractivo y competitivo.

La Ley General del Turismo "Bolivia te espera" (Ley 292, Art. 6) establece los lineamientos para la promoción del turismo, con el objetivo de proyectar una imagen positiva y auténtica del país. La promoción no solo abarca la difusión de los principales destinos y atractivos turísticos, sino que también pone énfasis en la sostenibilidad, la inclusión de comunidades locales, y la valorización del patrimonio cultural y natural.

A nivel práctico, las actividades de promoción turística se materializan a través de campañas publicitarias en medios tradicionales, como televisión y prensa, así como mediante el uso de medios digitales, aprovechando las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles para alcanzar un público más amplio y diverso. La promoción digital permite a Bolivia destacarse en mercados internacionales, atrayendo turistas interesados en experiencias auténticas, como el ecoturismo, el turismo cultural y de aventura.

Además, la promoción turística en Bolivia busca involucrar a las comunidades locales, destacando sus tradiciones, gastronomía y cultura, con el propósito de generar beneficios económicos y fortalecer la identidad cultural. Este enfoque participativo no solo aumenta la visibilidad de las comunidades menos conocidas, sino que también permite distribuir equitativamente los beneficios del turismo, fomentando un desarrollo regional más inclusivo

7.7. Turismo Sostenible

El turismo sostenible se define como una industria comprometida a reducir su impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, a la vez que contribuye a la generación de ingresos y la creación de empleo para la población local (Federación de Parques Nacionales y Naturales, Internet). Este enfoque busca armonizar el crecimiento del turismo con la conservación del entorno, asegurando que los beneficios económicos no vayan en detrimento del patrimonio natural y cultural de las regiones turísticas.

Meyer (2002) sostiene que el turismo se construye y prospera gracias a la existencia de atractivos naturales, culturales y de otro tipo, siempre y cuando estos se encuentren en un estado adecuado de conservación. Es decir, el turismo puede beneficiarse de estos recursos, pero debe hacerlo de manera responsable para evitar su agotamiento o degradación. La base del turismo sostenible radica en la capacidad de utilizar los recursos sin comprometer su disponibilidad y calidad para las generaciones futuras.

Por otro lado, Meyer advierte que en varias partes del mundo, el turismo ha seguido una estrategia de crecimiento ilimitado de la oferta y la demanda, lo cual ha generado graves problemas medioambientales, incluyendo el deterioro de ecosistemas y daños irreparables. Este enfoque de crecimiento descontrolado ha alterado el equilibrio natural de muchos destinos turísticos, llevándolos a perder sus características esenciales y disminuyendo su atractivo a largo

plazo. Para evitar tales consecuencias, Meyer enfatiza que el turismo debe basarse en principios de desarrollo sostenible que garanticen la preservación de los recursos naturales y culturales en sus condiciones originales.

En consonancia con Meyer, Morán (2001) plantea que el turismo, el desarrollo regional y la protección del medio ambiente pueden coexistir de manera equilibrada si se lleva a cabo una adecuada planificación y manejo de los recursos. Morán subraya la importancia de que el desarrollo turístico no comprometa la "naturalidad" del entorno. Esto implica una gestión cuidadosa que evite la sobreexplotación de los recursos y priorice la conservación, de modo que las comunidades locales se beneficien económicamente sin comprometer sus bienes culturales y ambientales.

El turismo sostenible, por tanto, no solo es una forma de reducir el impacto negativo del turismo convencional, sino que se convierte en un vehículo para el desarrollo local y la conservación de la biodiversidad. Mediante la aplicación de estrategias de turismo responsable y sostenible, se busca que las actividades turísticas contribuyan al bienestar económico y social de las comunidades, al tiempo que protegen y revalorizan los recursos naturales y culturales.

7.8. Turismo digital

Según Buhalis y Law (2008), el turismo digital implica el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para transformar la industria turística, incrementando la eficiencia operativa y mejorando la experiencia del cliente. Este enfoque se centra en integrar herramientas digitales para optimizar la gestión de servicios turísticos, desde la planificación y la reserva hasta la interacción con los turistas durante su estancia y después de su visita.

Buhalis (2000) destaca que la digitalización permite a los destinos turísticos ofrecer servicios personalizados y en tiempo real, lo cual contribuye a satisfacer las crecientes expectativas de los turistas en la era digital. Hoy en día, los turistas buscan experiencias a medida que respondan a sus preferencias individuales y esperan poder acceder a información y servicios de manera inmediata. La digitalización permite precisamente cumplir con estas demandas, ofreciendo respuestas rápidas y ajustadas a cada necesidad.

El turismo digital abarca una amplia variedad de aplicaciones tecnológicas, incluyendo plataformas de reserva en línea, sistemas de realidad aumentada para enriquecer las visitas, aplicaciones móviles para la guía turística, y el uso de la inteligencia artificial para personalizar las recomendaciones de destinos y actividades. Además, la gestión de datos permite a los operadores turísticos comprender mejor el comportamiento y las preferencias de los visitantes, facilitando la toma de decisiones estratégicas para mejorar sus servicios.

Por lo tanto, el turismo digital no solo incrementa la eficiencia operativa de las empresas y destinos turísticos, sino que también mejora la experiencia del usuario, desde la planificación del viaje hasta el regreso a casa. En este contexto, la transformación digital se convierte en un factor esencial para la competitividad del sector turístico, permitiendo a los destinos mantenerse relevantes y atractivos frente a un mercado cada vez más globalizado y exigente.

El enfoque en el turismo digital también ofrece ventajas para la sostenibilidad. Al optimizar recursos y reducir la dependencia de materiales impresos, así como al ofrecer a los turistas herramientas que les permitan realizar decisiones más informadas y responsables, el turismo digital contribuye a una gestión más sostenible del turismo y del patrimonio cultural y natural.

7.9. Código QR (Quick response- Código de Respuesta Rápida)

El código QR, abreviatura de "Quick Response" o "Código de Respuesta Rápida", fue creado en 1994 por la empresa Denso Wave, subsidiaria del grupo Toyota. Denso Wave define los códigos QR como códigos bidimensionales capaces de almacenar una gran cantidad de datos que pueden ser fácilmente accesibles mediante el escaneo con un dispositivo móvil, como un smartphone o una tablet. A diferencia de los tradicionales códigos de barras unidimensionales, los códigos QR pueden almacenar información de manera más eficiente y en mayor volumen, incluyendo enlaces a sitios web, textos, números de teléfono, ubicaciones y otros tipos de datos.

Los códigos QR se han convertido en una herramienta fundamental en el contexto del turismo digital, ya que ofrecen una forma sencilla y rápida de acceder a información sobre sitios turísticos, servicios, mapas, eventos y más. Por ejemplo, en un destino turístico, los visitantes pueden escanear un código QR colocado en un monumento o atracción para obtener detalles históricos, horarios de visitas, audios explicativos, o incluso acceder a recorridos virtuales en diferentes idiomas. De esta manera, los códigos QR contribuyen significativamente a mejorar

la experiencia del turista, ofreciendo información valiosa de forma inmediata y sin la necesidad de guías impresas.

Además, los códigos QR son una solución rentable y sostenible para la industria turística. Su implementación no requiere grandes inversiones y permite reducir la dependencia de materiales impresos, lo que se alinea con los principios del turismo sostenible al disminuir el uso de papel y la generación de residuos. Esto facilita que tanto los operadores turísticos como los destinos mantengan su información actualizada sin costos adicionales, ya que los cambios pueden ser realizados digitalmente.

Otro aspecto importante de los códigos QR es su capacidad para fomentar la interactividad y la personalización. Los turistas pueden elegir qué información desean consultar y cómo acceder a ella, lo que les brinda autonomía durante su visita. Esta flexibilidad es particularmente útil en la era de la digitalización, donde los viajeros valoran el acceso a la información de forma rápida y personalizada.

7.10. Experiencia del usuario.

Según Norman (2013), la experiencia del usuario (UX, por sus siglas en inglés) abarca todos los aspectos de la interacción del usuario final con una empresa, sus servicios y productos. Este concepto se refiere no solo al uso de productos tangibles, sino también a las emociones, percepciones y respuestas que experimenta el usuario durante toda su interacción con una marca o servicio.

En el contexto del turismo digital, la experiencia del usuario se convierte en un elemento esencial para garantizar la satisfacción y fidelización del turista. La calidad de la interacción que el visitante tiene con una plataforma digital —como una página web de turismo, una aplicación móvil o cualquier sistema de información turística— es determinante para influir en su percepción y decisiones durante su viaje. Una buena experiencia de usuario implica que el acceso a la información sea fácil, que la navegación sea intuitiva, y que la respuesta a las necesidades del usuario sea rápida y eficaz.

Norman enfatiza que la experiencia del usuario no se limita únicamente al diseño de la interfaz de un producto, sino que incluye todos los aspectos que influyen en la manera en que el usuario

percibe el servicio en general. Esto abarca elementos como la velocidad de respuesta de una página web, la facilidad con la que se encuentra información relevante, la estética de la interfaz, y la sensación de confianza y seguridad que transmite el servicio. Una experiencia satisfactoria no solo facilita que el usuario cumpla sus objetivos, sino que también puede convertir la interacción en una experiencia placentera que motive a futuras visitas o recomendaciones.

En el ámbito turístico, una experiencia de usuario bien diseñada tiene el poder de mejorar significativamente el nivel de satisfacción de los visitantes. Por ejemplo, una aplicación de turismo que permite a los usuarios reservar servicios, obtener recomendaciones personalizadas, recibir alertas sobre eventos o promociones, y acceder a información en tiempo real, crea un entorno en el cual el usuario siente que sus necesidades están cubiertas de forma eficiente. Esto, a su vez, fortalece la imagen del destino turístico, mejorando la percepción del lugar como un destino moderno, acogedor e innovador.

Asimismo, la experiencia del usuario es fundamental para atraer y retener a los turistas. Una experiencia positiva durante la fase de planificación, en la que el usuario puede explorar opciones fácilmente, comparar precios, y reservar actividades sin complicaciones, aumenta la probabilidad de que el turista elija ese destino y, lo que es más importante, lo recomiende a otros. Esto convierte a la UX en un componente estratégico para el desarrollo y la promoción del turismo.

7.11. Accesibilidad a la información

La accesibilidad, según el World Wide Web Consortium (W3C, 1999), se refiere a la práctica de diseñar sitios web que sean utilizables por personas con todo tipo de capacidades y discapacidades. Este concepto es fundamental en el contexto de la información turística, ya que garantiza que todos los usuarios puedan acceder de manera equitativa a los recursos disponibles en línea.

Paciello (2000) señala que la accesibilidad en la información turística no solo constituye un derecho universal, sino que también mejora significativamente la experiencia del turista. Al garantizar la inclusión, se amplía el alcance de los servicios turísticos, permitiendo que un mayor número de personas disfruten de las experiencias y ofertas del sector.

En este sentido, asegurar la accesibilidad en las plataformas y herramientas de información turística no solo promueve la igualdad, sino que también contribuye al desarrollo económico y social al hacer el turismo más inclusivo y sostenible.

CAPÍTULO III

8. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.

a) Enfoque de Investigación

La investigación se desarrollará bajo un enfoque mixto, integrando elementos cuantitativos y cualitativos. La parte cuantitativa permitirá analizar datos estadísticos sobre el acceso, uso y preferencia de información turística, mientras que la cualitativa abordará las percepciones, necesidades y experiencias de los usuarios de la información turística en la región de Pando.

b) Nivel de Investigación

El nivel de investigación será descriptivo y aplicativo. Por un lado, se describirán las características actuales del acceso a la información turística en Pando y, por otro, se aplicarán los conocimientos obtenidos para diseñar e implementar un sistema digital que resuelva las problemáticas identificadas

c) Tipo de Investigación

Se empleará un enfoque descriptivo, dado que se buscará detallar el estado actual de la información turística y sus limitaciones, y analítico, al evaluar las soluciones tecnológicas adecuadas para superar dichas limitaciones.

d) Métodos de Investigación

Se utilizarán los siguientes métodos:

- Revisión documental: para recopilar información previa sobre investigaciones relacionadas con el información turística digital en Pando.
- Estudios de caso: para analizar sistemas digitales de información turística implementados en contextos similares. Como es el caso de la Secretaria Departamental de Turismo del Gobierno Autónomo Departamental de Pando [GADP]
- Diseño y desarrollo de sistemas: para la creación del sistema de información digital propuesta.

e) Técnicas de Investigación

Encuestas: dirigidas a operadoras de turismo y hoteles para comprender sus necesidades y preferencias en el acceso a información turística.

Entrevistas semiestructuradas: Dirigida a turistas y potenciales usuarios de los servicios de información turística de la ciudad de Cobija.

Análisis heurístico: para evaluar la usabilidad y funcionalidad del sistema digital durante su desarrollo se hizo la consulta con expertos de la Unidad de Sistema de Información de la Universidad Amazónica de Pando.

f) Instrumentos de Investigación

Cuestionarios estructurados para las encuestas.

Guías de entrevista para las entrevistas semiestructuradas.

g) Herramientas para la Investigación

Herramientas digitales: software como *Google Forms* para la recolección de datos y para el análisis de datos cuantitativos. Además, se empleará la herramienta digital de *Google Sites* para la creación y diseño de página web institucional de INFOTUR con *Back link* hacia la Página Web Institucional de la Universidad Amazónica de Pando.

Este enfoque metodológico busca asegurar una implementación efectiva y sostenible del sistema digital para la Red INFOTUR-Pando, aprovechando tanto las perspectivas estadísticas como las interpretativas para un análisis y diseño final y aplicable al contexto.

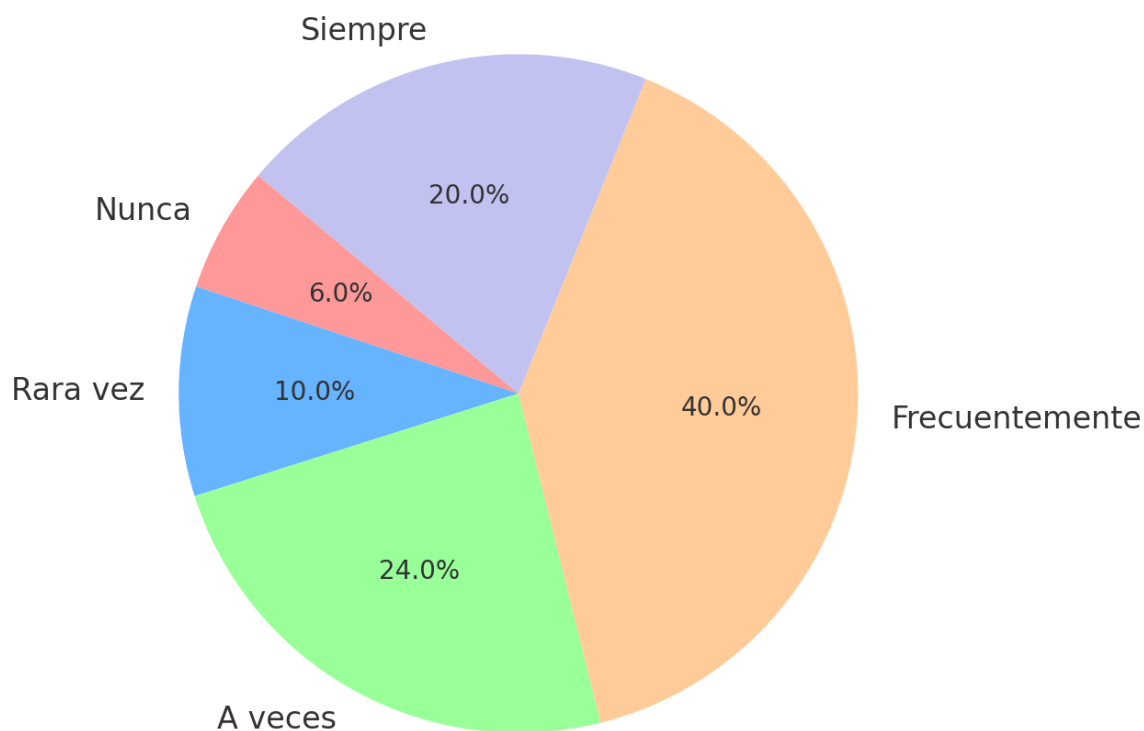
CAPÍTULO IV

9. DIAGNÓSTICO O SITUACIÓN INICIAL DE LA INSTITUCIÓN

1. ¿Con qué frecuencia utiliza información digital para planificar sus viajes?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|----------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Nunca | 3 | 6 | 6 |
| Rara vez | 5 | 10 | 16 |
| A veces | 12 | 24 | 40 |
| Frecuentemente | 20 | 40 | 80 |
| Siempre | 10 | 20 | 100 |

Frecuencia de uso de información digital para planificar viajes



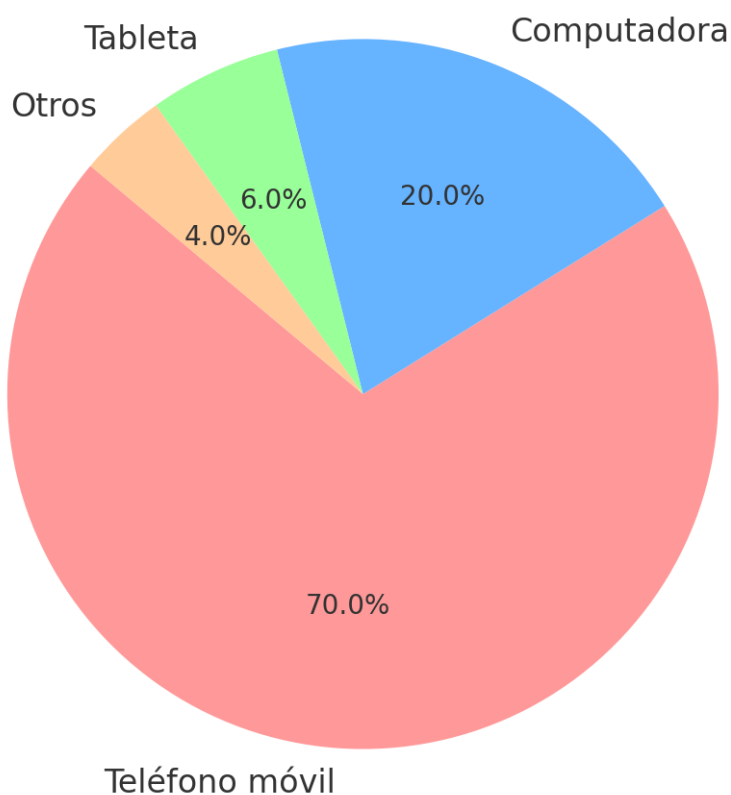
Análisis: La mayoría de los encuestados (40%) utiliza frecuentemente información digital para planificar sus viajes, seguido por un 20% que siempre lo hace. Esto demuestra una inclinación

significativa hacia la utilización habitual de herramientas digitales en la planificación de viajes, lo que resalta su importancia en este ámbito.

2. ¿Qué dispositivo utiliza principalmente para buscar información turística?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|----------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Teléfono móvil | 35 | 70 | 70 |
| Computadora | 10 | 20 | 90 |
| Tableta | 3 | 6 | 96 |
| Otros | 2 | 4 | 100 |

Dispositivo principal para buscar información turística



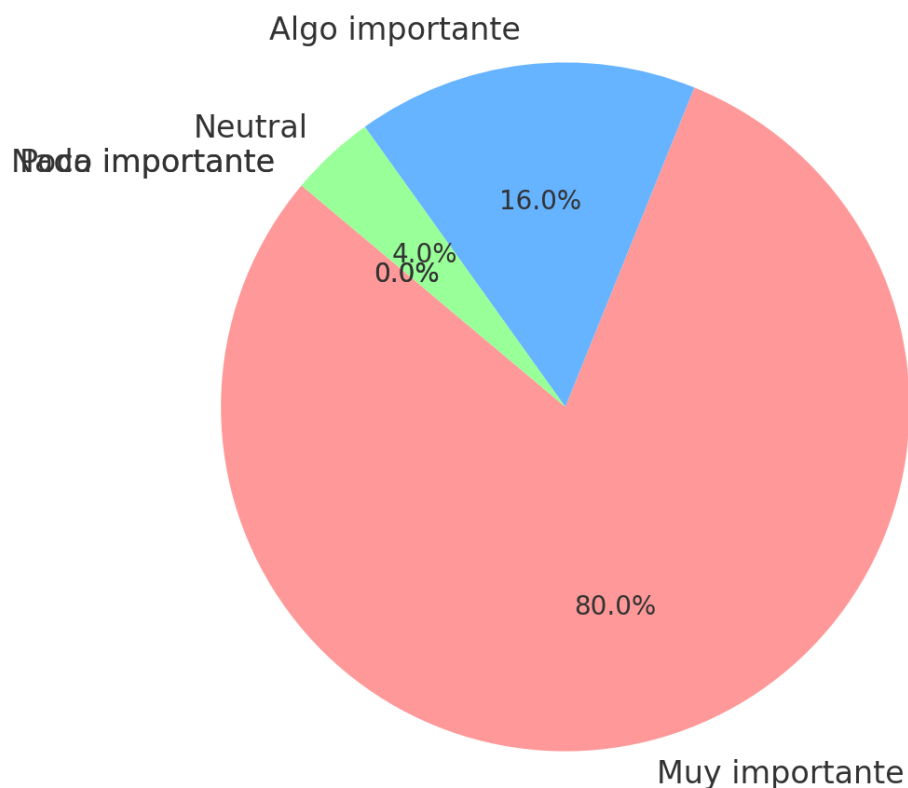
Análisis: El 70% de los encuestados utiliza el teléfono móvil como su dispositivo principal para buscar información turística, destacando su conveniencia y accesibilidad. La computadora

ocupa el segundo lugar con un 20%, lo que refleja su relevancia como una herramienta complementaria para estos fines.

3. ¿Considera importante que la información turística esté disponible en línea?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|-----------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Muy importante | 40 | 80 | 80 |
| Algo importante | 8 | 16 | 96 |
| Neutral | 2 | 4 | 100 |
| Poco importante | 0 | 0 | 100 |
| Nada importante | 0 | 0 | 100 |

Importancia de la disponibilidad de información turística en línea

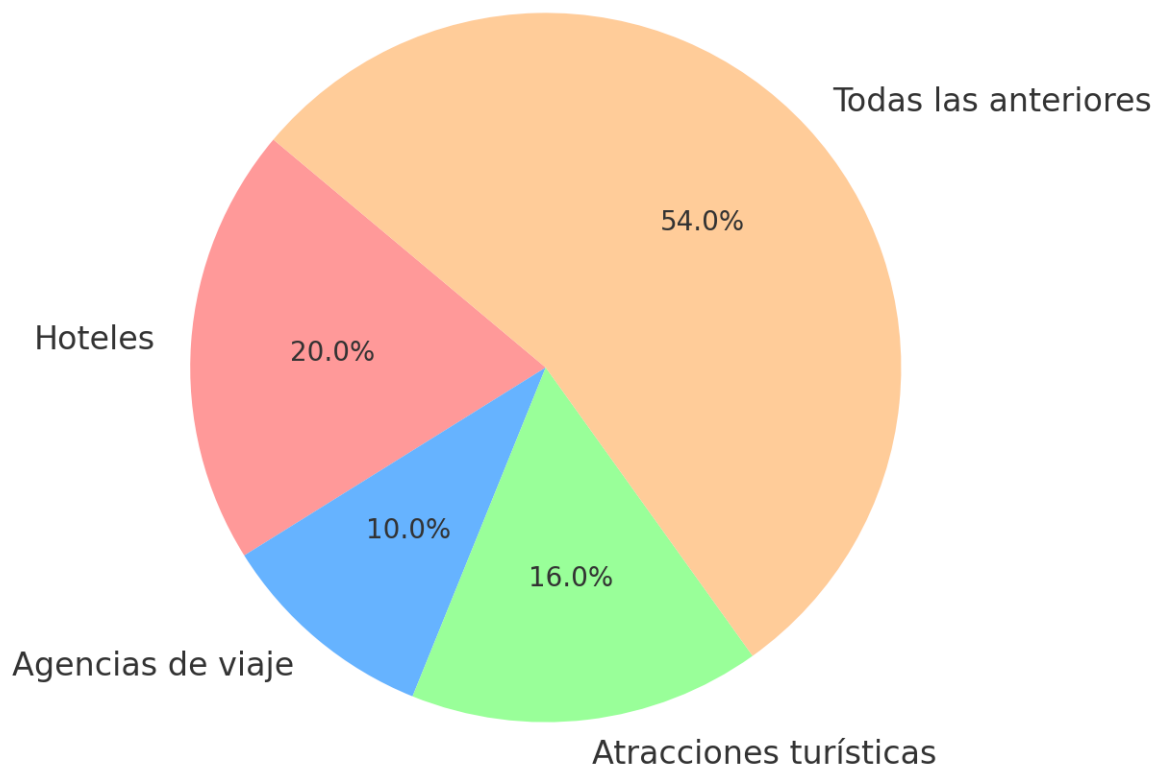


Análisis: Un 80% de los encuestados considera "muy importante" que la información turística esté disponible en línea, seguido por un 16% que lo califica como "algo importante". Esto subraya la necesidad de mantener recursos digitales accesibles y actualizados para satisfacer las expectativas de los usuarios.

4. ¿Qué tipo de información turística prefiere encontrar en un sistema digital?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Hoteles | 10 | 20 | 20 |
| Agencias de viaje | 5 | 10 | 30 |
| Atracciones turísticas | 8 | 16 | 46 |
| Todas las anteriores | 27 | 54 | 100 |

Preferencia de información turística en sistemas digitales

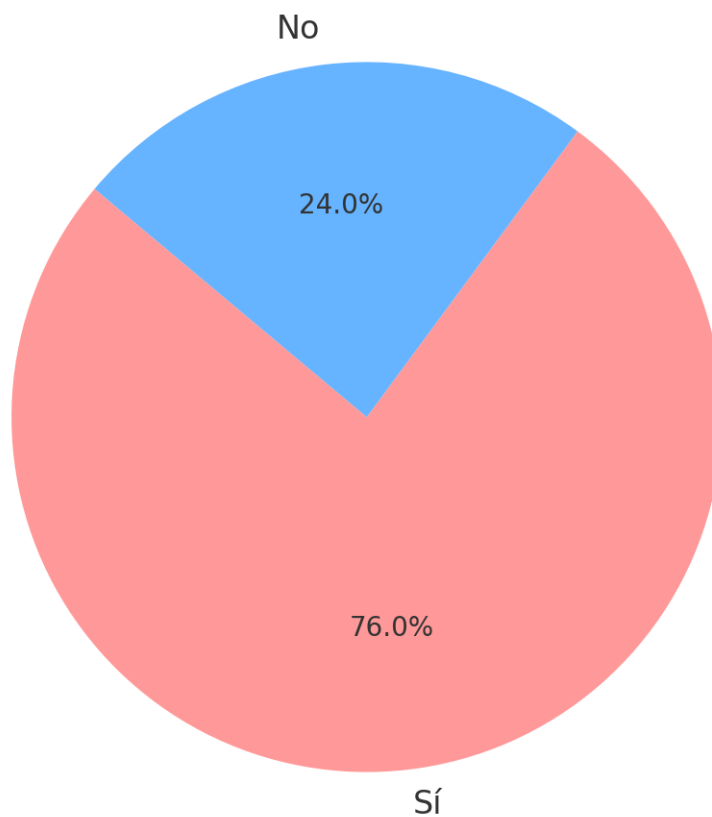


Análisis: El 54% de los encuestados prefiere que los sistemas digitales ofrezcan una solución integral que incluya información sobre hoteles, agencias de viaje y atracciones turísticas. Esto evidencia la demanda por plataformas completas que cubran múltiples aspectos del turismo en un solo lugar.

5. ¿Ha tenido dificultades para encontrar información turística sobre Pando?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|-----------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Sí | 38 | 76 | 76 |
| No | 12 | 24 | 100 |

Dificultades para encontrar información turística sobre Pando

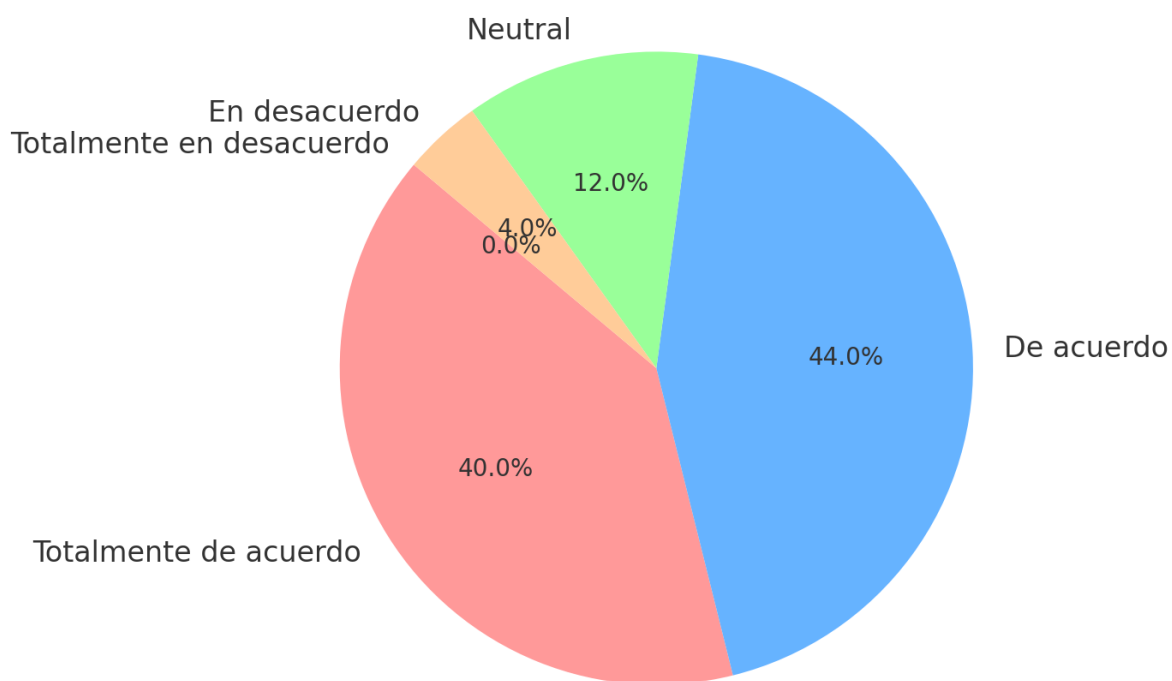


Análisis: El 76% de los encuestados reporta haber tenido dificultades para encontrar información turística sobre Pando. Este dato resalta una carencia significativa de recursos accesibles y confiables para los turistas interesados en esta región..

6. ¿Confía más en sistemas digitales de instituciones oficiales que en blogs o redes sociales?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|--------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | 20 | 40 | 40 |
| De acuerdo | 22 | 44 | 84 |
| Neutral | 6 | 12 | 96 |
| En desacuerdo | 2 | 4 | 100 |
| Totalmente en desacuerdo | 0 | 0 | 100 |

Confianza en sistemas digitales oficiales vs blogs/redes sociales

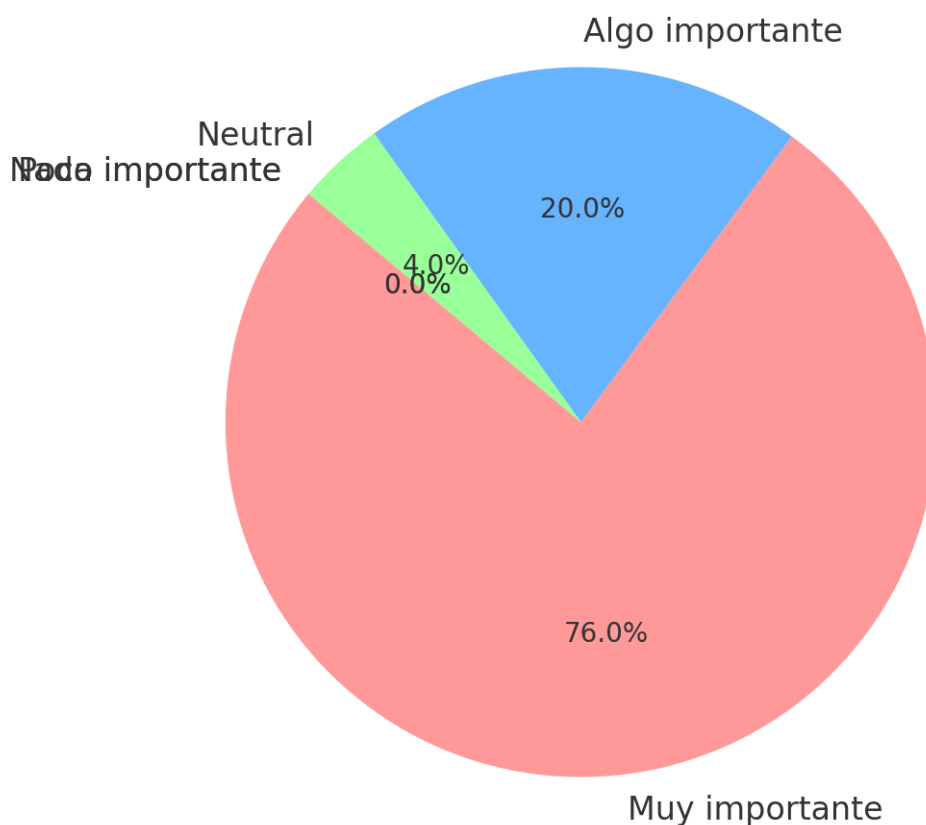


Análisis: Un 84% de los encuestados está "totalmente de acuerdo" o "de acuerdo" en que confían más en sistemas digitales de instituciones oficiales que en blogs o redes sociales. Esto subraya la importancia de desarrollar plataformas institucionales confiables para generar credibilidad.

7. ¿Qué tan importante es la funcionalidad del sitio web para usted?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|-----------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Muy importante | 38 | 76 | 76 |
| Algo importante | 10 | 20 | 96 |
| Neutral | 2 | 4 | 100 |
| Poco importante | 0 | 0 | 100 |
| Nada importante | 0 | 0 | 100 |

Importancia de la funcionalidad del sitio web

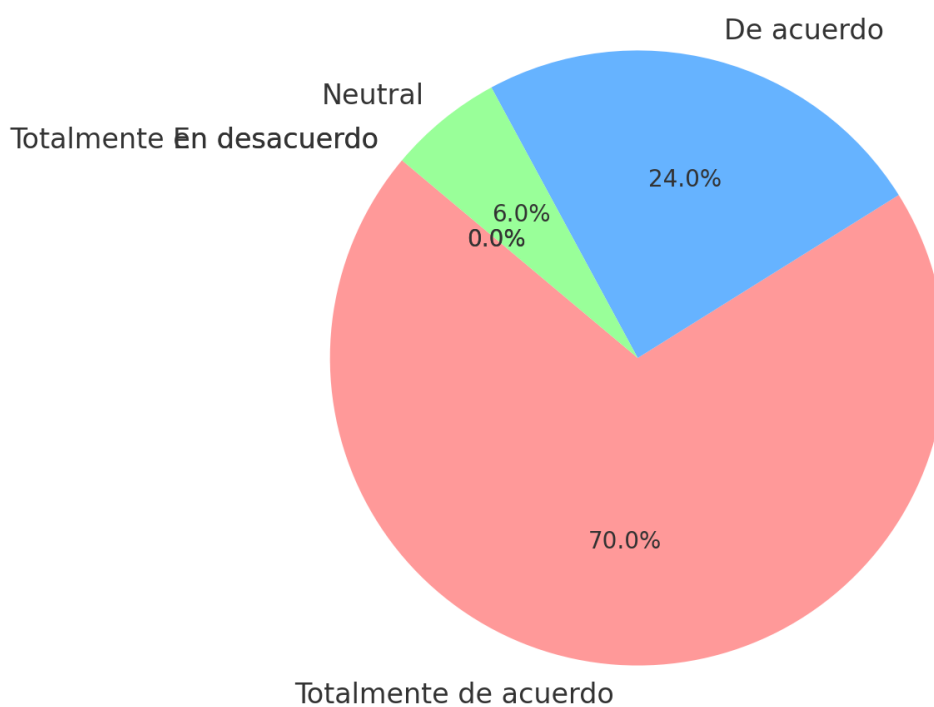


Análisis: El 76% de los encuestados considera "muy importante" la funcionalidad del sitio web, seguido por un 20% que lo califica como "algo importante". Esto indica la necesidad de diseñar sitios web intuitivos y fáciles de usar para mejorar la experiencia del usuario..

8. ¿Considera que un sistema digital mejoraría la promoción del turismo en Pando?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|--------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | 35 | 70 | 70 |
| De acuerdo | 12 | 24 | 94 |
| Neutral | 3 | 6 | 100 |
| En desacuerdo | 0 | 0 | 100 |
| Totalmente en desacuerdo | 0 | 0 | 100 |

Impacto de un sistema digital en la promoción del turismo en Pando

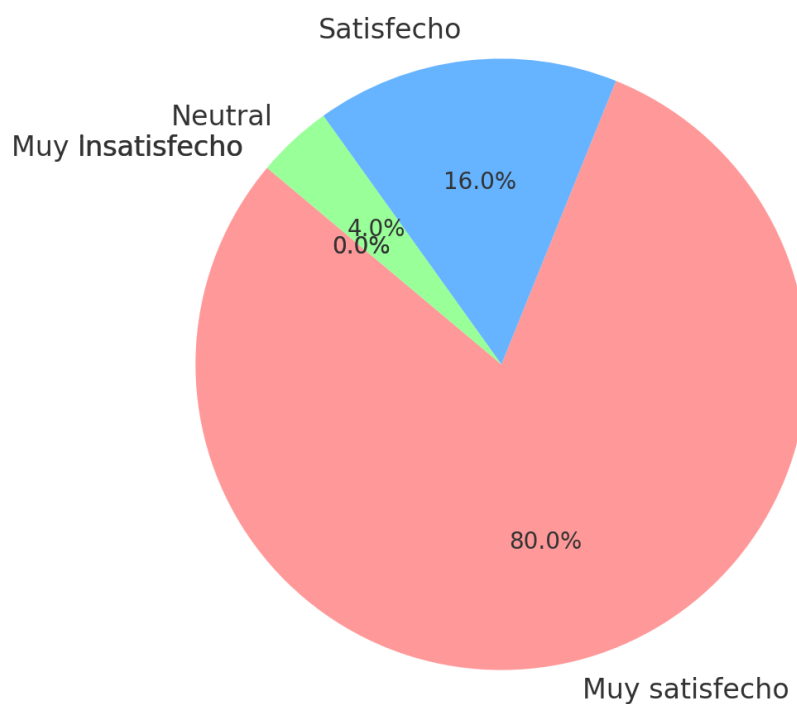


Análisis: El 94% de los encuestados está "totalmente de acuerdo" o "de acuerdo" en que un sistema digital mejoraría la promoción turística de Pando. Esto refleja el gran potencial de los recursos digitales para impulsar el turismo en la región.

9. ¿Cuál sería su nivel de satisfacción si existiera un sistema digital actualizado y fácil de usar?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Muy satisfecho | 40 | 80 | 80 |
| Satisfecho | 8 | 16 | 96 |
| Neutral | 2 | 4 | 100 |
| Insatisfecho | 0 | 0 | 100 |
| Muy insatisfecho | 0 | 0 | 100 |

Satisfacción proyectada con un sistema digital actualizado y fácil de usar

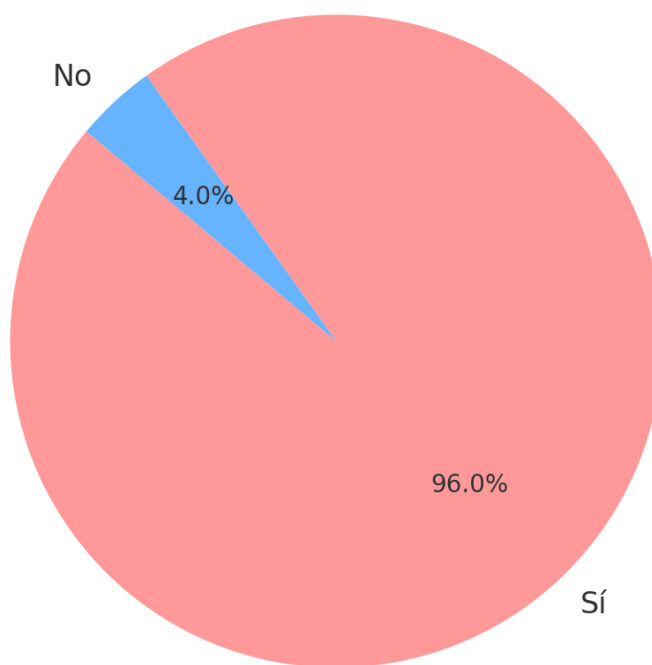


Análisis: El 80% de los encuestados anticipa estar "muy satisfecho" con un sistema digital actualizado y fácil de usar, mientras que un 16% se sentiría "satisfecho". Esto indica una expectativa positiva hacia la implementación de una herramienta digital de alta calidad.

10. ¿Estaría dispuesto a recomendar el sistema digital de información turística a otros turistas?

| Respuesta | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa (%) | Frecuencia Acumulada (%) |
|-----------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Sí | 48 | 96 | 96 |
| No | 2 | 4 | 100 |

Disposición a recomendar un sistema digital de información turística



Análisis: El 96% de los encuestados estaría dispuesto a recomendar un sistema digital de información turística, lo que indica una aceptación generalizada y la percepción de que dicha herramienta sería útil y valiosa para otros usuarios.

Análisis Cualitativo

El análisis cualitativo tiene por objeto explorar las percepciones y necesidades de turistas y usuarios locales en relación con la implementación de un Sistema Digital de Información Turística para la Red-INFOTUR de la Universidad Amazónica de Pando. Este análisis busca identificar las principales dificultades en el acceso a información turística y evaluar la utilidad percibida de dicho sistema. Se utilizó el análisis temático como método cualitativo para estructurar y comprender las respuestas de los entrevistados, ya que permite identificar patrones y temas clave de forma sistemática.

Metodología

El análisis temático fue seleccionado por su capacidad para identificar y categorizar temas recurrentes en los datos cualitativos. El proceso consistió en:

1. Codificación inicial: Se identificaron palabras clave y frases relevantes en las transcripciones.
2. Agrupación en temas: Las ideas principales se agruparon en categorías relacionadas con las percepciones sobre el acceso y la utilidad de la información turística.
3. Interpretación: Los temas se analizaron en función de las similitudes y diferencias entre los entrevistados.

Los temas principales se organizaron en tres categorías: (1) **dificultades en el acceso a información**, (2) **expectativas del sistema digital**, y (3) **utilidad percibida del sistema**.

Resultados de análisis cualitativo

Tema 1: Dificultades en el acceso a información

1. **Problemas de desactualización:**
 - Turista Nacional: "Los datos que encuentro están desactualizados o no son específicos para turistas."
 - Operador Turístico: "Falta una base de datos única que reúna toda la oferta turística."

2. Información dispersa:

- Turista Nacional: "La información está en varios lugares y no es fácil encontrar todo lo que necesito."
- Hotelero: "Sé que muchos turistas se quejan de la poca información disponible."

3. Barreras idiomáticas y tecnológicas:

- Turista Internacional: "Mucha información solo está en español y no es fácil de interpretar."
- Operador Turístico: "Las redes sociales no siempre son efectivas para llegar a todos."

Tema 2: Expectativas del sistema digital**1. Centralización de servicios:**

- Turista Internacional: "Busco una plataforma que centralice todo: mapas, horarios, tarifas y una guía cultural."
- Hotelero: "Sería excelente tener un directorio bien organizado donde los turistas puedan encontrar información sobre nuestros servicios."

2. Personalización y actualización:

- Turista Nacional: "Me interesa conocer opciones que no son tan populares y eventos específicos."
- Operador Turístico: "Debería incluir servicios locales y espacio para operadores."

3. Compatibilidad tecnológica:

- Turista Internacional: "Sería ideal que funcione bien en dispositivos móviles."
- Operador Turístico: "Algo más formal que las redes sociales nos ayudaría mucho."

Tema 3: Utilidad percibida del sistema

1. Facilidad de acceso:

- Turista Nacional: "Mejoraría mucho la experiencia del turista si estuviera bien diseñado."
- Turista Internacional: "Un sistema intuitivo sería un gran avance."

2. Impacto en la promoción local:

- Operador Turístico: "Ayudaría mucho tanto a los turistas como a los operadores."
- Hotelero: "Nos daría más visibilidad como proveedores locales."

Comparación de similitudes y diferencias

- **Similitudes:** Todos los entrevistados coinciden en la necesidad de un sistema actualizado y centralizado que facilite el acceso a información confiable.
- **Diferencias:**
 - Los turistas internacionales resaltan la necesidad de soporte multilingüe.
 - Los operadores locales enfatizan la importancia de una plataforma para promocionar servicios específicos.

Conclusiones del análisis cualitativo

Los hallazgos destacan que la información turística en Pando es insuficiente, dispersa y poco accesible, lo que afecta negativamente la experiencia del turista y limita la promoción de servicios locales. Este escenario refuerza la importancia de desarrollar un sistema digital que no solo centralice la información, sino que también integre características clave como compatibilidad móvil, soporte multilingüe, y acceso para operadores locales.

Tabla 1

Ventajas de Google Sites frente a sitios web tradicionales

| Aspecto | Google Sites | Sitios Web Tradicionales |
|--------------------------|--|---|
| Facilidad de uso | Interfaz intuitiva y apta para usuarios sin experiencia técnica. | Requiere conocimientos de diseño web o contratar un desarrollador. |
| Costo | Gratis o incluido con una cuenta de Google Workspace. | Costos de hosting, dominio y mantenimiento. |
| Integración | Compatible con otras herramientas de Google como Drive, Maps y Calendar. | La integración con herramientas externas suele ser más compleja. |
| Tiempo de implementación | Rápida creación y publicación de sitios en pocas horas. | El desarrollo puede tomar semanas o meses. |
| Responsividad | Optimización automática para dispositivos móviles. | Requiere diseño adicional para garantizar responsividad. |
| Personalización | Plantillas básicas, limitadas pero funcionales. | Mayor capacidad de personalización con diseño avanzado. |
| Actualización | Modificaciones fáciles y en tiempo real sin necesidad de software adicional. | Actualizaciones requieren conocimientos técnicos o soporte de terceros. |
| Seguridad | Integración con seguridad de Google, incluyendo HTTPS automático. | Requiere configuración manual de certificados SSL y medidas de seguridad adicionales. |
| Escalabilidad | Adecuado para proyectos pequeños o medianos. | Mejor para sitios complejos o de gran escala. |
| Soporte técnico | Soporte básico de Google y recursos en línea. | Puede requerir soporte especializado y costos adicionales. |

Nota. Recuperado de Comunica Web (2024).

9.1. Análisis DAFO

Fortalezas

1. **Equipamiento adecuado:** INFOTUR-Pando cuenta con el equipo necesario para operar e implementar tecnologías digitales.
2. **Único centro de información turística en la región:** Esto le otorga un papel central en el turismo regional.
3. **Ubicación estratégica:** La oficina está situada en el centro de Cobija, facilitando el acceso a visitantes.
4. **Afiliación académica:** Vinculación con la Universidad Amazónica de Pando, fortaleciendo la formación práctica en Turismo Sostenible.
5. **Material informativo impreso:** Aunque limitado, dispone de guías y folletos básicos para turistas.

Oportunidades

1. **Crecimiento del flujo turístico:** El incremento de turistas en Cobija y Pando representa un mercado en expansión.
2. **Interés en el turismo sostenible:** Aprovechamiento de las tendencias globales hacia un turismo más responsable.
3. **Innovación tecnológica:** Implementación de sistemas digitales, QR y aplicaciones móviles para centralizar la información turística.
4. **Desarrollo de alianzas estratégicas:** Colaboración con actores públicos y privados para mejorar recursos y ampliar la oferta.
5. **Aumento en la digitalización del turismo:** Tendencia global que permite modernizar servicios y optimizar la experiencia del usuario.

Debilidades

1. **Falta de personal administrativo permanente:** Limita la operatividad continua y eficiente.
2. **Infraestructura inadecuada:** Dependencia de instalaciones externas que dificultan el desarrollo autónomo.
3. **Escasa digitalización de la información:** Actualmente, la información turística no está centralizada ni actualizada digitalmente.
4. **Poca visibilidad en la comunidad:** La Red INFOTUR es poco conocida incluso a nivel local.
5. **Limitaciones presupuestarias:** Recursos insuficientes para mantener y mejorar las actividades.

Amenazas

1. **Competencia de fuentes informativas alternativas:** Blogs, redes sociales y plataformas de turismo bien establecidas pueden desviar la atención de los turistas.
2. **Desconocimiento y baja demanda local:** Falta de interés o conocimiento sobre INFOTUR en la población de Cobija y Pando.
3. **Limitaciones de infraestructura en Pando:** Dificultades de conectividad y transporte que afectan el acceso a los atractivos turísticos.
4. **Falta de sostenibilidad económica:** Dependencia de financiamiento externo que pone en riesgo la continuidad de proyectos.
5. **Ritmo lento de adopción tecnológica en la región:** Obstaculiza la implementación efectiva de sistemas innovadores.

9.2. Estrategias Formuladas a partir del Análisis FODA de la RED INFOTUR

Estrategias FO (Fortalezas y Oportunidades)

Fortalezas + Oportunidades (FO)

1. **Digitalización del turismo:** Utilizar el equipamiento disponible para desarrollar una plataforma digital integrada con QR y aplicaciones móviles.
2. **Vinculación académica:** Impulsar proyectos de innovación liderados por estudiantes para enriquecer el sistema digital y fortalecer el turismo sostenible.
3. **Promoción como único centro regional:** Realizar campañas estratégicas que resalten el papel de INFOTUR en la región.

Debilidades + Oportunidades (DO)

1. **Alianzas estratégicas:** Establecer convenios con hoteles, agencias y gobiernos locales para compartir recursos y mejorar la infraestructura.
2. **Aumento de la visibilidad digital:** Crear un sitio web oficial y perfiles en redes sociales que centralicen y promocionen los servicios turísticos de Pando.

Fortalezas + Amenazas (FA)

1. **Reforzar la confianza institucional:** Aprovechar la credibilidad como único centro oficial para competir con fuentes no institucionales.
2. **Usar la ubicación estratégica:** Implementar señalización visible en Cobija para atraer visitantes directamente a las oficinas.

Debilidades + Amenazas (DA)

1. **Superar la falta de recursos:** Gestionar proyectos de financiamiento externo con instituciones nacionales e internacionales.

2. **Mitigar la baja demanda local:** Diseñar programas de sensibilización y educación para la población sobre la importancia del turismo en el desarrollo económico y cultural.

Conclusiones del análisis FODA

El análisis FODA para INFOTUR-Pando destaca tanto las oportunidades de crecimiento como los desafíos inherentes a su contexto actual. Las fortalezas de INFOTUR, como su ubicación estratégica, su equipamiento disponible, y su rol único como centro de información turística en la región, la posicionan como un actor clave para la promoción del turismo en Pando. Sin embargo, estas fortalezas necesitan ser potenciadas mediante la digitalización de la información turística y la mejora de la visibilidad tanto a nivel local como regional.

Por otro lado, las oportunidades, como el crecimiento del flujo turístico, la tendencia hacia el turismo sostenible y la disponibilidad de tecnologías innovadoras, presentan un entorno favorable para la implementación de un sistema digital que modernice los servicios y facilite el acceso a la información. Estas oportunidades pueden ser aprovechadas mediante la creación de alianzas estratégicas con actores públicos y privados, además de integrar el proyecto con la formación académica de estudiantes en turismo sostenible.

No obstante, las debilidades como la falta de personal permanente, la infraestructura inadecuada y la escasa digitalización actual, limitan la capacidad operativa de INFOTUR. Estas debilidades, combinadas con amenazas externas como la competencia de fuentes no oficiales y las limitaciones estructurales del turismo en Pando, exigen estrategias claras y sostenibles para asegurar el éxito del proyecto.

En resumen, INFOTUR tiene un potencial significativo para convertirse en un referente del turismo digital y sostenible en la región amazónica. La clave para lograrlo radica en implementar un sistema digital robusto, forjar alianzas estratégicas, mejorar su visibilidad y superar las barreras estructurales y operativas actuales. Esto permitirá no solo posicionar a Pando como un destino turístico competitivo, sino también generar un impacto positivo en el desarrollo económico, social y cultural de la región.

10. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO EJECUTADO

INFORME TÉCNICO: PROCESO DE DISEÑO Y ELABORACIÓN DEL SITIO WEB - RED INFOTUR DIGITAL

Enlace de acceso: <https://sites.google.com/uap.edu.bo/redinfotur-digital/inicio>

Introducción

El presente informe técnico tiene como propósito documentar detalladamente el proceso de diseño, desarrollo y publicación del sitio web oficial de la **Red Infotur Digital**, un proyecto que se ha desarrollado utilizando la plataforma Google Sites. Este sitio web tiene como objetivo principal centralizar y difundir información turística sobre el departamento de Pando, Bolivia, enfocándose especialmente en una perspectiva de sostenibilidad que impulse el desarrollo local y preserve el patrimonio cultural y natural de la región.

La iniciativa surge como una respuesta a la necesidad de contar con una herramienta accesible y moderna para la promoción del turismo sostenible, proporcionando información útil tanto para turistas como para investigadores y profesionales del ámbito turístico. La necesidad de promover la riqueza cultural, la biodiversidad y las diversas actividades turísticas de la región se convierte en un factor clave para la implementación de esta plataforma. Con ello, se busca también contribuir al desarrollo de la economía local, fomentando la actividad turística de manera responsable y sostenible.

Metodología

El proceso de diseño y elaboración del sitio web se realizó de manera estructurada, abarcando desde la concepción de la idea hasta su puesta en funcionamiento. Cada etapa del proceso fue ejecutada con atención a los detalles y considerando siempre las necesidades del usuario final. A continuación, se describen cada uno de los pasos desarrollados:

1. Definición de Objetivos

Se determinaron los objetivos del proyecto de diseño web. El objetivo principal fue desarrollar una plataforma web que funcione como repositorio digital para la información turística,

facilitando el acceso a datos relevantes de manera ágil y atractiva tanto para usuarios locales como internacionales. Además, se establecieron objetivos secundarios como fomentar el interés por la cultura pandina y proporcionar una fuente confiable y continua de información actualizada sobre las actividades y eventos locales.

Al establecer los objetivos claros se hace relevante para alinear el diseño y contenido del sitio web con las expectativas y necesidades del público objetivo. Esto garantizó que el enfoque siempre estuviera orientado hacia la utilidad práctica para turistas, investigadores y profesionales del sector. Además, estos objetivos permitieron mantener un enfoque sostenible, promoviendo el turismo responsable que valore y respete los recursos naturales y culturales del departamento de Pando.

2. Selección de la Herramienta de Diseño (Google Sites)

Tras evaluar varias alternativas, se seleccionó Google Sites como la herramienta de desarrollo web. Esta plataforma fue escogida por su facilidad de uso, la compatibilidad con diferentes dispositivos y la capacidad para integrar diversos recursos multimedia de manera intuitiva. Se consideraron otras plataformas como WordPress y Wix, pero se decidió finalmente por Google Sites debido a sus características de integración con otras herramientas de Google, lo cual resulta conveniente para la gestión colaborativa del contenido.

La elección de Google Sites respondió a la necesidad de una interfaz amigable, ideal para usuarios no técnicos, que permita la actualización constante del contenido sin requerir conocimientos especializados en programación. Esto garantiza que el sitio pueda ser administrado de manera autónoma por parte del equipo local. Además, la integración con Google Drive permite una organización más eficiente del material audiovisual, documentos y formularios, facilitando la colaboración y la actualización en tiempo real.

3. Diseño de la Estructura del Sitio

- **Descripción:** Se definió la estructura del sitio con varias secciones principales, tales como:
 - **Página de Inicio:** Presenta una introducción al proyecto y una visión general del turismo en Pando.
 - **Catálogo de Atractivos Turísticos:** Muestra los principales atractivos turísticos de la región, organizados de manera categórica.
 - **Atractivos de Cobija:** Sección específica dedicada a la capital del departamento, destacando sus lugares más emblemáticos.
 - **Base de Datos Turística:** Ofrece información detallada y recursos para investigadores y operadores turísticos.
 - **Videoteca, Biblioteca y Fototeca:** Incluye recursos multimedia y documentales relacionados con la cultura e historia de la región.

Diseñar una estructura clara y bien jerarquizada facilita la navegación del usuario y optimiza la experiencia general del visitante al sitio. La organización del contenido en secciones específicas permite una búsqueda más rápida y efectiva. Asimismo, una estructura jerárquica fomenta la retención de los visitantes, ya que la información está presentada de una manera intuitiva que invita a seguir explorando.

4. Elaboración del Contenido

Se recopiló y organizó una variedad de contenido relevante para cada sección del sitio. Este contenido incluyó textos descriptivos, imágenes de alta calidad, videos informativos y enlaces a recursos externos. También se realizaron entrevistas con actores clave del sector turístico, cuyos testimonios fueron incorporados al sitio.

La relevancia y calidad del contenido son importantes para garantizar que el sitio web cumpla con su objetivo principal de ser una herramienta útil y fácil de consultar. Todo el contenido fue

preparado con el objetivo de educar e inspirar a los visitantes, promoviendo al mismo tiempo el turismo sostenible. La inclusión de testimonios y anécdotas personales de actores locales contribuye a humanizar el contenido y generar un vínculo emocional con los usuarios.

5. Diseño Visual

El diseño visual del sitio se realizó utilizando plantillas predeterminadas de Google Sites, las cuales fueron personalizadas con colores, tipografías y estilos visuales que reflejan la identidad de la Red Infotur Digital. Se seleccionaron colores que evocan la naturaleza y la cultura de Pando, como tonos verdes, azules y marrones.

El diseño atractivo y cohesionado no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también fortalece la imagen institucional de la Red Infotur, haciendo que el sitio web sea percibido como una fuente confiable de información. La elección de los colores y tipografías tiene como objetivo generar una conexión visual con los paisajes naturales y la diversidad cultural de la región, mejorando la identidad del proyecto.

6. Integración de Recursos Multimedia

Se incorporaron diversos recursos multimedia, como imágenes y videos, además de documentos descargables y mapas interactivos. También se implementaron formularios para la interacción directa con los usuarios, como encuestas para conocer su opinión sobre el contenido y sugerencias para futuras actualizaciones.

Esta inclusión de elementos multimedia enriquece la experiencia del usuario, haciéndola más dinámica e interesante. Esto resulta fundamental para mantener la atención de los visitantes y facilitar el acceso a la información de manera más interactiva. Los formularios permiten una retroalimentación constante que ayuda a adaptar el contenido a las preferencias de los usuarios, mejorando continuamente la calidad del sitio.

7. Pruebas y Revisión

Se llevaron a cabo diversas pruebas para verificar la correcta visualización del sitio en distintos dispositivos y navegadores, así como la funcionalidad de todos los enlaces y recursos. Estas

pruebas se realizaron en diferentes etapas del desarrollo para asegurar la calidad desde el principio hasta el final del proyecto.

Estas pruebas son esenciales para asegurar la calidad del producto final, evitar posibles errores técnicos y garantizar una experiencia de navegación óptima para todos los usuarios. Adicionalmente, se llevaron a cabo pruebas de usabilidad con un grupo reducido de usuarios potenciales para identificar problemas en la navegación y mejorar la experiencia del visitante.

8. Publicación del Sitio

El sitio web fue publicado utilizando el dominio proporcionado por la **Universidad Amazónica de Pando**. Posteriormente, el enlace fue compartido con las instituciones y actores clave del sector turístico del departamento de Pando. Se realizará una campaña de difusión a través de redes sociales y correos electrónicos para dar a conocer el sitio.

La publicación del sitio marca el inicio de su funcionamiento como una herramienta práctica y accesible para alcanzar los objetivos propuestos, promoviendo el turismo y facilitando el acceso a la información turística de la región. La campaña de difusión es importante para lograr un alcance significativo y asegurar que los diversos actores del sector turístico conozcan y utilicen la plataforma.

9. Mantenimiento y Actualización

Se definió un plan de mantenimiento periódico que permitirá mantener el contenido del sitio siempre actualizado, adaptándolo a las necesidades cambiantes y a los nuevos desarrollos en el ámbito turístico. Este plan incluye revisiones trimestrales del contenido y actualizaciones basadas en los cambios en las políticas turísticas locales, esto estará a cargo la RED-INFOTUR Pando.

Dado que el turismo es un sector altamente dinámico, resulta imprescindible contar con un sitio web en constante actualización para que siga siendo relevante y útil para los usuarios. La planificación de estas revisiones periódicas permitirá anticiparse a los cambios y garantizar que la información proporcionada esté siempre alineada con la realidad del sector.

Conclusiones

El proceso de diseño y desarrollo del sitio web **Red Infotur Digital** se realizó siguiendo una metodología estructurada que priorizó la funcionalidad, accesibilidad y calidad del contenido. Utilizando **Google Sites** como plataforma, se logró crear una herramienta efectiva para la promoción del turismo sostenible en el departamento de Pando.

Este proyecto es un ejemplo tangible de cómo la tecnología puede ser utilizada para promover el desarrollo sostenible del turismo, preservando la identidad cultural y natural de la región, al mismo tiempo que fomenta la inclusión de diversos actores del sector. Con un diseño visual atractivo, contenido relevante y una estructura de navegación amigable, el sitio está preparado para servir como una plataforma clave en la promoción del turismo de Pando.

La realización de este proyecto ha puesto de manifiesto la importancia del trabajo colaborativo y la integración de tecnologías accesibles para la consecución de los objetivos. Se espera que el sitio web evolucione con el tiempo, adaptándose a las nuevas necesidades de los usuarios y contribuyendo continuamente al desarrollo del turismo sostenible en la región.

Equipo de Diseño Web
Red Infotur Digital
Universidad Amazónica de Pando

CAPÍTULO V

11. PROPUESTA CENTRAL

Propuesta Central para la Implementación del Sistema Digital de Información Turística "

| |
|---|
| SISTEMA DIGITAL DE INFORMACIÓN TURÍSTICA |
| [SISDIGITUR] |
| RED-INFOTUR PANDO |
| 2024 |

SITIO WEB - RED INFOTUR DIGITAL

Enlace de acceso: <https://sites.google.com/uap.edu.bo/redinfotur-digital/inicio>

a) Justificación

La implementación de un **Sistema Digital de Información Turística** para la **Red INFOTUR-Pando** responde a la necesidad urgente de centralizar y digitalizar la información turística de la región de Pando. Actualmente, la información turística está dispersa, desactualizada y con poca accesibilidad, lo cual limita considerablemente la promoción y el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales del departamento.

La digitalización permitirá resolver diversas problemáticas, tales como la carencia de un sistema integrado, la baja visibilidad de la región en plataformas nacionales e internacionales, y la falta de herramientas tecnológicas inclusivas y sostenibles. Este proyecto tiene como objetivo no solo resolver estos desafíos, sino también posicionar a Pando como un destino turístico competitivo, alineado con las tendencias globales de turismo digital y sostenible.

Además, la propuesta impulsa el empoderamiento de las comunidades locales, permitiendo su participación activa en la promoción del patrimonio cultural y natural de la región. Esto generará beneficios económicos y sociales, fomentando el desarrollo regional a través del ecoturismo y la sostenibilidad, y mejorando la calidad de vida de los habitantes locales.

b) Contenido

El Sistema Digital de Información Turística (SISDIGITUR) está compuesto por los siguientes componentes, que se describen a continuación:

- **Plataforma Web:**
 - Centralización de la información turística en un portal web institucional.
 - Acceso a datos actualizados sobre hoteles, restaurantes, agencias de viaje y atractivos turísticos.
- **Integración Tecnológica:**
 - Uso de **códigos QR** para proporcionar información en tiempo real.
 - Compatibilidad con dispositivos móviles y soporte multilingüe para facilitar el acceso.
- **Promoción Turística:**
 - Desarrollo de campañas de difusión para posicionar la región en los mercados nacionales e internacionales.
 - Creación de un catálogo digital que destaque los principales atractivos y servicios de Cobija y Pando.
- **Interactividad y Personalización:**
 - Herramientas que permitan personalizar la experiencia del usuario.
- **Incorporación de la Comunidad:**
 - Inclusión de **productos y servicios locales** en el sistema, fortaleciendo la participación de las comunidades indígenas y campesinas en la promoción turística.

c) Características de la Propuesta

- **Innovación Tecnológica:**
 - Implementación de tecnologías digitales modernas que aseguren un sistema intuitivo y accesible.
 - Diseño centrado en el usuario, garantizando una experiencia funcional y satisfactoria.
- **Enfoque Sostenible:**
 - Reducción del uso de materiales impresos mediante la adopción de soluciones digitales.
 - Promoción del turismo responsable y la conservación del medio ambiente.
- **Accesibilidad y Usabilidad:**
 - Futura adaptación del sistema para personas con discapacidades, incluyendo herramientas inclusivas como audioguías.
 - Navegación optimizada para dispositivos móviles, garantizando un acceso fácil desde cualquier ubicación.
- **Impacto Social y Económico:**
 - Creación de oportunidades económicas para las comunidades locales a través del turismo.
 - Incremento del flujo turístico en la región, posicionando al Departamento Pando como un referente en ecoturismo y turismo cultural.
- **Alianzas Estratégicas:**
 - Colaboración con entidades públicas, privadas y académicas para asegurar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo del proyecto.

11.1. Elementos de la Propuesta

11.1.1. Hoteles y Alojamientos de la ciudad de Cobija

Tabla 2

Establecimiento de hospedajes

| Nº | Nombre | Dirección | Municipio | Teléfono | Categoría | Camas |
|----|-----------------------|--|-----------|------------------------------------|-------------|-------|
| 1 | ALES DORADO | Av. Internacional. | Cobija | (+591) 74769513 | Hotel | 60 |
| 2 | AMAZONIA | Av. 6 de Agosto, Barrio 11 de Octubre. | Cobija | (+591) (3) 842 1439 | Hotel | |
| 3 | AMAZONIA | Av. 6 de Agosto. | Cobija | -- | Hotel | 64 |
| 4 | AVENIDA SOLEY | Av. 9 de Febrero, esquina Otto Felipe Braun. | Cobija | (+591) 72919220 | Hotel | 40 |
| 5 | CAMARGO | Calle Comercio. | Cobija | (+591) 78201150 | Residencial | 27 |
| 6 | CRISBON I | Km 2. Av. 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 68086609 | Residencial | 27 |
| 7 | CRISBON II | Calle Miguel Becerra. | Cobija | (+591) 72929918 (+591) 74753088 | Residencial | 30 |
| 8 | DIANA | Final Av. 9 de Febrero. | Cobija | -- | Hotel | 40 |
| 9 | EL CRISTO | Av. 9 de Febrero, frente al Monumento El Cristo. | Cobija | (+591) (3) 842 0132 | Hotel | 51 |
| 10 | ESTRELLA DEL NORTE | Calle Miguel Fara Nº 048. | Cobija | (+591) 6766002 | Hotel | 32 |
| 11 | HOTEL ASAI | Barrio Paz Zamora. Calle Guido Saucedo. | Cobija | (+591) 72921511 | Hotel | 36 |
| 12 | LAS PALMAS | Av. Fernández Molina, frente al Mercado Central. | Cobija | (+591) 72562068 | Residencial | |
| 13 | LOS RAMALES | Av. 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 76722803 (+591) 76722801 | Residencial | 69 |
| 14 | LOZA | Av. Fernández Molina, frente al Mercado Central. | Cobija | -- | Residencial | 20 |
| 15 | MADEIRA | Av. 16 de Julio s/n. | Cobija | (+591) 75026366 | Hotel | 25 |
| 16 | MI TIERRA SANTA | Av. 9 de Febrero, diagonal al Aeropuerto. | Cobija | (+591) 72522322 (+591) 72870842 | Residencial | 40 |
| 17 | MONTERO | Calle Cívica. | Cobija | (+591) 72776049 | Hotel | 24 |
| 18 | OBELISCO | Av. Tahuamanu esquina calle, s/n. Frente a la Casa de la Interculturalidad. | Cobija | (+591) 76102925 (+591) 77101014 | Hotel | 32 |
| 19 | PACEÑITO | Barrio Senac. Calle Luis Espinal Nº 74. | Cobija | (+591) 79532200 | Alojamiento | 12 |
| 20 | PROGRESO | Calle Bahía. | Cobija | (+591) (3) 842 2917 | Residencial | 17 |
| 21 | REAL AMAZONAS | Barrio Paz Zamora. Calle Guido Saucedo. | Cobija | (+591) 67661174 | Hotel | 12 |
| 22 | RESIDENCIAL NEVADA | Av. 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 69560842 (+591) 73938033 | Residencial | 60 |
| 23 | ROSI | Av. Internacional, Barrio Petrolero. | Cobija | (+591) 76105063 | Hotel | 25 |

| | | | | | | |
|----|----------------|--|--------|------------------------------------|-------------|-----|
| 24 | ROSSY | Barrio 27 de Mayo. | Cobija | (+591) 69563988 (+591) 76702517 | Residencial | 35 |
| 25 | SENAC | Av. Defensores del Bajo Acre. Calle Eugenio Von Boeck N° 64. | Cobija | (+591) 67666393 | Alojamiento | 21 |
| 26 | SOLAR DE BAHIA | Av. 9 de Febrero, frente al Mercado Central. | Cobija | (+591) 71115201 | Hotel | 40 |
| 27 | TRILLER | Av. Internacional | Cobija | (+591) 72538675 | Hotel | 261 |
| 28 | VICTORIA | Av. 6 de Agosto, Barrio 11 de Octubre. | Cobija | (+591) 76100859 | Hotel | 25 |

Fuente: elaboración propia

11.1.2. Agencias de Viaje

Tabla 3

Agencias de viaje

| N.º | Razón Social | Ubicación | Municipio | Contacto |
|-----|----------------------------|--|-----------|--------------------|
| 1 | ADD KIL TRAVEL | Barrio SENAC | Cobija | (+591) 73944403 |
| 2 | ALLY TOURS | Avenida Internacional. | Cobija | (+591) 77673057 |
| 3 | ANIJOKY TOURS | Avenida Miguel Becerra Toranzo. | Cobija | (+591) 73799562 |
| 4 | BOLIVIA TOURS | Barrio Nazaria. | Cobija | (+591) 73938249 |
| 5 | BRIYANCA TRAVEL TOURS | Avenida Miguel Becerra Toranzo. | Cobija | (+591) 73779562 |
| 6 | BUBBA GUMP | Calle Beni. | Cobija | (+591) 72577972 |
| 7 | CASTAÑITA TRAVEL | Avenida 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 72925896 |
| 8 | CHAYITO TRAVEL | Avenida 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 75106767 |
| 9 | CHIO TRAVEL TOURS | Avenida Nazaria, esquina 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 76580621 |
| 10 | COBIJA TOURS | Avenida 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 72925994 |
| 11 | COCO TRAVEL | Avenida Pando, Barrio Santa Clara. | Cobija | (+591) 72931491 |
| 12 | DESTINO T Y T TRAVEL TOURS | Barrio Nazaria. | Cobija | (+591) 72928333 |
| 13 | EKO TOURS | Avenida 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 72934706 |
| 14 | EL ALCON TRAVEL TOURS | Avenida Internacional, Plaza Conavi. | Cobija | (+591) 73967434 |
| 15 | EL SIRINGAL TOURS | Avenida Pando. Barrio Los Tajibos. | Cobija | (+591) 67662176 |
| 16 | FELIZ TRAVEL | Avenida Pando. Barrio Los Tajibos. | Cobija | (+591) 75107488 |
| 17 | JOELY TOURS | Barrio Nazaria, calle Carmen Cabrejo. | Cobija | (+591) 78211471 |

| | | | | |
|----|--------------------------|------------------------------------|--------|--------------------|
| 18 | PANDINITA TRAVEL | Avenida Pando, Barrio Santa Clara. | Cobija | (+591) 77908888 |
| 19 | PANDO TOUR | Avenida Pando. Barrio Los Tajibos. | Cobija | (+591) 77104843 |
| 20 | PATUJU TRAVEL | Avenida 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 72932886 |
| 21 | SELVITA TRAVEL | Avenida Pando. Barrio 27 de Mayo. | Cobija | (+591) 73088767 |
| 22 | TSUCUE TOURS | Av. Miguel Becerra Toranzo. | Cobija | (+591) 72911198 |
| 23 | UNIMAGIC TRAVEL TOURS | Avenida 9 de Febrero. | Cobija | (+591) 78210101 |

Fuente: elaboración propia

11.1.3. Restaurantes de la ciudad de Cobija

Tabla 4

Restaurantes de la ciudad de Cobija

| N | Nombre | Enlace Web | Ubicación | teléfono |
|---|---|---|---|--------------------|
| 1 | EL PAYOL | https://www.facebook.com/p/El-Payol-100049067843622/ | Calle Juan Oliveira Barros, esquina 27 de Mayo. | (+591) 72920821 |
| 2 | MAR Y TIERRA RESTAURANTE MIRADOR | https://www.facebook.com/Marytierrarestaurantemirador/?locale=es_LA | Calle Nicolas Suárez N.º 059. | (3) 842 0079 |
| 3 | RESTAURANT CHURRASQUERÍA PALADAR BOLIVIANO BRASILEIRO | https://www.facebook.com/p/Churrasquer%C3%ADa-Paladar-Boliviano-Brasilero-II-100063498493708/?locale=es_LA | Zona Central. Av. 16 de Julio. | -- |
| 4 | RESTAURANT EL CURICHI DEL COCODRILO | https://www.facebook.com/p/El-Curichi-del-Cocodrilo-100034506416418/ | Zona 16 de Julio, Av. 16 de Julio. | (3) 842 2656 |
| 5 | RESTAURANT LA ESQUINA DE LA ABUELA | https://www.tripadvisor.es/Restaurant_Review-g1889161-d19758254-Reviews-La_Esquina_de_la_Abuela-Cobija_Pando_Department.html | Zona Central, Av. Tcnl. Emilio Fernández Molina, esquina Calle Sucre. | (3) 842 2364 |
| | | https://www.facebook.com/p/La-Esquina-de-la-Abuela-100054226311164/?locale=es_LA | | |
| 6 | RESTAURANT LA ÚNICA LA PASCANA COBIJEÑA | https://www.facebook.com/LaPascanaJSP/?locale=es_LA | Zona Central Calle Beni N.º 061 | -- |
| 7 | RESTAURANT LAS PALMAS | https://www.tripadvisor.es/Restaurant_Review-g1889161-d7356904-Reviews-Las_Palmas_Restaurant_Karaoke-Cobija_Pando_Department.html | Zona 16 de Julio Av. Chelio Luna Pizarro. | (3) 842 3797 |
| | | https://www.facebook.com/laspalmas.bo/?locale=es_LA | | |
| 8 | RESTAURANT MESÓN DE PATTY | https://www.facebook.com/p/Restaurante-Pattys-100069790592970/?_rdr | Av. 27 de Mayo. | (+591) 72920467 |

Fuente: elaboración propia

11.2. Revista Turística COBIJA-T



Figura 3. Revista Turística COBIJA-T

Fuente: elaboración propia



Figura 4. Introducción a la Revista Turística COBIJA – T

Fuente: elaboración propia



Figura 5. Monumento al Carretón

Fuente: elaboración propia

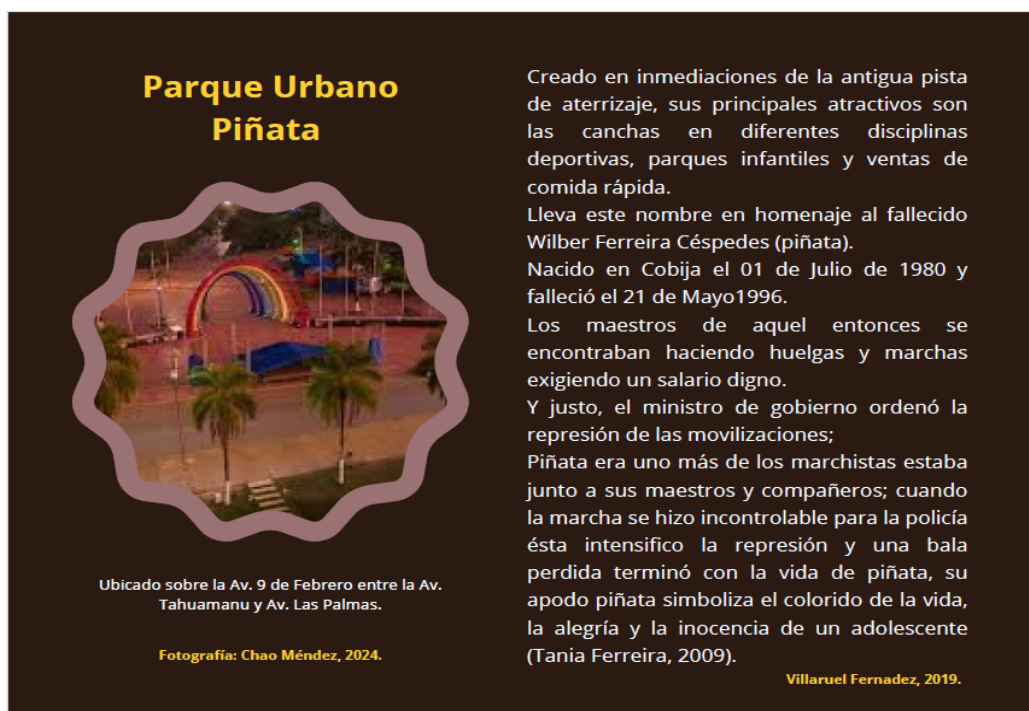


Figura 6. Parque Urbano Piñata

Fuente: elaboración propia



Figura 7. Contratapa REVISTA COBIJA-T

Fuente: elaboración propia

12. EVALUACIÓN Y RESULTADO

12.1. Propuesta de Evaluación y Resultados del Proyecto

Evaluación

La evaluación del proyecto de implementación del Sistema Digital de Información Turística para la Red INFOTUR-Pando se estructurará en tres etapas clave:

1. Evaluación Inicial: Diagnóstico y Establecimiento de Indicadores

- **Objetivo:** Determinar la línea base del acceso a la información turística en Pando y las expectativas de los usuarios.
- **Métodos:** Encuestas y entrevistas a usuarios locales y turistas internacionales, análisis DAFO, y revisión de indicadores previos de accesibilidad y uso de información turística.

- **Resultados esperados:** Identificación de las carencias principales en accesibilidad, actualización y centralización de información.

2. Evaluación de Proceso: Monitoreo del Desarrollo e Implementación

- **Objetivo:** Verificar que la creación y diseño del sistema digital cumplan con los estándares propuestos, en términos de funcionalidad, accesibilidad y sostenibilidad.
- **Métodos:** Análisis heurístico, pruebas de usabilidad realizadas por usuarios finales, y revisión técnica de la plataforma.
- **Indicadores:** Cumplimiento de funcionalidades previstas (como compatibilidad móvil, multilingüismo y accesibilidad), número de prestadores de servicios integrados, y tiempo de respuesta de la plataforma.

3. Evaluación Final: Impacto y Sostenibilidad del Sistema

- **Objetivo:** Medir el impacto del sistema en el turismo regional y su aceptación entre los usuarios.
- **Métodos:** Encuestas de satisfacción, análisis de datos de uso del sistema, e identificación de mejoras percibidas en la experiencia turística.
- **Indicadores:** Incremento del flujo turístico, reducción de quejas relacionadas con información dispersa o desactualizada, y cantidad de usuarios recurrentes en el sistema.

Resultados Esperados

1. Impacto en la Promoción Turística:

- Incremento en la visibilidad de Pando como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional.

- Integración de actores locales, como comunidades indígenas, hoteles y guías, en la cadena de valor turístico.

2. Mejoras en la Experiencia del Turista:

- Acceso inmediato a información centralizada, actualizada y multilingüe.
- Mayor personalización en la planificación de itinerarios turísticos mediante herramientas digitales.

3. Desarrollo Económico y Social Local:

- Incremento en los ingresos de los prestadores de servicios turísticos gracias a una mejor promoción.
- Generación de empleo y oportunidades económicas en las comunidades locales.

4. Conservación Ambiental y Sostenibilidad:

- Disminución en el uso de materiales impresos gracias a la digitalización.
- Promoción de prácticas turísticas responsables y sostenibles.

5. Impacto Académico:

- Uso del sistema como herramienta pedagógica para estudiantes de Turismo Sostenible.
- Generación de nuevos proyectos de investigación en torno al ecoturismo y la digitalización en el sector.

Esta propuesta busca garantizar que la evaluación del proyecto sea integral y alineada con sus objetivos estratégicos, permitiendo ajustes necesarios para maximizar los beneficios a largo plazo

13. FORTALECIMIENTO DURANTE EL DESARROLLO DEL TRABAJO DIRIGIDO

Apoyo Institucional

El desarrollo del trabajo dirigido recibió un respaldo significativo por parte de la Universidad Amazónica de Pando (UAP), especialmente a través de su vinculación con la **Red INFOTUR-Pando**. Esta colaboración fue clave para garantizar el acceso a recursos técnicos, académicos y logísticos. La institución proporcionó orientación metodológica mediante el apoyo continuo del tutor y el supervisor del proyecto, quienes facilitaron la planificación y ejecución de actividades.

Facilidades y Equipamiento

La Universidad Amazónica de Pando dispuso de las siguientes facilidades logísticas:

- **Espacios físicos:** Se utilizaron oficinas y aulas de la Red INFOTUR para reuniones de planificación, análisis y diseño del sistema digital.
- **Equipamiento tecnológico:** Se tuvo acceso a computadoras, software especializado (como Google Sites y Google Workspace), y herramientas de conectividad, fundamentales para el desarrollo del Sistema Digital de Información Turística.
- **Material de referencia:** La institución facilitó guías, folletos y material turístico previamente diseñado, que sirvieron como base para recopilar y estructurar información actualizada.

Espacio de Trabajo y Materiales

El espacio de trabajo incluyó:

- **Oficinas administrativas de INFOTUR:** Ubicadas estratégicamente en el centro de Cobija, proporcionaron un entorno accesible y adecuado para la gestión del proyecto.
- **Materiales físicos y digitales:** Mapas, registros históricos y datos sobre atractivos turísticos locales, los cuales fueron organizados y digitalizados como parte del sistema.

Relaciones Humanas

La dinámica de trabajo fomentó relaciones humanas positivas entre el postulante, los docentes, y otros colaboradores de la universidad. El apoyo de los compañeros de la **Carrera de Turismo Sostenible** y la supervisión por parte de la **Lic. Jessi Yuzly Iriarte** fueron determinantes para garantizar el cumplimiento de los objetivos. Las relaciones interinstitucionales también facilitaron la recolección de datos, al involucrar prestadores de servicios turísticos y autoridades locales.

Organización y Seguimiento del Proceso

El proceso de trabajo dirigido se desarrolló de manera estructurada, contando con:

- **Planificación detallada:** Un cronograma definido para las actividades de recolección de datos, análisis y diseño.
- **Revisiones periódicas:** Evaluaciones quincenales con el tutor para monitorear avances y resolver desafíos técnicos o metodológicos.
- **Coordinación constante:** Comunicación directa con la unidad de sistemas de la universidad para garantizar la funcionalidad y seguridad del sistema digital.

Logística y Gestión

El proyecto se benefició de una gestión eficaz que incluyó:

1. **Apoyo técnico:** Desde la unidad de sistemas, para la optimización del diseño y funcionalidad de la plataforma digital.
2. **Colaboración interinstitucional:** Alianzas con agencias de viajes y operadores locales, quienes compartieron información relevante para alimentar la base de datos del sistema.
3. **Divulgación:** Coordinación con autoridades locales y regionales para promover el sistema digital como una herramienta de acceso inclusivo.

CAPÍTULO VI

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1. Conclusiones

Se logró recopilar información actualizada y detallada sobre hoteles, agencias de viajes y atractivos turísticos en Pando. Este proceso incluyó la consulta directa a prestadores de servicios turísticos, así como el análisis de documentación existente. Este logro permitió identificar y centralizar datos dispersos que anteriormente dificultaban el acceso a la información por parte de turistas y operadores locales.

Por otra parte, la información recopilada fue procesada y organizada en un formato digital accesible y claro. Este paso fue fundamental para garantizar que los usuarios puedan acceder a datos relevantes de manera intuitiva. La estructuración incluyó la categorización de servicios, ubicación geográfica y la incorporación de elementos multimedia como imágenes y códigos QR.

Finalmente, se diseñó un sitio web institucional funcional y accesible para la Red INFOTUR-Pando, utilizando herramientas digitales modernas como Google Sites. La plataforma cuenta con un diseño intuitivo, soporte multilingüe y compatibilidad con dispositivos móviles, cumpliendo con los estándares de accesibilidad y usabilidad requeridos para optimizar la experiencia del usuario.

14.2. Recomendaciones

Para mantener la relevancia y utilidad del sistema, se recomienda implementar un mecanismo de actualización periódica de la información turística, incluyendo nuevos atractivos, servicios y eventos locales. Esto puede lograrse mediante la colaboración con prestadores de servicios y la comunidad académica.

Promoción activa del sitio web: Se sugiere llevar a cabo campañas de difusión a nivel local, nacional e internacional para posicionar el sitio web como la fuente oficial de información turística de Pando. El uso de redes sociales, medios de comunicación y alianzas estratégicas será clave para alcanzar una mayor visibilidad.

Capacitación a operadores turísticos locales: Es importante brindar formación a los prestadores de servicios turísticos sobre el uso del sistema digital, permitiéndoles aprovechar las herramientas disponibles para promocionar sus servicios y contribuir a la actualización de la información.

Integración de retroalimentación del usuario: Establecer un sistema de recopilación de comentarios y sugerencias por parte de los usuarios permitirá mejorar continuamente el sitio web, garantizando que responda a las necesidades cambiantes de turistas y actores locales.

Ampliación de funcionalidades del sistema: Se recomienda explorar la incorporación de nuevas características al sistema digital y guías interactivas. Esto aumentará el valor añadido para los usuarios y hará el sistema más competitivo.

Fomento de alianzas interinstitucionales: Establecer convenios con entidades públicas y privadas, organismos de turismo, garantizará recursos adicionales y facilitará la sostenibilidad a largo plazo del proyecto.

Con estas recomendaciones, el sistema podrá seguir funcionando de manera eficiente y cumplir su propósito de fortalecer el turismo en Pando.

CAPÍTULO VII

15. PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

15.1. Presupuesto

Tabla 5

Presupuesto del trabajo dirigido

| Nº | Ítems | Unidad | Cantidad | Precio Unitario | Total |
|----|---------------|--------|----------|-----------------|---------|
| 1 | Computadora | Unidad | 1 | 2500 | 2500,00 |
| 2 | Tinta a color | Unidad | 2 | 160 | 320,00 |
| 3 | Tinta Negra | Unidad | 2 | 160 | 320,00 |
| 4 | Papel bond | Resma | 5 | 40 | 200,00 |
| 5 | Empastado | Unidad | 7 | 100 | 700,00 |
| 6 | Transporte | Global | 1 | 560 | 560,00 |
| 7 | Impresora | Unidad | 1 | 500 | 1200,00 |
| 8 | Otros gastos | Global | 1 | 150 | 150,00 |
| | Total | | | | 5950,00 |

Fuente: elaboración propia

15.2. Cronograma de actividades del trabajo dirigido

Tabla 6

Cronograma de actividades

| N° | Actividades | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|----|-----------------------------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| 1 | Aprobación del perfil | X | | | | | |
| 2 | Investigación documental | | X | | | | |
| 3 | Trabajo de Campo | | X | | | | |
| 4 | Análisis de Datos | | | X | X | | |
| 5 | Documento Final | | | X | X | | |
| 6 | Primera revisión | | | | | X | |
| 7 | Segunda revisión | | | | | X | |
| 8 | Defensa del documento Final | | | | | | X |

Fuente: elaboración propia

16. BIBLIOGRAFÍA

- Administradora Boliviana de Carreteras (ABC). (2023). Administradora Boliviana de Carreteras.
- Agencia Boliviana de Información (ABI). (2024). Agencia Boliviana de Información.
- Bahalis, & Law, J. (2008). Turismo Vivencial.
- Comunica Web. (2024). *¿Qué es Google Sites y cuáles son sus 4 ventajas?*. Recuperado de https://comunica-web.com/blog/marketing-digital/que-es-google-sites-cuales-son-sus-4-ventajas/?utm_source=chatgpt.com
- Davenport, T. H., & Harris, J. G. (2007). Análisis de datos y retroalimentación. Editorial Limusa
- Declaración de Manila. (1980, 10 de octubre). Organización Mundial del Turismo. Recuperado de <https://www.unwto.org/es>
- Denso Wave. (1994). Código de Respuesta Rápida (Quick Response). [Editorial].
- Entorno Turístico.com. (2021). Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/>
- Federación de Parques Nacionales y Naturales. (2012). El turismo en regiones amazónicas. Recuperado de <https://www.sernap.gob.bo/>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Análisis de datos y retroalimentación. Recuperado de <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.12>
- Historia de Pando. (s.f.). Fundación Todos por Pando. Recuperado de
- Ley General de Turismo "Bolivia te espera" (Ley 292, Art. 6). (2012). Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Matieson, N., & Wall, G. (1982). El estudio del turismo. Editorial Trillas.
- Nakashima, [], & Oliva, []. (2020). Inventario, jerarquización y categorización de atractivos turísticos del municipio de Cobija. [Editorial].
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2004). []. Organización Mundial del Turismo.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). []. Organización Mundial del Turismo.

Tapia, []. (2016). Síntesis del plan estratégico turístico de Argentina. Recuperado de <http://www.bibliotecadigital.econ.uba.ar>

Villaruel Fernández, []. (2019). 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 [Tesis de licenciatura]. Universidad Amazónica de Pando.

17. ANEXOS

Instrumentos de Recolección de Datos Primarios

Cuestionario estructurado

1. **¿Con qué frecuencia utiliza información digital para planificar sus viajes?**
 - Nunca
 - Rara vez
 - A veces
 - Frecuentemente
 - Siempre

2. **¿Qué dispositivo utiliza principalmente para buscar información turística?**
 - Teléfono móvil
 - Computadora
 - Tableta
 - Otros

3. **¿Considera importante que la información turística esté disponible en línea?**
 - Muy importante
 - Algo importante
 - Neutral
 - Poco importante
 - Nada importante

4. **¿Qué tipo de información turística prefiere encontrar en un sistema digital?**

- Hoteles
- Agencias de viaje
- Atracciones turísticas
- Todas las anteriores

5. **¿Ha tenido dificultades para encontrar información turística sobre Pando?**

- Sí
- No

6. **¿Confía más en sistemas digitales de instituciones oficiales que en blogs o redes sociales?**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. **¿Qué tan importante es la funcionalidad del sitio web para usted?**

- Muy importante
- Algo importante
- Neutral
- Poco importante

- Nada importante

8. **¿Considera que un sistema digital mejoraría la promoción del turismo en Pando?**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. **¿Cuál sería su nivel de satisfacción si existiera un sistema digital actualizado y fácil de usar?**

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

10. **¿Estaría dispuesto a recomendar el sistema digital de información turística a otros turistas?**

- Sí
- No

Guía de entrevista semiestructurada

1. ¿Qué desafíos enfrenta actualmente para acceder a información turística sobre Pando?
2. ¿Qué características considera esenciales para un sistema digital de información turística?
3. ¿Cómo cree que un sistema digital podría mejorar la experiencia del turista en Pando?
4. ¿Qué tipo de contenido visual o multimedia considera más atractivo en sitios turísticos digitales?
5. ¿Ha utilizado sistemas digitales de información turística en otros destinos? Si es así, ¿qué aspectos le resultaron útiles?
6. ¿Qué recomendaciones daría para garantizar que la información turística digital esté actualizada y sea confiable?
7. ¿Cómo podrían las instituciones locales colaborar para promover un sistema digital exitoso?

Instrumento para medir el desempeño de la página web (Google Sites)

Indicadores de evaluación:

1. Velocidad de carga

- Tiempo promedio de carga en segundos.

2. Facilidad de navegación

- Porcentaje de usuarios que encuentran rápidamente la información que buscan.

3. Accesibilidad móvil

- Nivel de optimización del sitio para dispositivos móviles.

4. Contenido atractivo

- Encuestas sobre la percepción de calidad visual y relevancia del contenido (en una escala de 1 a 5).

5. Funcionalidad

- Disponibilidad de funciones interactivas como mapas, formularios de contacto y enlaces externos.

6. Tasa de rebote

- Porcentaje de usuarios que abandonan el sitio tras visitar una sola página.

7. Índice de satisfacción del usuario

- Promedio de calificaciones de los usuarios sobre su experiencia general (en una escala de 1 a 10).

Registro Fotográfico



Figura 8. Trabajo de campo en las oficinas de INFOTUR PANDO

Fuente: elaboración propia



Figura 9. Recopilación de información de las oficinas de INFOTUR PANDO

Fuente: elaboración propia