

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA DE TURISMO SOSTENIBLE



TESIS DE GRADO

Producto turístico de naturaleza para fomentar el turismo sostenible en la
Comunidad San José del Departamento Pando.

Postulante: Narumi Yoza Otero

Tutor: Lic. Julieth Gantier Pinto

Cobija - Pando - Bolivia
2021

Dedicatoria

A Dios por brindarme sabiduría, salud y fuerzas para lograr cumplir mis metas y objetivos.

A mi madre Ines Otero Escalante y a mi padre Olimpio Yoza Flores por darme amor, educación y apoyo en cada momento de mi vida, por inculcarme los valores y principios, sobre todo por ser el pilar fundamental de mi familia que nos motiva a ser personas mejores.

A mi querida hija Yukei Thaemi Yoza Otero por ser mi gran motivación para seguir adelante, por ser la persona a quien amo con todo mi corazón y por ser quien me ha acompañado en los grandes sacrificios a lo largo de mi formación académica.

A mis hermanos Jean, Alberto, Toshiro, Yoko y Sayonara en especial a mis sobrinos Jose y Junior por ser las personas con las que siempre estaré agradecida por ser parte de mi vida.

A mi tia Olimpia Yoza Flores por ayudarme en momentos difíciles, por ser una gran amiga que siempre me ha apoyado y confiado en mí.

A toda mi familia por siempre estar pendiente de mi bienestar.

Agradecimientos

Quiero agradecer profundamente a mi tutora Lic. Julieth Gantier Pinto, por su tiempo, dedicación y sobre por ayudarme a realizar este documento de investigación siendo algo tan importante para obtener mi Profesión.

Gracias a mis tribunales por las correcciones realizadas y sugerencias brindadas sobre la investigación.

A la Comunidad San José y a los funcionarios de la ONG HERENCIA por compartir sus conocimientos con mi persona.

A mis Docentes de la carrera de Turismo Sostenible por su desempeño de enseñanza en mi formación Profesional, también agradecer a la Ing. Vilmia Gonzales por ser una gran docente y amiga.

Agradecer también a mi amado compañero, amigo y pareja Alexander Lopez Oliver por dedicar paciencia y cariño a mi persona, por brindarme su apoyo incondicional en esta etapa de mi vida.

A mis queridos amigos Fernando Lopez y M. Eugenia Pesoa por ser personas que me apoyaron en cada etapa de mi carrera universitaria.

Índice

| | |
|---|----|
| Introducción | 1 |
| 1. Título de la tesis de grado. | 3 |
| 2. Antecedentes. | 3 |
| 3. Descripción del problema que se contribuirá a resolver | 4 |
| 3.1. Formulación del problema. | 5 |
| 4. Justificación de la tesis de grado | 5 |
| 4.1. Justificación teórica | 5 |
| 4.2. Justificación práctica | 6 |
| 5. Objetivos | 7 |
| 5.1. Objetivo general | 7 |
| 5.2. Objetivos específicos | 7 |
| 6. Hipótesis | 8 |
| 6.1. Variables | 8 |
| 6.2. Operacionalización de variables. | 8 |
| 6.2.1.1. | 8 |
| 6.2.1.2. | 9 |
| 7. Objeto de estudio | 10 |
| 8. Alcance o campo de acción de la investigación | 10 |
| 9. Marco conceptual | 11 |
| 9.1. Turismo | 11 |
| 9.2. Turismo sostenible | 11 |
| 9.3. Turismo de Naturaleza | 11 |
| 9.4. Turismo comunitario | 11 |
| 9.5. Turismo de base comunitario | 11 |
| 9.6. Tipos de turismo | 12 |
| 9.7. Recursos turísticos | 13 |
| 9.8. Guía de turismo | 13 |
| 9.8.1. Tipos de guías turísticos | 13 |
| 9.9. Atractivos Turísticos. | 13 |
| 9.10. Senderos turísticos | 14 |
| 9.11. Circuitos turísticos | 14 |
| 9.11.1. Tipos de circuitos | 14 |
| 9.12. Actividades turísticas | 15 |

| | | |
|----------|---|----|
| 9.13. | Servicios turísticos | 15 |
| 9.14. | Productos turísticos | 15 |
| 9.14.1. | Tipo o clasificación de productos turísticos. | 15 |
| 9.15. | Estrategia | 16 |
| 9.15.1. | Tipos de estrategias | 16 |
| 9.16. | Estrategias turísticas | 16 |
| 9.17. | Planificación estratégica de turismo | 16 |
| 9.18. | Promoción. | 16 |
| 9.19. | Promoción turística | 17 |
| 9.20. | Educación ambiental | 17 |
| 9.21. | Señalización turística | 17 |
| 10. | Marco referencial | 18 |
| 11. | Marco teórico | 19 |
| 11.1. | Turismo | 19 |
| 11.2. | Tipos de turismo | 19 |
| 11.2.1. | Turismo natural | 19 |
| 11.3. | Turismo de naturaleza. | 20 |
| 11.4. | Turismo de aventura | 21 |
| 11.5. | Turismo cultural. | 21 |
| 11.6. | Atractivos Turísticos | 21 |
| 11.7. | Actividades turísticas | 22 |
| 11.8. | Producto turístico | 22 |
| 11.9. | Componentes del producto turístico | 23 |
| 11.10. | Composición del producto turístico | 23 |
| 11.11. | Tipo o clasificación de productos turísticos. | 25 |
| 11.12. | Desarrollo turístico | 25 |
| 11.13. | Senderos turísticos | 26 |
| 11.14. | Tipos de senderos turísticos | 26 |
| 11.14.1. | Senderos permanentes y temporales. | 26 |
| 11.14.2. | Senderos permanentes y temporales para ciclismo | 26 |
| 11.14.3. | Senderos según su trazado. | 27 |
| 11.14.4. | Senderos según sus distancias | 27 |
| 11.14.5. | Senderos según el nivel de dificultad. | 28 |
| 11.15. | Característica un sendero turístico | 28 |

| | | |
|----------|--|----|
| 11.15.1. | Señalización turística | 28 |
| 11.16. | Tipos de señalización turística | 30 |
| 11.17. | Turismo sostenible | 30 |
| 11.18. | Importancia del turismo sostenible | 31 |
| 11.19. | El guía de turismo | 31 |
| 11.19.1. | Tipos de guías turísticos | 31 |
| 11.19.2. | <i>Selección del guía</i> | 32 |
| 11.19.3. | Perfil de un guía turístico | 33 |
| 11.20. | Algunas de las competencias del guía de turismo son: | 33 |
| 12. | Metodología de investigación | 35 |
| 12.1. | Tipo de Investigación | 35 |
| 12.1.1. | Descriptivo | 35 |
| 12.2. | Enfoques | 35 |
| 12.2.1. | Enfoque cuantitativo | 35 |
| 12.3. | Métodos | 36 |
| 12.3.1. | Método deductivo | 36 |
| 12.3.2. | Método analítico | 36 |
| 12.3.3. | Método inductivo | 36 |
| 12.4. | Población y muestra | 36 |
| 12.5. | Muestra | 37 |
| 12.5.1. | Encuesta | 37 |
| 12.5.2. | Cuestionario | 37 |
| 13. | Resultados y validación de la investigación | 38 |
| 14. | Propuesta de un logotipo y slogan para el producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila de la Comunidad de San José. | 44 |
| 14.1. | Objetivo | 44 |
| 14.2. | Justificación | 44 |
| 14.3. | Marca | 44 |
| 14.4. | Logotipo y slogan del producto turístico de naturaleza | 45 |
| 14.4.1. | Características de logotipo. | 46 |
| 14.5. | Estrategias de comunicación de marketing para la marca del producto turístico de naturaleza del Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables. | 47 |
| 14.5.1. | Soportes gráficos | 47 |
| 14.5.2. | Soportes gráficos tradicionales | 47 |

| | | |
|---------|---|----|
| 14.5.3. | Soportes gráficos digitales | 48 |
| 14.5.4. | Canales de distribución de la promoción del producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables. | 48 |
| 14.6. | Estrategias para el desarrollo del producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila de la Comunidad de San José | 49 |
| 14.6.1. | Visión | 50 |
| 14.6.2. | Diseño de las estrategias | 50 |
| 15. | Conclusiones y recomendaciones | 55 |
| 15.1. | Conclusiones | 55 |
| 15.2. | Recomendaciones. | 55 |
| 16. | Presupuesto de la investigación | 56 |
| 17. | Cronograma de actividades del trabajo de investigación | 57 |
| | Anexos | 64 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Variable dependiente. | 8 |
| Tabla 2 Variable independiente. | 9 |
| Tabla 3 Atractivo turístico de la Comunidad San José | 41 |
| Tabla 4 Soportes de comercialización | 49 |
| Tabla 5 Diseño de la estrategia. | 50 |
| Tabla 6 Diseño de las estrategias | 51 |
| Tabla 7 Presupuesto y detalle de los materiales a utilizar | 56 |
| Tabla 8 Cronograma de actividades para el desarrollo de la investigación | 57 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Género | 39 |
| Figura 2. Edad | 39 |
| Figura 3. Definición del turismo sostenible y sus cualidades | 40 |
| Figura 4. Conocimiento sobre los atractivo turísticos de la Comunidad San José | 41 |
| Figura 5. Meses con mayor afluencia de turistas en la Comunidad San José | 42 |
| Figura 6. Conocimiento sobre lo que es un producto turístico de naturaleza | 42 |
| Figura 7. Propuesta de un producto turístico de naturaleza | 43 |
| Figura 8. Logotipo del producto turístico de naturaleza | 45 |
| Figura 9. Mapa de la Comunidad San José | 65 |
| Figura 10. Socialización y dinámica grupal de trabajo | 65 |
| Figura 11. Entrevista a los comunarios | 66 |
| Figura 12. Comunarios de San José | 66 |
| Figura 13. Mesa de trabajo con los comunarios | 67 |
| Figura 14. Recorrido por las zonas de la Comunidad de San Jose | 67 |

Resumen

El presente trabajo de investigación *“Producto Turístico de Naturaleza para Fomentar el Turismo Sostenible en la Comunidad San José del Departamento Pando”*, tiene como objetivo principal, describir los elementos necesarios para desarrollar un producto turístico viable y factible en el tiempo y el espacio. Es importante resaltar que el problema latente es el manejo inadecuado de los recursos naturales (recursos maderables y frutales) de la comunidad arriba mencionada. Por lo tanto, la situación deseada es desarrollar una propuesta, la cual está enfocada en delinear estrategias de promoción y difusión haciendo uso de herramientas tecnológicas aplicadas al ámbito turístico, la investigación tiene como fin hacer conocer el producto turístico de naturaleza a nivel local, departamental y nacional. Asimismo, es evidente que las estrategias vienen a ser desglosadas en sub-estrategias, para poder determinar cuáles son las más propicias y válidas para promocionar de manera eficiente el *“Bosque de los niños”* (BONI) de la Comunidad San José, por lo tanto se tomó en cuenta a la publicidad agresiva como punto fuerte, a las relaciones humanas por el contacto directo que tienen con los turista o clientes y al marketing como un pilar fundamental con perspectivas del crecimiento de la demanda y la consolidación de la oferta en el mercado turístico. Es necesario que la marca del producto turístico de naturaleza *“Bosque de los niños”* sea inserta en la oferta turística a nivel nacional, para ello es necesario hacer uso de los soportes gráficos (trípticos, vallas publicitarias, etc) y los soportes de comercialización (fam trip y el press tours). El producto turístico *“Bosque de los niños”* de la Comunidad San José tiene como fin presentar una marca turística basada en la identidad cultural y natural de manera única y exclusiva.

Palabras claves: producto turístico, turismo de naturaleza, turismo sostenible, estrategias turísticas, herramientas tecnológicas

Abstract

The present research work "Nature Tourism Product to Promote Sustainable Tourism in the San José Community of the Pando Department", has as its main objective, to describe the necessary elements to develop a viable and feasible tourist product in time and space. It is important to highlight that the latent problem is the inadequate management of natural resources (timber and fruit resources) of the aforementioned community. Therefore, the desired situation is to develop a proposal, which is focused on outlining promotion and dissemination strategies making use of technological tools applied to the tourism field, the research aims to make the nature tourism product known at the local, departmental level and national. Likewise, it is evident that the strategies are broken down into sub-strategies, in order to determine which are the most conducive and valid to efficiently promote the "Children's Forest" (BONI) of the San José Community, therefore Aggressive advertising was taken into account as a strong point, human relations due to the direct contact they have with tourists or clients, and marketing as a fundamental pillar with prospects for demand growth and the consolidation of supply in the market tourist. It is necessary that the brand of the nature tourism product "Bosque de los Niños" be inserted in the tourist offer at the national level, for this it is necessary to make use of graphic supports (trptychs, billboards, etc.) and marketing supports (fam trip and the press tours). The tourist product "Children's Forest" of the San José Community aims to present a tourism brand based on cultural and natural identity in a unique and exclusive way.

Keywords: tourist product, nature tourism, sustainable tourism, tourism strategies, technological tools

Introducción

El turismo de naturaleza es una enorme oportunidad de contactarse con las raíces naturales y saludables que las personas necesitan en los hábitats en los que conviven, El Informe Brundtland definía a finales de los ochenta la sostenibilidad como “el desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Organización de Naciones Unidas, 1987, p. 23).

Es importante resaltar que se ha hecho patente la pérdida de diversidad biológica, la destrucción de los hábitats, su sobre-explotación y la descarga de sustancias dañinas que ocasionan pérdidas irreversibles de recursos. Un ejemplo claro está el Bosque de los Niños “El Águila”, el cual se encuentra situado en la Comunidad San José del Municipio de Porvenir del Departamento Pando, el bosque arriba mencionado, es muy ilustrativo ya que es conocido por sus senderos turísticos, que en sus inicios empezó como una industria con principios protectores del medioambiente y de las personas, y se convirtió en una zona turística con una industria que podría llegar a ser muy competitiva. Es indispensable mencionar que las Naciones Unidas han proclamado 2017 Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, un turismo bien concebido y gestionado, que forme parte de la Nueva Agenda 2030. Los tres Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que más implicación tienen son el Objetivo 8 que atiende a promover el crecimiento económico, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, el Objetivo 12 que representa el consumo y la producción responsables. Las cifras de turismo en 2016 muestran un aumento en las llegadas de turistas internacionales de un 5% entre enero y abril (Organización Mundial del Turismo (UNWTO). Panorama OMT del turismo internacional), según el barómetro OMT del Turismo Mundial del mes de junio. Con estas tendencias de crecimiento favorables la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha seguido reforzando los objetivos para contribuir y mejorar el crecimiento económico, el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad medioambiental en todas las agendas nacionales e internacionales.

Las dimensiones medioambientales se incluyen en el marco estadístico de alcance internacional para medir el papel del turismo en el desarrollo sostenible, en las que se incluyen los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los de la Red Internacional

de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT. Un dato revelador es la iniciativa pionera en Madrid (España) sobre el sector turístico ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible: turismo responsable, un compromiso para todos. La presente tesis de grado, tiene como objetivo general “Describir los elementos necesarios para desarrollar un producto turístico de naturaleza que permita fomentar el turismo sostenible en la Comunidad San José del Municipio de Porvenir del Departamento Pando”. Para ello, Abarca un marco conceptual, un marco teórico y un marco referencial. Desde una perspectiva más concreta, lo que se pretende es dar a conocer la percepción que los turistas tienen de los paisajes naturales como producto turístico, sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, que como aportación empírica intenta aproximarse a la realidad que presenta a través de sus opiniones y experiencias. Posteriormente se efectúa un análisis de las iniciativas que se han fomentado en el turismo de naturaleza, y se ofrece una propuesta de planificación asentada en el modelo de turismo responsable y sostenible.

Por otro lado, es evidente que el turismo de naturaleza se ha conformado según los planteamientos académicos y las políticas turísticas en orden a un proceso lógico de evolución experimentada en el sector turístico en todo el mundo. Los impactos negativos que ha ocasionado el modelo convencional han puesto la voz de alarma, y todo el sector ha sido coadyuvado por el proceso general de la sostenibilidad en el desarrollo local.

El turismo de naturaleza se ha convertido en un turismo alternativo, por lo tanto, el presente trabajo de investigación aporta las tendencias producidas en general, y la percepción de los senderos turísticos naturales (sendero frutal y maderable) como un producto turístico en particular. Finalmente se efectúa un análisis de las iniciativas para el fomento de un turismo de naturaleza alternativo y se ofrece una propuesta de planificación basada en el modelo de turismo responsable y sostenible.

1. Título de la tesis de grado.

Producto Turístico de naturaleza para fomentar el turismo sostenible en la Comunidad San José del Departamento Pando.

2. Antecedentes.

En los últimos años la industria del turismo a nivel internacional busca nuevas alternativas para el descanso, esparcimiento, recreación e interacción directa con la naturaleza en aras de fomentar el cuidado y preservación del medio ambiente. Hay una gran cantidad de productos dirigidos al turismo de naturaleza y dentro de este, diferentes modalidades las que hacen del mismo un producto atractivo y agradable (Arbelo, 2014)

El turismo se convierte en una forma muy eficaz de generar ingresos económicos para una determinada comunidad, población o país, es por eso que diferentes países están apostando más por el turismo creando estrategias o planes para la generación de ingresos por parte de este rubro. Tal es el caso de Bolivia, a través de la agenda patriótica con miras hacia el 2025, en la cual se especifica que además de las fuentes tradicionales de generación de ingresos tales como la minería, hidrocarburos, y otras fuentes tradicionales de generación de ingresos, se tendrá en cuenta también otras fuentes de ingresos tal es el caso del turismo, además de que se posicionará la misma con nuevos productos turísticos y una oferta variada. La misma también busca impulsar el turismo en las comunidades, esto a través de un turismo comunitario para que de esta manera puedan generar los mismos, ingresos económicos para el beneficio y desarrollo de las comunidades (Mamani, 2021).

Al referirnos a la creación de nuevos productos turísticos, la creación de rutas y circuitos turísticos se convierte en una manera muy eficaz de desarrollar el turismo en las comunidades. A nivel internacional se desarrollan diferentes rutas o circuitos turísticos los cuales abarcan varios días por las regiones que se visitan, los mismos poseen diferentes temáticas para el disfrute de la demanda. Actualmente Bolivia desarrolla rutas y circuitos turísticos que abarcan distintas regiones y comunidades, tal es el caso del Departamento de La Paz, en la cual se establecen rutas por donde existen plantaciones de quinua, la misma que beneficia a varias poblaciones. Por otro lado, cabe destacar la ruta de vinos que se desarrolla en Tarija con el fin de degustar diferentes tipos de vinos además de conocer la elaboración de los mismos.

Otra ruta a destacar es la que se encuentra en el Departamento de Sucre, la cual se denomina ruta paleontológica de Sucre, en ella es característico la observación y pruebas de la existencia de criaturas prehistóricas sobre grandes yacimientos paleontológicos ubicados en varias provincias del departamento (Gómez, Arredondo, Menacho, Orozco, y García, 2019).

Hablar sobre turismo en el Departamento Pando, es hacer énfasis en el Municipio de Porvenir, ya que el mismo es considerado la Capital Turística de la región. En dicho municipio existen ya rutas turísticas consolidadas como ser: “La Ruta de la Goma, Ruta de la Castaña y Ruta del Pescado”.

En la comunidad San José perteneciente al municipio de Porvenir, es importante resaltar que ya se realizan actividades turísticas en el Bosque de los Niños ya que este cuenta con 2 senderos en el que se pueden apreciar arboles tanto maderables como frutales entre otros. En el que también se ejecutan investigaciones científicas de estudiantes y profesionales como ser la recuperación de suelos, sondeos de las distintas especies de árboles que se encuentran en esta área. Esto debido a que se hizo una donación por parte de los comunarios de 18 hectáreas de tierras las cuales se determinó como Área Protegida en el lugar, todo esto se realizó mediante un programa con el que cuenta la ONG HERENCIA con el objetivo de impulsar la educación ambiental a través de los niños de la comunidad. Asimismo la comunidad cuenta con la producción de la Caña emprendimiento que se benefició a través de la ONG FAO esto con el propósito de generar recursos económicos y fuentes de empleo para los habitantes del lugar.

3. Descripción del problema que se contribuirá a resolver

El presente trabajo de investigación tiene como objeto de estudio a la Comunidad San José del Municipio de Porvenir, las causas y efectos que conlleva a esta tesis de grado es el manejo inadecuado de los recursos naturales, los cuales pueden ocasionar impactos negativos. Otra debilidad identificada es el escaso conocimiento que poseen los habitantes sobre la importancia del turismo sostenible. La Comunidad de San José se presenta como un fenómeno natural por tener recursos donde no ha intervenido la mano del hombre, como árboles frutales y maderables los mismos que son considerados actualmente como senderos turísticos.

Actualmente los problemas que radican en la comunidad San José, específicamente en el bosque de los niños, es que los comunarios manejan de manera empírica las actividades que realizan en dicho lugar, así como también es importante resaltar la existencia de dos senderos turísticos (maderables y frutales), los mismos que no están considerados en la oferta turística a nivel departamental y nacional. Con la propuesta de un producto turístico de naturaleza, se plantea dar una solución a la problemática abordada, a través de acciones ambientales y sostenibles, lo que acarreará la revalorización del medio natural y el entorno turístico que posee la comunidad en sí.

3.1. Formulación del problema.

¿Cuáles son los elementos necesarios para desarrollar un producto turístico de naturaleza que permita fomentar el turismo sostenible en la Comunidad San José del Municipio de Porvenir del Departamento Pando?

4. Justificación de la tesis de grado

El motivo por el cual se realiza el trabajo de investigación es por la desventaja que tiene la comunidad San José con otras comunidades del Municipio de Porvenir, las mismas que ya se benefician del turismo a través de rutas turísticas, balnearios, trabajos artesanales, ferias, etc. Esto debido al poco conocimiento que tienen las autoridades de las actividades turísticas que se realizan en el Bosque de los niños, es por este motivo que es necesario desarrollar un producto turístico de naturaleza, la cual nace con la iniciativa de dar un mejor aprovechamiento al potencial con el que cuenta en la comunidad. Consecuentemente con la propuesta que se plantea en la tesis de grado se aportara con el crecimiento turístico en el sector y el aprovechamiento de los recursos de manera sostenible. Beneficiando mediante este trabajo a los habitantes del lugar con el fortalecimiento de la actividad turística y el ingreso de recursos económicos.

4.1. Justificación teórica

En las regiones turísticas normalmente se desarrollan productos bajo el criterio de estandarización de la oferta, competencia en precios, y la poca especialización de las actividades y servicios que se brindan a turistas y/o visitantes. Este tipo de productos repercute en la percepción de una oferta nacional homogénea y limitada a la elección de

servicios por precio y no por calidad o exclusividad lo cual conlleva a que los consumidores no perciban diferenciales claras para optar por la selección de una u otra región, servicio y/o actividad. Ante este panorama el Estado Plurinacional de Bolivia ha priorizado concentrar los esfuerzos en la diversificación de productos en regiones turísticas y especializar la oferta en base a dos pilares fundamentales caracterizados por los recursos turísticos el amplio bagaje cultural y la biodiversidad natural con la que cuenta el país desde la perspectiva de inclusión y protagonismo de las comunidades locales en el diseño implementación de productos turísticos integrales en las modalidades de turismo verde y turismo cultural bajo el modelo de gestión del turismo de base comunitaria (Viceministerio de Turismo, 2011).

Por consiguiente, el objetivo general del trabajo de investigación planteado es Describir los elementos necesarios para desarrollar un producto turístico con el fin de dar solución a un problema y proponer la estructuración y desarrollo del turismo sostenible para el Bosque de los Niños de la comunidad San José.

4.2. Justificación práctica

En la presente investigación se describió los elementos necesario para desarrollar un producto turístico de naturaleza que permita fomentar el turismo sostenible en la Comunidad San José del Municipio Porvenir, la metodología utilizada fueron a través de las técnicas e instrumentos como son las encuestas y la observación, las mismas que hicieron posible conseguir la información necesaria, esto con el fin de estudiar las características del lugar para la realización del diagnóstico de la situación actual en la que se encuentra la comunidad. Las encuestas se aplicaron a las autoridades, a los guías (Niños), a los integrantes de la Organización no Gubernamentales (ONG) HERENCIA y a la comunidad.

Por otro lado, mediante la observación y las visitas de campo se logró identificar los atractivos turísticos para la determinación de los elementos necesarios del producto turístico de naturaleza, todo ello con la situación deseada de conseguir el desarrollo del turismo sostenible en el Bosque de los niños (senderos turísticos). Por todo lo de arriba mencionado se consiguió dar respuesta al problema planteado en el trabajo de investigación.

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Describir los elementos necesarios para desarrollar un producto turístico de naturaleza que permita fomentar el turismo sostenible en la Comunidad San José del Municipio de Porvenir del Departamento Pando.

5.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de los atractivos turísticos que posee la Comunidad San José del Municipio de Porvenir del Departamento Pando.
- Identificar qué atractivos turísticos pueden ser considerados para la estructuración y desarrollo del producto turístico de naturaleza.
- Determinar los elementos necesarios para estructurar y desarrollar un producto turístico de naturaleza en el Bosque de los niños “El Águila”.

6. Hipótesis

6.1. Variables

VARIABLES DEPENDIENTES

Fomento del Turismo Sostenible en la Comunidad San José

VARIABLES INDEPENDIENTES

Producto Turístico de Naturaleza.

6.2. Operacionalización de variables.

Tabla 1

Variable dependiente.

| | Variables | Concepto | Dimensión | Indicadores | Instrumentos |
|-------------|---|---|-----------|--|----------------------------|
| Dependiente | Fomento del Turismo Sostenible en la comunidad San José | La Organización Mundial de Turismo (OMT) define el turismo sostenible como “un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen”. | Económico | Ingreso de divisas generados por el turismo Venta de productos (artesanías y derivados de la caña). | Entrevistas Observación |
| | | | Social | Fuentes de empleo para los comunarios Socialización sobre la importancia del turismo sostenible | |
| | | | Ambiental | Concientización sobre las actividades turísticas a desarrollarse en el entorno ambiental Uso sostenible de los recursos naturales | |

Tabla 2
Variable independiente.

| Variables | Concepto | Dimensión | Indicadores | Instrumentos |
|----------------------------------|--|---------------------------|--|--------------|
| Producto Turístico de Naturaleza | El producto turístico está constituido por el conjunto de aspectos tantos naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte es de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas (Navarro, 2015). | Recursos turísticos | Recurso Natural y humano | Observación |
| Independiente | | Servicios complementarios | Servicio de salud, seguridad y educación | |
| | | Medios de transporte | Transporte terrestre | |
| | | Infraestructura básica | Equipamiento urbano | |

7. Objeto de estudio

El objeto de estudio de la presente investigación es la Comunidad San José (Bosque de los Niños-El Águila), la finalidad de la tesis de grado es describir los elementos necesario para desarrollar un producto turístico de naturaleza que permita fomentar el turismo sostenible en dicha comunidad. Para lograr obtener los resultados deseados se requerirá hacer trabajos de campo mediante un diagnóstico en la comunidad San José para revalorizar el estado actual de los atractivos, una vez obteniendo el diagnóstico se pretende realizar la identificación de los mismos, para luego dar paso a la para la estructuración del producto turístico en sí.

8. Alcance o campo de acción de la investigación

La investigación tiene un alcance a largo plazo, es importante aclarar que con la estructuración de un producto turístico de naturaleza se pretende desarrollar un turismo planificado y sostenible en la comunidad San José, tomando en cuenta que existen dos senderos turísticos en el Bosque de los Niños-El Águila.

9. Marco conceptual

9.1. Turismo

“El turismo se define como una actividad innovadora, de actividades, donde el turista tiene como motivo y necesidad el visitar distintos lugares del destino fuera de lo convencional, ya sea por negocios, ocio, entre otros (Navarro, 2015).

9.2. Turismo sostenible

De acuerdo a Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2006) quienes certifican que el turismo sostenible es un proceso que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

9.3. Turismo de Naturaleza

En términos del turismo de naturaleza, Secretaría de Fomento Turístico (2018) indica que:

El Turismo de naturaleza es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente promoviendo la conservación de la naturaleza y los ecosistemas existentes realizando actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma. La cual provee a las comunidades receptoras el medio para una mejora en la calidad de vida buscando incentivar un desarrollo sustentable (p. 3).

9.4. Turismo comunitario

De acuerdo a Canales, Mendoza, Fernández, y Gulleto (2011), el turismo comunitario comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación de las comunidades campesinas y/o nativas. Plantea una interrelación más estrecha con las comunidades, contribuyendo en la conservación de los recursos naturales y culturales del área en que se efectúa la actividad turística.

9.5. Turismo de base comunitario

El turismo de base comunitaria es un modelo de gestión que deberá desarrollarse de manera armónica y sustentable, a través de emprendimientos turísticos donde las comunidades urbanas y rurales, naciones y pueblos indígena originario campesinos, comunidades

interculturales y afro bolivianas, participen en la planificación, organización y gestión de la oferta turística (Montaño et al., 2012).

9.6. Tipos de turismo

Turismo de Aventura, Es un tipo de turismo efectuado por personas que realizan actividades turísticas en contacto con la naturaleza con un riesgo controlado, cuya característica más notable es el uso de servicios turísticos no tradicionales. Generalmente las personas aficionadas al turismo de aventura prescinden de lujo y comodidad (González y Mendoza, 2014).

Turismo natural.- El turismo natural puede ser entendido como un segmento turístico con una demanda especial, que se caracteriza en promover actividades relacionadas con la naturaleza, en atractivos paisajes naturales poco intervenidos, preferiblemente en áreas protegidas. Las actividades que se pueden realizar van desde observación de la flora y la fauna hasta el turismo de aventura pasando por la pesca y la caza, fotografía deportes, etc.

Turismo ecológico.- Éste tipo de turismo ha empezado a considerarse de gran importancia, pues se refiere al contacto del turista con la naturaleza, pero sin alterarla. Este tipo de turismo puede considerarse como turismo sustentable, y que se refiere a la correcta administración de los recursos naturales, financieros, técnicos y humanos, para lograr el mayor grado de satisfacción del visitante y mayor beneficio para la comunidad receptora minimizando los impactos negativos en la región (Espada, 2018).

Ecoturismo.- Se considera ecoturismo a la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea (Espada, 2018).

Agroturismo.- Es la forma en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para el turismo. Se parece al ecoturismo, pero no trata de atraer turistas con la naturaleza sino sobre todo con paisajes cultivados. Si las ofertas para turistas hacen que aumenten los ingresos de la población rural, el agroturismo puede promover el desarrollo regional. Para que la propia

población rural ayude a conservar la variedad natural debe reconocerla como valiosa y digna de protección (Barrera y Elorza, 2021).

9.7. Recursos turísticos

Covarrubias (2019) menciona que los llamados recursos turísticos son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de los mismos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor (normalmente cuanto más únicos y frágiles más atractivos) su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. De lo contrario, se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico.

9.8. Guía de turismo

Profesional turístico cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita, viaje u otro servicio técnico-informativo turístico. Según las normas legales españolas la actividad propia del guía de turismo es aquella que va encaminada a la prestación, de manera habitual y retribuida, de servicios de orientación, información, asistencia al turista, tanto en material monumental, artístico o histórico (Aigaje y López, 2013).

9.8.1. Tipos de guías turísticos

Guía interprete.- Guía capaz de comunicarse con el turista en su propia lengua. Requiere un amplio conocimiento de idiomas y dialectos.

Guía de ruta.- Profesional turístico cuya misión es atender al grupo de turistas que acompaña durante un viaje o circuito turístico, debiendo contratar guías locales para la visita de cada población integrada en el itinerario. Se le denomina también acompañante de grupo (Aigaje y López, 2013).

9.9. Atractivos Turísticos.

La Ley General de Turismo 292 expresa que atractivo turístico es “Un conjunto de elementos materiales e inmateriales, que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando desplazamientos de flujos turísticos desde países emisores hasta territorio nacional, haciendo que este último se transforme en un destino turístico” (Montaño et al., 2012).

9.10. Senderos turísticos

El “manual de senderos y uso público” dice que un sendero es un pequeño camino o huella que permite recorrer con facilidad un área determinada. Y que cumplen varias funciones, tales como: servir para los propósitos administrativos del área protegida o servir de acceso y paseo para los visitantes y que son el único medio de acceso a zonas más silvestres y alejadas que existen al interior del área y que pueden generar impactos ambientales sobre el medio físico la fauna y flora (Tacón y Firmani, 2004).

9.11. Circuitos turísticos

Los circuitos turísticos son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta. También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio (Organización Iberoamericana de Seguridad Social, 2018).

9.11.1. Tipos de circuitos

Por el espacio que abarcan los circuitos pueden ser locales o regionales: (Es así que pueden abarcar una mayor cantidad de territorio o locales que abarcan menor cantidad de espacio).

Por su temática pueden ser generales o temáticos. (Pueden abordar una temática específica como aventura, histórica, natural, comunitaria, patrimonial o de manera general).

En función de su diagramación pueden ser lineales o circulares.

Son lineales: cuando su diagrama presenta un trazado rectilíneo, pueden correr en forma paralela a algún accidente geográfico o a alguna carretera.

Los circuitos circulares o triangulares: son aquellos donde el punto de inicio y finalización de la ruta son los mismos y en cuyo recorrido no se repite la misma calle o camino (Entorno Turístico, 2020).

9.12. Actividades turísticas

La actividad, en conjunto con los atractivos de un lugar, constituye la motivación básica del viaje. Se podría decir que no es posible un desarrollo turístico si el visitante no puede realizar actividades, aunque en muchos casos se trate sólo de contemplar el paisaje (Pinto, 2016).

9.13. Servicios turísticos

Los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos (González y Mendoza, 2014).

9.14. Productos turísticos

“Producto turístico es cualquier cosa que se ofrece al mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. Pero también se centra en las necesidades del consumidor y los beneficios que busca” (Nicola, 2012, p. 27).

9.14.1. Tipo o clasificación de productos turísticos.

“Los productos se clasifican en tres formas: turismo convencional (vacacional), turismo por afinidad (interés común) y turismo especializado” (Rojas, 2015).

- **Convencional.-** “Es un tipo de turismo de gran escala donde existe una voluptuosa demanda, en otras palabras, es un producto masivo o de masas, el cual produce un impacto en su entorno y a la población donde se desarrolla dicha actividad”.
- **Por afinidad.-** “Es el tipo de turismo en el que están involucrados motivos profesionales o religiosos”.
- **Especializado.-** “Es aquel tipo de turismo en el cual se busca aventuras (montañismo, kayak. Trekking, etc.) o se persigue un interés científico (flora y fauna)”.

9.15. Estrategia

Según Thompson, Strickland, y Janes (2018) quien conceptualiza la estrategia como “la planificación de objetivos, políticas, productos y mercados de una empresa, normalmente a mediano y largo plazo”.

9.15.1. Tipos de estrategias

Thompson, Strickland, y Janes (2018), mencionan que existen múltiples tipos de estrategia las cuales indican la forma en que se espera alcanzar los objetivos establecidos. A continuación, mencionamos algunas:

- Estrategia de Segmentación
- Estrategia de Posicionamiento
- Estrategia de Producto
- Estrategia de Precio
- Estrategia de Distribución
- Estrategia de Promoción.

9.16. Estrategias turísticas

“Proyectar un conjunto de ideas, fijar referencias en el tiempo y articular los mecanismos para alcanzar los objetivos son los ingredientes capitales de un proceso de planificación **turística** que estimule el desarrollo económico y social de los destinos” (González y Mendoza, 2014).

9.17. Planificación estratégica de turismo

Actividad que consiste en la integración de los recursos y servicios turísticos de interés de un territorio con el fin de construir productos a partir de la calidad e identidad del destino, optimizando la comercialización conjunta, el nivel de satisfacción de la demanda, y el desarrollo económico-social integral del territorio (Viceministerio de Turismo, 2011).

9.18. Promoción.

Promoción es un componente importante del marketing y al hablar de promoción debemos remontarnos a la raíz que da origen a este concepto, promoción = promover, esto quiere decir

llevar hacía, acercar, “de tal forma, el concepto promoción podríamos definirlo como la actividad que lleva o acerca el producto al consumidor es decir hacerlo accesible” (Ferrell y Hartline, 2011).

9.19. Promoción turística

La promoción turística consiste en informar, convencer y difundir en forma amplia, contundente y persuasiva, la existencia de un producto, de una marca de una idea, de una persona de una empresa o de una institución, hacia un mercado meta o target, en base a objetivos, estrategias y planes de acción bien definidos para el logro de los mismos en forma redituable (Pinto, 2016).

9.20. Educación ambiental

“La educación ambiental es un proceso destinado a la formación de una ciudadanía que forme valores, aclare conceptos y desarrolle las habilidades y las actitudes necesarias para una convivencia armónica entre los seres humanos, su cultura y su medio ambiente” (Gómez, Arredondo, Menacho, Orozco, y García, 2019).

9.21. Señalización turística

Toda información de carácter gráfico-simbólico que tiene por finalidad orientar a cualquier persona, nativa o visitante de un determinado lugar, respecto a su ubicación, desplazamiento seguro y lugares de destino de acuerdo a su interés y necesidad particular. Para la mejor comprensión del medio que nos rodea de manera más accesible y asequible requiere de dos elementos básicos: la señal y el símbolo” (Dirección de Planificación, 1997).

10. Marco referencial

Entre las investigaciones relacionadas a las variables de la tesis de grado que se está abordando se tomaron en cuenta las siguientes:

“Diseño de productos turísticos para el Municipio de Viacha” proyecto de grado para optar al grado de licenciatura en turismo sostenible, El presente proyecto hace énfasis al análisis de las características particulares de cada producto turístico (Oferta, Demanda, Gestión); tomando en cuenta las observaciones realizadas por la unidad de turismo del municipio de Viacha y población, ya que ellos son los beneficiarios para la puesta en marcha del proyecto. Esta investigación servirá como guía para la estructuración y desarrollo del producto turístico para la comunidad San José (Conde y Lima, 2018).

“El turismo de aventura en Bolivia y su correlación con la ley del medio ambiente”; esta investigación tiene el propósito de establecer la relación entre la Ley del Medio Ambiente y las actividades del Turismo de Aventura. El cual está vinculado con el tema propuesto ya que en él se describe las leyes que conectan el turismo con el medio ambiente (Cuentas, 2012).

“Turismo de naturaleza como una alternativa de desarrollo local, en condiciones de cambio climático en San Ignacio, b. C. S, México”, Tesis de grado para obtener el título de licenciado alternativo, el trabajo de investigación realizado toma en cuenta la actualidad de muchos turistas que ven al Turismo de Naturaleza como una moda turística y no como un medio de conservación hacia nuestro medio ambiente. Se relaciona este trabajo con la investigación porque en él se tiene una propuesta para la generación de nuevas alternativas para el desarrollo del local en México. Con el objetivo de implementar el turismo de naturaleza y así reducir las amenazas en cuanto al cambio climático (Pulido-Fernández y López-Sánchez, 2014).

“Turismo rural comunitario y el beneficio en familias del Municipio de Pucarani” en la Tesis de Grado toma en cuenta al turismo como fuente generadora de ingresos para las familias que practican esta actividad y su distribución de los beneficios entre los propios actores de la comunidad los mismos que forman la parte activa del turismo a nivel local y nacional (Gómez, 2016).

“La implementación de cadenas productivas como factor de desarrollo del turismo en el Municipio de Uyuni”; la investigación, nos indica de la gran importancia sobre las cadenas

productivas para el desarrollo del turismo lo que nos permitirá determinar los elementos necesarios para la estructuración de un producto turístico de naturaleza (Onis y Consuelo, 2012).

11. Marco teórico

Como bases teóricas científicas de esta investigación, se ha considerado los conceptos relacionados con las variables del tema abordado, los cuales son producto turístico de naturaleza y turismo sostenible en la comunidad San José.

11.1. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) dice que “El turismo comprende la suma total de actividades de las personas que viajan y permanecen en destinos fuera de sus lugares habituales de residencias por periodos de tiempo no superiores a un año, por ocio, negocio u otros propósitos” (Organización Mundial del Turismo, 2021).

Por otra parte, De la Torre citado por Gurria afirma que “el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas, con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” (Padilla, 2004).

Es importante aquel concepto más específico al que hace referencia el Viceministerio de Turismo cuando define que es “el movimiento temporal de personas hacia destinos fuera de su lugar habitual de residencia, las actividades que realizan durante su viaje, los servicios que reciben en base a un precio y los equipamientos creados para dar respuesta a sus necesidades.” (Viceministerio de Turismo, 2011, p. 10).

11.2. Tipos de turismo

11.2.1. Turismo natural

El Turismo de Naturaleza es el tipo de turismo donde los productos ofrecidos están orientados a un tipo de turistas especializados que buscan actividades en contacto con el medio ambiente, particularmente con áreas naturales que les ofrezcan vivencias diferenciadas y servicios personalizados. Parte fundamental de la actividad de turismo alternativo es una actitud y un

compromiso para conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

El Turismo de Naturaleza son “los viajes que tienen a fin de realizar actividades en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales” Estos viajes se agrupan de acuerdo con el interés del turista en tres grandes modalidades: “Ecoturismo”, “Turismo de Aventura” y “Turismo Rural” (Entorno Turístico, 2020).

11.3. Turismo de naturaleza.

El turismo de naturaleza está relacionado directamente con el desarrollo y el turismo sostenible, y prácticamente está referido a los hábitats naturales y a su biodiversidad, donde adquieren gran relevancia los parques naturales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el medio rural, el agroturismo y el involucramiento de la población perteneciente al área determinada de implantación turística.

La importancia de este turismo se empieza a notar en los riesgos que la industria del turismo ha conllevado, y deja de ser considerado como una industria blanca, debido a los impactos sociales, culturales y ecológicos. Las críticas se decantaron en la década de los setenta del siglo XX, y hasta la década siguiente no se empieza a transformar la conceptualización del turismo como portador de graves riesgos para la sociedad.

Con el turismo de naturaleza surge el ecoturismo, que contribuye a la conservación del entorno y su población y, si bien no se da una definición compartida, al menos se está de acuerdo en cuatro ideas básicas: 1) viajar a entornos naturales vírgenes, 2) interiorizar la experiencia obtenida en entornos naturales puros y en contacto con gentes locales, 3) impulsar la conservación de los recursos naturales y 4) educar en valores medioambientales y culturales de los lugares visitados (Wood, 2002).

“El ecoturista es un viajero que disfruta su tiempo de ocio con un sentido de la ética que le motiva para participar en trabajos de rehabilitación en lugares degradados, y ayuda en tareas para el desarrollo de las poblaciones locales” (Martínez, 2017).

11.4. Turismo de aventura

Salcedo y San Martín, dicen que son “Son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas y deportivas asociadas con desafíos impuestos por la naturaleza (Salcedo y San Martín, 2012, citado por Pinto, 2016, p. 5).

Por consiguiente el turismo de aventura se enfoca en la visita a destinos de naturaleza en donde las motivaciones principales son realizar actividades recreativas con cierto riesgo controlado estas pueden ser extremas o ligeras.

De acuerdo a algunos autores “Es un tipo de turismo efectuado por personas que realizan actividades turísticas en contacto con la naturaleza con un riesgo controlado, cuya característica más notable es el uso de servicios turísticos no tradicionales. Generalmente las personas aficionadas al turismo de aventura prescinden de lujo y comodidad” (Aguilar, Rivas y Gonzales, 2008, citado por Pinto, 2016, p. 5).

11.5. Turismo cultural.

El concepto de Bermúdez que menciona al turismo cultural que es un turismo practicado por personas con motivación de instruirse, estudiar las costumbres, las instituciones y la vida de los pueblos; conocer monumentos históricos, artísticos y arqueológicos o admirar las grandes realizaciones humanas, por lo tanto turismo cultural es un tipo de turismo que tiene por finalidad visitar y conocer aspectos culturales de una población, como sus usos y costumbres, arquitectura, monumentos artísticos y arqueológicos, etc. (Mediterrani, 2019).

11.6. Atractivos Turísticos

El atractivo turístico es la materia prima o elemento fundamental que individualmente motiva al turista a que visite un país o región; asimismo impulsa el desarrollo de la actividad turística, ya que sin este elemento es imposible lograr que el flujo turístico sea óptimo en un espacio geográfico/destino, por lo que el sistema turístico no existiría debido a que la superestructura y estructura siempre estarán ubicadas en lugares donde exista demanda (Mendoza y Mendoza, 2011).

Para Bermúdez “Los atractivos turísticos son los recursos que generan los desplazamientos de los turistas. Para los efectos de clasificación y jerarquización, según las características propias,

CICATUR (Centro Interamericano de Capacitación Turística) agrupa los atractivos en cinco categorías básicas: sitios naturales, museos y manifestaciones culturales, folclore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.” (Bermúdez, 2002 citado por Pinto 2016, p. 8).

11.7. Actividades turísticas

“La actividad, en conjunto con los atractivos de un lugar, constituye la motivación básica del viaje. Se podría decir que no es posible un desarrollo turístico si el visitante no puede realizar actividades, aunque en muchos casos se trate sólo de contemplar el paisaje” (Aguilar, Rivas y González, 2008 citado por Pinto 2016, p. 8).

Según Rivera y Rodríguez (2012) las actividades turísticas son actividades recreativas que los visitantes practican como días de campo, excursionismo, alpinismo, equitación, natación, esquí, pesca motonáutica, surfing, paseos en lancha, caza, campamentos, observación de flora y fauna, visita a museos y otros; son acciones que realizan los turistas durante su viaje, razón por la cual se requiere de servicios.

Cabe mencionar aquella definición que cuando mencionan que la actividad turística son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.

Por otro lado, también “la actividad turística, en conjunto con los atractivos de un lugar, constituye la motivación básica del viaje”. Se podría decir que no es posible un desarrollo turístico si el visitante no puede realizar actividades, aunque en muchos casos se trate solo de contemplar el paisaje (González y Mendoza, 2014).

11.8. Producto turístico

“El producto turístico es la suma de componentes tangibles e intangibles, basados en una serie de componentes en destino, que es percibida por los visitantes como una experiencia y es valorada a un cierto precio”, asimismo “Los productos turísticos están formados por un agregado de infraestructuras, equipamientos, servicios públicos, servicios turísticos y valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias” (Arbelo, 2014, p. 24; Pinto, 2016, p. 42).

El producto turístico es un conjunto de bienes y servicios que satisfacen las necesidades de un turista/cliente a un precio determinado y que son presentados para captar la atención de un segmento de visitantes, contribuyendo de este modo al incremento del flujo turístico hacia el destino y la generación de divisas para la población (Mendoza y Mendoza, 2011).

Los productos turísticos están constituidos por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte es de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

11.9. Componentes del producto turístico

Es toda expresión de la naturaleza, riqueza arqueológica, expresiones estéticas materiales e inmateriales de gran tradición y valor, que han sido adecuados para su explotación, se los considera como materia prima del producto turístico, factores de motivación para ser visitados, en torno a ellos se centra la recepción de turistas y se origina la planta turística con la finalidad de brindar una estancia satisfactoria.

11.10. Composición del producto turístico

a) Los recursos turísticos

Son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda.

b) Los atractivos turísticos

Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.

c) La planta turística

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin.

d) Los servicios complementarios

Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo, tales como:

- Sistema bancario.
- Servicios de transporte diversos.
- Servicios de salud.
- Cabinas de internet.
- Comercio en general.
- Otros (policía, bomberos, etc.).

e) Los medios de transporte

Son los medios que permiten al viajero acceder a los destinos elegidos. Se clasifican en:

- Transporte terrestre.
- Transporte acuático.
- Transporte aéreo.

f) La infraestructura básica

Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. Entre estos encontramos:

Rutas de acceso. Pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, etc.

- **Comunicaciones.** Abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, etc.
- **Equipamiento urbano.** Comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica.

Asimismo, cabe resaltar el concepto al que hace referencia Luque el cual señala que “una ruta turística específica forma parte de un producto turístico unitario, esto debido a que una ruta turística específica cómo ser de aventura tiene que incluirse dentro de un producto turístico unitario el cual finalmente será ofertado a un determinado segmento de mercado.

Es así como bien mencionan los autores un producto turístico engloba una serie de componentes como los servicios ya sean públicos o turísticos, equipamientos e infraestructura, atractivos que ofrece un destino, en otras palabras; el producto incluye tres características básicas, el atractivo las facilidades y accesibilidad.

11.11. Tipo o clasificación de productos turísticos.

Los productos se clasifican en tres formas: turismo convencional (vacacional), turismo por afinidad (interés común) y turismo especializado.

a) Convencional

Es un tipo de turismo de gran escala donde existe una voluptuosa demanda, en otras palabras es un producto masivo o de masas, el cual produce un impacto en su entorno y a la población donde se desarrolla dicha actividad.

b) Por afinidad

Es el tipo de turismo en el que están involucrados motivos profesionales o religiosos

c) Especializado

Es aquel tipo de turismo en el cual se busca aventuras (montañismo, kayak. Trekking, etc.) o se persigue un interés científico (flora y fauna) (Condori y Mamani, 2017).

11.12. Desarrollo turístico

“El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (Pearce, 1991, citado por Varisco, 2008, p. 61).

Por otra parte la autora afirma que el desarrollo turístico no se presenta de manera homogénea en el espacio, sino que genera concentraciones de la actividad, siempre en relación a la materia prima del turismo, esto es, los atractivos naturales o culturales (Varisco, 2008, p. 61).

11.13. Senderos turísticos

Un sendero es una senda, un camino estrecho, disponible principalmente para peatones. En la actualidad, las sendas que en el pasado comunicaban localidades se han convertido en atractivos turísticos por su valor histórico, su contenido cultural o simplemente por su atractivo natural, otras han sido creadas para la apreciación, tanto científica como de ocio y recreación, de los espacios naturales. También existen senderos en comunidades rurales, que le ofrecen la oportunidad al turista de acercarse a los modos de vida y uso de la tierra en actividades agropecuarias. Estos caminos estrechos que son parte de la oferta de actividades turísticas de una comunidad se denominan “senderos turísticos” (Ulale et al., 2015).

Hoy en día, los senderos turísticos pueden ser diseñados para ser transitados por peatones, caballos, bicicletas y vehículos pequeños, entre otros. Algunos se encuentran pavimentados, otros con una cubierta de gravas y otros no ofrecen ninguna protección para la superficie del sendero. Si carecen de una protección del soporte físico pueden ser afectados severamente por la visitación, sobre todo si existen condiciones de precipitaciones intensas y pendientes empinadas

Los senderos turísticos pueden ser muy variados, no son solo un camino. Los visitantes de áreas que ofrecen senderos, que desean realizar excursiones de un día, pueden encontrar muy atractivos los senderos cortos y de bajo impacto, pues el visitante no requiere un acondicionamiento físico previo, ni el uso de equipo especializado (Calderón, Campuzano, Vera, Bayas, y Barzola, 2016).

11.14. Tipos de senderos turísticos

11.14.1. Senderos permanentes y temporales.

Los senderos permanentes normalmente son diseñados en áreas protegidas y los senderos temporales pueden ser estacionales o se abren solamente para atender una actividad especial (Calderón, Campuzano, Vera, Bayas, y Barzola, 2016).

11.14.2. Senderos permanentes y temporales para ciclismo

Otras rutas que pueden diseñarse de forma permanente o temporal, son las que se ofrecen a los ciclistas de montaña. En la actualidad se reconoce la importancia de esta práctica con relación

al turismo y se les ha denominado como biciexcursionistas, cicloturistas y ciclomontañistas (Cuentas, 2012).

11.14.3. Senderos según su trazado.

Se pueden encontrar varios tipos de senderos considerando su trazado, a saber: lineales, circulares y de multicircuito. A continuación, se explican cada uno de ellos:

- **Los senderos lineales**, como su nombre lo indica pueden ser una línea recta, serpenteante o semicircular. Algunos senderos son recorridos por el visitante solo una vez, pues el punto de inicio y llegada se encuentran en extremos diferentes
- **Los senderos circulares**, tienen el punto de inicio y final en el mismo lugar o muy cercanos. Permiten un recorrido variado, pues en ningún momento el visitante debe volver a pasar por donde ya ha caminado. por donde ya ha caminado.
- **El sendero multicircuito**. es un camino principal del cual salen otros caminos con recorridos circulares o semi-circulares que se le unen en distintos puntos.

11.14.4. Senderos según sus distancias

- **Senderos de recorrido largo**: Son senderos que tienen recorridos mayores a los 50 km . Los recorridos largos pueden pasar de un cantón o municipio a otro o de una provincia a otra e incluso pueden ser transnacionales.
- **Senderos de recorridos pequeños o cortos**: Son recorridos entre los 10 y los 50 km (Pena, 2012); pueden comunicar distintas provincias o municipios, también pueden ser caminos en las montañas o a lo largo de la costa. c) Senderos locales: son recorridos que no superan los 10 km. Pueden diseñarse preferiblemente circulares y se puede ofrecer una interpretación que guíe al visitante. Estos senderos de recorrido corto son una actividad que se puede realizar durante un día y que diversifica la oferta de las localidades (Viñals y Bernabé, 1999).
- **Senderos urbanos**: Son rutas de turismo diseñadas en espacios urbanos, es decir, dentro de una ciudad. Estos senderos pueden tener longitud variada. Estas rutas potencian especialmente la apreciación de la arquitectura y el arte que se expone en plazas, rotondas y calles.

11.14.5. Senderos según el nivel de dificultad.

El nivel de dificultad de un sendero se refiere a la cantidad de esfuerzo físico que se requiere para recorrerlo.

11.15. Característica un sendero turístico

Los senderos en su diseño deben permitir que las personas transiten por ellos con comodidad y seguridad, es decir, el trazado de los senderos debe considerar distancias mínimas y otros aspectos técnicos, como el control de la erosión y la pendiente del camino, que les permitan cumplir con su función.

Los aspectos del diseño de un sendero son flexibles, esto quiere decir que el desarrollador del sendero turístico debe evaluar las condiciones biofísicas del lugar donde se pretende construir la vereda. Se debe recordar que la principal actividad que se desarrolla en el sendero turístico es de ocio y por eso se debe procurar que el diseño sea seguro y que le permita al visitante disfrutar del recorrido, siempre manteniendo un equilibrio entre las actividades de ocio y de conservación.

Los senderos turísticos pueden ser muy variados, no son solo un camino. Los visitantes de áreas que ofrecen senderos, que desean realizar excursiones de un día, pueden encontrar muy atractivos los senderos cortos y de bajo impacto, pues el visitante no requiere un acondicionamiento físico previo, ni el uso de equipo especializado (Uleta, 2015).

11.15.1. Señalización turística

Así mismo hace mención al concepto de Señalización Turística que en síntesis es la “Implementación de señales, construidas para orientar e informar al turista o visitante, respecto a la localización, accesibilidad a los atractivos y servicios turísticos, generando mayor seguridad en el desplazamiento. Se trata por lo tanto de una señalización estática que se clasifica en:

- **Señales indicativas:** Indican a peatones y conductores la dirección a seguir para llegar a un atractivo.

- **Señales de sitio:** Informa la existencia de servicios como venta de boletos, aduana, alquiler de autos, se ubican en lugares cerrados donde reciben a visitantes importantes.
- **Señales en sitios especiales:** Ubicados en espacios físicos, delimitados, forman parte de un programa de turismo de naturaleza y/o ecoturismo. Así cuenta con servicios de interpretación.
- **Señales en áreas protegidas:** Se localizan en áreas naturales, con o sin intervención humana, cuyo objetivo es informar acerca de la conservación y preservación del patrimonio natural y cultural.

Es así que en la simbología utilizada para la Señalización Turística se distinguen tres tipos fundamentales al producto turístico:

- Atractivos turísticos
- Servicios turísticos
- Actividades turísticas (Viceministerio de Turismo, 2011, pp.13-14).

En este sentido recapitulando los conceptos de señalización ya mencionados los cuales se incorporan al turismo y que es parte esencial en el diseño de paquetes, y promoción en un área determinada y otros, cabe destacar que la señalización se distingue como herramienta necesaria como complemento esencial a la hora de ofertar un destino ya sea potencial o real. Claramente se puede destacar que la señalización desarrolla un sistema de comunicación que, con ayuda de símbolos, señales, formas, figuras, colores, etc., y facilita la visita en un destino turístico y permite que el visitante aprecie mejor el producto turístico y de esta manera este satisfecho con sus expectativas facilitando su recorrido y orientándolo en todo su transcurso. Por lo tanto la clasificación y tipos de señalización nos facilitaran a organizar una determinada área rico en patrimonio natural, cultural, etc., incentivando de esta manera que el destino sea concurrido con mayor frecuencia y de esta manera lograr elevar su difusión y promoción (Bautista, Bueno, y Miranda, 2015).

11.16. Tipos de señalización turística

- **Señalización informativa.-** Su función es dar a conocer con detalle los principales elementos de interés de una Comarca, Municipio o un escenario común (valle, sierra, etc.).
- **Señalización interpretativa.-** Es aquel tipo de señalización que facilita al visitante una explicación detallada, referente a uno o varios elementos de interés relacionados con la flora, fauna, la arquitectura, el paisaje, las costumbres, etc.”

Si en la actualidad existe señalización en el área de intervención se debe realizar una breve descripción del estado actual de la misma como por ejemplo mencionar que solo quedaron los parantes y tableros pero sin información, o que varias señalizaciones ya han quedado obsoletas o no reflejan la situación actual por mostrar información muy pasada, etc. Es importante mencionar el número de señaléticas aún existentes de acuerdo al tipo de señalización al que pertenecen: señalización vial (en número) y describir brevemente el lugar donde se encuentran; señalización orientativa (en número) y la ubicación; señalización interpretativa (en número) y su ubicación actual. PlanTur 2025 “señalización turística” Bolivia te espera Manual perfil de Proyecto Turístico (Bautista, Bueno, y Miranda, 2015).

11.17. Turismo sostenible

La Organización Mundial de Turismo (OIM) define el turismo sostenible como “un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen” (Proyecto Farfalle, 2019).

El Turismo Sostenible lo constituyen todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad (CEUPE, 2020).

El turismo sostenible es un modelo de planificación socioeconómica del turismo que pretende mejorar la calidad de vida de las poblaciones receptoras de turistas y del país en general, haciendo uso racional de los recursos humanos, natural físico, financiero y de los patrimonios

institucional y cultural, promoviendo el respeto y valorización de las comunidades originarias (Chiara y Rodríguez, 2014).

11.18. Importancia del turismo sostenible

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Entendemos por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente.

El viaje representa para el turista un sinónimo de placer, en el cual establecerá y desarrollará valores físicos, intelectuales, morales, emocionales, etc., a través del aprovechamiento de su tiempo libre, en el cual se involucran recursos naturales y culturales para satisfacer todas las expectativas del turista.

La importancia de esta actividad también reside en dos pilares. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como una actividad económica más que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc. (Chiara y Rodríguez, 2014).

11.19. El guía de turismo

Es un entusiasta anfitrión que siempre está dispuesto para brindar hospitalidad a clientes especiales (turistas nacionales y/o internacionales); generalmente es un viajero empedernido que disfruta la compañía de otras personas, conocer diferentes culturas, aprender otras formas de vida y de interpretar el mundo; es una persona autodidacta y disciplinada que esa en constante búsqueda de lugares nuevos, exóticos y fascinantes, que enriquezcan su vasto repertorio de memorias de la experiencia (Nicola, 2012).

11.19.1. Tipos de guías turísticos

11.19.1.1. Guías de traslado.

Son aquellos que reciben a los pasajeros en las terminales; ocupándose principalmente de brindar información general del destino y reconfirmando los programas adquiridos por el

pasajero (hotelería/excursiones/etc.). Sus principales habilidades radican en el conocimiento exhaustivo de los procedimientos habituales de aeropuertos y hoteles: check in, reconfirmación de vuelos, logística de maletas, entre otros.

11.19.1.2. Guías de tours.

Los que se encargan de dar a conocer los atractivos nucleados en un circuito, generalmente, de día o de medio día. Sus principales virtudes deben estar vinculadas al conocimiento de los atractivos, su historia y sus detalles.

11.19.1.3. Guías de sitio.

Guías Especializados en un atractivo puntual: una Iglesia, un Museo, un Cementerio, etc. Su conocimiento es exhaustivo sobre ese atractivo.

11.19.1.4. Guías Coordinadores (Tour Conductors o TCs).

Son aquellos que acompañan a un grupo durante todo un circuito; desde el momento de salida del origen, hasta el retorno. Suelen ser los representantes de las Agencias de Viaje Emisivas, y su función radica en asistir a los pasajeros durante todo el viaje, principalmente en cuantos aspectos operativos y de idioma, en caso necesario. No se requiere de ellos ningún conocimiento del destino en sí, dado que no se encargan de darlo a conocer, sino que asisten a los pasajeros en todo momento.

11.19.2. Selección del guía

La selección de un guía de turismo no es un asunto sencillo; aquí debe analizarse no sólo los conocimientos técnicos y culturales del mismo, sino también sus características personales, que lo pueden hacer más o menos afín a cada pasajero o grupo determinado. Históricamente se consideraba que una persona, por ser nacido y criado en un destino determinado, poseía “idoneidad”, esto es, los conocimientos y aptitudes suficientes para ser habilitado como guía turístico. Hoy en día, en la gran mayoría de lugares se solicita la habilitación correspondiente, vinculada a los estudios terciarios de Guía de Turismo. La idoneidad ya no supone más que un valor agregado, pero no tiene valor legal.

11.19.3. Perfil de un guía turístico

El Guía de Turismo está capacitado, de acuerdo a las actividades que se desarrollan en el perfil profesional para informar, motivar, orientar, guiar y asistir a visitantes y turistas, poniendo en valor y resguardando el patrimonio cultural y natural y utilizando en caso necesario una lengua extranjera, de modo tal que se sientan atendidos en todo momento y se satisfagan sus expectativas de información y de disfrute lúdico.

El Guía de Turismo se podrá desempeñar brindando servicios profesionales y/o en relación de dependencia de organizaciones que presten servicios turísticos en el marco de la normativa vigente y regulaciones jurisdiccionales, tanto a nivel nacional, provincial y municipal (Mamani, 2021).

11.20. Algunas de las competencias del guía de turismo son:

- Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural, espacios naturales y otros bienes del ámbito de actuación a turistas y visitantes.
- Prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes, y diseñar itinerarios turísticos.
- Comunicarse en una lengua extranjera distinta de la lengua materna, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.

Función general: Es el responsable de la recepción, coordinación, orientación, información, asistencia y animación de los visitantes nacionales e internacionales en el idioma de su elección.

Funciones específica:

- Recepción de los visitantes nacionales y extranjeros.
- Acompañamiento de turistas.
- Manejo de presupuesto de gastos de tour.
- Supervisión de la unidad de transporte.
- Elaboración de informes o reportes de tour.
- Información veraz, objetiva y clara al público receptor.

- Coordinación de los servicios y productos dentro del itinerario del tour.
- Asistencia al turista, primeros auxilios y, en caso necesario, coordinación de ingreso del turista a servicios hospitalarios.
- Ejecución puntual del programa de actividades establecido por la agencia de viajes o tour operador.
- Control del grupo de visitantes en cuanto a regulaciones, restricciones o precauciones necesarias en el desarrollo de las actividades dentro del recorrido.
- Entretenimiento del grupo durante la demostración o explicación de la zona.
- Gestión de la logística del recorrido entre el tour operador y los turistas considerando el tiempo destinado a cada atractivo y/o actividad.

Con el objetivo de ofrecer un tour eficiente dentro de las funciones específicas también se encuentra la gestión administrativa, que implica asegurarse de que todos los hoteles, restaurantes, transportación, entradas y espectáculos incluidos en el plan de viaje se cumplan, y para lograrlo requiere que se confirmen una y otra vez dichos servicios. Aunque se cuente con una reservación confirmada, el guía deberá contactar con el proveedor una semana, un día y una hora antes de cada parada.

12. Metodología de investigación

En la presente investigación que se está abordando, se ha utilizado una metodología, con el objetivo de recabar información real y precisa en cuanto al patrimonio natural que posee el Bosque de los Niño-El Águila, ubicado en la Comunidad San José del Municipio de Porvenir.

12.1. Tipo de Investigación

12.1.1. Descriptivo

Para el desarrollo de esta tesis se usó la investigación descriptiva, porque se realizó un diagnóstico sobre la situación actual de los recursos turísticos naturales con los que cuenta el Bosque de los Niño-El Águila, ubicado en la Comunidad San José del Municipio de Porvenir, a fin de desarrollar un producto turístico de naturaleza.

Los estudios descriptivos "buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar" (Hernández, Fernández, y Baptista, 2006).

12.2. Enfoques

12.2.1. Enfoque cuantitativo

El tipo de enfoque será cuantitativo porque nos permitirá realizar la recolección de datos de tipo descriptivos y de observación para desarrollar el producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila.

La investigación tiene un objetivo y según este contextualizado se puede tener una investigación con enfoque cuantitativo, cualitativo, y mixto. Es determinante esta categorización ya que a partir del enfoque se emplean las metodologías apropiadas y se busca alcanzar las pertinentes comprobaciones, recomendaciones y conclusiones de un fenómeno particular (Ramírez, 2010).

12.3. Métodos

12.3.1. Método deductivo

Porque nos permitirá considerar los enfoques teóricos generales para promover el producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila y así incrementar el flujo de turistas hacia la Comunidad San José.

El método deductivo "Es el razonamiento mental que conduce de lo general a lo particular y permite extender los conocimientos que se tienen sobre una clase determinada de fenómenos a otro cualquiera que pertenezca a esa misma clase" (Ramírez, 2010).

12.3.2. Método analítico

Porque se analizará la situación actual en relación a la problemática que atraviesa la Comunidad San José en cuanto a la actividad turística.

El método analítico consiste en la separación material o mental del objeto de investigación en sus partes integrantes con el propósito de descubrir los elementos esenciales que lo conforman (Hernández, Fernández, y Baptista, 2006).

12.3.3. Método inductivo

Este método ayudará a analizar e interpretar el resultado de las encuestas realizadas a las autoridades de la Comunidad San José, a los niños que hacen de guías, a los habitantes de la comunidad y a los turistas.

"La inducción es el método de obtención de conocimientos que conduce de lo particular a lo general, de los hechos a las causas y al descubrimiento de leyes... la deducción es el razonamiento mental que conduce de lo general a lo particular y permite extender los conocimientos que se tienen sobre una clase determinada de fenómenos a otro cualquiera que pertenezca a esa misma clase" (Ramírez, 2010).

12.4. Población y muestra

La población del presente trabajo de investigación se constituye en las personas que comprenden entre los habitantes de la Comunidad San José del Municipio de Porvenir la cual cuenta con una población de 280 habitantes entre hombres, mujeres, jóvenes, adultos y niños.

La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación (Tamayo y Tamayo, 2004).

12.5. Muestra

En el transcurso de la investigación se logró encuestar a 100 personas las mismas que fueron dirigidas a las autoridades de la comunidad, a la población, a los funcionarios de la ONG HERENCIA y a los turistas que visitan este lugar.

Es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" (Tamayo y Tamayo, 2004).

10.1. Técnicas e instrumentos de la investigación

Las técnicas de investigación son operaciones del método que están relacionados con el medio que se utilice. Son operaciones para recolectar, procesar o analizar la información. (Cusi, 2013).

12.5.1. Encuesta

Las encuestas estarán dirigidas a las autoridades de la comunidad, a los niños que hacen de guías, a los comunarios, a los funcionarios de la ONG HERENCIA y a los turistas que llegan a visitar dicho lugar. Con el objetivo principal de recabar información actualizada sobre las demandas de los visitantes, las solicitudes de los comunarios en cuanto a la prestación de los servicios turísticos y el desarrollo del mismo.

12.5.2. Cuestionario

Esta técnica será aplicada a las autoridades de la comunidad de San José, para conocer las acciones que llevan adelante para impulsar el desarrollo turístico, así como las dificultades que presentan en esta actividad. El instrumento de la encuesta a utilizar será un cuestionario a través de preguntas relacionadas a la actividad turística.

"Esta forma de entrevista que se realiza sobre la base de un cuestionario previamente formulado y preparado y estrictamente normalizado, a través de una lista de preguntas establecidas con anterioridad" (Bernal, 2006).

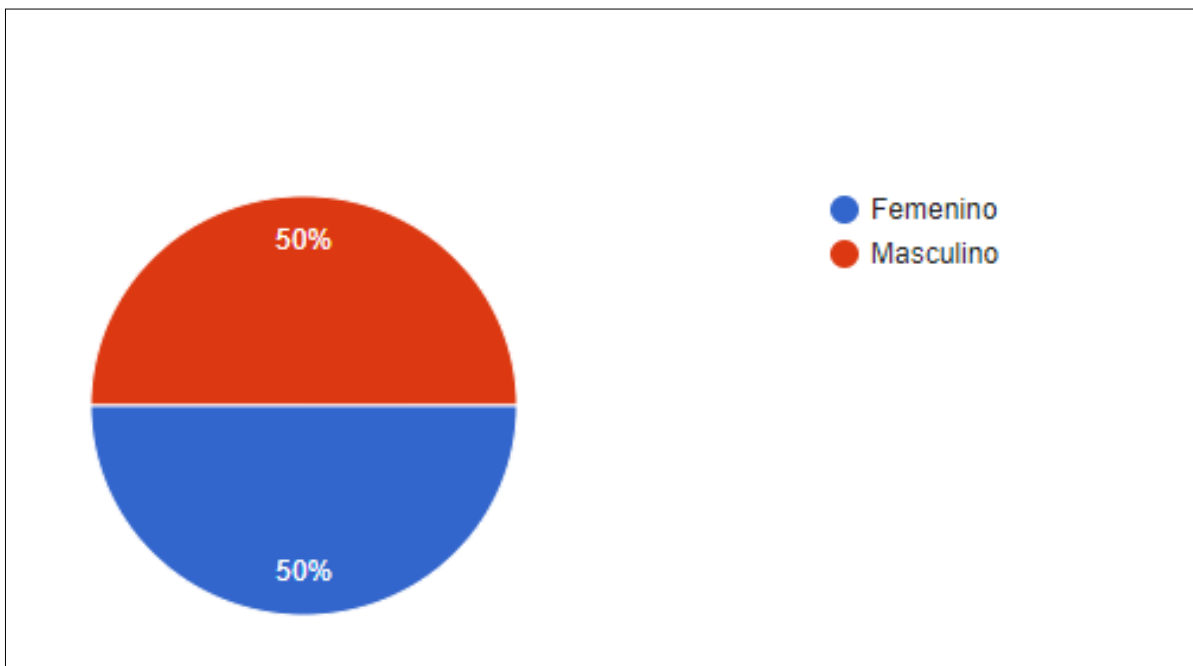
13. Resultados y validación de la investigación

La comunidad San José fue fundada el 21 de abril de 1992, actualmente cuenta con 30 familias con un aproximado de 280 personas entre niños y adultos, estas personas se dedican a la agricultura y a la recolección de castaña. Es importante mencionar que la comunidad se beneficia de dos proyectos que se han logrado implementar en el lugar a través de programas de organizaciones no gubernamentales como ser Herencia y la FAO. Los habitantes de esta comunidad manejan de manera estructurada las decisiones tomadas en beneficio de la misma, tomando siempre en cuenta los efectos que estas pueden causar en las costumbres y tradiciones sin generar ningún daño a las futuras generaciones. El potencial turístico con el que cuenta la comunidad es un encanto natural por su gran biodiversidad tanto en flora como en fauna, su clima tiene características propias, se destaca sobre todo por su gente gentil y acogedora. La Comunidad de San José del Municipio de Porvenir presenta un gran potencial turístico al contar con un área protegida como ser el Bosque de los niños-El Águila. Tomando en cuenta que este bosque ha sido utilizado en ocasiones para ciertos estudios y prácticas de suelo entre otros.

La investigación de este tema de interés se lleva a cabo con el fin de poder promover un producto turístico de naturaleza bajo el enfoque de un turismo sostenible en la Comunidad San José, tomando en cuenta los senderos turísticos (maderables y frutales) dentro del Bosque de los Niños-El Águila y sus hectáreas que les han sido donadas constituyéndose como área protegida. Dentro de la metodología utilizada para la investigación se llevó a cabo el uso de la técnica de encuestas en base a un cuestionario de preguntas cerradas y abiertas. Todos los datos obtenidos de la investigación sirven para el desarrollo de la propuesta de la presente investigación.

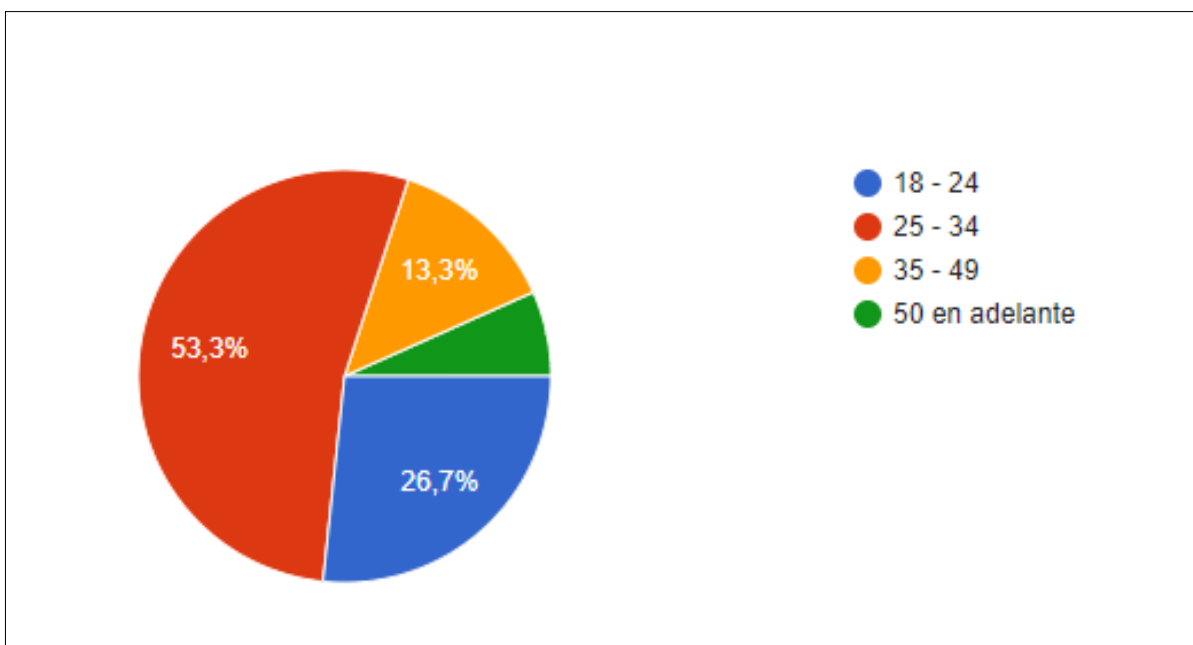
Los resultados del estudio de campo nos arrojaron las siguientes informaciones:

Las personas que fueron encuestadas pertenecen a un 50% al género masculino y un 50% al género femenino.



13.1.1.1. Figura 1. Género

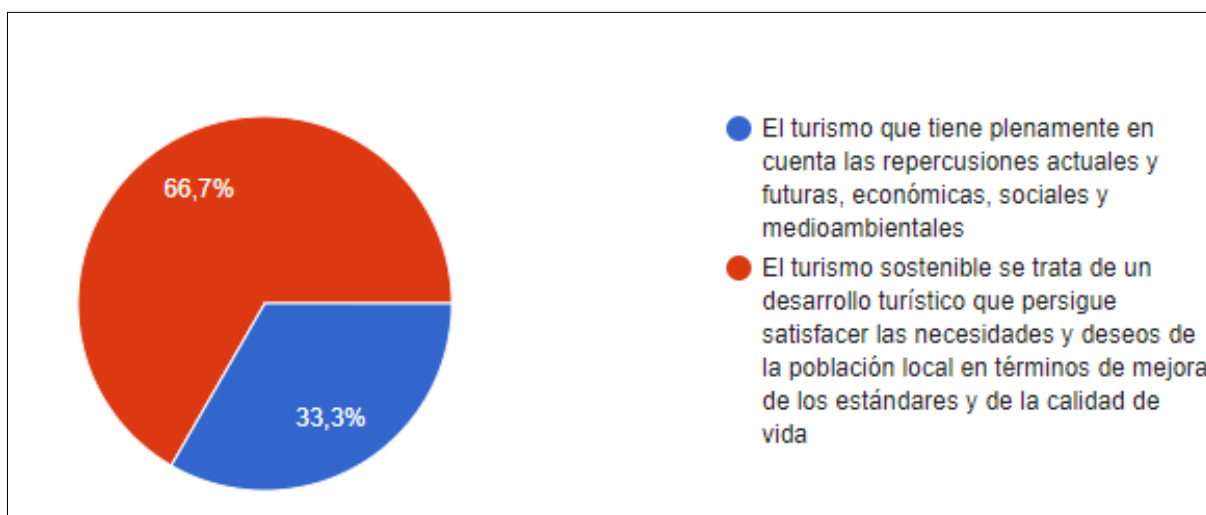
En la gráfica se presentan diferentes rangos de edades. El mayor porcentaje de rango de edad es de un 53%, el cual pertenece a las edades entre 25 a 34 años



13.1.1.2. Figura 2. Edad

¿Cómo define el turismo sostenible y sus cualidades?

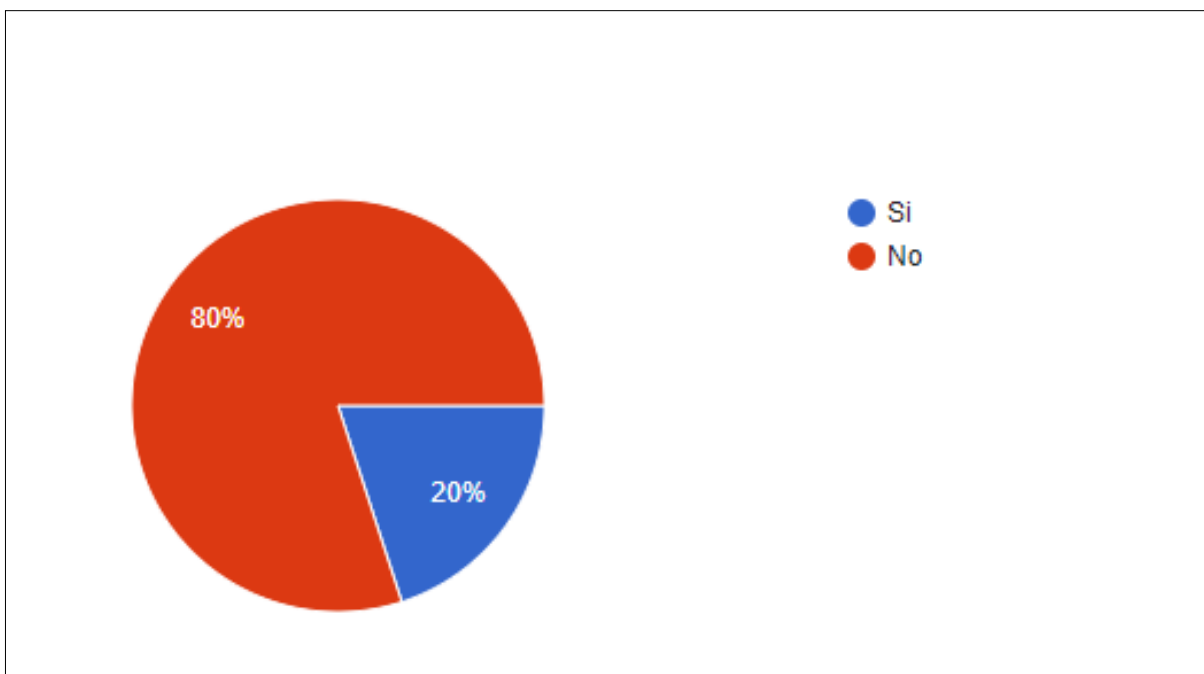
En la presente gráfica, el 66.7% de las personas encuestadas tienen conciencia de la importancia del turismo sostenible e indican que el turismo es una actividad que va más allá de temas económicos o políticos, el 33.3% buscan la calidad de vida de la población, satisfacer las necesidades y el cuidando el medio ambiente.



13.1.1.3. Figura 3. Definición del turismo sostenible y sus cualidades

¿Conoce usted algún atractivo turístico en la comunidad San José del Municipio de Porvenir?

El 80% de las personas encuestadas indican que no conocen ningún atractivo turístico en la Comunidad San José del Municipio de Porvenir, un 20% saben de la existencia de algún atractivo turístico. Por lo tanto, es importante impulsar las actividades turísticas sostenibles en esta comunidad.



13.1.1.4. Figura 4. Conocimiento sobre los atractivo turísticos de la Comunidad San José

¿Actualmente la comunidad San José del Municipio de Porvenir cuenta con servicios turísticos? ¿Usted conoce algún atractivo?

El 20% de los encuestados conoce algunos atractivos turísticos en la Comunidad San José

Tabla 3

Atractivo turístico de la Comunidad San José

| Atractivos turísticos de la Comunidad San José | |
|--|--|
| 1 | Bosque de los Niños .El Águila |
| 2 | Plan de Emprendimiento de Productos derivados de la Caña |
| 3 | Comunidad San José |
| 4 | Senderos Turísticos del Bosque de los Niños |

¿En qué fechas considera usted que existe un mayor flujo de turistas hacia la comunidad San José del municipio de Porvenir?

Existe mayor afluencia de turistas en la Comunidad San José entre los siguientes meses: De Junio a Julio y de Octubre a Diciembre. Esto puede darse debido a periodos donde se presentan vacaciones, por lo tanto, la gente tiende a viajar y visitar lugares turístico de la región.

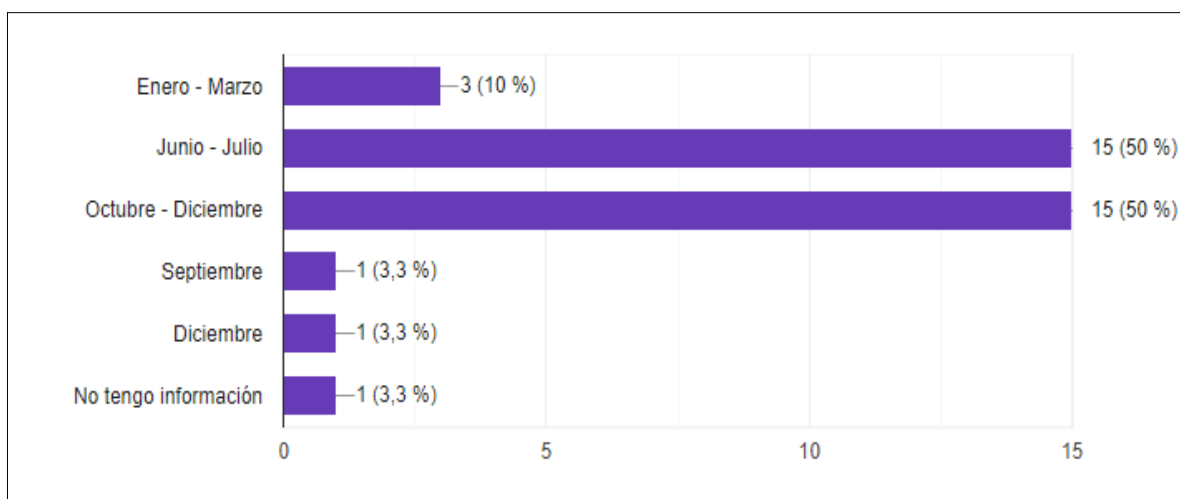


Figura 5. Meses con mayor afluencia de turistas en la Comunidad San José

¿Sabe usted que es un producto turístico?

La propuesta principal de la presente investigación es proponer un producto turístico de naturaleza para el Bosque de los Niños-El Águila de la Comunidad San José, a través de las encuestas se preguntó a los encuestados si tenían conocimiento sobre lo que es un producto turístico de naturaleza. Los resultados arrojaron que un 70% tiene conocimiento de ello y un 30% no sabe lo que es.

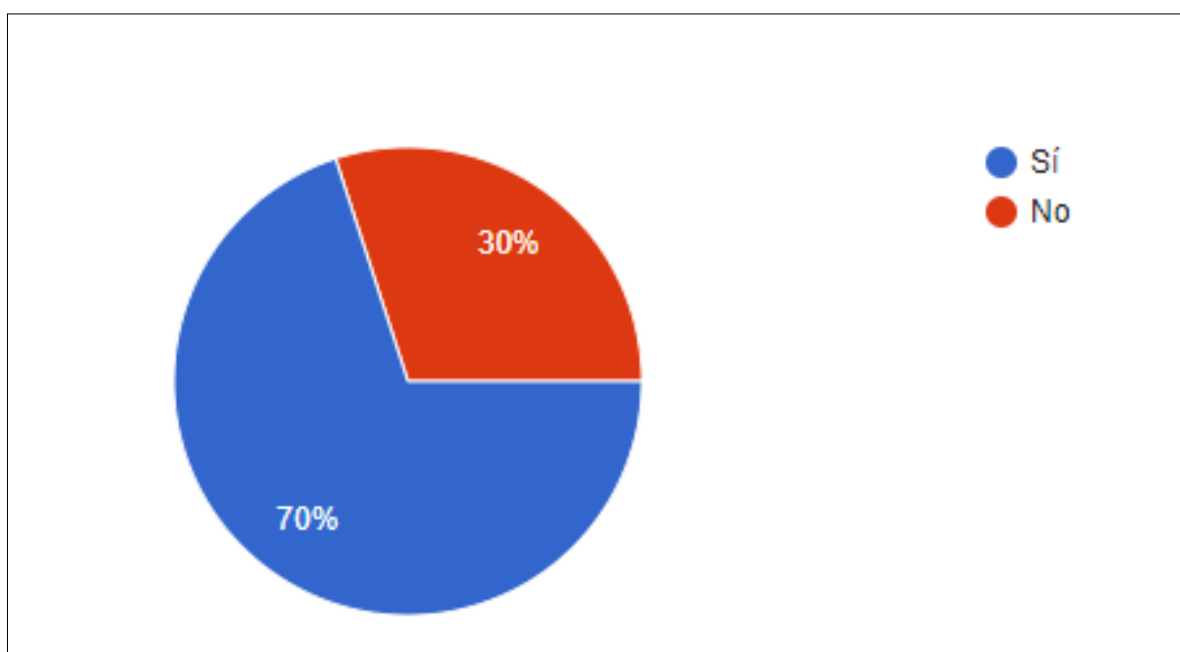
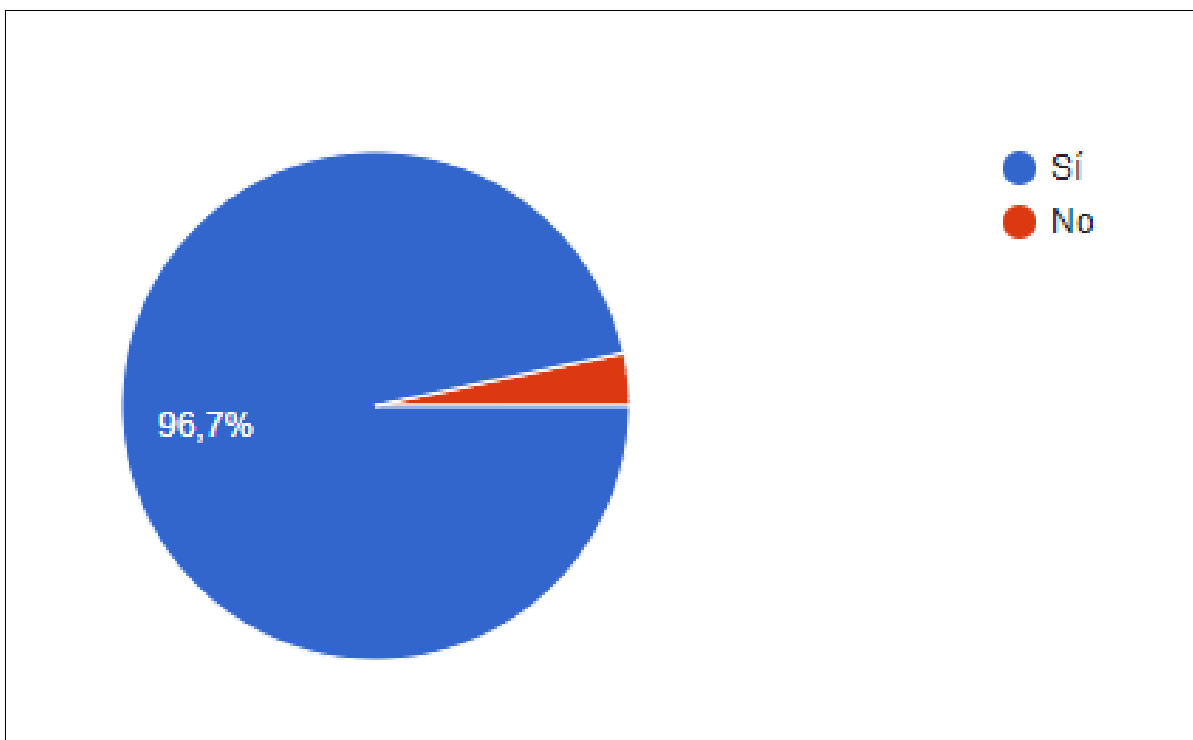


Figura 6. Conocimiento sobre lo que es un producto turístico de naturaleza

¿Usted considera que el Municipio de Porvenir, específicamente la Comunidad San José puede desarrollar un producto turístico que permita fomentar el turismo sostenible como una alternativa para el crecimiento económico de su región?

Un 97% de los encuestados estuvieron de acuerdo con la propuesta de un producto turístico de naturaleza para fomentar el turismo sostenible para el Bosque de los Niños-El Águila en la Comunidad San José del Municipio de Porvenir.



13.1.1.5. Figura 7. Propuesta de un producto turístico de naturaleza

Con base a la información recabada sobre el estudio de contexto y la situación actual de la Comunidad San José en cuanto al tema turístico, se evidencia que la comunidad actualmente posee un atractivo turístico importante llamado Bosque de los Niños-El Águila, el cual cuenta con dos senderos (sendero frutal y maderable). Por lo tanto, es importante resaltar que para poder impulsar la actividad turística en el Bosque de los Niños, se propone la creación de un producto turístico de naturaleza el cual estará enfocado en los senderos frutales y maderables. Los mismos que contarán con actividades turísticas a desarrollar durante el circuito establecido.

14. Propuesta de un logotipo y slogan para el producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila de la Comunidad de San José.

14.1. Objetivo

Diseñar una marca registrada para el producto turístico de naturaleza que identifique al Bosque de los Niños-El Águila (sendero frutal y maderable) de la Comunidad San José del Municipio de Porvenir del departamento de Pando como una oferta turística a nivel local, nacional e internacional.

14.2. Justificación

La comunidad San José del Municipio de Porvenir del Departamento Pando, posee atractivos turísticos, uno de los más importantes es el Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos maderables y frutales, es importante resaltar que a comparación de otras comunidades, no cuenta con programas, proyectos y acciones sobre la actividad turística de manera sostenible, La forma en que llevan a cabo sus actividades turísticas en cuanto a su organización y comunicación son de manera empírica. Por lo tanto, con la creación de una marca registrada y la identificación de estrategias sostenibles se logrará cumplir con el objetivo de la investigación.

14.3. Marca

El branding o la creación de marca, se relaciona con la percepción que tiene el consumidor cuando escucha o piensa en el nombre, servicio o producto de una empresa. Dicho esto, la palabra “marca” se puede definir como un objetivo en movimiento que evoluciona con el comportamiento de los consumidores. También se puede pensar en el branding como la imagen mental que los consumidores tienen sobre una empresa. Esa imagen está influenciada por los elementos, las palabras y la creatividad que rodean a la empresa y son fundamentales para la creación de marca. Con la creación de una marca registrada para el producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables de la comunidad San José del municipio de Porvenir. Se pretende a través del logotipo y el slogan mostrar el atractivo turístico de manera permanente y consolidarse en la mente del consumidor

Es necesario mencionar algunos puntos importantes para elaborar el diseño del logotipo y del slogan para el producto turístico de naturaleza:

- El diseño de la marca, debe considerar los atractivos turísticos de la comunidad.
- El slogan de la marca debe ser memorable y conectar de forma emocional con su público objetivo.
- El diseño de la marca debe enviar un mensaje claro y no confuso.
- El logotipo o imagotipo debe tomar en cuenta la importancia de la psicología del color en el diseño de marcas.
- La marca debe ser fácilmente reconocible y diferenciarse de la competencia.

14.4. Logotipo y slogan del producto turístico de naturaleza



Figura 8. Logotipo del producto turístico de naturaleza

14.4.1. Características de logotipo.

Característica importante al momento de diseñar el logotipo:

- **Representatividad.** Se quiere personalizar a la Comunidad San José, porque la misma llega a ser el lugar de destino turístico. Esta representatividad va de la mano con la creación del slogan, el cual va orientado al producto turístico de naturaleza del Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos frutales y maderables.
- **Originalidad.** Es también una característica muy importante al momento de crear un logotipo. Por lo tanto, es importante alejarse del plagio y tomarse de la mano de la creatividad y originalidad. Para ello, un punto importante fue la realización de un bosquejo o dibujo de manera manual en una libreta, o en una Tablet mediante una aplicación especial para dibujar. En este caso fue utilizada la primera opción. Esta originalidad es necesaria para la propuesta que se ofrecerá a la Comunidad de San José.
- **Simplicidad.** Es necesario que para la creación del logotipo, se tiene que tener el fin de no causar confusión a la vista del público objetivo. Esto implica también no entorpecer la comunicación del mensaje. En estos casos se aplica la frase de menos, es más. Esto no solo va de la mano con cargar de cosas o figuras al logotipo, sino también con el tomar en cuenta la psicología y armonía de los colores, del mismo modo, se busca un impacto positivo, es decir que sea fácil de recordar.
- **Memorable.** Al momento de diseñar el logotipo, se buscó proyectar la letra J de manera resaltada y remarcada con otro color. La letra J se refiere a la Comunidad San José, con el objetivo de ser notable para los visitantes. el logo y el slogan desprenden las características de un turismo natural relacionado de manera directa con los senderos turísticos frutales y maderables del Bosque de los Niños-El Águila,

14.5. Estrategias de comunicación de marketing para la marca del producto turístico de naturaleza del Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables.

Las estrategias de comunicación se refieren a las estrategias promocionales para la marca, las mismas que a su vez engloban estrategias o herramientas entre las cuales se tiene la publicidad, las relaciones públicas y el marketing directo. Para la difusión de la marca del producto turístico de naturaleza fue necesario tener alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas de la región. La marca busca proyectarse de forma única para ser reconocida tanto a nivel local, nacional e internacional. La promoción busca ser de forma integrada, cuidando cada área dentro de lo que es la comunicación de marketing.

14.5.1. Soportes gráficos

Es importante saber cómo se presentará el diseño de la marca, así como el diseño del logotipo y del slogan. Lo arriba mencionado mayormente es conocido como soporte o packaging gráfico. En evidente que no solo se tomará en cuenta los soportes gráficos tradicionales sino también los modernos y digitales.

14.5.2. Soportes gráficos tradicionales

- **Folleto general de tipo tríptico plegado envolvente:** Se coloca lo básico de la oferta como ser el mapa y los servicios de cada uno de los sitios turísticos definidos en este estudio, su uso será a través de oficinas de información turística y principales establecimientos relacionados al turismo.
- **Hojas volantes o flyers:** Es una plana de tamaño cuadrado donde contiene datos de la marca construida para el atractivo turístico de la comunidad así como datos importantes para llegar al mismo y los contactos necesarios para comunicarse. El flyers es de mayor tamaño que la tarjeta de presentación y lo que interesa es el impacto que pueda causar en el público su diseño y el mensaje en sí. Esta hoja volante podrá encontrarse en ciertas oficinas del Municipio de Porvenir que pueda ser de fácil acceso para las personas y turísticas.
- **Poster publicitario informativo:** Este tipo de poster se utilizarán para difundir la imagen de la marca del producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-

El Águila de la Comunidad San José. A través de tours operadores y agencias de viajes.

- **Dossier de prensa:** Se da a través de un cumulo de información histórica, cultural, territorial y de recursos con los que cuenta la comunidad. Este tipo de material está dirigido a los medios de comunicación, con la situación deseada de que difundan la información más importante, de tal manera despierte el interés en las personas.

14.5.3. Soportes gráficos digitales

- **Redes sociales:** Actualmente se consideran uno de los soportes digitales con más impacto a nivel mundial. Se tiene en cuenta que la creación de una página web o un blog pueden ayudar al conocimiento de la marca. Pero actualmente la mayor presencia online es vista en las diferentes redes sociales donde los negocios también interactúan. Por ejemplo: Una red social como Facebook tiene bastante impacto y alcance a través de la creación de una página oficial de la marca o empresa y su difusión por publicidad pagada.
- **Diseño web:** No dejando de lado la importancia de contar con una página web como un recurso importante para la difusión de la marca, se podrá colocar información necesaria para que los visitantes puedan descargarla, y esta misma pueda estar enlazada en las redes sociales.
- **Retargeting:** Esta herramienta moderna permite volver a mostrar la publicidad de la marca al público. Actualmente las personas se ven bombardeadas por mucha información sobre diferentes temas de interés. Por lo tanto, la primera impresión que tengan de la marca, puede no captar su atención a la primera.

14.5.4. Canales de distribución de la promoción del producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables.

Para hacer llegar la promoción de la marca del producto turístico de naturaleza del Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables, es necesario evaluar los mejores canales de distribución que puedan adecuarse al tipo de negocio y rubro en que se encuentra la marca, eligiendo de esta manera los canales más idóneos.

- Agencias de viajes físicas

- Agencias de viajes en online
- Press-tours
- Fam-trip
- Red de Información Turística
- Buscador en la web

A continuación se explicará sobre algunos de los soportes de comercialización más ideales para la propuesta:

Tabla 4
Soportes de comercialización

| Nº | Soportes de comercialización | descripción |
|----|------------------------------|--|
| 1 | Ferias regionales | Lugar en el cual se puede dar a conocer la oferta turística de la comunidad de San José, de forma física y presencial. Un soporte no realizado con frecuencia, pero con fuerte impacto. |
| 2 | Ferias nacionales | La oportunidad de poder participar en una feria nacional de forma presencial representando por ejemplo al Municipio porvenir, otorgará la oportunidad de hacer conocer la oferta turística de la Comunidad San José. |
| 3 | Visitas estratégicas | Realizadas con el fin de poder generar alianzas estratégicas en beneficio de la oferta turística para la Comunidad San José. |
| 4 | FAM-Trip y press-tours | Viajes de familiarización en donde cada uno tiene su especialización y objetivos perseguidos. Ambos coadyuvan a la promoción de la marca del producto turístico de naturaleza en este caso. |
| 5 | internet | Con los cambios que ha traído la modernización no se puede dejar de lado el impacto que tiene el internet en nuestras vidas y el gran soporte de comercialización que pueda representar para la difusión de la oferta turística. |

El proyectar una visión a mediano y largo plazo para la oferta turística de la Comunidad San José, hay que tomar en cuenta pasos importantes dentro del presente documento investigativo, de esta forma se podrá asegurar el cumplimiento de los objetivos estratégicos. Una vez se haya recabado la información en el estudio de campo, se da paso a la elaboración de las estrategias y por ende a la estructuración de la propuesta, la marca, la identificación de los tipos de promoción y los canales de distribución adecuados.

14.6. Estrategias para el desarrollo del producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila de la Comunidad de San José

14.6.1. Visión

Ser el referente del turismo norte amazónico al ofertar un producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables a nivel local, nacional e internacional.

14.6.2. Diseño de las estrategias

Tabla 5

Diseño de la estrategia.

| Diseño de las estrategias | |
|---------------------------|---|
| 1 | Desarrollo integrado del producto turístico de naturaleza del Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables ubicados en la Comunidad San José |
| 2 | Introducción de la oferta turística al mercado a través de los medios tradicionales y digitales. |
| 3 | Formación de alianzas estratégicas para la oferta turística a nivel nacional e internacional. |

La propuesta se sustenta en 3 estrategias de acción, las cuales se enfocan en posicionar la marca de la oferta turística de la Comunidad San José, desarrollar la oferta turística como producto turístico de naturaleza, concienciar a la población acerca de la importancia del turismo sostenible y el cuidando del medio ambiente como una parte fundamental del trabajo.

De esta manera se presentan las estrategias detalladas y desglosadas en la siguiente tabla:

Tabla 6
Diseño de las estrategias

| Diseño de las estrategias | |
|---------------------------|--|
| Estrategia 1 | Desarrollo integrado del producto turístico de naturaleza en el bosque de los niños-el águila y sus senderos turísticos frutales y maderables en la Comunidad San José |
| Programa 1.1 | Diseño del producto turístico de naturaleza |
| Acciones | <p>1.- Creación de un diseño auténtico y autóctono de la región para el producto turístico de naturaleza: Elementos locales representativos del patrimonio cultural de la comunidad San José en su oferta turística. Análisis de los atractivos y de los servicios turísticos actualmente presentes en la comunidad para el diseño del producto.</p> <p>2.- Participación de la comunidad e involucraiento en la oferta turística: Recolección de opiniones e ideas sobre la oferta turística por parte de los comunarios, ya que es fundamental tener la perspectiva de quienes son parte del lugar. Consideración las necesidades, deseos, opiniones, experiencias y bienestar de los habitantes de la comunidad San José.</p> <p>3.- Identificación del producto turístico de naturaleza para la Comunidad San José: Evaluar el inventario de atractivos turísticos de la comunidad Selección de los atractivos turísticos que formaran parte de la oferta turista de naturaleza.</p> <p>4.- Estructura y organización de los senderos turísticos existentes en el Bosque de los Niños-El Águila para la oferta turística: Adaptar la oferta turística que brindan estos lugares al producto turístico de naturaleza de la Comunidad de San José. Plantear un enfoque sostenible y medio ambiental con acciones ecológicos para las áreas protegidas de estos lugares con el fin de encajar en la estrategia del producto turístico de naturaleza. Colaborar con los encargados del turismo de estos lugares para adaptar el servicio de la oferta turística.</p> |
| Programa 1.2 | Desarrollo del producto turístico de naturaleza en el bosque de los niños-el águila y sus senderos turísticos frutales y maderables |
| Acciones | <p>1.- Desarrollo del turismo de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables situados en la Comunidad San José: Adaptación de la comunidad San José a las actividades relacionadas con el producto turístico de naturaleza, bajo un enfoque sostenible.</p> <p>2.- Diseño de la marca del producto turístico de naturaleza: Creación de la marca turística a través del logotipo y slogan, tomando en cuenta el diseño del producto turístico de naturaleza. Lanzar una convocatoria pública para el diseño del producto turístico de naturaleza del Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables de la Comunidad San José</p> <p>3.- Capacitación permanente a sectores que trabajan de manera directa con la actividad turística sobre cultura de servicio y atención al cliente: Llevar a cabo talleres y capacitaciones al personal que trabaja de manera directa con la actividad turística. Abordando temas relacionados a la atención al cliente, manejo de grupos, animación, primeros auxilios, cuidado del medio ambiente.</p> |

Tabla 7 (continuación)
Diseño de las estrategias

| | |
|--------------|---|
| Programa 1.3 | Estructuración del producto turístico de naturaleza del bosque de los niños-el águila y sus senderos turísticos frutales y maderables |
| Acciones | <p>1.- El Bosque de los Niños como actividad principal de la oferta turística de la Comunidad San José: Impulsar y promover el cuidado y protección del atractivo turístico del Bosque de los Niños y sus senderos turísticos frutales y maderables. Guías especializados en el Bosque de los Niños-El Águila como servicio incorporado como parte de la oferta turística.</p> <p>2.- Los senderos turísticos del Bosque de los Niños-El Águila como parte de la estructura: Realce del valor e importancia del sendero turístico de árboles maderables Realce del valor e importancia del sendero turístico de árboles frutales</p> <p>3.- La actividad productiva de la producción de caña de azúcar y sus diferentes productos terminados: En la comunidad San José, la producción de la caña de azúcar y sus derivados, son parte importante de la oferta turística de la región como algo característico y único que le otorga un valor agregado.</p> |
| Estrategia 2 | Introducción de la oferta turística al mercado a través de los medios tradicionales y digitales |
| Programa 2.1 | Promoción del producto turístico de naturaleza del bosque de los niños-el águila a través de la marca turística posesionada |
| Acciones | <p>1.- Realización de una investigación de mercado para el producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila de la Comunidad San José: Levantamiento de información y análisis de los datos cuantitativos y cualitativos para la determinación de la demanda turística potencial.</p> <p>2.- Desarrollo de un plan estratégico para la promoción y difusión del producto turístico de naturaleza en el Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables: Reuniones de concertación con los diferentes actores públicos y privados involucrados en la actividad turística, con la situación deseada de que puedan aportar qué tipo de comunicación estratégica es la indicada para el plan promocional de la Comunidad San José.</p> |
| Programa 2.2 | Determinación de los canales de distribución promocional y comercial del producto turístico de naturaleza |

Tabla 7 (continuación)

Diseño de las estrategias

| | |
|--------------|--|
| Acciones | <p>1.- Determinación de los canales de promoción tradicional: Lista de medios de promoción tradicional necesarios para brindar hacer conocer la oferta turística de la Comunidad San José. Cotización del costo de difusión en los medios tradicionales seleccionados.</p> <p>2.- Determinación de los canales de promoción digital: Lista de los medios promocionales digitales necesarios para la comunicación del mensaje de oferta turística de la comunidad. Cotización del costo de la difusión en los medios digitales seleccionados.</p> <p>3.- Elaboración del contenido para la oferta turística del Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos frutales y maderables de la Comunidad San José: Convocatoria a empresas públicas y privadas para la realización de los diferentes contenidos publicitarios para el producto turístico de naturaleza.</p> <p>4.- Elaboración de los programas de asistencia a eventos, páginas webs, redes sociales, prensa y ferias para la oferta del producto turístico de naturaleza. Asistencia a eventos presenciales y virtuales sobre temas turísticos en la región y en el país Asistencia a la feria internacional del turismo en Bolivia Asistencia a ferias nacionales y locales sobre turismo. Asistencia a la prensa u otro medio para comunicar la oferta del producto turístico de naturaleza.</p> |
| Estrategia 3 | Formación de alianzas estratégicas para la oferta turística |
| Programa 3.1 | Talleres de capacitación sobre el turismo sostenible en la comunidad San José del Municipio de Porvenir |
| Acciones | <p>1.- Realización de diferentes talleres con distintos tipos de segmentos que intervienen en el turismo natural y sostenible Talleres de capacitación en coordinación con los responsables de la unidad de medio ambiente de la alcaldía y gobernación, sobre temas turísticos, dirigidos a los habitantes de la Comunidad San José. Talleres de capacitación en coordinación con organismos no gubernamentales como ser la ONG HERENCIA, sobre temas referidos al turismo sostenible en la Comunidad San José.</p> |
| Programa 3.2 | Alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas para el desarrollo del producto turístico de naturaleza para el bosque de los niños-el águila y sus senderos turísticos maderables y frutales de la Comunidad San José |

Tabla 7 (continuación)
Diseño de las estrategias

| | |
|----------|--|
| Acciones | <p>1.- Puntos importantes para abordar a través de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas</p> <p>Sobre las bases del turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo ecológico, producto turístico de naturaleza, senderos eco turísticos y turismo sostenible se considera lo siguiente:</p> <p><u>Seguridad eco-turística</u>: Evaluación de riesgo en senderos turísticos y áreas protegida, planes de emergencia y técnicas de primeros auxilios.</p> <p><u>Importancia del guía turístico</u>: Guía de rutas y caminos, personal guía calificado y con talento, enfoque ecológico y medioambiental por parte del guía turístico.</p> <p><u>Gestión integrada</u>: Para la oferta turística, tomando en cuenta la gestión ambiental, gestión cultural, socio-económica y sostenible.</p> <p><u>Comercialización del producto</u>: Actividades de promoción y publicidad, identificación del público objetivo, elaboración de planes de mercadeo, plan de acción.</p> <p><u>Calidad de la oferta turística</u>: Calidad en el servicio, calidad del producto turístico de naturaleza, calidad del personal, servicios de hospedaje y alimentación, educación turística sobre la oferta ecológica.</p> |
|----------|--|

Una vez se haya identificado las tres estrategias para la visión a mediano y largo plazo del producto turístico de naturaleza del Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos maderables y frutales, se desarrolló el plan de acción, el cual esta estructurado diferentes programas y acciones para dar respuesta a cada una de las estrategia identificadas en el presente trabajo. Es importante tomar en cuenta la importancia de la identificación y el diseño del producto turístico de naturaleza hasta el desarrollo y estructuración del mismo. Por otro lado, es necesario considerar a las estrategias comerciales, promocionales y los medios de difusión, terminando así con la conformación de alianzas estratégica tanto con instituciones públicas y privadas. Como también con las organizaciones no gubernamentales y responsables del turismo ecológico y medioambiental, los organismo no gubernamental como la ONG HERENCIA y su relación cercana con el Bosque de los Niños-El Águila y sus senderos turísticos maderables y frutales de la Comunidad de San José.

15. Conclusiones y recomendaciones

15.1. Conclusiones

A lo largo del presente trabajo de investigación, se pudo analizar los diferentes tipos de actividades que se pueden desarrollar en el Bosque de los Niños-El Águila. De manera satisfactoria se pudo dar cumplimiento al objetivo general, a continuación se dan a conocer algunos puntos importantes en beneficio del tema abordado:

Con el primer objetivo específico se pudo realizar un diagnóstico de los atractivos turísticos que posee la Comunidad San José del Municipio de Porvenir, aquí el objetivo nos ayudó a obtener información concisa para luego poder tomar una buena decisión.

Posteriormente se realizó el segundo objetivo, el cual era identificar qué atractivos turísticos pueden ser considerados relevantes para ser considerados en la estructuración y desarrollo del producto turístico de naturaleza. Llegando como punto final a la determinación y definición de tomar en cuenta a los dos senderos turísticos maderables frutales que posee el Bosque de los Niños. El Águila

Como último objetivo específico era identificar cuáles serían los elementos necesarios para estructurar y desarrollar un producto turístico de naturaleza en el Bosque de los niños. Dando como resultado cumplimiento a este objetivo de manera satisfactoria.

15.2. Recomendaciones.

Es necesario tomar en cuenta cada estrategia, programas, proyectos y acciones del presente trabajo de investigación, ya que las mismas han sido trabajadas en base al estudio de campo.

Se debe de considerar toda propuesta en sí, ya que la misma ha sido elaborada cuidadosamente según las características que posee el producto turístico de naturaleza del Bosque de los Niños-El-Águila y sus senderos turísticos maderables y frutales.

Se sugiere que la presente tesis pueda ser ejecuta por la Comunidad San José, de tal manera que se beneficien los pobladores, sin olvidar que el turismo tiene un efecto multiplicador.

16. Presupuesto de la investigación

Tabla 7

Presupuesto y detalle de los materiales a utilizar

| N° | Materiales | Costo Unitario | Cantidad | Total |
|-----------------------------|---------------------|----------------|------------|------------------------------|
| 1 | Lapicero | 2 | 4 | 8 |
| 2 | Libros | 35 | 3 | 105 |
| 3 | Cuaderno | 18 | 1 | 18 |
| 4 | Papel Boom | 50 | 3 resma | 150 |
| Material Informático | | | | |
| 5 | Computadora | 3.500 | 1 | 3.500 |
| 6 | Impresiones | 70 | 3 | 210 |
| 7 | USB | 70 | 1 | 70 |
| Otros Gastos | | | | |
| 8 | Combustible | 3.75 bs x lt. | 20 litros. | 75 |
| 9 | Internet | 199x mes | 3 meses | 597 |
| 10 | Tarjetas de crédito | 10bs | 5 | 50 |
| | | | | Costo total =4783 Bs. |

17. Cronograma de actividades del trabajo de investigación

Tabla 8

Cronograma de actividades para el desarrollo de la investigación

| Actividades | 2020 | 2021 | | | | | |
|--|------|-----------|-------|---------|-------|-------|------|
| | | Diciembre | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo |
| Denominación de la tesis de grado | | X | | | | | |
| Introducción | | X | | | | | |
| Antecedentes | | X | | | | | |
| Descripción del problema que se contribuirá a resolver | | X | | | | | |
| 3.1. Formulación del problema. | | X | | | | | |
| Justificación de la tesis de grado | | | | | | | |
| 4.1. Justificación teórica | | | X | | | | |
| 4.2. Justificación practica | | | | | | | |
| Objetivos | | | | | | | |
| 5.1. Objetivo general | | | X | | | | |
| 5.2. Objetivos específicos | | | | | | | |
| Objeto de estudio | | | X | | | | |
| Alcance o campo de acción de la investigación | | | X | | | | |
| Marco conceptual | | | | | | | |
| 8.1. Marco referencial | | | X | | | | |
| Marco teórico | | | | | | | |
| Metodología de investigación | | | | | | | |
| 9.1. Tipo de investigación | | | | | | | |
| 9.2. Enfoques | | | | | | | |
| 9.3. Métodos | | | | X | X | | |
| 9.4. Población y muestra | | | | | | | |
| 9.5. Técnicas e instrumentos de la investigación | | | | | | | |
| Presupuesto de la investigación. | | | | X | X | X | X |
| Cronograma de actividades de la tesis de grado | | | | X | X | X | X |
| Bibliografía | | | | | | X | X |

Nota: Periodo de tiempo en el cual se elaboró la investigación.

Referencias.

- Aigaje, I., y López, L. (2013). *Diseño de un circuito turístico para contribuir al desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la provincia del Guayas* (Universidad Estatal de Milagro). Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.
Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/758>
- Arbelo, M. (2014). *Diseño del producto turístico “Viviendo en la Campiña” en la CCS Juan Verdecia de Camajuaní* (Tesis de grado, Universidad Central “Marta Abreu” de la Villas). Universidad Central “Marta Abreu” de la Villas, Camajuaní, Cuba.
Recuperado de <http://dspace.uclv.edu.cu:8089/handle/123456789/5774>
- Barrera, D., y Elorza, S. (2021). El agroturismo como estrategia de diversificación de la cadena agroalimentaria del amaranto en Nativitas (Tlaxcala, México). *Turismo y Sociedad*, 28, 23–37. <https://doi.org/10.18601/01207555.n28.01>
- Bautista, C., Bueno, C., y Miranda, D. (2015). *Señalización turística en el complejo arqueológico de Tiwanaku* (Proyecto de grado). Universidad Mayor de San Andres. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Carrera de Turismo, La Paz, Bolivia. Recuperado de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/13992>
- Bernal, T. (2006). *Metodología de la investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2ª ed.; D. Salavarieta, A. T. Sánchez, y R. Salazar, Eds.). Bogotá, Colombia: Pearson Prentice Hall. Recuperado de https://books.google.com.bo/books?id=h4X_eFai59oC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Canales, J., Mendoza, M., Fernández, M., y Gullete, G. (2011). Turismo y cambios sociales. Estudio cualitativo sobre percepciones comunitarias en Bahías de Huatulco, México. *Cuadernos de Turismo*, (28), 171–189. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/147291>
- Chiara, I., y Rodríguez, E. (2014). *Plan de desarrollo turístico sostenible para el Municipio de San Ignacio de Moxos* (Proyecto de grado). Universidad Mayor de San Andres. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Carrera de Turismo, La Paz,

- Bolivia. Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/14293/PG-3190.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Conde, V., y Lima, N. (2018). *Diseño de productos turísticos para el Municipio de Viacha* (Tesis de grado). Universidad Mayor de San Andrés. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Carrera de Turismo, La Paz, Bolivia. Recuperado de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/18824>
- Condori, V., y Mamani, R. (2017). *Rutas y circuitos turísticos en la Comunidad Llaullini, Distrito Rural de Zongo 2016* (Proyecto de grado). Universidad Mayor de San Andrés. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Carrera de Turismo, La Paz, Bolivia.
- Covarrubias, R. (2019). “Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas” [Página web]. Recuperado el 15 de mayo de 2021, de Eumed.net website: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>
- Cuentas, M. (2012). *El turismo de aventura en Bolivia y su correlación con la Ley del Medio Ambiente* (Tesis de grado). Universidad Mayor de San Andrés. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Carrera de Turismo, La Paz, Bolivia. Recuperado de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/14777>
- Cusi, C. (2013). *Semillas para la Investigación 2: Manual Académico* (3ª ed.). Cobija, Bolivia: Sociedad de Escritores y Poetas de Pando.
- Dirección de Planificación. (1997, agosto). *Metodología para la Señalización Turística*. Ministerio de Desarrollo. Recuperado de <https://www.bivica.org/files/turismo-senalizacion.pdf>
- Entorno Turístico. (2020, diciembre 27). “Circuitos Turísticos: Qué son y cómo diseñarlos” [Página web]. Recuperado el 15 de mayo de 2021, de Entorno Turístico website: <https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/>

- Entorno Turístico. (2020, diciembre 27). "Turismo de naturaleza" [Página web]. Recuperado el 15 de mayo de 2021, de Entorno Turístico website: <https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/>
- Espada, B. (2018, junio 19). "¿Qué es el turismo ecológico?" [Blog]. Recuperado el 15 de mayo de 2021, de ElBlogVerde.com website: <https://elblogverde.com/que-es-el-turismo-ecologico/>
- Ferrell, O., y Hartline, M. (2011). *Estrategia de marketing* (5ª ed.). Mason (OH): South-Western Cengage Learning. Recuperado de [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/\[PD\]%20Libros%20-%20Estrategia%20de%20Marketing.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/[PD]%20Libros%20-%20Estrategia%20de%20Marketing.pdf)
- Gómez, R., Arredondo, J., Menacho, E., Orozco, C., y García, M. (2019). *Ruta de migración de los dinosaurios en Bolivia*. Ministerio de Educación. Viceministerio de Ciencia y Tecnología. Recuperado de <http://museodorbigny.org/wp-content/uploads/2020/05/Ruta-de-los-dinosaurios-en-Bolivia-small.pdf>
- Gómez, V. (2016). *Turismo rural comunitario y el beneficio en familias del Municipio de Pucarani*. (Tesis de Grado). Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Economía, La Paz, Bolivia. Recuperado de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/6932>
- González, P., y Mendoza, J. (2014). *Introducción al Turismo* (1ª ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, L. (2006). *Metodología de la Investigación* (4ª ed.; R. A. del B. Alayón, Ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Mamani, W. (2021, mayo 12). "Manual básico para las operaciones de turismo comunitario – OTCS planes de negocios" [Página web]. Recuperado el 13 de mayo de 2021, de Turismo website: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/>
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: Un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), 396. <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>

- Mendoza, G., y Mendoza, S. (2011). *Plan de desarrollo turístico comunitario para la Comunidad de Yumani Isla del Sol* (Proyecto de grado). Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Carrera de Turismo, La Paz, Bolivia.
- Montaño, V., Cordel, R., Medina, Z., Méndez, L., Alfaro, A., y Claire, E. *Ley general de turismo "Bolivia te espera"*. , Pub. L. No. 292 (2012).
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (35), 335. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>
- Nicola, M. (2012). *Creación de dos circuitos turísticos sustentables para el desarrollo, promoción y fortalecimiento de la actividad turística en la Provincia de los Ríos* (Proyecto de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/332/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-19.pdf>
- Onis, R., y Consuelo, S. (2012). *La implementación de cadenas productivas como factor de desarrollo del turismo en el Municipio de Uyuni* (Tesis de grado). Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Economía, La Paz, Bolivia. Recuperado de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/2355>
- Organización de Naciones Unidas. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo* (Informe de Comisión Núm. A/42/427; p. 416). Nairobi, Kenia: Organización de Naciones Unidas. Recuperado de Organización de Naciones Unidas website: http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE-LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf
- Organización Iberoamericana de Seguridad Social. (2018). *Boletín del Programa Iberoamericano de Cooperación sobre Adultos Mayores* (Boletín Núm. 17; p. 30).

- Buenos Aires, Argentina: Organización Iberoamericana de Seguridad Social. Recuperado de Organización Iberoamericana de Seguridad Social website: https://oiss.org/wp-content/uploads/2000/01/BOLETIN_17.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2021). “Glosario de términos de turismo” [Página web]. Recuperado el 16 de mayo de 2021, de Organización Mundial del Turismo website: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Padilla, O. (2004). *El Turismo Fenómeno Social* (2ª ed.). Jalisco, México: Fondo De Cultura Económica.
- Pinto, J. (2016). *Diseño de circuitos turísticos para el Municipio de Huatajata* (Proyecto de grado). Universidad Mayor de San Andres. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Carrera de Turismo, Huatajata, Bolivia. Recuperado de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/11437>
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2006). *El PNUMA en 2006* (Informe anual Núm. 19/32/97; p. 83). Ginebra: Organización de Naciones Unidas. Recuperado de Organización de Naciones Unidas website: https://www.iri.edu.ar/publicaciones_iri/anuario/CD%20Anuario%202007/Mayd/PNU%20-%20Informe%202006.pdf
- Pulido-Fernández, J., y López-Sánchez, Y. (2014). Turismo y cambio climático. Propuesta de una marco estratégico de acción. *Revista de Economía Mundial*, (36), 257–283. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/866/86632963010.pdf>
- Ramírez, I. (2010). Metodología de la Investigación Científica. En *Apuntes de Metodología de la Investigación: Un enfoque crítico* (pp. 41–81).
- Rojas, B. (2015). *Diseño de un producto turístico acuático en la Comunidad de Ayangue, Provincia de Santa Elena* (Tesis de grado). Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador. Recuperado de <https://docplayer.es/35527105-Diseno-de-un-producto-turistico-acuatico-en-la-comunidad-de-ayangue-provincia-de-santa-elena-ano-tesis-de-grado.html>

- Secretaría de Fomento Turístico. (2018). “Turismo de Naturaleza” [Página web]. Recuperado el 15 de mayo de 2021, de Gobierno del Estado de Yucatán website: <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/secciones/ver/turismo-de-naturaleza>
- Tacón, A., y Firmani, C. (2004, enero). *Manual de senderos y uso público*. CIPMA-FMAM. Recuperado de <http://www.bio-nica.info/biblioteca/Tacon2004SenderosUsoPublico.pdf>
- Tamayo, M., y Tamayo. (2004). *Diccionario de la investigación científica* (2ª ed.). México: Limusa. Recuperado de [https://books.google.com.bo/books?id=jcGySsqyv4wC&printsec=frontcover&dq=Tamayo+y+Tamayo,+1997\)&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjHy9nV59jwAhVEDrkGHbBgBEAQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.bo/books?id=jcGySsqyv4wC&printsec=frontcover&dq=Tamayo+y+Tamayo,+1997)&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjHy9nV59jwAhVEDrkGHbBgBEAQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q&f=false)
- Thompson, A., Strickland, A., y Janes, A. (2018). *Administración estratégica* (2ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de <https://books.google.com.bo/books?id=6S5bwAEACAAJ>
- Viceministerio de Turismo. (2011). *Plan Nacional de Turismo 2012-2016* (1ª ed.; O. Poma, Ed.). La Paz, Bolivia: Ministerio de Culturas - Viceministerio de Turismo. Recuperado de <https://www.bivica.org/files/turismo-plan-desarrollo.pdf>
- Villavicencio, B. (2014). *Turismo de naturaleza como una alternativa de desarrollo local, en condiciones de cambio climático en San Ignacio, B.S.C. México* (Tesis de grado). Universidad Autónoma de Baja California. Área de Conocimiento de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento Académica de Economía, México. Recuperado de <https://vdocuments.es/universidad-autnoma-de-baja-california-entidad-el-camino-de-acceso-unos-dos.html>
- Viñals, M., y Bernabé, A. (1999). *Turismo en espacios naturales y rurales*. España: Servicio de Publicaciones. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=271606>
- Wood, M. (2002). *Ecotourism. Priciples, practices & policies for sustainability*, UNEP, TIES.

Anexos

Registro Fotográfico



17.1.1.1. *Figura 9. Mapa de la Comunidad San José*



17.1.1.2. *Figura 10. Socialización y dinámica grupal de trabajo*



17.1.1.3. *Figura 11. Entrevista a los comunarios*



17.1.1.4. *Figura 12. Comunarios de San José*



17.1.1.5. Figura 13. Mesa de trabajo con los comunarios



17.1.1.6. Figura 14. Recorrido por las zonas de la Comunidad de San Jose