

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE  
LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO**



**PROYECTO DE GRADO**

**ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN**

**TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LA PAZ (2016)**

Proyecto de grado presentado para la obtención del Grado de Licenciatura

**POR: FABIOLA ERIKA CONDORI JIMENEZ**

**LA PAZ – BOLIVIA**

**Abril, 2017**

## ÍNDICE

CAPÍTULO I.....	7
MARCO REFERENCIAL .....	7
1. Antecedentes .....	7
2. Descripción del Problema.....	9
3. Justificación del Proyecto.....	11
4. Objetivos del Proyecto .....	12
4.1. Objetivo General .....	12
4.2. Objetivos Específicos.....	12
CAPÍTULO II .....	14
MARCO CONCEPTUAL.....	14
1. Turismo .....	14
2. Sistema .....	14
3. Información .....	15
3.1. Servicio de Información.....	16
3.2. Sistema de Información.....	16
3.3. Sistema Informático .....	19
4. Base de Datos .....	23
5. La Informática .....	24
6. Sistema de Información Turística.....	24
7. Tecnología .....	26
7.1. Las Tecnologías de Información.....	27
7.2. Tecnologías en el sector Turístico.....	27

8. Internet como Sistema de Información.....	29
9. Marketing .....	29
9.1. Marketing Turístico.....	30
9.2. Marketing On Line.....	33
10. Destino Turístico.....	37
11. Atractivos Turísticos.....	37
12. Demanda Turística.....	38
13. Georeferenciación.....	38
MARCO LEGAL .....	39
Plan de Turismo 2012-2016.....	39
Plan Nacional de Desarrollo Departamental Autónomo de La Paz.....	39
Ley General de Turismo Bolivia Te Espera-Ley 292.....	40
Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011 .....	42
Proyectos de Desarrollo Turístico en Áreas Rurales en el Municipio de La Paz .....	42
Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.....	43
Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación .....	43
Plan Nacional de Turismo 2025.....	44
CAPÍTULO III.....	45
MARCO METODOLÓGICO .....	45
1. Proceso Metodológico .....	45
2. Tipo de Investigación .....	45
2.1. Cualitativa .....	46
2.2. Cuantitativa .....	46

3. Instrumentos .....	47
3.1. Entrevistas .....	47
3.2. Encuestas .....	47
DIAGNÓSTICO .....	48
1. Análisis Externo (internacional) .....	48
2. Análisis Interno .....	54
3. Análisis del área de influencia del proyecto .....	56
Ubicación geográfica y política .....	56
4. Datos generales de la Ciudad de La Paz .....	57
5. Oferta .....	58
5.1. Componente Natural .....	58
5.2. Componente Cultural .....	60
5.3. Componentes de festividades y eventos .....	63
5.4. Componente actividades recreacionales .....	65
5.5. Componente de medios de comunicación .....	66
5.6. Componente seguridad .....	67
5.7. Componente Servicios Turísticos .....	68
5.8. Comercialización y Promoción .....	72
6. Demanda .....	73
6.1. Demanda Nacional .....	74
6.2. Perfil de la Demanda Nacional .....	74
6.3. Demanda de Extranjeros .....	75
6.4. Perfil del Turista Extranjero .....	75
7. Gestión Ambiental .....	76

8. Análisis de la administración gubernamental y no gubernamental en el área de afluencia del proyecto (Superestructura) .....	77
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DEL TRABAJO DE CAMPO .....	84
1. Población de Muestra .....	84
2. Instituciones Públicas del área de Turismo .....	92
3. FODA .....	99
3.1. Análisis FODA.....	101
3.2. Marco Lógico .....	102
3.2.1. <i>Análisis de Involucrados</i> .....	103
3.2.2. <i>Matriz del Marco Lógico</i> .....	105
CAPITULO IV .....	107
PROPUESTA .....	107
Esquema de la Propuesta.....	109
1. Tarea 1 .....	110
1.1. Sub Tarea 1. ....	110
1.2. Sub Tarea 2 .....	111
1.3. Sub Tarea 3 .....	113
1.4. Sub Tarea 4 .....	115
1.5. Sub Tarea 5 .....	116
2. Tarea 2.....	117
2.1. Sub Tarea 1 .....	117
2.2. Sub Tarea 2 .....	124
2.3. Sub Tarea 3 .....	125
2.4. Sub Tarea 4 .....	127

2.5. Sub Tarea 5 .....	127
3. Tarea 3.....	129
3.1. Sub Tarea 1 .....	129
3.2. Sub Tarea 2 .....	130
3.3. Sub Tarea 3 .....	131
3.4. Sub Tarea 4 .....	132
3.5. Sub Tarea 5 .....	133
CRONOGRAMA.....	136
EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	137
1. Evaluación Ambiental.....	137
2. Evaluación Social.....	138
3. Evaluación Técnica .....	138
4. Evaluación Económica y Financiera.....	139
CONCLUSIONES .....	141
RECOMENDACIONES.....	142
BIBLIOGRAFÍA .....	143
ANEXOS .....	146
Especificaciones Técnicas del Sistema Informático.....	147
Encuesta.....	149
Entrevista.....	152

## ÍNDICE CUADROS

CUADRO 1 .....	61
CUADRO 2.....	62
CUADRO 3.....	63
CUADRO 4.....	66
CUADRO 5.....	69
CUADRO 6.....	137
CUADRO 7.....	140
CUADRO 8.....	140
CUADRO 9.....	141

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **1. Antecedentes**

La actividad turística es un gran generador de ingresos tanto para un país, un destino o comunidad, donde se encuentran atractivos naturales, culturales, arquitectónicos, donde se puede realizar diferentes actividades y deportes especializados.

En el transcurso de los años el Turismo ha ido creciendo y se ha convertido en una actividad económica estratégica que revaloriza el patrimonio cultural, natural, arquitectónico e intangible, contribuyendo a que se establezcan relaciones entre varios actores tanto del sector privado como del sector público. Por su parte las entidades públicas de turismo implementan mecanismos de regulación y control de la actividad para lograr que los ingresos que se obtienen por el turismo sean destinados a la promoción y difusión de la misma, fomentando el cuidado del medio ambiente.

Uno de los principales actores del turismo es la demanda, que al pasar de los años se ha convertido en un turista que lee bastante sobre el destino al que va a visitar y que actualmente una de las principales maneras de llegar a él es mediante todo lo relacionado al internet y las nuevas tecnologías como; las redes sociales, páginas web, blogs, y los sistemas de información turística.

Un Sistema de Información Turística es aquel que comprende una gran cantidad de información de todos los actores que conforman parte del turismo tanto de las instituciones del área pública como del área privada de un destino, atractivo o ciudad.

El presente proyecto ha permitido dar una mirada amplia de lo que es un Sistema de Información Turística (SIT) logrando hacer una evaluación de cómo se encuentran a nivel mundial, con qué tipo de potencialidades y debilidades cuenta. De acuerdo a la investigación un SIT se presenta de tres diferentes maneras: de manera impresa; en el cual se tienen los catálogos turísticos, folletos, trípticos: de manera digital; que son las páginas web, base de datos, y de manera directa; atención al cliente. Cualquiera de las tres maneras en la que se presente un sistema de información turística, comprende la diversidad de servicios que se pueden encontrar y actividades a realizar, la manera que tiene mayor alcance actualmente es la manera digital, porque a través de ella se puede sobrepasar fronteras o continentes.

Como ámbito de estudio, la Ciudad de La Paz, cuenta con una gran potencialidad turística como ser: atractivos turísticos, actividades que se pueden realizar, circuitos, visitas a diferentes iglesias, museos, parques con los que cuenta para llamar la atención del turista. También cuenta con una variedad de servicios de hospedaje de 1 a 5 estrellas de diferentes categorías, restauración con una amplia variedad de platos tradicionales como internacionales, y transporte terrestre como ser taxis, radio taxis, colectivos, teniendo como nueva propuesta el Puma Katari y el teleférico, cada uno de los servicios

se diferencia por su precio y la calidad del servicio, asimismo la Ciudad de La Paz cuenta con servicios secundarios que apoyan a la actividad turística.

## **2. Descripción del Problema**

La Ciudad de La Paz tiene bastante potencial turístico que al momento de brindar la respectiva información se tiene dificultades, las empresas privadas como agencias de viajes, tienden a manejar información no actualizada sobre algunos de los servicios y productos que ofrecen, muchas de estas empresas se quedan ofreciendo lo mismo y utilizando solo medios de promoción escrita y de manera tradicional por ahorrar en costes.

La alcaldía como ente público por su parte ha realizado una serie de aplicaciones, una de ellas es respecto a poder encontrar información general de la Ciudad de La Paz, donde cualquier persona puede descargarla y utilizar esta herramienta, que es útil para llegar a distintos lugares por ejemplo, cómo llegar a ubicar una farmacia o un cajero, etc. Pero esta aplicación contiene información general, no es destinada a la información turística como tal.

Donde sí se tiene información específica de turismo son en las oficinas de información turística INFOTUR que tienen potencialidades de buena ubicación en 5 puntos estratégicos dentro de la Ciudad de La Paz, pero estas oficinas también cuentan con algunas debilidades: existe un número de personas que trabajan ahí que no hablan el idioma inglés fluido, mayormente se maneja material impreso para brindar información, la cual es llevada por las empresas ofreciendo sus servicios, pero este material lo llevan

sin una fecha específica, por lo cual si no hay folletos en las oficinas del INFOTUR se espera hasta que las empresas lleven el material que corresponde de su empresa o servicio.

Por otra parte en algunos casos poco informa el personal que trabaja ahí y más al turista nacional, con ello perdiendo un turista potencial o haciendo que las personas generen su propia información, la atención debe de ser más dinámica para llamar la atención del turista e igualitaria tanto para el extranjero como para el nacional.

Justamente es el turista nacional o extranjero que no sabe dónde encontrar información de las actividades que se pueden realizar, atractivos que visitar, servicios que existen, de hotelería, transporte y restaurantes con sus respectivos servicios, horarios de atención y ubicación. En varios casos se encuentra la información en diferentes medios pero se les hace complicado entender ya que la información no es tan específica y a veces existe tanta información de las diferentes empresas, que suelen confundir al turista en vez de ayudarlo a encontrar lo que busca.

Por todo lo mencionado anteriormente y con el trabajo de campo realizado, como problema se observa la inexistencia de un Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz como tal, esta propuesta nace con la intención de recabar y obtener información de los actores que forman parte de la actividad turística como puntos principales; atractivos turísticos, actividades se pueden realizar de día y en la noche, información sobre los servicios de transporte, hospedaje, seguridad y alimentación, realizando una minuciosa selección de los datos obtenidos para generar una información

actualizada y que está sea verídica, logrando incorporar a la ciudad de La Paz como un destino, en las redes sociales a través del internet y página web, con el fin de beneficiar tanto al turista nacional como al turista extranjero que visita el destino Ciudad de La Paz.

### **3. Justificación del Proyecto**

En la Ciudad de La Paz se puede observar el crecimiento de la actividad turística por una variedad de factores, la principal es que se cuenta con diferentes atractivos turísticos y actividades a realizar que aún no son muy conocidos y que de a poco se están explotando, siempre tratando de preservar el patrimonio turístico. También existe mayor afluencia de turistas por el bajo costo del nivel de vida, es decir, los bajos precios de los diferentes servicios y actividades a realizar que existe en la Ciudad de La Paz con respecto a otros países.

Por el momento también las entidades públicas están en la mira de las nuevas alternativas tecnológicas que hace falta implementar, por ejemplo, el de las páginas web, aplicaciones, etc. como herramientas fundamentales para llegar a brindar una información útil y confiable de las actividades que se realizan en la ciudad de La Paz y toda la información que respecta a la actividad turística.

La realización, implementación y ejecución de un Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz surge de la necesidad que existe en la demanda actual para lograr obtener una información completa, simple, de fácil acceso y actualizada. La demanda

actual busca mayor facilidad en acceder a una información de un destino, en este caso el destino Ciudad de La Paz para aprovechar a totalidad su permanencia.

La elaboración del Sistema de Información Turística también será un beneficio para toda la población, es decir, por la mayor afluencia de turistas, es mayor el ingreso que se obtiene para la Ciudad de La Paz y también esto es un generador de empleos para las empresas que se dedican tanto a la actividad turística como a otras actividades que igual son utilizadas indirectamente por el turista cuando visita la ciudad. El Sistema de Información Turística se difundirá a través de una página web, sacando el mayor provecho en cuanto a costos, porque mediante una página web el turista solo necesitará conexión a internet y se va aportar en gran proporción al cuidado del medio ambiente con el menor uso posible de material impreso.

#### **4. Objetivos del Proyecto**

##### **4.1. Objetivo General:**

- Definir un Sistema de Información Turística en línea de consulta rápida, segura y actualizada, que integre calidad de información turística de la Ciudad de La Paz para que la demanda pueda obtenerla de manera rápida y confiable.

##### **4.2. Objetivos Específicos:**

- Definir el proceso de elaboración del Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz.
- Implementar el Sistema de Información Turística a través de una página web.

- Generar una gestión óptima del Sistema de Información Turística de la ciudad de La Paz para que en el transcurso de los años logre mantenerse sólida.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO CONCEPTUAL**

**1. Turismo.-** Según la Organización Mundial del Turismo, 2014 define “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales, de negocios/profesionales”.

Es posible distinguir entre distintos tipos de turismo según las diferentes necesidades del turista, estas necesidades pueden ser de ocio, actividades deportivas o simplemente el de conocer un destino diferente.

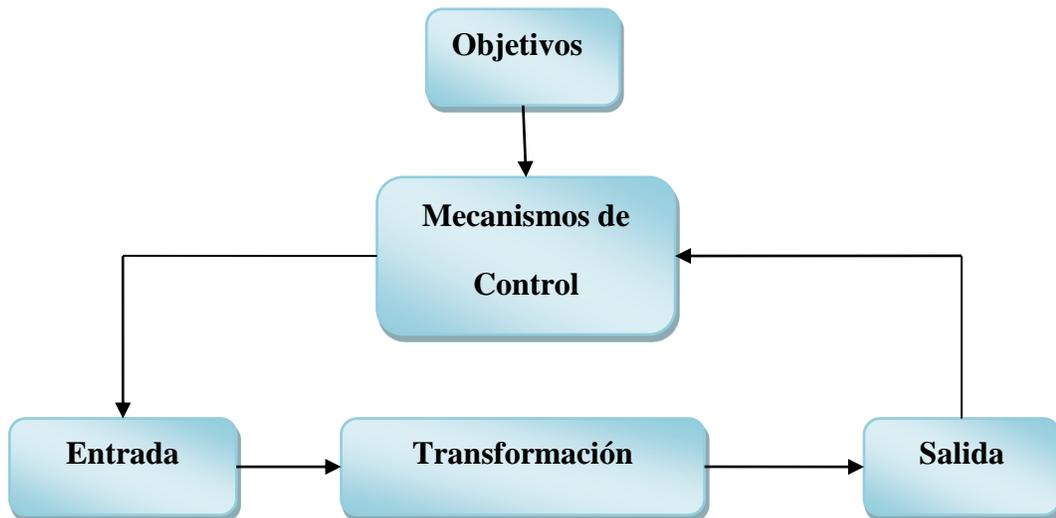
**2. Sistema.-** “Un sistema es un conjunto de elementos interrelacionados de modo tal que producen como resultado algo superior y distinto a la simple agregación de los elementos. De acuerdo con esta definición, en todo sistema existen los siguientes componentes: elementos, relaciones y objetivo.

- Los elementos o partes que conforman un sistema pueden ser humanos o mecánicos, tangibles o intangibles, estáticos o dinámicos.
- Las relaciones entre los elementos son las que hacen que todo sistema sea complejo. La importancia de las relaciones, tanto en el análisis y el diseño como en el comportamiento del sistema, es fundamental.
- En cuanto al objetivo, puede afirmarse que constituye la razón de ser de un sistema. El objetivo define al sistema; nada puede hacerse respecto a un sistema (estudiarlo,

rediseñarlo, evaluarlo, operarlo, dirigirlo, etc.) si no se conoce su objetivo.” (Saroka, 2002)

También como definición general de los sistemas se puede decir que un sistema es “un conjunto de partes coordinadas y en interacción para alcanzar un conjunto de objetivos”. (Vaca, 2012)

Por lo tanto un sistema es un conjunto de elementos que interactúan entre sí para realizar funciones que vayan de acuerdo a un objetivo específico, dándose un modelo de sistema el cual se puede definir por sus entradas, proceso, y salidas que se muestra en el siguiente esquema:



Fuente: Elaboración Propia

**3. Información.-** La Información es un conjunto de datos interrelacionados que transmiten un mensaje sobre una situación o hecho, este permite que una persona o

grupo de personas conozcan o se enteren de estas situaciones o hechos que al final servirán para resolver un problema o para la toma de una decisión.

“Así mismo también se puede decir que la información es como un dato o un conjunto de datos evaluados por un individuo concreto que trabaja, en un momento dado, sobre un problema específico, para alcanzar un objetivo determinado. La información se genera a partir de un grupo de datos seleccionados para reducir la dosis de ignorancia o el grado de incertidumbre de quien debe adoptar una decisión.” (Saroka, 2002)

**3.1. Servicio de Información.-** El servicio de información permite que se transmita información para que la persona que la reciba la transforme en conocimiento y así satisfacer su necesidad. El servicio de información es un servicio que generalmente las personas acceden al mismo sin tener que pagar nada.

Además este servicio apoya a la difusión de otros servicios, como por ejemplo el Servicio de Información Turística, ya que a través del mismo el turista conoce los demás servicios como ser: hospedaje, transporte, restauración y recreación.

**3.2. Sistema de Información.-** El Sistema de Información es un programa de computación capaz de llevar a cabo de forma eficiente procesos de búsqueda y recuperación de información interrelacionada. Sus características básicas pueden sintetizarse en los puntos siguientes:

a) disponen del potencial adecuado para representar formalmente el conocimiento simbólico sobre el dominio en el que actúan;

- b) explican las conclusiones alcanzadas y la línea de razonamiento seguida;
- c) incorporan elementos de aprendizaje que permiten evaluar situaciones a partir de información almacenada.

Dichos sistemas, que constituyen una ayuda eficaz para obtener una buena interpretación sobre información compleja o facilitar un consejo sobre su dominio específico, generan un rendimiento comparable al de los especialistas humanos correspondientes. Por otra parte, la posibilidad de incorporar el análisis de datos cualitativos y la asunción de su incertidumbre, aportan gran flexibilidad y potencialidad para simular el pensamiento humano mediante respuestas que se adaptan a las variaciones de conocimiento sobre el problema a resolver. (Centeno, 2011)

Desde un punto de vista empresarial se define que un sistema de información es un conjunto de recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos, normativos y metodológicos, organizados para brindar, a quienes operan y a quienes adoptan decisiones en una organización, la información que requieren para desarrollar sus respectivas funciones, siendo estas las siguientes:

- **Recolección.**- Esta función implica la captura y el registro de datos. Actúa como el órgano sensorio de la organización muy expuesta a la generación de errores, aunque este último aspecto está siendo atenuado en grado creciente por la aplicación de nuevas tecnologías de captura de datos, como la lectura de caracteres ópticos o magnéticos y la lectura de código de barras.

- **Clasificación.-** Esta función consiste en identificar los datos, agruparlos en conjuntos homogéneos, y ordenarlos. Vale decir que los datos se agrupan en estructuras diseñadas conforme a las necesidades del uso que se hará de ellos.
- **Compresión.-** La compresión es la función por la cual se reduce el volumen de los datos sin disminuir necesariamente la información que suministrarán a su destinatario; muy por el contrario, la compresión generalmente aumenta o hace más expresivo el contenido informativo de los datos.

La compresión puede realizarse mediante varios métodos. Uno de ellos es la agregación, por el cual se van acumulando informaciones de detalle para obtener información consolidada de más alto nivel. Otro método es el filtrado, mediante el mismo, se elimina información no significativa.

Otro método de compresión es el uso de medidas estadísticas (tales como la media, la moda, la mediana, los cuartiles, el rango, etc.) que describen el comportamiento, real o pronosticado, de variables probabilísticas.

- **Almacenamiento.-** Esta función se vincula con la conservación física de los datos y con su adecuada protección. A través de la función de almacenamiento, el sistema de información hace las veces de memoria de la organización. Al mismo tiempo, la permanente puesta al día de esa memoria convierte a la base de datos, mediante un modelo simbólico descriptivo, en la imagen actualizada de la organización.
- **Recuperación.-** Esta función tiene el propósito de suministrar el acceso a la base de datos. Cada día están más difundidas las aplicaciones de computación en las que la recuperación de los datos (y, muchas veces, su actualización) debe hacerse en tiempo

real, es decir, en el mismo momento en que sucede el hecho que genera la necesidad de la recuperación o la actualización.

- **Procesamiento.-** El sistema de información (como todo sistema) es un transformador de entradas en salidas a través de un proceso. La función de procesamiento implica, principalmente, la modificación de la base de datos para mantenerla actualizada.
- **Transmisión.-** Esta función comporta la comunicación entre puntos geográficos distantes, sea por el traslado físico del sostén de los datos (papeles, dispositivos de archivos computadorizados, cintas de audio o video, microfichas, etc.) o por la transmisión de señales (comunicación entre equipos de computación, transmisión de facsímiles, teléfono, etc.). Este aspecto del sistema de información se vincula con la tecnología de comunicaciones, la que se halla tan asociada con la de la computación, e igualmente tan desarrollada, que resulta muy difícil trazar una línea de separación entre ellas.
- **Exhibición.-** Mediante esta función, se proporciona una salida de información preparada de modo tal que resulte legible y útil a su destinatario. (Saroka, 2002)

Actualmente los sistemas de información si no existe el uso de las nuevas tecnologías se ven obsoletos.

**3.3. Sistema Informático.-** Debemos distinguir entre un sistema de información y un sistema informático. A veces se tiende a utilizar indistintamente ambos términos, pero conceptualmente son distintos. Podemos considerar un sistema informático como un conjunto de elementos que hacen posible el tratamiento automatizado de la información siendo este un subconjunto del sistema de información.

Los principales aspectos de las funciones básicas de tratamiento de la información dentro del sistema informático son:

- ***Entrada de Datos.***- Los datos entran al sistema informático en forma de transacciones que describen sucesos del mundo real. Sus principales aspectos son: técnicas más apropiadas (operación de teclado manual o reconocimiento óptico de caracteres) a emplear y su coste; control de errores a través de procesos de verificación y edición; enfoque integrado capturando solamente una vez un elemento dado de datos y a continuación compartirlo con todas las aplicaciones que lo necesitan; interactividad como medio para mejorar sustancialmente la eficacia y calidad de las operaciones.
- ***Almacenamiento de Datos.***- El sistema informático debe mantener grandes ficheros de datos destinados a suministrar la información para el tratamiento de transacciones y para la toma de decisiones. Los principales aspectos a considerar son: papel de la Base de datos en la organización a fin de que se mantenga como una representación suficientemente fiable de la realidad; organización de la Base de datos de forma que se facilite el acceso a partes específicas; almacenamiento en línea versus fuera de línea.
- ***Calculo.***- Mediante el cálculo el sistema informático transforma los datos brutos en información utilizable por el propio sistema o en forma ajena al mismo. Como respuesta a la necesidad de cálculo prevista, el diseño de un sistema informático debe contemplar la necesaria potencia de tratamiento de los equipos soporte.

- ***Presentación de la Información.***- La función de presentación de un S.I. proporciona una conexión esencial, o interfaz, entre el sistema y el usuario. Su finalidad es presentar la información de modo que mejore la capacidad del usuario para percibir y actuar sobre los hechos reflejados por la información.
  
- ***Comunicaciones.***- Los sistemas de información actuales se diferencian muy notablemente de los del pasado en su creciente apoyo a las comunicaciones. Los avances experimentados en los sistemas de información están estrechamente relacionados con los avances realizados en el mundo de las telecomunicaciones. Así hemos asistido a sistemas que dependían muy poco o nada de las telecomunicaciones y donde los datos eran comunicados mediante transporte físico de medios de almacenamiento. Más tarde pasamos al uso extendido de terminales de entrada de tareas a distancia que no incorporaban ninguna capacidad de procesamiento. Ahora asistimos a la implantación de sistemas informáticos distribuidos en los que los ordenadores de la organización están conectados por medio de una red de telecomunicaciones, compartiendo recursos y con capacidades de cálculo autónomo para servir a las necesidades especializadas de sus usuarios. (Rodríguez Rodríguez & Daureo Campillo, 2003)

La ISO (Organización Internacional de Normalización) define sistema informático como el sistema compuesto de equipos y de personal pertinente que realiza funciones de entrada, proceso, almacenamiento, salida y control con el fin de llevar a cabo una secuencia de operaciones con datos.

Como características generales de todo sistema que son aplicables a los sistemas informáticos están las siguientes:

- Las propiedades o el comportamiento de cada uno de los elementos del conjunto influyen en las propiedades y en el funcionamiento del conjunto global.
- El tipo de influencia que realiza cada elemento del conjunto depende de al menos del comportamiento de otro elemento del conjunto.
- Cada subsistema goza de las mismas propiedades porque son a su vez sistemas. Por eso un sistema informático se compone a su vez de sistemas informáticos y que son a su vez sistemas informáticos. Al final de la descomposición llegamos a un sistema informático elemental que comprende al menos un ordenador y su equipo lógico correspondiente.

En consecuencia, al hablar de un sistema informático, podemos estar hablando, en un sentido amplio, de un conjunto de equipos físicos y lógicos interconectados y personas, constituyendo el sistema informático global de una organización o estar hablando, en un sentido restringido, del ordenador como sistema informático y del equipo lógico correspondiente. Es importante saber que el rendimiento de un sistema informático depende más de la relación entre sus componentes y de cómo se combinan estos entre sí que del funcionamiento de cada uno de ellos individualmente y están compuestos por:

- **Componente Físico.**- Corresponde a la materia física de una máquina, los elementos físicos constituyen el hardware del sistema informático y se encuentran distribuidos en el ordenador, los periféricos y el subsistema de comunicaciones.
- **Componente Lógico.**- Este corresponde a la programación, los elementos lógicos constituyen el software de un sistema informático y está constituido por programas,

estructuras de datos y documentación asociada. El software también se encuentra distribuido en el ordenador, los periféricos y el subsistema de comunicaciones.

- **Componente Humano.**- Este está constituida por las personas que participan en el diseño, desarrollo, implantación y explotación de un sistema informático. (Rodriguez Rodriguez & Daureo Campillo, 2003)

**4. Base de Datos.**- La base de datos es como un almacén en la cual se puede guardar información y en términos informáticos se define como “una base de datos con una serie de datos organizados y relacionados entre sí, los cuales son recolectados y explotados por los sistemas de información de una empresa o negocio en particular”.

Entre las principales características de los sistemas de base de datos podemos mencionar:

- ✓ Independencia lógica y física de los datos.
- ✓ Redundancia mínima.
- ✓ Acceso concurrente por parte de múltiples usuarios.
- ✓ Integridad de los datos.
- ✓ Consultas complejas optimizadas.
- ✓ Seguridad de acceso y auditoría.
- ✓ Respaldo y recuperación.
- ✓ Acceso a través de lenguajes de programación estándar.

También se clasifican de acuerdo a su modelo de administración de datos, siendo este una "descripción de algo conocido como contenedor de datos (algo en donde se guarda

la información), así como de los métodos para almacenar y recuperar información de esos contenedores. Los modelos de datos no son cosas físicas: son abstracciones que permiten la implementación de un sistema eficiente de base de datos; por lo general se refieren a algoritmos, y conceptos matemáticos”. (Aquino Alcalde & Gutierrez Yupanqui, 2012)

**5. La Informática.-** Es la ciencia que estudia el tratamiento racional de la información por medio de máquinas automáticas, con los siguientes aspectos fundamentales:

- a) Tratamiento: En sus aspectos de transformar, completar y manipular los datos para obtener todo tipo de resultados.
- b) Información: Considerando a ésta como soporte de los conocimientos humanos y de las comunicaciones en los campos técnico, económico y social, conocimiento derivado del análisis de los datos, diferenciándola de éstos que son magnitudes numéricas, directamente medidas o captadas o valores cualitativos, hechos, premisas, frases, principios filosóficos, etc.
- c) Automático: Minimizando o sustituyendo la intervención humana.

**6. Sistema de Información Turística.-** “Un Sistema de Información Turística de un destino debe contemplar aquellos elementos sobre los cuales la organización requerirá información y qué abarcará, entre otros al consumidor a la competencia y a otros factores del mercado y entorno que puedan afectar a la misma. Dicho sistema de información persigue la generación de un flujo constante y ordenado de información

procedente de diversas fuentes y su distribución entre los distintos agentes divisores”. (Alcañiz, Font, & Archeuv, 2000)

Así mismo se puede decir también que un Sistema de Información Turística es “un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales de un destino. Poner en marcha un sistema de información turística requiere la concurrencia de todos los intereses implicados (sector público y privado), la colaboración de un equipo técnico especializado y capaz de interpretar la gran cantidad de información generada. Este sistema de información requiere una continuidad para mantenerse en el futuro y ser una herramienta valiosa”. (Centeno, 2011)

Teniendo los siguientes componentes: Información, soportes, usuarios y profesionales de la información. Aplicándose de la siguiente manera: la Información se refiere a todo aquello que el turista necesita conocer sobre el lugar que visita, para ello el S.I.T. debe mantener actualizado el levantamiento del destino, que incluye: informaciones generales, principales atractivos del destino, lugares de interés, excursiones, alojamiento (hoteles, moteles, etc.), transportación (aérea, marítima, terrestre), restauración (restaurantes, cafeterías, bares), centros de recreación y ocio (salas de juego, centros nocturnos, centros deportivos, instituciones culturales, museos, galerías, monumentos, eventos, etc.), tipo de moneda y tasas de cambio, y compras (cadenas de tiendas), etc.

Toda esta información se capta del entorno y se almacena en Soportes para su diseminación, los soportes pueden ser:

- Digitales: bases de datos, páginas Web, CD, DVD, videos, etc. así como una base de datos nacional para facilitar el trabajo de sus profesionales.
- Impresos: directorio turístico, catálogos, guías territoriales, guías temáticas, guías de carretera, mini-guías territoriales, mapas, monotemáticos, etc. (Centeno, 2011)

**7. Tecnología.-** Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas. Aunque hay muchas tecnologías muy diferentes entre sí, es frecuente usar el término en singular para referirse a una de ellas o al conjunto de todas. Cuando se escribe con mayúscula, Tecnología, puede referirse tanto a la disciplina teórica que estudia los saberes comunes a todas las tecnologías como la educación tecnológica, la disciplina escolar abocada a la familiarización con las tecnologías más importantes.

“La actividad tecnológica influye en el progreso social y económico, pero su carácter abrumadoramente comercial hace que este más orientada a satisfacer los deseos de los más prósperos (consumismo) que las necesidades esenciales de los más necesitados, lo que tiende además a hacer un uso no sostenible del medio ambiente. Sin embargo, la tecnología también puede ser usada para proteger el medio ambiente y evitar que las crecientes necesidades provoquen un agotamiento o degradación de los recursos

materiales y energéticos del planeta o aumenten las desigualdades sociales”. (Aquino Alcalde & Gutierrez Yupanqui, 2012)

**7.1. Las Tecnologías de Información.**- Los Sistemas de Información y las Telecomunicaciones surgieron como dos culturas separadas con filosofías diferentes:

- Sistemas de Información Ligados a la aparición y desarrollo de los ordenadores.
- Telecomunicaciones Ligadas a la aparición y desarrollo de las redes telefónicas.

A lo largo de su evolución histórica se han producido contribuciones mutuas de cada campo al desarrollo del otro, en realidad, los avances experimentados en los Sistemas de Información están estrechamente relacionados con los avances realizados en el campo de las Telecomunicaciones.

Esta es la razón de que se utilice el término Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para definir un conjunto de tecnologías complejas que agrupan aspectos como sistemas de información, ingeniería del *software*, telecomunicaciones, automatización, etc. Aunque cada una de estas disciplinas tiene su propia dinámica interna, la interrelación existente entre ellas hace necesario considerarlas de una forma conjunta. (Rodríguez Rodríguez & Daureo Campillo, 2003)

**7.2. Tecnologías en el sector Turístico.**- Las tecnologías están cambiando y desarrollando a las sociedades y más en el área del turismo ya que los servicios que se ofrecen son intangibles y es complicado para el consumidor invertir en algo que no ve por lo tanto las nuevas tecnologías cada vez van mejorando su veracidad en cuanto al servicio o producto que ofrecen, en este entendido a continuación se definen.

“Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) facilitan el desarrollo y el mantenimiento de la competitividad de las empresas y la ventaja competitiva. La innovación constante en los usos de hardware, software y la red significa que sólo las empresas dinámicas, que pueden evaluar las exigencias de sus accionistas y responder de manera eficiente, serán capaces de superar la competencia y mantendrán su prosperidad a largo plazo.

En la actualidad, el uso de las TICs se ha convertido en un componente central de toda empresa que quiera mantener su competitividad en el mercado.

En el sector turístico, dada la interdependencia entre las distintas compañías que lo componen –hoteles, transportes, restaurantes, agencias de viajes, etc., los sistemas de información tienen una gran importancia, ya que son un instrumento para mejorar la competitividad, dado su gran valor estratégico.

Las TICs han contribuido al crecimiento masivo del turismo y al aumento del volumen de la oferta y la demanda. Esto convierte a las Tecnologías de la Información y la Comunicación en uno de los elementos clave de la industria turística, ya que son el instrumento para la comercialización, la distribución y las funciones de ajuste de las empresas turísticas a la vez que a los consumidores les permite optimizar el valor de su dinero y tiempo cuando viajan y hacen turismo.” (Pablo Redondo & Juberías Cáceres, 2004)

Las tecnologías de información y la comunicación se utilizan para facilitar y gestionar la expansión de las empresas turísticas y los destinos. Las empresas turísticas pueden

aumentar su rendimiento y competitividad mediante la utilización de las avanzadas tecnologías de la información y la comunicación, ya que les permite mejorar su conexión en la red y por lo tanto la promoción de sus productos y servicios.

Además, las Tecnologías de la Información y la Comunicación ofrecen oportunidades para la investigación y el desarrollo de nuevos productos específicos para determinados nichos de mercado, y alcanzar así una ventaja competitiva a través de la diferenciación.

**8. Internet como Sistema de Información.-** Según Federal Networking Council (FNC) define que internet es un sistema, un conjunto de elementos interrelacionados que persigue, básicamente, un fin común: permitir la transmisión de información y la comunicación entre equipos, personas y organizaciones (Águila, 2001)

El internet ha ido avanzando de manera muy rápida esto gracias a la tecnología, hoy en día el internet es una herramienta fundamental para las organizaciones en este entendido en el internet se puede encontrar variedad de información que se maneja de manera ordenada, actualmente existe tres maneras de llegar de manera efectiva al público deseado, las redes sociales, el Facebook, mensajes instantáneos.

**9. Marketing.-** “El marketing es un método para atraer y retener clientes rentables, su esencia es lograr un posicionamiento diferenciado en el mercado, es decir que los clientes perciban que existe una dura diferencia entre el producto y el servicio y lo que otros competidores ofrecen. Entre las principales funciones del Marketing se encuentran: la investigación, la innovación, creación de nuevos productos y servicios, determinación

de los precios, intermediación o distribución de los servicios turísticos, comunicación, marketing interno y planificación”. (Kotler, Bowen, & Makens, 2004)

**9.1. Marketing Turístico.-** Para una mejor explicación y entendimiento del marketing se hace referencia a un término más del ámbito turístico, que es el marketing turístico. “Se entiende por marketing turístico como la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para insatisfacción optima de ciertos grupos determinados de consumidores y lograr de esta forma un beneficio apropiado”. (Kloter, 1974)

Así mismo también se puede decir que el marketing turístico es una especialización del marketing y se caracteriza por tener las siguientes particularidades:

**a) La naturaleza de los servicios como tales.-** Están dadas por las características distintivas que estos poseen, en relación a los productos físicos, las cuales tienen importantes aplicaciones en la gestión de marketing, que a continuación describimos.

***Intangibilidad,*** el servicio turístico está constituido por una serie de prestaciones, la mayoría de las cuales son intangibles, motivo por el cual el servicio turístico, antes, durante y después de la compra, no puede ser visto, saboreado, oído u olfateado por el turista. Este hecho, a diferencia de lo que sucede con la compra de los productos físicos que pueden ser vistos, analizados e, incluso, comparados con otros similares antes de tomar la decisión de compra, supone la existencia de un mayor riesgo percibido para el turista en el momento de la compra, por el temor a verse

insatisfecho tras la adquisición, pensando que puede estar pagando un precio demasiado alto, o por la incertidumbre de que el servicio comprado quizá no pueda responder sus expectativas.

***Inseparabilidad***, a diferencia de los productos físicos que se producen en un lugar y son vendidos en otro, de tal manera que el cliente puede adquirirlos en su propio lugar de origen, los servicios turísticos, por lo general, están ligados a un determinado sitio y a una determinada empresa, y es el turista quien tiene que trasladarse hasta el lugar en el cual se prestan dichos servicios para poder hacer uso de ellos. En otras palabras la producción y el consumo de los servicios turísticos ocurren en forma simultánea.

***Heterogeneidad***, otra de las particularidades de los servicios turísticos constituye su heterogeneidad e inconsistencia. En efecto, los servicios turísticos son claramente disímiles uno de otros, debido a que dependen no solo de quien los brinda, sino también del momento en que son prestados, por lo que es difícil estandarizarlos. Los hoteles por ejemplo, aunque pertenezcan a una misma cadena, físicamente son diferentes unos de otros, así como las personas que en ellos trabajan. La inconsistencia que caracteriza a los servicios turísticos hace difícil valorarlos y hacerlos comparables en cuanto a su calidad y precio antes de ser adquiridos por el turista, lo cual incrementa aún más el riesgo percibido antes de la compra.

***Percibibilidad***, los servicios turísticos no pueden mantenerse o guardarse en stock, sino que deben ser consumidos en el momento para el cual son producidos. Tanto los

cuartos de hoteles, como los asientos de las líneas aéreas, tienen que ser vendidos para la fecha y hora para las cuales son ofrecidos, o irremediablemente se desperdiciarán y no podrán ser recuperados jamás.

*Ausencia de propiedad*, finalmente otro de los aspectos que caracteriza al servicio turístico es que su compra no da derecho a la propiedad de un bien. En efecto, cuando un turista efectúa la reservación de una habitación de hotel o de un asiento en un avión o compra un paquete turístico, no está adquiriendo el derecho al usufructo de los mismos en las condiciones en las cuales los contrató.

- b) Las características que tiene el producto turístico.-** Otra diferencia importante que distingue al marketing turístico del marketing de productos físicos, es la que surge como consecuencia de las características particulares que tiene el producto turístico, como veremos a continuación.

*Conceptualización del producto*, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y las expectativas de los turistas. En la práctica, puede ser visto como una malgama de atracciones, alojamientos y entretenimientos. Es, en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los elementos que lo integran, a saber: los atractivos las facilidades para el disfrute de los mismos, y las posibilidades de acceso al lugar en donde se ofrecen los atractivos y las facilidades.

- c) Las particularidades que presenta la distribución.-** Dada su naturaleza intangible y la inseparabilidad que lo caracteriza del sitio al cual se encuentra ligado, no es

posible el envío físico del producto turístico y mantenerlo en stock en los puntos de venta del mercado. Por el contrario, es el turista quien tiene que desplazarse para efectuar el consumo, en el lugar y fecha en el cual es producido.

En los últimos años, el avance tecnológico registrado en los campos de las comunicaciones y la computación, ha permitido incorporar a los canales de distribución y reservaciones tradicionales, los sistemas computarizados de reservas (CRS, por sus siglas en inglés), los sistemas globalizados de distribución (GDS) y más recientemente la internet. (Acerenza, 2005)

Tomando en cuenta estos conceptos del marketing y el marketing turístico son parte fundamental para el proyecto propuesto ya que para lograr alcanzar la demanda objetiva se tiene que analizar los medios con los que se va a llegar y las herramientas a utilizar para lograr a cumplir la meta. Otro factor importante como se menciona es el internet que se ha convertido en una herramienta fundamental para que las empresas en especial las que ofrecen servicios turísticos logren una distribución óptima de sus servicios y estos sean de mayor alcance.

**9.2. Marketing On Line.-** Al pasar de los años los conceptos del marketing han ido teniendo cambios de manera rápida los canales de distribución eran de manera directa del consumidor al producto pero la evolución del internet ha sido motivo para que las nuevas empresas puedan llegar y brindar información a los consumidores mediante páginas web, correo electrónico con atención personalizada y rápida. Siendo esto algo de mucho beneficio para los consumidores que ya pueden ver y hacer

comparación de precios cuando van a visitar diferentes destinos turísticos como también de los servicios turísticos.

Por lo mismo en el Documento del Viceministerio de Turismo (2011) se realiza un análisis en cuanto al tema de Marketing On Line que dice: En definitiva, Internet prometía revolucionar las cuatro “P’s” clásicas del Marketing: producto, plaza (distribución), promoción (publicidad) y precio. Es así que en los años 90 nace el concepto de marketing online o mercadotecnia por internet, que estudia las técnicas del uso de internet para publicitar y vender productos y servicios. Incluye también los avisos en páginas web, envío de correo masivo, optimización de buscadores y la utilización de redes sociales y blog. En la mercadotecnia tradicional se utilizaba las cuatro P’s para realizar el mercadeo de cualquier producto, pero con el marketing online se abre paso a las 4 F’s, como lo llama Paul Fleming: Flujo, Funcionalidad, Feedback y Fidelización.

a) Flujo: es “el estado mental en que entra un usuario de Internet al sumergirse en una web que le ofrece una experiencia llena de interactividad y valor añadido”

b) Funcionalidad: Si el cliente ha entrado en estado de flujo, está en camino de ser captado, pero para que el flujo de la relación no se rompa, queda dotar a la presencia online de funcionalidad, es decir, construir páginas teniendo en cuenta las limitaciones de la tecnología. Se refiere a una homepage atractiva, con navegación clara y útil para el usuario.

c) Feedback: La relación se ha comenzado a construir. El usuario está en estado de flujo y además no se exaspera en su navegación. Ha llegado el momento de seguir dialogando

y sacar partido de la información a través del conocimiento del usuario. Internet da la oportunidad de preguntar al cliente qué le gusta y qué le gustaría mejorar. En definitiva, dialogar con el cliente para conocerlo mejor y construir una relación basada en sus necesidades para personalizar en función de esto la página después de cada contacto.

d) Fidelización: Internet ofrece la creación de comunidades de usuarios que aporten contenidos de manera que se establezca un diálogo personalizado con los clientes, quienes podrán ser así más fieles.

Dentro del marketing online podemos resaltar la importancia de SEO (optimizadores de buscadores), SEM (marketing en buscadores), marketing de afiliación, redes sociales, email marketing, cuponing, gestión de la reputación online, contenidos, revenue management, backhotel, usabilidad. Todo ello enfocado en la satisfacción del cliente como medio para conseguir fines. (Viceministerio de Turismo, 2011)

El internet es una herramienta muy importante para el marketing, las empresas podrán definir cómo y qué medios utilizar para lograr grandes beneficios económicos. Estos medios son:

- **Web.-** La Word Wide Web (www) es un documento electrónico y dinámico, que combina texto y gráficos con el fin de informar sobre un tema concreto. Es por tal motivo que la web son medios extraordinarios de marketing, mediante ellos las empresas ofrecen sus servicios y brindan todo tipo de información de manera interactiva para lograr captar a su público objetivo y potencial.

- **Correo Electrónico.-** El correo electrónico es otra herramienta que permite mantener diálogos directos entre la empresa y los clientes potenciales que muchas veces utilizan este medio para pedir algún tipo de información de un servicio o un producto, los beneficios que tiene el correo electrónico es el envío y recepción de mensajes en un corto espacio de tiempo de transmisión, además se puede guardar los mensajes, imprimirlos, descargar si existe archivos adjuntos.
- **Chat y Blog.-** El chat es una herramienta que posibilita la comunicación en tiempo real de varios usuarios conectados a la red, ya sea mediante lenguaje de texto o a través de programas de voz o de imagen es decir la video conferencia, este medio es utilizado por grandes empresas de manera directa haciendo la utilización del chat corporativo, estos permiten que el personal que este situado en diferentes lugares pueda participar de manera activa en la organización.
- **E-commerce.-** El e-commerce son una serie de actividades que desarrollan las empresas para poner una tienda virtual siendo esta herramienta de gran utilidad para el empresario porque puede llegar a una gran cantidad de clientes potenciales con solo hacer un clic el cliente pueda realizar compras en la tienda virtual.
- **E-bussines.-** Es una nueva forma de realizar negocios basados en las tecnologías de información, esta permite realizar relaciones con otras empresas, agilizar procesos empresariales, gestionar relaciones con los clientes, siendo de gran ayuda a la toma de decisiones estratégicas. (Cruz H., 2009)

Son muchas las ventajas que proporciona las empresas la utilización de internet como herramienta de marketing. Utilizando correctamente los medios a su alcance, las

empresas obtendrán eficaces interacciones con sus clientes, amplias posibilidades de expansión y elevadas rentabilidades económicas

**10. Destino Turístico.-** Es muy importante decir que si un destino no tiene los servicios que requiere la actividad turística no se podría llevar a cabo de una manera que aporte al desarrollo del mismo. “En suma, los atractivos son los que determinan las características de la oferta y de la demanda turística de un destino. Los atractivos de mayor jerarquía (3-5) son los que generan la mayoría de los desplazamientos turísticos internacionales. El conocimiento cabal e integral de las características de los atractivos es fundamental para la planificación y el desarrollo turístico de los núcleos receptores” (Quezada, 2006).

Así también se hace referencia del concepto que está en la constitución de la Ley Bolivia Te Espera 292 donde define a un destino turístico como “un espacio o área geográfica con límites de naturaleza física, donde se desarrollan los productos turísticos para el aprovechamiento del turista, que conforman el Destino Bolivia”.

**11. Atractivos Turísticos.-** La Ley General del Turismo 292 define un atractivo turístico como 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 hacia territorio nacional, haciendo que este último se transforme en un destino turístico” (Viceministerio de Turismo, 2012)

**12. Demanda Turística.-** La demanda turística es uno de los factores más importantes para saber que nuestro producto o servicio tendrá afluencia de gente, esta puede ser nacional o internacional, esto dependiendo del mercado objetivo.

“Demanda turística está referida al número de personas que viajan (demanda real) o desean viajar (demanda potencial) para disfrutar de productos y servicios turísticos en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual”. (Balanza, 2000)

**13. Georeferenciación.-** “La georeferenciación o rectificación es un proceso que permite determinar la posición de un elemento en un sistema de coordenadas espacial diferente al que se encuentra. Existen por tanto dos sistemas de coordenadas: el sistema origen y el sistema destino. Este proceso es determinado con una relación de posiciones entre elementos espaciales en ambos sistemas, de manera que, conociendo la posición en uno de los sistemas de coordenadas es posible obtener la posición homóloga en el otro sistema.

La georeferenciación se utiliza frecuentemente en los sistemas de información geográfica (SIG) para relacionar información vectorial e imágenes raster de las que se desconoce la proyección cartográfica, el sistema geodésico de referencia, o las distorsiones geométricas que afectan a la posición de los datos.” (Dávila Martínez, 2013)

Es algo muy importante para el turismo la georeferenciación ya que en el momento de ubicar un destino, un atractivo turístico o un servicio cualquiera, es importante contar y más aún saber sobre la utilidad de la georeferenciación.

## **MARCO LEGAL**

**Plan de Turismo 2012-2016.-** En el Plan de Turismo se plantea las directrices generales para el desarrollo de la actividad turística en el país, así como la política general de turismo que habla sobre el turismo de base comunitaria como prioridad del actual gobierno. Describe las líneas estratégicas y las acciones que deben realizarse.

Plantea 5 zonas turísticas en el territorio boliviano, cada zona con una serie de destinos turísticos identificados. De la misma forma realiza la priorización de los destinos turísticos a nivel nacional donde el más importante es el Salar de Uyuni. Además realiza una descripción del gasto y estadía promedio en los destinos más concurridos hasta el momento, y una descripción del estado de la infraestructura y la planta turística en dichos destinos. (Viceministerio de Turismo, 2012)

**Plan Nacional de Desarrollo Departamental Autónomo de La Paz.-** Documento que contempla información sobre los puntos importantes que se toman en cuenta para desarrollar el plan nacional para una mejora del desarrollo del departamento. En líneas generales se describe todos los elementos generales de la ciudad de La Paz, como ser educación, salud, mortalidad, habitantes en la ciudad y en el área rural, capacidad de los diferentes servicios que incluyen en el departamento. Así mismo se encuentran proyectos que se pueden realizar con una mirada hacia el desarrollo del departamento de La Paz esto haciendo referencia a que existe información que puede ser útil para el proyecto. (Ministerio de Planificación del Desarrollo, 2012)

**Ley General de Turismo Bolivia Te Espera-Ley 292.-** La ley “Bolivia te Espera”, ha sido redactada de una manera general para que todas las partes que intervienen en la actividad turística puedan tener obligaciones como derechos. El mismo está descrito por artículos, haciendo relevancia de algunos artículos importantes que coadyuvan al proyecto propuesto.

En la parte de disposiciones generales nos dice el porqué de esta nueva ley y que se pretende con este nuevo cambio, en su Art. 1 nos dice “que dicha ley tiene objeto de establecer políticas generales a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario”. Así mismo en su Art. 3 se describe los objetivos del turismo como “actividad fortalecedora de la identidad plurinacional y las riquezas inter e intra culturales a partir de la gestión territorial y la difusión del Destino Bolivia, sus atractivos y sitios turísticos para la generación de ingresos y empleo que contribuya al crecimiento de la actividad turística”.

Y como todo proyecto a realizarse se tiene que tomar en cuenta la gestión ambiental, en la Ley Bolivia Te Espera muestra en su Art. 4 inciso c) dice “respetar y conservar el medio ambiente, de manera progresiva e interrelacionado con la diversidad cultural” además que la actividad turística como tal debe caracterizarse por ejercer dicha actividad de manera responsable con el entorno y los destinos turísticos. Luego se muestra cómo y a quien se aplica esta ley, con qué objetivos y que principios se tienen que seguir.

También existen varios términos y definiciones que se utilizan en el área del turismo que se desglosan en esta ley, además que nos brinda información de los derechos y obligaciones que tiene el turista como los mismos prestadores de servicios, esto para realizar la actividad turística de una manera transparente.

En el cuarto capítulo nos brinda la información de las políticas generales del turismo seguido de las normas y que es necesario para que un prestador de servicios pueda brindar el servicio de manera transparente, con los documentos al día. Así se ve que debería hacer el Estado y que responsabilidades tiene este para con los turistas y prestadores de servicios, finalmente se brinda la información del régimen financiero para una mejor labor en el área del turismo.

En el capítulo 5 de la Ley Bolivia Te Espera en su Art. 22 en el cual se define un sistema de información sobre la oferta, la demanda y la calidad de actividades esta “conformado por un conjunto de normas, mecanismos e instrumentos destinados a cumplir los objetivos e implementar la directrices del Plan Nacional de Turismo”.

También en el Art. 18 hace mención de: “El sistema de registro, Categorización y Certificación de prestadores de servicios Turísticos, está conformado por el subsistema de registro, subsistema de categorización y el subsistema de Certificación. Este sistema contará información actualizada proporcionada por el ETAS, en el marco de sus responsabilidades definidas en la presente ley” y en su Art. 19 hace referencia que este “sistema de registro tiene por objeto registrar y actualizar de manera permanente, información relacionada a los prestadores de servicios turísticos”

Según esta ley el turismo es la “actividad que realiza la persona de manera individual o en grupo, al trasladarse durante sus viajes y permanencias en lugares distintos a su entorno habitual, con fines de descanso, esparcimiento, negocio y otras actividades, por un periodo de tiempo no mayor a un año, de acuerdo a normativa migratoria vigente”.

(Viceministerio de Turismo, 2012)

**Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011.-** Brinda la información en general de que en el gobierno del Presidente Evo Morales se está buscando una Bolivia digna, soberana, democrática. Con sus metas, objetivos de mejorar todo lo relacionado con la actividad de toda la población, así buscando puntos clave para crear una unión de todos los actores del sector productivo de las áreas rurales y que esto aporte a la mejora del desarrollo de nuestro país con su política de “vivir bien”. (Estado Plurinacional de Bolivia, 2007)

**Proyectos de Desarrollo Turístico en Áreas Rurales en el Municipio de La Paz.-**

Este documento nos brinda información general de todo el municipio de La Paz como datos de la población, clima y diferentes actividades que realiza la población. Tanto en el área rural como en el área urbana. Acompañado con esos datos se muestra en diferentes mapas en el municipio de La Paz, con sus respectivas potencialidades. Después de una descripción general se describe a cada población rural, esto ya es de manera más específica, como se puede llegar, que actividades se realizan en la comunidad y que líneas estratégicas se están tomando en cuenta con sus respectivos programas, que proyectos se están realizando y motivando para su ejecución de una

manera más específica. Esto para buscar un desarrollo y mejora del área turística como de cada comunidad. (Estado Plurinacional de Bolivia, 2012)

**Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.-** Esta ley tiene por objetivo promover la transparencia en la gestión pública y garantizar que todas las personas logren tener acceso a la información pública.

En su Art. 2 hace referencia a garantizar el acceso de las personas a la información pública que se maneja en las diferentes entidades públicas y que las mismas entidades a través de sus funcionarios públicos realicen mecanismos de administración para la transparencia del manejo de la información.

También hace mención en su Art. 3 que esta ley aplica a todas las entidades públicas, entidades privadas con participación del Estado, entidades que prestan servicios básicos, instituciones civiles, sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales y fundaciones que reciban fondos del Estado. Todas estas entidades deben de brindar información general de la institución, ubicación, teléfono, misión, visión, objetivos mediante diferentes medios de promoción y difusión esto se menciona en el capítulo II art. 7 y en el art. 8 menciona que si se va a brindar información mediante un portal web se debe de actualizar cada 30 días como mínimo con la misma información general ya mencionada. (Estado Plurinacional de Bolivia, 2015)

**Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación.-**

Esta ley tiene por objeto reglamentar todas las actividades del sector de telecomunicaciones y se aplica a toda persona natural y jurídica que realicen esta

actividad en Bolivia. En su Art. 6 hace referencia a la protección del medio ambiente mientras se realizase la actividad de servicios de telecomunicaciones de acuerdo a la normativa vigente.

También en su art. 5 hace una descripción de las prohibiciones en la cual nombra a la ATT (Autoridad de Regularización y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes) como institución que controla y regula la difusión de las telecomunicaciones. (Estado Plurinacional de Bolivia, 2011)

**Plan Nacional de Turismo 2025.-** El Plan Nacional de Turismo se la realiza el año 2013 en diferentes fechas, en los departamentos de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz con los actores del sector para dar inicio a lo estipulado en la Ley General de Turismo 292 el de realizar una construcción participativa para acordar los lineamientos de política nacional y lograr alcanzar los objetivos de encargarse de la democratización del acceso a la gestión y los beneficios de la actividad turística en el marco de los principios del vivir bien, equidad, equilibrio, responsabilidad ambiental, social y cultural.

Se pretende que para el año 2025 con el plan Nacional y sus políticas se triplique los ingresos mediante el modelo de base comunitaria y que los visitantes lleguen al destino Bolivia y disfruten de los diferentes tipos de turismo y las actividades diversas para realizar y que estos lleguen a contribuir al beneficio económico y a toda la población. (Viceministerio de Turismo, 2014)

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

##### **1. Proceso Metodológico**

Las principales fuentes consultadas para lograr y recabar la información secundaria necesaria fueron: Plan de Desarrollo del Departamento de La Paz, Plan de Turismo 2012, Ley general de Turismo 292 “Bolivia te Espera”, Ley de Transparencia y acceso a la Información Pública, Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, Análisis de la Inversión del Sector Turístico, Marketing On Line, Perfil del Turismo Interno, Nivel de Satisfacción y Gasto Turístico, Plan Nacional de Turismo 2025. También se ha consultado diferentes Proyectos relacionados con temas de Marketing y Estrategias de Promoción.

Para recabar los textos y proyectos mencionados se cuenta con tres escenarios, biblioteca especializada en turismo, biblioteca pública, instituciones públicas relacionadas con la actividad turística y textos digitales mediante el internet esto como revisión documental.

##### **2. Tipo de Investigación**

El tipo de investigación que se va aplicar es la descriptiva, la cual describen los hechos como son observados, no tiene manipulación de variables, su metodología es fundamentalmente descriptiva.

Se emplea este tipo de investigación porque mediante este, se puede evaluar, medir y describir las características de percepción de los turistas tanto internos como externos

sobre la información turística que se brinda en la ciudad de La Paz, así también sobre la información de los diferentes servicios existentes y si esta información está constantemente actualizada, por otro lado observar si los medios de difusión son los adecuados para lograr satisfacer las necesidades de los diferentes turistas que visitan la Ciudad de La Paz. Asimismo también se hace un análisis de cuanto presupuesto tiene cada una de las instituciones públicas encargadas de la promoción y ejecución de los diferentes proyectos en el ámbito turístico de la Ciudad de La Paz.

Este tipo de investigación se puede valer de elementos cualitativos y cuantitativos para la recolección de información primaria.

**2.1. Cualitativa:** La investigación cualitativa es una estrategia usada para responder a preguntas sobre los grupos, comunidades e interacciones humanas y tiene una finalidad descriptiva de los fenómenos de interés o predictiva de los fenómenos turísticos o de los comportamientos humanos y su relación con el turismo. Las características de la investigación cualitativa suponen un análisis intuitivo de los datos, emergiendo los datos y los resultados desde la propia observación de la realidad.

**2.2. Cuantitativa:** La investigación cuantitativa tiene su objeto de estudio que es externo al sujeto que lo investiga, tratando de lograr la máxima objetividad, sus instrumentos suelen ser recoger datos cuantitativos los cuales incluyen la medición sistemática y se emplea un análisis estadístico.

Se emplea este tipo de investigación por la necesidad de realizar las encuestas a una parte de la población de la Ciudad de La Paz sacando una muestra que pueda ser

relevante en la toma de datos y sirvan como información de fuente primaria en el trabajo de campo. De esta manera logrando especificar en el sistema de información turística propuesto, cuáles son las necesidades de la demanda objetiva y potencial.

### **3. Instrumentos**

**3.1. Entrevistas:** Las entrevistas se realizan a las instituciones públicas de los tres niveles, nacional el Viceministerio de Turismo, departamental la Gobernación del Departamento de La Paz y municipal en este caso a la Agencia Municipal para el Desarrollo Turístico de La Paz Maravillosa de parte del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, se toma en cuenta a los tres niveles para realizar un análisis de los proyectos existentes, los proyectos en ejecución y si existieran proyectos que tengan que ver con tecnología o parecidos al proyecto propuesto, y también para ver la viabilidad del mismo. (Boleta de Entrevista Anexo 3)

**3.2. Encuestas:** Las encuestas se realizan al turista interno con el fin de analizar cuáles son sus necesidades, opiniones sobre cómo es la información que recibe cuando desea viajar a la ciudad de La Paz, también se realiza a los turistas extranjeros para analizar las necesidades que tienen y si la propuesta de proyecto puede ser viable, puede ser útil y pueda ser un beneficio tanto para los turistas como para los prestadores de servicios turísticos y otros servicios en general. (Boleta de Encuesta Anexo 2)

## **DIAGNÓSTICO**

### **1. Análisis Externo (internacional)**

Haciendo una breve referencia de la historia de los sistemas de información, las aerolíneas fueron los primeros en crear sistemas de información que solo eran capaces de reservar boletos de avión que después de una década fueron instalados en las agencias de viajes. Por otra parte las empresas de hotelería solo tenían contacto con los sistemas de información mediante un sistema central computarizado de reservaciones, solo las cadenas Holiday Inn y Sheraton junto con otros cinco hoteles independientes ofrecían el servicio de reservaciones computarizado.

Ya en los años ochenta los sistemas de las aerolíneas lograron hacer reservaciones de hotel y se les dio el nombre de Sistemas Computarizados de Reservaciones. Después de un tiempo surgieron los Sistemas Globales de Distribución o GDS por sus siglas en inglés (Global Distribution Systems). A nivel mundial, los principales GDS son Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, SystemOne y Book Hotel.

El sistema SABRE fue el primer sistema de reservaciones del mundo, es un sistema de distribución global cuya principal función está orientada a los servicios de viajes.

El sistema Amadeus no es solo el mayor procesador de reservas del mundo, sino el líder tecnológico con la más amplia gama de productos de tecnología que ayuda a gestionar y afrontar eficazmente el trabajo. Estos sistemas de reservas se toman como un dato importante en la historia de los sistemas de información en el área de reservaciones turísticas que han aportado al turismo.

Pasando a los Sistemas de Información Turísticas, en la actualidad ya se han implementado en diferentes ciudades de otros países vecinos, esta importante herramienta para promocionar un destino turístico, que se describen a continuación:

### Patagonia-Argentina

El sistema de información turística de la Patagonia de Argentina es un sistema en el cual se encuentran de manera ordenada y seleccionada información de los atractivos turísticos que se pueden visitar y que hacer: como circuitos y actividades, también uno mismo puede organizar su viaje con la información correspondiente de alojamientos, restaurantes, agencias de viajes, oficinas de información turística, accesos de pesca, alquileres de autos, estaciones de servicios, empresas de transporte aéreo, y todo lo que se pueda realizar de manera específica y muy bien descrita de los atractivos turísticos que se encuentran en la Patagonia. (Subsecretaria de Turismo de Neuquén, 2014)

<p><b>Qué Visitar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Áreas Naturales Protegidas</li> <li>Destinos Turísticos</li> <li>Corredores</li> </ul>	<p><b>Localidades</b></p>
<p><b>Qué Hacer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Circuitos</li> <li>Actividades</li> <li>Atractivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aluminé</li> <li>Andacollo</li> <li>Barrancas</li> <li>Buta Ranquil</li> <li>Caviahue</li> <li>Chos Malal</li> <li>Copahue</li> <li>Huinganco</li> <li>Junín de los Andes</li> <li>Las Lajas</li> <li>Las Ovejas</li> <li>Loncopué</li> <li>Manzano Amargo</li> <li>Neuquén Capital</li> <li>San Martín de los Andes</li> <li>Villa La Angostura</li> <li>Villa Pehuenia</li> <li>Norte Neuquino</li> </ul>
<p><b>Organice su Viaje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Como llegar a Neuquén</li> <li>Alojamientos</li> <li>Prestadores de Actividades</li> <li>Puertos / Embarcaderos</li> <li>Accesos de Pesca</li> <li>Alquiler de Autos</li> <li>Estaciones de Servicio y GNC</li> <li>Emp. de Transporte Lacustre</li> <li>Oficinas de Informes Turísticos</li> <li>Esparcimiento</li> <li>Emp. de Transporte Terrestre</li> <li>Terminal de Ómnibus</li> <li>Gastronomía</li> <li>Agencias de Viaje</li> <li>Emp. de Transporte Aéreo</li> <li>Aeropuertos</li> <li>Campings</li> </ul>	

## **Marruecos**

En el sitio web de [www.ticbolivia.net](http://www.ticbolivia.net) se hace referencia a la información de que la empresa de ingeniería e informática ACT Technology ha desarrollado una herramienta de información turística, denominada Gecor SMS, que permite a sus usuarios recibir mensajes en su propio móvil e idioma con los actos más destacados que se produzcan en la localidad que visitan. Este mecanismo funciona a partir de una suscripción al servicio que efectúa el turista desde cualquiera de los puntos que establece la empresa o institución que lo contrata: desde Internet o su propio móvil mediante un mensaje de alta, informó José Nebro el director de la entidad en Marruecos.

## **Cartagena de Indias – Colombia**

Este sistema de información turística de Cartagena SITCAR, se desarrolló por la Corporación Turismo Cartagena de Indias que es una entidad mixta, sin fines de lucro, regida por el derecho privado, dedicada a coordinar y ejecutar acciones articuladas con los sectores públicos y privadas que conlleve al fortalecimiento de la competitividad, calidad y promoción nacional e internacional de la oferta turística del distrito. Entre sus objetivos está elaborar publicaciones y estudios en materia de información del sector turístico, ofreciendo a los usuarios un sistema de información continua, oportuna, actualizada de la actividad turística de Cartagena y que sirva de soporte a procesos de gestión e investigación del turismo para el desarrollo sectorial.

En su página [www.cartagenadeindias.travel](http://www.cartagenadeindias.travel) tiene una barra de menú en el que el usuario de la página puede informarse de ¿qué? y ¿dónde? puede realizar actividades dentro del

destino, conocer más sobre su historia y gastronomía, es decir, que aparte de informar es una herramienta para darse a conocer a los futuros visitantes.



### Ciudad de México

Otro importante ejemplo es el Sistema de Información Turística de la CDMX que se lanzó el 31 de marzo del 2015. El jefe del Gobierno del Distrito Federal Miguel Ángel Mancera encabezó el lanzamiento del Sistema de Información Turística digital de la Ciudad de México.

A través de la página web [www.cdmxtravel.com](http://www.cdmxtravel.com) mostrará tanto al turista nacional e internacional más de siete mil contenidos sobre destinos, patrimonio, hoteles y restaurantes de la capital del país. En esta primera etapa la información estará disponible en idioma inglés y español y posteriormente se ampliará a seis idiomas más como ser: francés, alemán, italiano, portugués, ruso y chino mandarín.

“Los prestadores de servicios se van a poder anunciar en esta plataforma quienes no tiene la posibilidad de anunciarse, de llegar, su oferta la van a poder hacer del conocimiento de los turistas a través de esta plataforma” señaló. Mancera dijo que aunque el turismo en la ciudad de México ha crecido en 2 millones de turistas durante su administración, la apuesta es ir por más. (Gomez, 2015)

Son algunos ejemplos de los Sistemas de Información Turística como nuevas tecnologías implementadas mediante el internet aplicados en otros países para lograr aprovechar todo el potencial que tiene cada destino, mejorando así mismo la información y los servicios que se pueden adquirir, todos los sistemas de información turística tienen las mismas particularidades y objetivos de mostrar e informar de manera ordenada sobre los principales servicios y atractivos de cada destino turístico.



## Asturias España

En el sitio web [www.sita.orgn](http://www.sita.orgn) del SITA se define como "un mecanismo permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y divulgación de la información precisa para los objetivos de planificación, acción y evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales de Asturias".

En este sistema se realiza un análisis integral del sector turístico de Asturias, desde un punto de vista estructural como coyuntural, a través de una serie de líneas de investigación: el análisis de la demanda, el estudio de la oferta y la estimación del impacto económico que genera la actividad turística, así como un área de investigación y conocimiento.



### Último boletín

**Segundo Cuatrimestre 2016**

Boletín oficial realizado durante el Segundo Cuatrimestre de 2016.

[Descargar \(PDF, 388KB\)](#)

[Abrir en un nueva ventana](#)

[Ver boletines anteriores](#)

### Último informe anual

**Informe de turismo de 2015**

Resultados del Turismo en Asturias en 2015, realizado por el SITA

[Descargar \(PDF, 4.455 KB\)](#)

[Abrir en un nueva ventana](#)

[Ver informes anuales anteriores](#)

### Series del turismo en Asturias



### Estudios de mercado en origen



### Informes territoriales



### Análisis y estudios sectoriales



## **2. Análisis Interno (Nacional)**

Para hacer un alcance más profundo se hace un análisis interno sobre la existencia de sistemas de información turística como tal u otros medios de información turística, que utilizan las empresas públicas como las empresas privadas para ofrecer al mercado sus productos y servicios en los diferentes departamentos de Bolivia, excepto el área del proyecto que es la ciudad de La Paz haciendo un análisis más profundo en la parte de superestructura.

Existe un Sistema de Información de Estadística en el departamento de Tarija, la Dirección de Turismo de la Gobernación desarrolló un sistema de información diaria y completa de datos estadísticos sobre los turistas visitantes que llegan a todos los hoteles de la ciudad de Tarija, dicho sistema es el primero y único a nivel nacional y es de gran aporte para la dirección ya que mediante el mismo se logrará desarrollar proyectos turísticos en beneficio de la economía de Tarija. (Viceministerio de Turismo, 2011)

Este sistema no solo registra, también aporta datos estadísticos que benefician tanto al departamento como al Viceministerio de Turismo y al Instituto Nacional de Estadística de Bolivia; cabe resaltar que es el único departamento que tiene este sistema, puesto que el Viceministerio de Turismo que estaba trabajando en uno similar no le dio continuidad y ahora desean tomarlo como piloto ya que se tienen estadísticas diarias que introducen datos hoteleros, sin embargo, su director dijo que con una visión más amplia respecto a este sistema pedirán datos estadísticos a operadores de agencias para ver cuál es la cantidad de flujo de los circuitos turísticos del departamento, para tener una base de

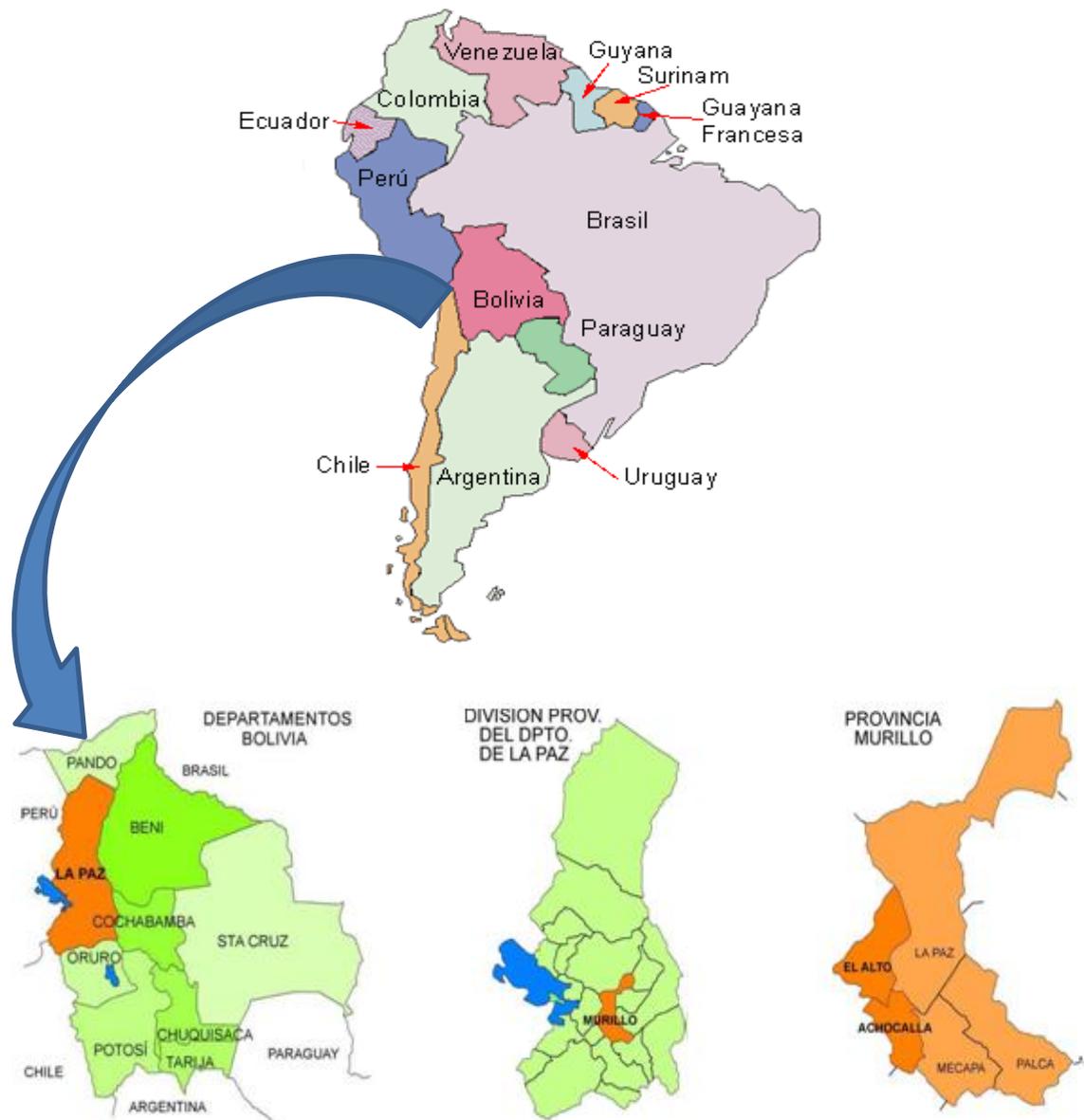
estos, y se pueda obtener facilidad al realizar proyectos, este sistema se creó desde el 2009 sin embargo nunca funcionó hasta el año 2011 ya con esta idea el Viceministerio de Turismo creó el Siretur que es un sistema de registro turístico siendo un instrumento informático de gestión de la actividad turística que contiene información actualizada y organizada de los prestadores de servicios a nivel nacional, aún está en el proceso de recolección de información y puesta en marcha en las máquinas, para su efectiva utilización.

En la ciudad de Santa Cruz se encuentra la página que se la encuentra como Dirección Departamental de Turismo de Gobernación con el link de [www.laguia.bo](http://www.laguia.bo) su razón social es La Guía un producto de El Deber. La Guía es un directorio práctico y actualizado, donde se encuentran todo tipo de negocios y al que miles de personas acuden para encontrar datos de dónde comer, comprar, descansar, pedir a domicilio, viajar, contratar un servicio, salir y más. Es una herramienta comercial sencilla, que permite mostrar todos los datos y ofertas de manera rápida de las empresas de la ciudad de Santa Cruz ya sea a través del internet o de un teléfono móvil, atrayendo de manera simple muchos clientes.

Son algunos ejemplos de sistemas de información que se pueden encontrar y utilizar en Bolivia a través del internet, en páginas web, que se utilizan como medio de difusión de los servicios y productos que ofrecen empresas relacionadas o no con la actividad turística, tanto a nivel público como privado.

### 3. Análisis del área de influencia del proyecto

#### Ubicación geográfica y política



El área de influencia del proyecto es la Ciudad de La Paz siendo esta muy importante por la afluencia que tiene sobre la actividad comercial y porque la Sede de Gobierno se encuentra en el departamento de La Paz, políticamente, se divide en 20 provincias.

La Ciudad de La Paz está situado al Noreste del territorio de Bolivia, entre 11° 50' a 18° 05' de latitud Sur y 66° 42' a 69° 32' de longitud Oeste del meridiano de Greenwich. Tiene una extensión de 133.985 kilómetros cuadrados, que representan 12,20% de la superficie total del país.

Limita al norte con el Departamento de Pando, al Sud con el Departamento de Oruro, al este con los Departamentos de Beni y Cochabamba y al oeste con las Repúblicas del Perú y Chile. (Gobierno Autónomo del Departamento de La Paz, 2012)

#### **4. Datos generales de la Ciudad de La Paz**

La Ciudad de La Paz se organiza administrativamente en nueve macro distritos, cada división cuenta con una subalcaldía, a su vez el municipio se subdivide en 23 distritos, de los cuales 21 son urbanos y 2 rurales. Existen 118 zonas y 652 Organizaciones Territoriales de Base (OTB's). A partir de esta división podemos mencionar que cada zona y OTB, tiene una dirigencia vecinal que se conglomeran en la Federación de Juntas Vecinales de La Paz. Según a datos del Censo del 2012, el 66,5 por ciento habitaban en zona urbana y solamente el 33,5 por ciento en el área rural. De acuerdo con este dato se dice que se están creando espacios de alta concentración como la ciudad de La Paz y El Alto y de dispersión como sucede en las áreas rurales. (Gobierno Autónomo del Departamento de La Paz, 2014)

El clima es muy diverso respecto a otros departamentos o en diferentes áreas, esto sucede porque existe diferencia de altitud y esto genera un cambio de climas de una zona a otra, como de la zona sur que tienen un clima cálido, comparando con la zona norte o las villas que tiene el clima más frío.

Así también en términos más científicos se puede decir que en el departamento de La Paz las isotermas varían por la diversidad de pisos ecológicos y van desde las más cálidas en meses de septiembre a febrero hasta las más frías en los meses de mayo a agosto; con un promedio de 26,2°C en las partes bajas hasta 8,2°C en las zonas más altas. Cada uno de los pisos ecológicos tiene una gran variedad de características agroecológicas es por ello que por tal motivo se puede establecer diferentes cultivos, en climas fríos, templados y tropicales.

## **5. Oferta**

El desarrollo de la oferta turística en el municipio de La Paz ha ido creciendo, muchos operadores de los servicios turísticos y empresas privadas han visto en el turismo una fuente de ingresos, ahora más contando con una diversidad de atractivos, actividades, arquitectura, paisaje y variedad de climas existentes en el mismo municipio y nombrada una de las 7 ciudades Maravillosas del Mundo.

### **5.1. Componente Natural**

**Paisaje.-** En el Municipio de La Paz como tal, solo se puede apreciar algunas montañas de manera general, ya que existe más desarrollo y se ha convertido en una ciudad llena de edificios.

Así que como dato importante se menciona que sobre el departamento de La Paz atraviesan las cordilleras Real y Occidental, que presentan los picos más altos del país, entre los que se destacan: el nevado Illampu con 6.550 m.s.n.m., Chachacomani con 6.150, el Condoriri con 6.125, el Huayna Potosí con 6.088 y el Illimani con 6.402. (Gobierno Autónomo del Departamento de La Paz, 2012)

En los alrededores de La Paz se pueden apreciar importantes cavernas y formaciones rocosas por la erosión de la lluvia y el viento. Así se menciona en el portal de ingreso a Bolivia de la página del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, entre los atractivos se encuentran el parque de Mallasa que se lo cuenta como atractivo por tener áreas verdes como el eucalipto y por ello llega a ser un área de esparcimiento donde se puede practicar diferentes deportes.

También se encuentra el Valle de las Animas, en él se encuentra el Cañón de Palca donde se puede apreciar del hermoso paisaje donde las formaciones están hechas por la erosión del viento y el agua teniendo una forma de instrumentos y animales petrificados, otro lugar donde se aprecia casi lo mismo solo con formas de cráter y la luna, es el Valle de la Luna. La Muela del Diablo, que lleva ese nombre por la forma de la montaña tomado en cuenta como mirador ya que tiene una vista impresionante.

Con paisajes más verdes se encuentra el Valle de Zongo de clima cálido y paisaje lleno de árboles y variada vegetación. Y por último el distrito de Hampaturi donde se aprecia un clima totalmente distinto, es decir frío, se encuentra la laguna de Pampalarama y el eco albergue que está administrada por personas que viven ahí, se puede apreciar nevados donde se puede realizar deportes en nieve y escalada.

En la Ciudad como paisaje arquitectónico se puede apreciar bastante arquitectura en la avenida Camacho dado su nombre en representación a uno de los presidentes de nuestra país, contiene edificaciones muy antiguas, como en la misma ciudad de La Paz contiene un sinnúmero de edificaciones importantes que forman parte de la historia en la cual se pueden realizar actividades de fotografía, caminatas y visitas. Claro que con el tiempo la Ciudad de La Paz constituye una metrópoli de estilos arquitectónicos perdiendo sentido por la influencia de las nuevas y modernas edificaciones. (Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, 2010)

El Departamento se constituye en una síntesis de Bolivia por la gran diversidad de suelos y climas que tiene, su heterogénea topografía y su diversidad étnica cultural hacen de ella un Departamento complejo y único. Se describe lo más importante del departamento de La Paz de acuerdo al plan de desarrollo y datos del portal de la alcaldía como de diferentes proyectos.

Los diferentes climas que existen en el Departamento hacen que exista diferente fauna y flora. En el área del altiplano se puede apreciar en cuanto a fauna la ganadería bovina, la llama, vacas, burros, palomas, gorriones y Ave María. Por lo de flora como es un área seca existe como flora los eucaliptos, pajonales, arbustos pequeños, pastizales, crecimiento de totora en el Lago Titicaca. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2011)

## **5.2.Componente Cultural**

**Construcciones de interés histórico cultural.-** En el Municipio existen importantes sitios históricos que años atrás fueron parte importante de la historia de La Paz, según el

manual turístico “Puerto de ingreso a Bolivia” realizado por el G.A.M.L.P. publicado el año 2011, se puede apreciar los museos más relevantes del municipio:

**CUADRO 1****Oferta Turística de la Ciudad de La Paz- Museos**

Nombre	Ubicación	Horarios de Atención
Museo Nacional de Arte	Calle Comercio Esq. Socabaya, Centro.	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-19:00 Sábados 10:00- 12:00
Museo Nacional de Arqueología "Tiwanaku"	Calle Tiwanaku N° Esq. Federico Suazo, Centro.	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-19:00 Sábados 10:00- 12:30; 15:00-18:00 Domingos 10:00-13:00
Museo Policial	Calle Colón N° 425, Centro.	
Museo Nacional de Etnografía y Folklore	Calle Ingavi Esq. Genaro Sanjinés, Centro.	Martes- Viernes 9:00- 12:00; 15:00-19:00 Sábados y Domingos 10:00- 13:00
Museo de Metales Preciosos	Calle Apolinar Jaén, Norte.	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-19:00
Museo de Textiles Andinos Bolivianos	Plaza Benito Juárez entre Guatemala y Cuba, Miraflores.	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-18:30 Sábados y Domingos 10:00- 12:00
Museo Nacional de Historia Natural	Calle 26 de Cota Cota, Sur.	Lunes- Domingo 8:30- 16:30
Museo San Francisco	Plaza San Francisco, Centro.	Lunes- Sábado 9:00- 18:00
Museo Casa de Murillo	Calle Apolinar Jaén, Norte.	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-18:30 Sábados y Domingos 10:00- 12:30
Museo Costumbrista Juan de Vargas	Calle Apolinar Jaén, Norte	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-19:00 Sábados y Domingos

		10:00- 12:30
Museo del Litoral Boliviano	Calle Apolinar Jaén, Norte	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-19:00 Sábados y Domingos 10:00- 12:30
Museo Tambo Quirquincho	Calle Evaristo Valle y Plaza Evaristo Valle, Centro.	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-19:00 Sábados y Domingos 10:00- 12:30
Museo de Instrumentos Musicales de Bolivia	Calle Apolinar Jaén, Norte.	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-19:00 Sábados y Domingos 10:00- 12:30
Museo de la Coca	Calle Linares, Centro.	Lunes- Viernes 11:00- 18:00
Museo de Arte Contemporáneo Plaza	Av. 16 de Julio N° 1698, Centro	Lunes- Domingo 9:00- 21:00
Museo Histórico Militar	Calle 13 de Calacoto, Sur.	Lunes- Viernes 9:00- 12:00; 15:00-18:00
Museo de la Revolución Nacional	Plaza Villarroel- Miraflores	Martes- Viernes 9:30- 12:30; 15:00-19:00 Sábados y Domingos 10:00- 12:00

Fuente: Elaboración Propia

También se pueden encontrar miradores en los cuales se puede apreciar el hermoso paisaje que tiene la ciudad de La Paz desde diferentes ángulos también son importantes por su relevancia arquitectónica y otros por su historia como ser:

## CUADRO 2

<b>Oferta Turística de la Ciudad de La Paz- Miradores</b>	
<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>
Mirador Jach´aKollo	Zona Villa Nuevo Potosí
Mirador Jach´a Apacheta	Zona de Alto Munaypata
Mirador Sallahumani	Autopista La Paz - El Alto a 150 metros del peaje

Mirador de killikilli	Loma del barrio de Villa Pabón
Mirador alto Pampahasi	Alto Pampahasi
Parque mirador Montículo	Zona de Sopocachi
Parque Metropolitano Laikacota	Miraflores Av. Simón Bolívar

Fuente: Elaboración Propia

Por último se puede encontrar una magnífica arquitectura fuera y por dentro de cada una de las iglesias, las más importantes son:

### CUADRO 3

#### Oferta Turística de la Ciudad de La Paz- Iglesias

Nombre	Ubicación
Iglesia de San Francisco	Av. Mariscal Santa Cruz esq. Calle Sagarnaga
Catedral Metropolitana de Nuestra Señora	Plaza Murillo esq. Calle Comercio
Iglesia de Santo Domingo	Calle Yanacocha esq. Ingavi
Iglesia del Carmen	Zona Central. Calle Ballivian esq. Colon
Iglesia de la recoleta	Av. América esq. Pando
Iglesia de San Pedro	Av. 20 de Octubre esq. Colombia, plaza Sucre

Fuente: Elaboración propia

### 5.3. Componentes de festividades y eventos

Existe una variedad de eventos programados por la alcaldía de La Paz. Se tiene una programación de eventos culturales, de canto, danza, teatro, música, conciertos, cine y todo tipo de arte que se realiza en los teatros más importantes estos son:

El teatro Municipal Alberto Saavedra Pérez, Casa de la Cultura Modesta Sanjinés, Cine Teatro 16 de Julio, Cine teatro 6 de Agosto, Teatro al Aire Libre Jaime Laredo. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2011)

Todos los eventos a realizarse, se muestran en la agenda JIWAKI (material impreso en forma de catálogo) el cual es realizado por el Área de comunicación de la Oficialía Mayor de Culturas conjuntamente con el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, este es distribuido de manera gratuita en los teatros cuando se realizan diferentes actividades.

En esta agenda también se puede apreciar los eventos programados para los domingos de nombre feria dominical de las Culturas que empieza anualmente desde el mes de abril, realizada en la Av. 16 de Julio más comúnmente conocido como el Prado, haciendo partícipes a diferentes grupos que de alguna manera realizan arte en nuestra ciudad. Los puntos de distribución de la agenda Jiwaki también se brindan en las oficinas de INFOTUR<sup>1</sup> y también se puede encontrar y descargar en la página de la alcaldía.

De acuerdo a entrevista realizada a la señorita Iris Mirabal con el cargo de Jefa de Unidad de los espacios escénicos del Municipio de La Paz menciona que “anualmente se reciben grupos de diferentes géneros siempre teniendo cuidado de no repetir los grupos más de dos veces por año, además de solo recibir artistas ya establecidos tanto en el ámbito nacional como internacional, la preparación de las fechas para los diferentes grupos se la realiza con previa entrevista con los directores de cada elenco” así mismo ella menciona la importancia que tiene el arte en nuestro departamento motivo de ser un

---

<sup>1</sup> Red de Información Turística.

departamento de clima frío el cual impide la realización de actividades en parques, y ella toma como un factor muy importante la realización de eventos en los diferentes teatros municipales como otros espacios cerrados, así mismo la realización de las ferias dominicales de las culturas es donde se da la opción recreacional en un espacio abierto y amplio como es el Prado, esto ha logrado llegar a ser muy familiar y a la vez muy didáctico para los niños, padres y adultos mayores motivando de alguna manera a la población y turistas a conocer la cultura, danza y diferentes actividades artísticas y escénicas que existen y se practican en la Ciudad de La Paz. (Entrevista realizada a Iris Mirabal el 12 de agosto del 2015)

En cuanto a las festividades en todo el año en el departamento de La Paz se realiza la feria de la Alasita el 24 de enero, Carnavales de acuerdo a calendario más o menos entre los meses de Febrero y Marzo donde se realizan diferentes actividades como el corso infantil, la farándula, Jis'ka Anata y el entierro del pepino, Día del Trabajo el 1 de Mayo, Gran Poder se la realiza entre mayo y junio, Año Nuevo Aymara exactamente el 21 de Junio, Revolución de La Paz el 16 de julio donde se realiza la verbena, Entrada Universitaria que se realiza el último sábado de Julio, Aniversario Patrio, Fundación de La Paz, Todos Santos. (Organización Mundial de Planificación para el desarrollo, 2010)

#### **5.4.Componente actividades recreacionales**

Así como se mencionaron los diferentes lugares que son considerados como atractivos turísticos en ellos se realizan actividades como ser:

**CUADRO 4**

<b>Oferta Turística de la Ciudad de La Paz- Actividades</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Nombre del Lugar</b>
Escalada en roca	Aranjuez
Escalada en roca	Zona de la periférica
Escalada en hielo	Pampalarama
Escalada en hielo	Condoriri,
Escalada en hielo	Huayna Potosí
Escalada en hielo	Apolobamba
Caminata	Camino precolombino Takesi
Caminata	Camino precolombino Chukura
Caminata	Camino precolombino Yunga Cruz
Caminata	Camino precolombino Camino del Oro
Observación de flora y fauna	Mallasa,
Fotografía	Casco viejo de la Ciudad de La Paz
Observación cultural	Casco viejo de la Ciudad de La Paz
Visita	Museos
Paseo Bus turístico	Recorrido por la ciudad de La Paz
Descenso	Hotel Presidente
Descenso	Plaza Hotel y Convention Center

Fuente: Elaboración Propia

### **5.5.Componente de medios de comunicación**

En cuanto a medios de comunicación la Ciudad de La Paz cuenta con medios de comunicación impresos (17), televisivos (16), radiales (25). La provisión de telefonía

pública se distribuye en 5 proveedores para la comunicación local, nacional e internacional, estas empresas son Entel, Tigo, Viva, Acces, y Cotel; que a su vez, cuatro de estos proveedores brindan el servicio de internet. Correos Bolivia, DHL, TNT, brindan el servicio de correspondencia y giros de dinero a nivel nacional e internacional. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2011)

### **5.6. Componente seguridad**

Los servicios de seguridad ciudadana determinan que se han registrado 88 módulos policiales y 195 guardias municipales entre los años 2009 y 2011. (Organización Mundial de Planificación para el desarrollo, 2010)

En el PLANTUR se ha realizado un esquema en el que se reconozca al sector turismo como factor de paz y desarrollo sostenible. Las estrategias sobre las cuales se sustenta este eje se refieren a la implementación de mecanismos y acciones de control de la actividad en coordinación con gobernaciones y municipios, con la implementación de un Plan Plurinacional de Seguridad Turística que articule competencias de diversos actores y niveles para encarar el tema de seguridad con acciones concretas y fundamentalmente plantea el fortalecimiento de la Policía Turística, como ente especializado en la gestión administrativa de la problemática de seguridad turística y la protección de los diferentes actores en los ámbitos público y privado.

Cada una de estas acciones pretende garantizar la seguridad física de los turistas nacionales como extranjeros que disfrutan de los recursos turísticos, promueven la mejora de la imagen país y aportan a la calidad de los destinos turísticos.

### **5.7.Componente Servicios Turísticos**

**Hospedaje:** En cuanto a lo que respecta los servicios primarios está el servicio de hospedaje que cuenta con una variedad desde hoteles de 5,4 y 3 estrellas, Apart Hoteles, residenciales, alojamientos y posadas, las cuales son registradas por la Cámara de Hotelería de La Paz y la Gobernación de La Paz, las mismas tienen una variedad de precios y se acomoda a la capacidad de pago de los visitantes sean estos nacionales o extranjeros. De acuerdo a los estudios realizados por el Viceministerio de Turismo, la Gobernación y la Cámara Hotelera se tiene:

Hoteles 61, Hostales 54, Alojamientos clase A 32, Alojamientos clase B 56, Residenciales 13, Casa de huéspedes 9, Apart Hoteles 9 y Suite 2.

**Transporte:** En cuanto al servicio de transporte se encuentra el transporte interprovincial a Copacabana, Villazón, Uyuni, Inquisivi, Lalagua, Tupiza, Tiwanaku algunos tienen salidas desde el cementerio como a Copacabana, Desaguadero, Huatajata, Lambate, Tiwanaku y Sorata. Otras salidas se realizan desde la zona de Villa Fátima como ser a Coroico, Chulumani, Guanay, Reyes, Riberalta, Rurrenabaque, Cobija, Trinidad y Guayaramerín. Así mismo se tiene el transporte nacional a todos los departamentos de Bolivia las salidas se las realiza desde la terminal de buses.

También existen salidas internacionales desde el aeropuerto de la ciudad de El Alto a los países de Perú, Argentina, Chile, Ecuador, Brasil, Colombia, Paraguay y Venezuela con horarios diferentes.

En cuanto en la ciudad existen los sindicatos de minibuses, trufis, microbuses, radiotaxis y la nueva implementación de transporte que la alcaldía realizó, son los Puma Katari que es un transporte que tiene rutas definidas con precios económicos y el Teleférico que va desde la Ciudad de El Alto a la ciudad de La Paz en su línea roja, amarilla y verde, con esto se trata de bajar el tráfico de automóviles en la ciudad en horas clave, así brindando un servicio de calidad y para la elección de cada persona de acuerdo a la economía de cada uno.

En cuanto al transporte aéreo se cuenta con líneas importantes que operan a nivel nacional como internacional, Bolivia de Aviación (BOA), Transporte Aéreo Militar (TAM), Ecojet, Amazonas, American Airlines, Avianca y Aerocon.

**Restaurantes:** En la ciudad de La Paz existe una gran cantidad de restaurantes y diferentes tipo de servicios de alimentación que ofrecen variedad de platos nacionales e internacionales siendo está una lista muy larga a continuación se nombra uno o dos servicios que ofrecen diferentes tipos de alimentación, que son representativos de la ciudad de La Paz.

**CUADRO 5**

Razón Social	Dirección	Comida
New Sakura	Av. García Lanza Nro. 1110 entre calles 9 y 10 (Achumani)	Tradicional japonesa
La Tranquera	C. Capitán Ravelo Nro. 2123	Gastronomía en Bolivia
Japanese Restaurant New Tokio	C. 17, Nro. 8018, entre S. Bustamante y J. Patiño (Calacoto)	Gastronomía japonesa.

Moskkito Jungle Bar y Lounge	Av. Rafael Pabón, Patio de Comidas Megacenter (Irpavi)	comida peruana
Sancho Panza	Av. Ecuador Nro. 738, Edif. Miguel Ángel Local 2 (Sopocachi)	Española y gastronomía en Gral.
Gourmet Aranzaya	Av. Arce Nro. 2177, Hotel Radisson Piso 15 (Sopocachi)	
Chifa Lu Qing	Av. 20 de Octubre Nro. 2090, esq. Aspiazu (Sopocachi)	Chifa, Comida China.
Japonés Furusato	Av. Clemente Inofuentes Esq. Calle 11 Nro. 437 (Calacoto)	Japonesa Tradicional
La Campana Casual Cuisine	Av. Ballivián Nro. 969, entre c. 15 y c. 16 (Calacoto)	Americana Casual. Catering
Vicuñita de Plata	C. Potosí Nro. 909, Hotel Gloria (Central)	Internacional y Nacional. Especialidad Flambes.
Duke´s	Plaza Isabel La Católica Nro. 2478	
Churrasquería El Arriero	C. Fernando Guachalla Nro. 319 entre Pasaje Jauregui y Av. 6 de Agosto (Sopocachi)	Todo a la Parrilla con la mejor carne argentina
El Fogoncito de Miky	C. Gabriel René Moreno Nro. 1187 bloque E (San Miguel)	Churrasquería
Restaurante Pronto Dalicatesse	Pje. Jauregui Nro. 2248, ingreso F. Guachalla entre 20 de octubre y 6 de agosto (Sopocachi)	Ristorante Italiano
Pérez Velasco Plaza de Comidas	C. Evaristo Valle al pie de la pasarela Pérez Velasco	Restaurantes de Comida Rápida, FastFood y gastronomía variada.
Taco loco	C. Juan de Vargas Nro. 2289 (Miraflores)	Snack de Comida Rápida Mexicana

Restaurant Rincón Español	C. Hermanos Manchego Nro. 2550 (Sopocachi)	comida Española e internacional
Sabor Gaucho	C. Fernando Guachalla Nro. 319 entre Av. 6 de Agosto y Av. 20 de Octubre	Todo a la Parrilla
Restaurant Jal Al	C. Sagárnaga esq. Illampu Nro. 392 (El Rosario)	comida árabe
Cozzolisi pizza & pasta	Av. Enrique Peñaranda Bloque L, Nro. 33 (San Miguel)	Pizzería y pastas
La Jungla plaza de comidas	Av. Camacho Esquina Bueno, Subsuelo Plaza Camacho	Comida Rápida, Hamburguesas, Pollo, Comida Saludable, Vegetariana, Paella, Pescado, Pasta, Pizza, Sushi, Wok, Parrilla, Criolla, Helado, Chifa, Mexicana, Chocolatería, Jugos.
Don Pollo	Av. García Lanza, Calle 11 Nro. 99 (Achumani)	pollos a la brasa, pollos 100% al carbón
La Llajuita Restaurant	Av. 16 de Julio Nro. 1636	comida tradicional
Restaurante Suma Uru – Hotel Radisson	Servicio de desayuno y almuerzo buffet	Av. Arce Nro. 2177, Hotel Radisson (Sopocachi)
Pizza Nostra	Av. Arce Nro. 2342, entre Belisario Salinas y Rosendo Gutierrez (Sopocachi)	Pizzas y Comida Italiana
Eli´s pizza express & fast food	Av. Mariscal Santa Cruz, Cine Monje Campero (Central)	Pizza Express & Fast Food. New York Style Pizza
El Palacio del Charquekan	Av. Altamirano Nro. 25 Mallasilla	comida típica
Delizias del mar	C. Posnanski Nro. 1184 (Miraflores)	Cevichería
Alexander Coffe	Av. 16 de Julio Nro. 1832 (Central) Av. 20 de Octubre Nro. 2463 (Sopocachi)	Restaurantes, Cafetería

Etno café cultural	C. Jaén Nro. 722 (Central)	Café Cultural - Bar, Especializados en café orgánico, sándwich de jamón y queso, ensaladas, productos ecológicos, licores artesanales y exóticos
Rincón Vegetariano Mukunda	C. 21 de Calacoto Nro. 8261, Galería Topacio Interior (Calacoto)	Restaurant de Comida Vegetariana, ofrece Almuerzo estrictamente vegetariano
Rancho Asador	Av. 16 de Julio Nro. 1770 (Central)	Carne, Codornices y Pollo a la Parrilla, Tucumanas y Empanadas
Café Berlín	C. Mercado Nro. 1377 (Central)	Café, Restaurant, Bar
Luna´s Café	Sagárnaga Nro. 289 (Central)	Café, Pub´s
Pierrot	c. Potosí Nro. 909 (Hotel Gloria)	Cafetería
Pigalle Repostería	Av. Montenegro Nro. 1456 (San Miguel)	Exquisitas especialidades en pastelería internacional. Pastelería para diabéticos y celíacos. Cafetería, Salón de Té.
Heladerías Brosso	16 de Julio Nro. 1473, Paseo El Prado (Central)	Heladería, restaurante, cafetería, confitería

Fuente: Elaboración Propia

### 5.8.Comercialización y Promoción

De acuerdo al Plan Nacional de Turismo 2012 para lograr posicionar los atractivos se quiere potenciar los canales de comercialización priorizando líneas de acción en:

desarrollo de Mercados nacionales e internacionales, con el propósito de elevar el promedio de gasto turístico internacional y nacional, promoción de la imagen, innovación, desarrollo e implementación tecnológica, para la promoción como respuesta al creciente uso de internet en los hábitos de consumo de los viajeros y por la eficacia de este canal para el desarrollo de estrategias de marketing y comercialización turística, desarrollo de habilidades y capacidades para la gestión de la promoción turística integral a través de la transferencia de conocimiento funcional en marketing turístico y marketing digital, se fortalecerán las habilidades y gestiones de los distintos niveles territoriales en términos de promoción turística que contribuya a la comunicación y difusión de la imagen turística nacional, generación de cultura turística, a través de campañas de sensibilización y educación turística dirigidas a la población nacional, consolidación de la Red Nacional de Información Turística que permita brindar al visitante información oportuna y fidedigna de todo el territorio nacional y dinamización del turismo interno a través de un plan de Turismo Interno, que estimule a la población el interés por el conocimiento del país mediante campañas promocionales que hagan accesible el turismo para la población nacional.

## **6. Demanda**

De acuerdo con el estudio realizado por el Viceministerio de Turismo en su compendio “Perfil del turista” se puede tomar en cuenta la variable de la demografía que estudia las características de una población, dando a conocer particularidades de ella en cuanto a edad, sexo y otros determinantes económicos y sociales. El cúmulo y conocimiento de estas características conforman un perfil demográfico.

El perfil constituye la base informativa más importante para el diagnóstico de la realidad de la población en estudio y facilita, entre otras, el diseño, seguimiento y evaluación de planes, programas, productos y otros orientados a mejorar la atención a los turistas. La descripción demográfica se convierte entonces en el insumo para planificar estrategias y productos turísticos.

### **6.1. Demanda Nacional**

La demanda nacional que se registra como ingreso de viajeros a la ciudad de La Paz el año 2013 fue una variación negativa en un 0,2% con respecto al año 2012 respectivamente llegando a un total de 373.164 viajeros, son datos del INE<sup>2</sup> esta información incluye a la Ciudad de El Alto. Así mismo tomando solo la ciudad de La Paz según el Viceministerio de Turismo en su compendio del 2011 se toma en cuenta la encuesta realizada el año 2010 de estadísticas de Turismo, se tiene un total de visitantes nacionales de 109.969.

### **6.2. Perfil de la Demanda Nacional**

En cuanto al perfil del turista nacional según el compendio el Viceministerio de Turismo “El grado de Satisfacción y el Nivel de Gasto Turístico” del 2011 el turista nacional tiene un grado de satisfacción de regular a muy satisfecho del destino visitado. En cuanto al lugar de hospedaje prefieren los hostales y alojamientos, en cuanto al transporte que utilizan más es el terrestre (56,6%) y el aéreo es menor (28%) siendo este un ahorro para gastar más en el destino visitado.

---

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Estadística

Y el motivo que incentiva más al turista nacional es el descanso, recreación, cultura y vista a familiares o amigos, aunque la categoría de otros es la que mayor participación con el 24,5% esto debido a que muchas personas viajan por motivo de comercio, visitas arqueológicas y patrimoniales.

### **6.3. Demanda de Extranjeros**

La llegada de visitantes extranjeros según el INE en la Ciudad de La Paz conjuntamente con la ciudad de El Alto hace un total de 249.091 para el año 2013. En cuanto solo a la Ciudad de La Paz según el Viceministerio de Turismo en su compendio de Estadística de Turismo se tiene un total de 237.188 de visitantes extranjeros.

### **6.4. Perfil del Turista Extranjero**

En cuanto al perfil del turista extranjero de acuerdo con el compendio del Viceministerio de Turismo se tiene como principales visitantes con mayor flujo de visita a nuestro país los turistas franceses, con una participación del 10,7% seguido de Argentina y Brasil ambos con 9,2%, Reino Unido 7,3%, España 6,9% y Alemania con 6,7% siendo los de 26 a 35 años los que más visitan nuestro país solo que estos gastan menos de 474 dólares siendo el más bajo en nuestro país respecto a las personas mayores de 45 años que gastan entre 927 dólares.

De acuerdo al nivel de satisfacción del destino visitado se alcanza a 51,8% satisfactorio, 30,4% satisfecho y regular de 15,1%. Por otra parte en cuanto al hospedaje por su nivel de gasto utilizan más Apart Hotel, All Suites Hotel y Hoteles, y el medio que más utilizan es el terrestre con un 45,5% y aéreo un 28,2% siendo este un gasto más alto.

La motivación que más mueve a los turistas extranjeros es lo cultural, natural, aventura y recreacional como los principales y siendo el gasto más alto en lo cultural.

## **7. Gestión Ambiental**

La base legal de una gestión ambiental se enmarca en la Ley 1333 con el objetivo de proteger y conservar el medio ambiente y los recursos naturales a través de una regulación de la actividad del hombre. En sus dos reglamentos “Reglamento General de Gestión Ambiental” y “Reglamento para Prevención y Control Ambiental” se menciona un proceso muy específico que los proyectos deben cumplir para el mismo cuidado del medio ambiente y que deben realizar una ficha ambiental obligatoriamente. (Ministerio de Medio Ambiente y Agua, 1992)

Asimismo existe la reglamentación para las áreas protegidas, está indica, que si se realiza una construcción turística deben ocasionar el menor impacto posible y para un sistema de gestión ambiental adecuado debe contemplarse a todos los actores que son; las personas o instituciones encargadas de proporcionar bienes y servicios turísticos, una evaluación de impacto; esta se debe hacer antes de la ejecución de algún proyecto, determinación de la capacidad de carga; es la cantidad de personas que un lugar puede soportar para que no exista degradación, medidas de mitigación; son las acciones preventivas que van a reducir el impacto de la actividad turística, educación ambiental; esto dirigido a los actores, la población que participa para que ellos mismos logren proteger el medio ambiente donde viven. (Díaz, 2008)

Actualmente se está trabajando también con proyectos diferentes a nivel nacional para el cuidado del medio ambiente, como el de plantar árboles para oxigenar el planeta, en épocas de San Juan se prohíbe el quemar y la utilización de juegos artificiales. Con respecto al proyecto propuesto no se utilizará papel ya que se la implementara en una página web, con esto reduciendo el impacto sobre el medio ambiente.

#### **8. Análisis de la administración gubernamental y no gubernamental en el área de afluencia del proyecto (Superestructura)**

Las instituciones públicas que se ocupan de la regulación, control y promoción de la actividad turística en la Ciudad de La Paz son: el Ministerio de Culturas y Turismo encabezado actualmente por el ministro Marco Machicao que regula a otras entidades encargadas de hacer que la actividad turística sea eficaz y eficiente seguido por el Viceministerio de Turismo a cargo del Viceministro Joaquín Rodas realizando un arduo trabajo de implementar nuevas alternativas de viajes a nuevos atractivos.

El Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, en su Dirección de Turismo actualmente a cargo de Lic. Miriam Catari Condori y por último el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz que como entidad encargada de turismo es la Agencia Municipal para el desarrollo de La Paz Maravillosa siendo Lic. Patricia Grossman la directora, recientemente creada por la necesidad de fortalecer la actividad turística de todas las maneras posibles de la ciudad de La Paz. Como instituciones importantes cuentan con sistemas de información a través de páginas web que se describen a continuación:

- La primera institución a nivel nacional está el Viceministerio de Turismo que en su página principal se encuentra: Destinos, donde se puede apreciar diferentes destinos de Bolivia de acuerdo a la actividad que se quiera realizar con imágenes y descripción de cada atractivo turístico. En la parte de eventos se describe eventos importantes que se van a realizar por mes en los diferentes departamentos de Bolivia. En actividades se describen actividades deportivas, de observación, de excursión, turismo vivencial, aventura y deportes. Y los servicios se puede encontrar información mediante un mapa de: agencias, hoteles, transporte, restaurantes, salud, vida nocturna, información turística, y paquetes de servicios.
- A nivel Departamental está la Dirección de Turismo dependiente de la Secretaría de Turismo y Culturas del Gobierno Autónomo Departamental de La Paz que como Dirección de Turismo no cuenta con una página web, se tenía una página hasta año 2015 la cual no contaba con la información que se requería y no estaba actualizada.

Por el momento las noticias y enlaces se las está realizando mediante la página web central de la gobernación que es <http://www.gobernacionlapaz.gob.bo/> donde se sube la información de turismo, noticias, eventos, y todo lo que respecta a turismo, pero también en esta página web la información que se brinda no es actualizada se brinda datos del año 2015. El único medio que se utiliza desde el 2016 es el Facebook que se encuentra con el nombre de Dirección de

Turismo GADLP, utilizando en su logo La Paz Maravillosa siguiendo la línea de la Alcaldía, en la cual si se publican eventos que se van a realizar y también eventos y operativos que se realizaron, siendo este medio más para un público nacional y con el objetivo más informativo.

- A nivel Municipal se encuentra la Agencia Municipal para el Desarrollo de La Paz Maravillosa dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz que cuenta con su página en el Facebook de La Paz Maravillosa donde se brinda información de eventos, conferencias a realizar en cuanto a la actividad turística, como página web no cuenta con una específica actualmente de la agencia pero la información se encuentra en la página web de la Alcaldía <http://www.lapaz.bo/en> ella se puede encontrar información de las noticias más actuales que realiza la Alcaldía con imágenes de los eventos que se mencionan, se encuentra eventos del concejo municipal y proyectos del municipio de La Paz, la ley de usos y suelos (LUSU), normativa municipal, empresas de servicios, retén de emergencias, denuncias de corrupción, y su central telefónica.

Lo más relevante de su página es que cuenta con aplicaciones de la Agenda Cultural Jiwaki, auto consulta de trámites, transparencia al instante y el tramitador que es el control del trameaje y en cuanto a visitar la Ciudad de La Paz brinda información de seguridad muy general, los atractivos turísticos se describen los edificios patrimoniales, alrededores de la ciudad, atractivos naturales, rutas precolombinas, lugares tropicales, miradores, museos, plazas, campos

deportivos, pero es complicado entrar y tratar de ubicar un atractivo específico, se tiene que dar muchas vueltas para encontrar y hay imágenes de algunos atractivos con su descripción y de otros solo se describe el atractivo.

También se brinda la ubicación de los centros de información turística que existe en la Ciudad de La Paz mediante el google maps. También se encuentra la información mediante los centros de información turística INFOTUR que la información que se brinda son de folletos que dejan los prestadores de servicios y la más completa es la que se encuentra en la calle Colombia, en los otros existen algunas deficiencias en cuanto a la infraestructura y la información que se brinda, pero se está trabajando en mejorar las deficiencias existentes.

Por otro lado en la ciudad de La Paz las empresas privadas operadoras de turismo utilizan los sistemas de reservas como ser: Sabre, Amadeus que son sistemas de reservaciones orientadas a los servicios turísticos, es una herramienta muy eficaz para las empresas operadoras y agencias de viajes. El avance de la tecnología ha creado un mejoramiento continuo de las telecomunicaciones, esto ha llevado a las empresas a replantear sus estrategias y adaptar nuevas herramientas como sistemas de información mediante el internet.

No solo se benefician las empresas o agencias, también los turistas, como usuarios encuentran una amplia gama de información turística ofertada que van más allá de las que tenían acceso antes como cliente tradicional debido a las webs de servicios e información relacionados con el turismo que actualmente se han desarrollado. En la

ciudad de La Paz se puede mencionar los siguientes sistemas de información que se muestran en diferentes páginas web:

- Se encuentra la página <http://www.boliviaentusmanos.com/> que contiene información de todos los departamentos de Bolivia, en cuanto a servicios de restaurantes, hoteles, turismo, agenda cultural, música, cartelera, guía médica, industrias y deportes. Existe a nivel nacional como a nivel internacional de las noticias y todas las actividades que se pueden realizar y al entrar al hotel por ejemplo se entra directamente en otra ventana a la información el hotel.

Es una página donde se puede registrar a todas las empresas que quieran publicitar por este medio enlazadas con las redes sociales, es algo muy amplio se tiene bastante información de la variedad de cosas que se pueden realizar, la página web contiene demasiada información que puede lograr que la persona se confunda más aún de las cosas que quiere ver o hacer, se puede observar que existe áreas de información que están muy ordenadas y otras que se mezcla mucha información.

- Otra página importante que brinda información de los servicios turísticos de la ciudad de La Paz es la empresa estatal BOLTUR con su página web <http://www.boltur.gob.bo/> en su página web se puede descargar la app de boltur se puede observar la información de noticias que realiza la empresa BOLTUR para mejorar sus servicios hacia el turista, lo más relevante de su página es que se enfoca a los paquetes que se ofrecen brindando información de las fechas de

salida, precios, que incluye en el paquete y descripción del itinerario paquete y algo muy interesante es que utilizan los códigos QR para observar el atractivo.

Por otra parte acerca de la ciudad de La Paz se hace una descripción de la cultura, demografía, historia, clima, geografía, toponimia, turismo, transporte, educación festividades, personajes ilustres, referencias, y otros, solo que en algunos casos contiene mucho texto.

Se puede planear el viaje de acuerdo a las fechas disponibles, noticias importantes de fechas pasadas, galería de fotos. Y otra cosa interesante es que se abre una ventana de chat para poder preguntar cualquier duda existente.

También se puede nombrar la página que es de Mira Bolivia con el link [www.mirabolivia.com](http://www.mirabolivia.com) en la cual se encuentra información de toda Bolivia con imágenes e información solo de los atractivos y destinos turísticos más importantes, a nivel nacional.

También se encuentran sistemas de información en páginas web a nivel mundial que también son una herramienta donde millones de usuarios comparten sus opiniones, dan consejos, suben fotos y videos sobre destinos y servicios, en este caso también se utiliza en la Ciudad de La Paz; ésta es la tendencia que comenzaron comunidades de viajes como Tripadvisor o TravBuddy.

En [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) es el sitio de viajes más grande del mundo y permite que los viajeros planifiquen y lleven a cabo el viaje perfecto. Proporciona consejos de viajeros

reales y una amplia variedad de opciones y funciones de planificación con enlaces directos a las herramientas de reserva. Tiene más de 60 millones de visitantes únicos al mes, 44 millones de miembros participativos en las interacciones comerciales, más de 100 millones de opiniones y comentarios y opera en 30 países de todo el mundo.

En cambio en [www.despegar.com](http://www.despegar.com) ofrece información exclusivamente sobre servicios y permite su compra, se observa una variedad de ofertas en alojamiento, transporte y paquetes ya planificados. Una funcionalidad que ha sido integrada en la mayoría de las webs de viajes es la visualización de mapas, Booking muestra un mapa con la ubicación del hotel que se va a reservar, característica similar a TripAdvisor que muestra el mapa con la atracción donde se desea ir, complementando así la experiencia del usuario.

El turismo ha sabido aprovechar a fondo las posibilidades que brinda la web, las antes mencionadas páginas web son solo 3 de las muchas que existen a nivel mundial.

Por otra parte entre sistemas de información se utilizan los buscadores de internet, entre los más conocidos tenemos Google, Internet Explorer, Bing, Yahoo!, entre otros; de los cuales se derivan Google Maps, Open Street Maps y MapQuest entre otros para la búsqueda de geo información.

Aunque el potencial de estas aplicaciones en la industria es amplio y el turismo adoptó en sus comienzos a los Sistemas Globales de Distribución (GDS) como las principales herramientas tecnológicas para la concentración de información, en la actualidad Internet se ha constituido como el medio más óptimo para mostrar información al consumidor final mediante diferentes sistemas de información. Hablando a nivel local

aún no se tiene un sistema de información turística que brinde la información confiable y actualizada de los servicios que se pueden encontrar de la Ciudad de La Paz.

## **INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DEL TRABAJO DE CAMPO**

### **1. Población de Muestra**

Para sacar la muestra de población a encuestar se aplicó el método de muestreo probabilístico debido a que toda la población tiene la misma probabilidad de ser elegido para formar parte de la muestra además para determinar la cantidad de elementos a cuestionar. El diseño de la investigación es transeccional debido a que la información que se requiere, se recolectara en un único momento, es decir una vez. De acuerdo con lo mencionado se toma en cuenta el total de llegadas de visitantes nacionales como de extranjeros del año 2013 que es lo más actualizado en datos del Instituto Nacional de Estadística haciendo un total de 622.255 visitantes.

Se toma en cuenta la fórmula de Munich L. y Ángeles E.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Ne^2 Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n= Tamaño de muestra

N= Población 622,255

Z= Nivel de confianza 90% (0.9)

p= Probabilidad de éxito a tomar 50% (0.5)

q= Probabilidad de fracaso en contra 50% (0.5)

e= Error de estimación 10% (0.1)

Reemplazando datos se tiene:

$$n = \frac{0.9^2 * 0.5 * 0.5 * 622.255}{622.25(0.1)^2 + 0.9^2 * 0.5 * 0.5}$$

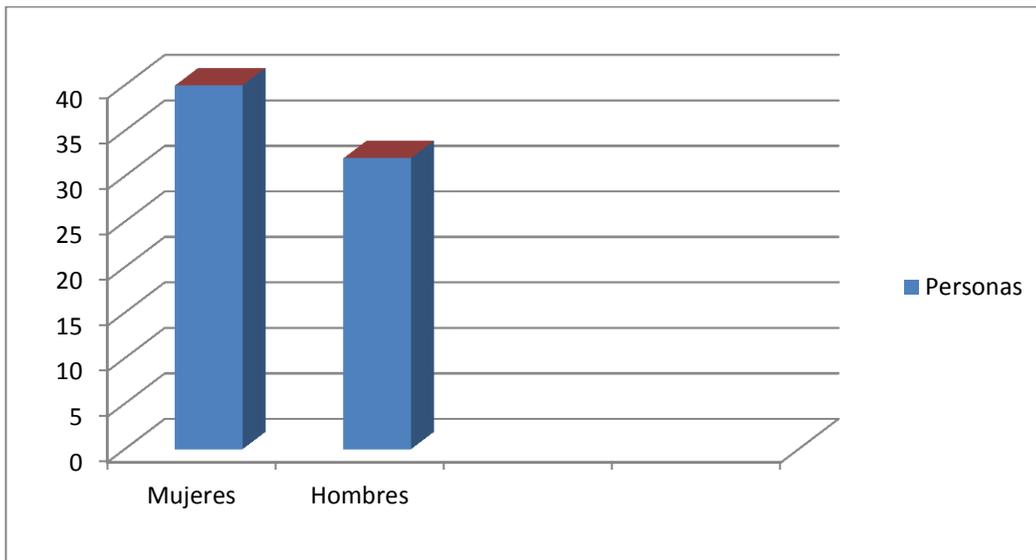
$$n = \frac{126.0066375}{1.7581375}$$

$$n = 71.67$$

Este número representa el total de personas a encuestar, lo cual se redondea a 72 personas como muestra representativa para el análisis respectivo de las necesidades, y puntos de vista de los visitantes en cuanto a la información que se brinda y más aún que opinan sobre la aplicación de un Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz y cual su importancia.

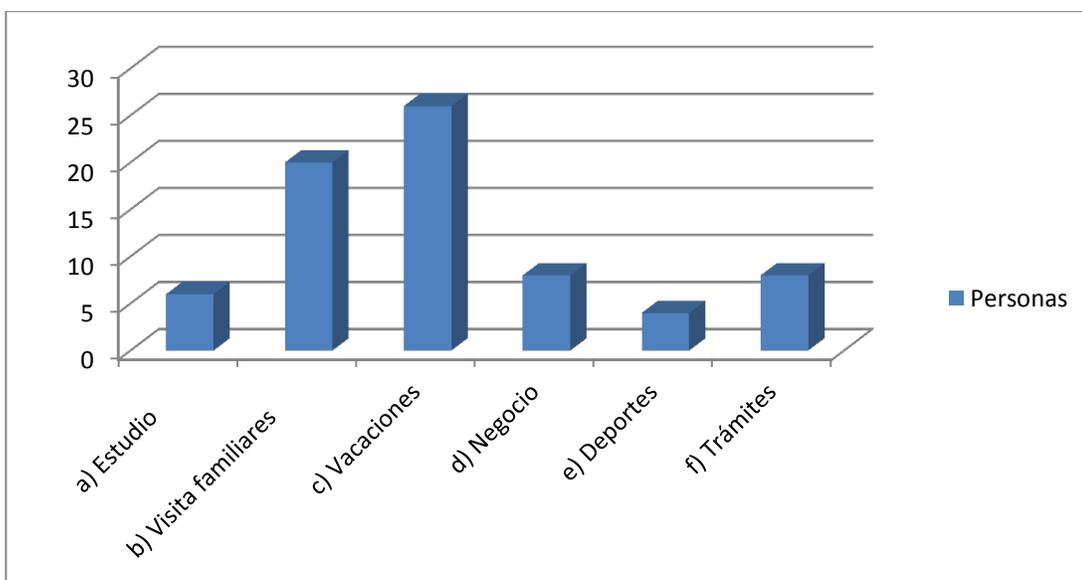
De acuerdo con las encuestas (Boleta de encuesta Anexo 2) tomadas a una parte de la demanda (turista nacional y extranjero) en la Ciudad de La Paz se realiza el desglose de las necesidades de la demanda sobre un sistema de información turística. La primera parte es específicamente información personal del encuestado (a).

### **Perfil General: Sexo**



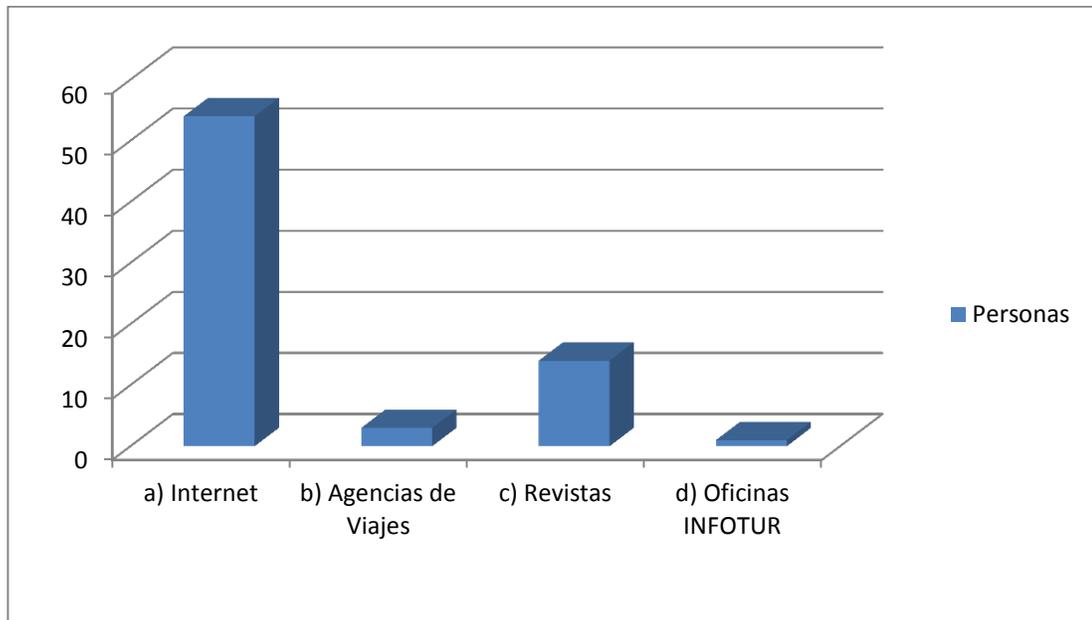
En la tabla es la representación que se ha encuestado a 40 mujeres y a 32 varones del total de la muestra de 72.

**1.- ¿Por qué motivo visita la Ciudad de La Paz?**



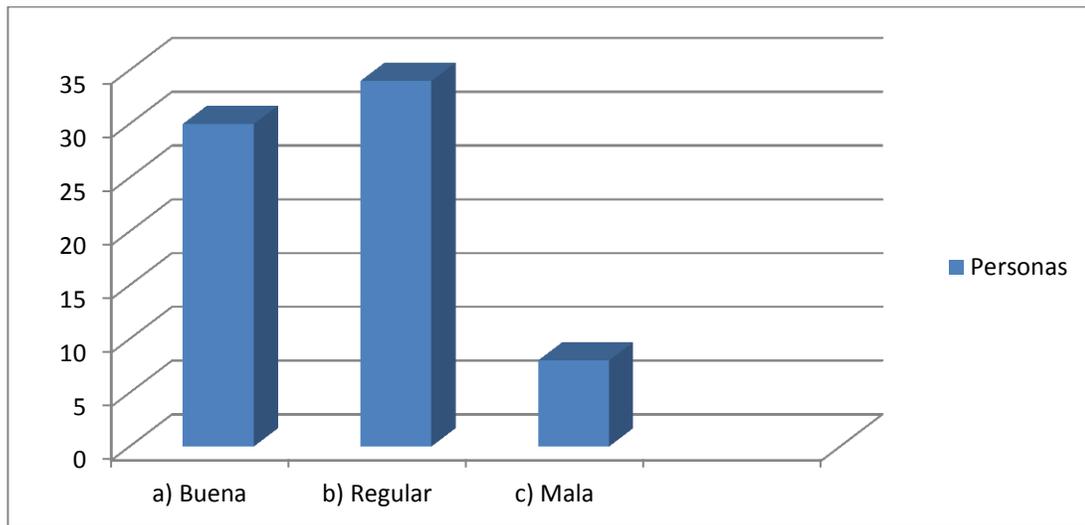
En la tabla se muestra el motivo por el cual las personas encuestadas visitan la ciudad de La Paz y la cantidad que se obtuvo es: 6 personas llegan por motivo de estudio, 20 por motivo de visita a familiares, 26 por motivo de vacaciones, 4 por motivo de realizar algún deporte especializado, y 8 por motivo de realizar trámites judiciales.

**2.- ¿Cómo se entera sobre los atractivos y servicios turísticos d la Ciudad de La Paz?**



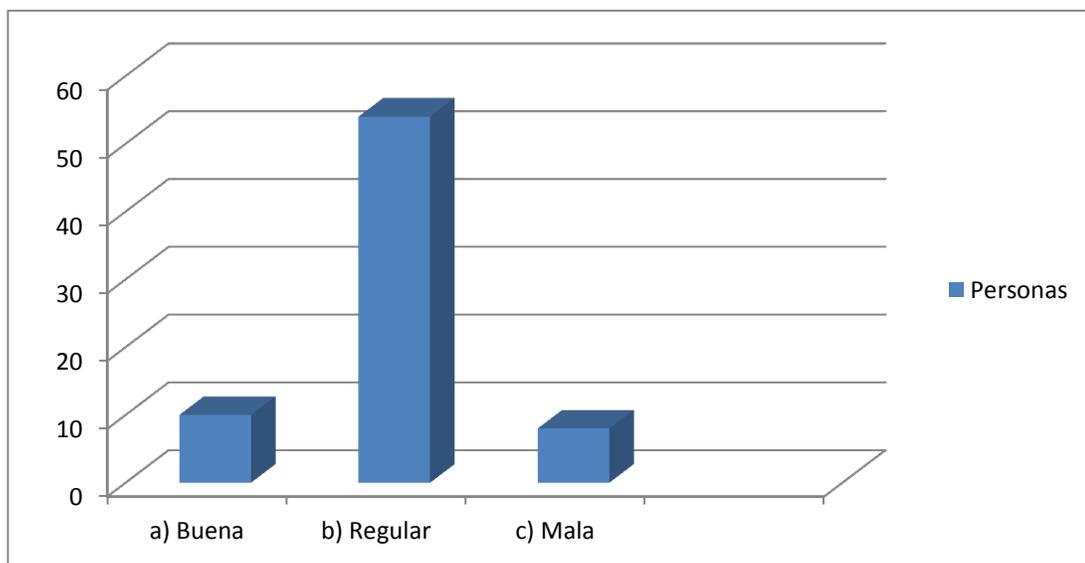
En la tabla se muestra porque medios se enteran las personas sobre los atractivos y servicios turísticos de la ciudad de La Paz y la cantidad es la siguiente: 54 personas se informan mediante el internet, 3 en agencias de viaje, 14 en las revistas y una sola persona en oficinas de información turística.

**3.- ¿Cómo fue la información que recibió?**



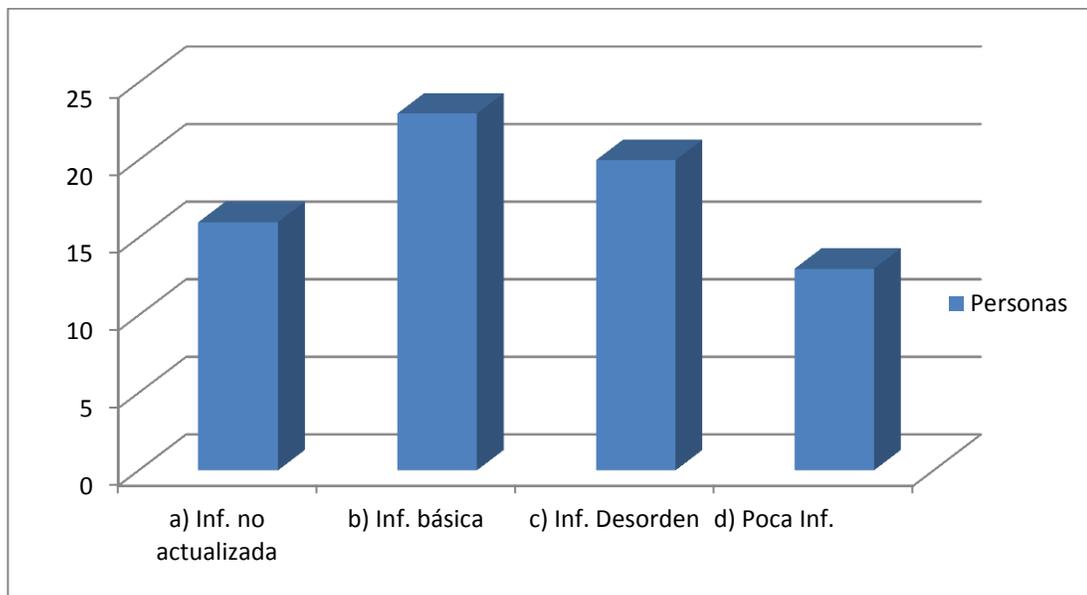
En la tabla se representa el nivel de satisfacción de la información que reciben las personas: 30 personas perciben una buena información, 34 perciben una información regular y 8 personas perciben que la información es mala.

**4.- ¿Cómo ve usted que es la información mediante el internet de los servicios turísticos y atractivos turísticos de la ciudad de La Paz?**



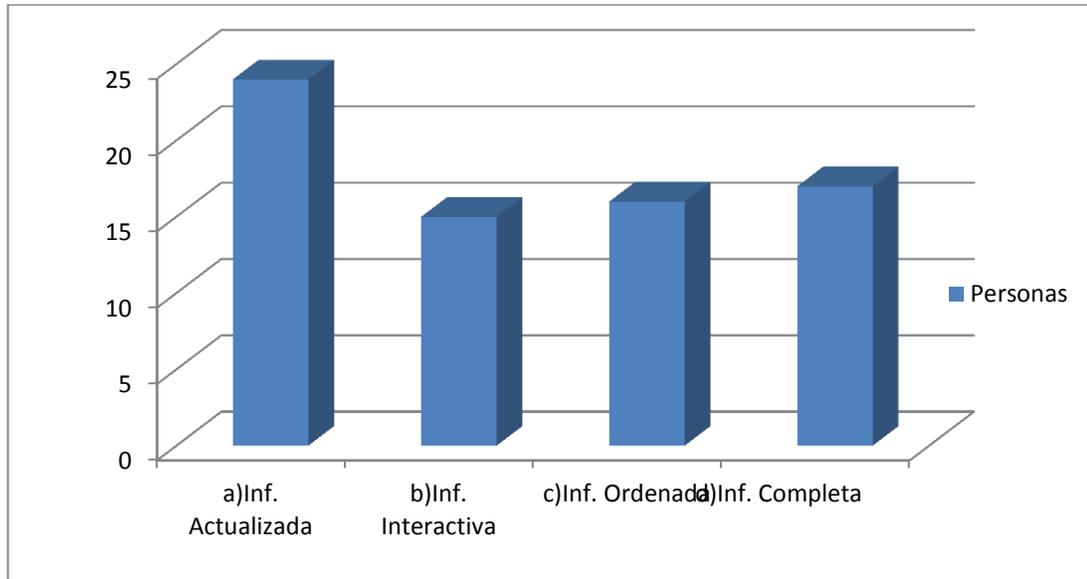
En el gráfico se muestra como ven las personas encuestadas la información que se brinda en el internet: 10 personas perciben que la información es buena, 54 perciben que es regular y 8 perciben que es mala.

**5.- ¿Cuál es la deficiencia que encuentra en la información brindada mediante el internet?**



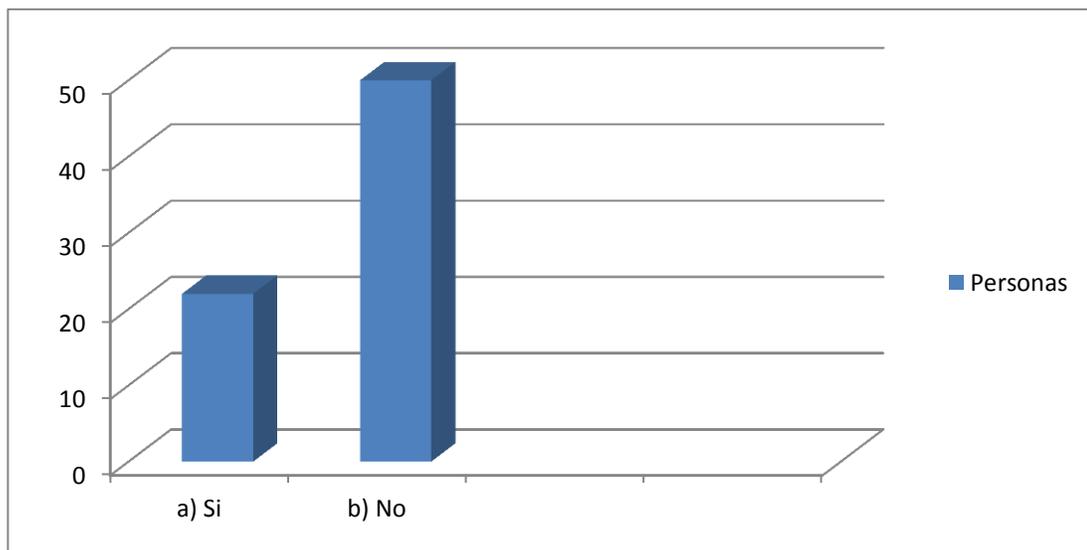
En el gráfico se representa cuál es la deficiencia que las personas encuentran al buscar información en el internet: 16 personas perciben que la información no es actualizada, 23 que es una información básica, 20 que la información es desordenada y 13 personas que existe poca información.

**6.- ¿Cómo cree usted que podría mejorar?**



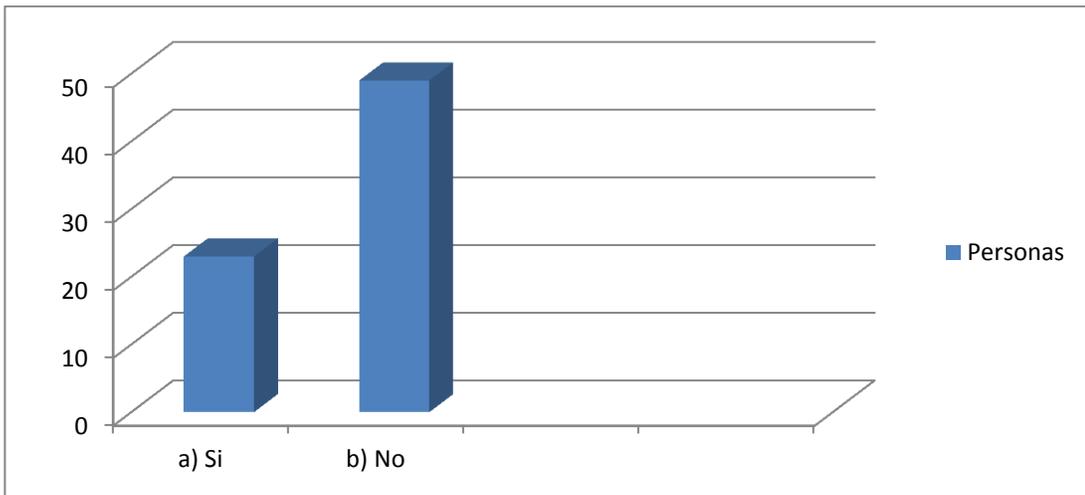
En la tabla se representa de cómo creen las personas se podría mejorar la deficiente información: 24 opinan que debería existir información actualizada, 15 opinan que la información debería ser interactiva, 16 que debería ser información ordenada y 17 que debería brindarse información completa.

**7.- ¿Sabe que es un S.I.T. (Sistema de Información Turística)?**



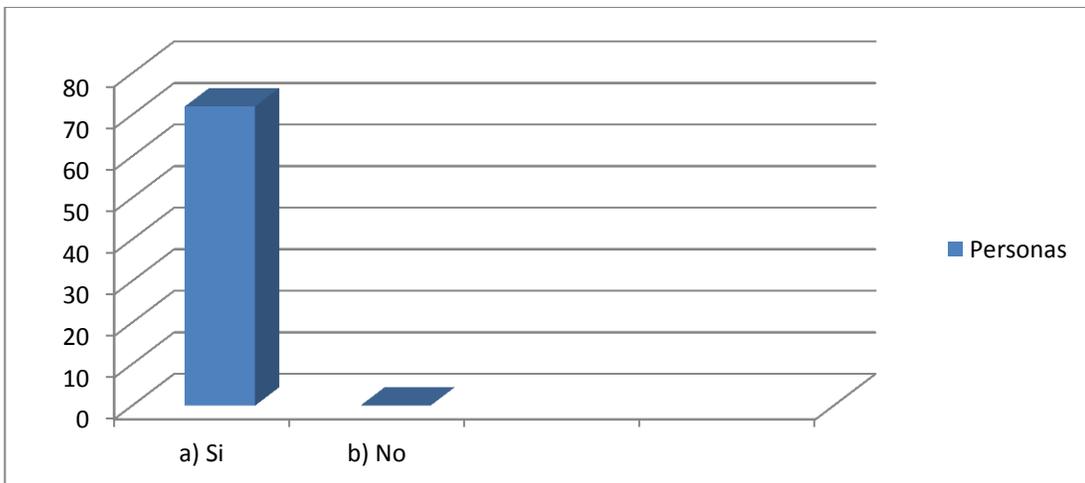
En la tabla se muestra cuantas personas conocen y cuantas no conocen que es un sistema de información turística: según la población encuestada 22 si conocen que es un S.I.T. y 50 no saben que es un S.I.T.

**8.- ¿Conoce algún Sistema de Información Turística?**



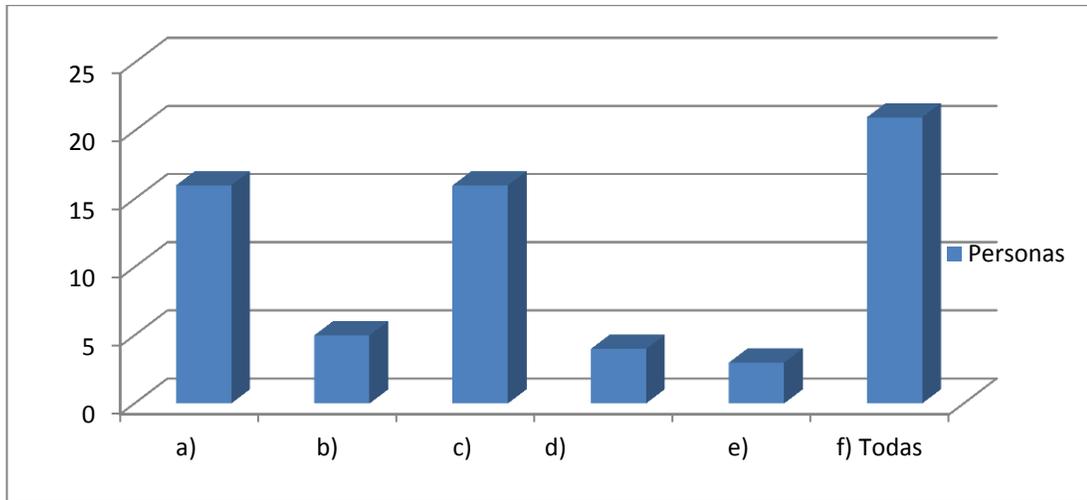
En el gráfico se interpreta que 23 personas conocen algún otro Sistema de Información Turística de otros destinos y 49 personas que no conocen ninguna.

**9.- ¿Cree usted que sería útil para la ciudad de La Paz la incorporación de un S.I.T.?**



En el gráfico se puede decir que 72 personas piensan que si es muy importante y útil la incorporación de un Sistema de Información Turística de la ciudad de La Paz.

**10.- Si su respuesta es sí ¿Por qué cree que sería útil?**



En el gráfico se puede observar las opiniones de las personas de porque sería útil la incorporación de un S.I.T. de la ciudad de La Paz. 16 Personas creen que sería útil por **a)** más afluencia de turistas extranjeros, 12 personas opinan por **b)** más afluencia de turistas internos, 16 personas opinan por el **c)** mejor manejo de información, 4 personas opinan por **d)** información actualizada, 3 personas opinan sería útil por **e)** mejores ingresos para el país y 21 personas opinan que sería útil por **f)** todas las opciones ya mencionadas.

**2. Instituciones Públicas del área de Turismo**

De acuerdo a la propuesta de un Sistema de Información Turística se realiza la entrevista a la Lic. Viviana Valda Jefa de Unidad de Promoción Turística del Viceministerio de Turismo la cual hace referencia que en su unidad hacen bastante promoción y difusión de los atractivos nuevos y están en constante actualización en su página web, así mismo

como jefa siempre estará apoyando a los nuevos proyectos que estén en beneficio del turismo en la Ciudad de La Paz como a nivel Bolivia.

En la Dirección de Turismo de la Gobernación a la cabeza en el área de promoción y difusión de Turismo y Culturas por el Lic. Marcelo Mercado se obtiene la información de que es muy importante para esta entidad el impulsar a los nuevos profesionales en plantear nuevos enfoques de proyectos a proponer como el del SIT que son realmente innovadores en cuanto a lo que no existe y se podría aportar mucho para tener nueva información.

Y por último en la Agencia Municipal de Turismo el encargado directo es Raúl Pérez que mediante sus políticas de actualización en cuanto a sus aplicaciones móviles coadyuva a mejorar y mantener actualizada información relevante de la ciudad de La Paz.

Estas tres entidades coadyuvan al desarrollo óptimo de la actividad turística en sus diferentes ámbitos tanto a nivel municipal, departamental y nacional. Forman parte muy importante para que diferentes actividades que realiza la población como la actividad turística se regulen de una manera más controlada buscando la efectividad de los servicios ofrecidos, así mismo lograr que el turista extranjero como nacional obtenga una satisfacción completa de disfrute al visitar nuestra ciudad. Por lo tanto se toma en cuenta al Viceministerio de Turismo, La Gobernación de La Paz y el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz para la realización de las entrevistas, que a continuación se desglosan:

**1.- ¿Cuánto presupuesto se destina en proyectos de turismo anualmente?**

En el Viceministerio de Turismo se destina anualmente 15 millones de bolivianos pero en la unidad de Promoción específicamente se destina 350 mil bolivianos del Tesoro General de la Nación.

En la Gobernación Dirección de Turismo en el año 2015 solo contaba con 800 mil bolivianos ya para esta gestión 2016 el presupuesto es de 1 millón de bolivianos solo para el área de promoción.

En la Agencia de Desarrollo Turístico del Municipio de La Paz el presupuesto que se destina del POA es de 3 millones de bolivianos, millón y medio queda para la inversión pública.

**2.- ¿Existen proyectos de turismo relacionados con la tecnología en ejecución?  
¿Cuáles?**

En la Unidad de Promoción del Viceministerio de Turismo actualmente no existen proyectos relacionados con tecnología lo que se maneja es su página web que está en constante actualización.

En la Dirección de Turismo de la Gobernación actualmente no existen proyectos tecnológicos en ejecución pero ya se tienen proyectos para ejecutarse que son: una plataforma turística, la creación de una página web, y un sistema georeferenciado de los atractivos del departamento de La Paz.

En la Agencia Municipal de Turismo actualmente se está trabajando en un proyecto que está realizando un estudiante de la Universidad Salesiana que es un sistema de información turística de georeferenciación del municipio de La Paz, se está apoyando a este proyecto con información que se maneja en la agencia de las delimitaciones de zonas y macro distritos. Por el momento no se tendrían otros proyectos en ejecución que tenga que ver con tecnología, pero si se tiene algunas propuestas que se quiere implementar en las oficinas del INFOTUR para el año 2017.

**3.- ¿Qué medio de promoción utilizan para brindar información de las actividades turísticas que tienen anualmente?**

En la unidad de Promoción del Viceministerio de Turismo los medios de difusión son: la página web, en las diferentes ferias de turismo, merchandising y otros eventos en los cuales se puede promocionar el turismo en Bolivia.

En la Dirección de Turismo de la Gobernación la difusión la realizan mediante las diferentes redes sociales, canal de youtube con notas difundidas. Actualmente se ha cambiado el Logotipo manejando “La Paz departamento maravilla” eso por lo que la ciudad de La Paz se ha nombrado ciudad Maravilla, también para los eventos que participa la dirección de turismo se maneja afiches, banners, roller, bolsas de promoción, bolsas de folletos. Y a futuro se va a realizar un libro de la actualización de la jerarquización de atractivos turísticos.

La Agencia de Turismo participa de las ferias de turismo que se realizan cada año la FIT<sup>3</sup> por ejemplo y otras en las cuales el objetivo es de brindar información de los atractivos de la ciudad de La Paz y la variedad de actividades que se pueden realizar mediante folletos, pequeñas guías, material de papelería en sí, también información en diferentes compendios que se han realizado.

#### **4.- ¿La institución cuenta con un sitio web?**

La unidad de Promoción del Viceministerio si cuenta con una página web que es [www.bolivia.travel](http://www.bolivia.travel)

La Dirección de Turismo de la Gobernación actualmente no cuenta con su página web pero utiliza la de la Gobernación para poder difundir los diferentes eventos y es [www.gobernaciónlapaz.gob.bo](http://www.gobernaciónlapaz.gob.bo)

La agencia Municipal como tal no cuenta con su propia página web pero cuando se realizan eventos y diferentes actividades, las noticias se cargan a la página del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz que es <http://www.lapaz.bo/>

#### **5.- ¿Cuál es el público objetivo del sitio web?**

Para la unidad de promoción del Viceministerio el público objetivo abarca tanto al turista nacional como al turista extranjero, es decir a todo el público que quiera realizar un viaje y conocer Bolivia.

---

<sup>3</sup> Feria Internacional de Turismo

En la Dirección de Turismo de la Gobernación la página q manejan es más informativa y es para todo público.

El público objetivo de la página del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz es nacional ya que en ella se brinda información más general, pero con la página que se va a implementar se quiere llegar a público nacional como internacional.

#### **6.- ¿Quién y cada cuanto se actualiza la información de la página web?**

En el Viceministerio de Turismo el encargado de la actualización de la página web es en la unidad de turismo donde existen especialistas encargados de realizar la respectiva actualización tanto en contenidos, destinos novedosos e información nueva y eso se lo realiza anualmente.

En la Gobernación la Dirección de Turismo el área encargada de realizar la actualización es de promoción y difusión de turismo, la información que se brinda se actualiza y es disfuncional eso quiere decir que es de acuerdo a operativos que realiza la gobernación del control a los operadores de servicios turísticos.

En la Agencia Municipal de Turismo la página del Facebook se actualiza de acuerdo a los eventos, conferencias, seminarios que se tienen, más o menos cada tres días, pero si se tienen eventos diarios, se actualiza la página diariamente.

#### **7.- ¿Le parece importante la incorporación de un Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz?**

Para la Jefa de unidad de Promoción del Viceministerio es muy importante la incorporación de un Sistema de Información Turística tanto a nivel municipal como el proyecto propuesto, pero luego con vistas a nivel departamental y nacional fortaleciendo el turismo a todo nivel.

Para el encargado de promoción y difusión de turismo de la Gobernación, también es muy importante la realización del Sistema de Información Turística y más aún su implementación ya que ahora las tecnologías son una herramienta fundamental para la promoción del Turismo, pero también que la información que se tiene se debería entrelazar y manejar a los tres niveles, municipal, departamental y nacional.

El encargado del área de planificación de la Agencia Municipal le parece importante la realización de un Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz para llegar a que la afluencia tanto del turista nacional como de extranjeros vaya creciendo, siendo esto una manera de aporte a nuestro país.

**8.- ¿Usted como representante de la entidad podría apoyar a esta propuesta?**

En la unidad de promoción del Viceministerio de Turismo se tiene el apoyo de esta propuesta con imágenes de los atractivos y la información que pueda ser útil, solo que se tiene que hacer llegar carta al Viceministro de Turismo para su conocimiento y aprobación. Y en el área de promoción y difusión de turismo también puede apoyar solo con información y no económicamente porque este tipo de proyecto es competencia de la alcaldía ya que se desarrollará en el municipio.

En la Agencia Municipal de Turismo el encargado por su parte apoyaría la idea de esta propuesta, primeramente programar una reunión con la Directora de la Agencia Patricia Grossman para poder coordinar y así mismo apoyar o enlazar este tipo de proyecto con otros, en este caso sería un apoyo con el documento ya que se está realizando actualmente un sistema de información de turística del departamento de La Paz siendo este de mayor alcance.

### 3. FODA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<p><b>F1:</b> Variedad de atractivos turísticos para visitar en la ciudad.<sup>4</sup></p> <p><b>F2:</b> Diferentes actividades para realizar.<sup>4</sup></p> <p><b>F3:</b> Nuevas alternativas de difusión de atractivos y actividades de algunas empresas turísticas.<sup>5</sup></p> <p><b>F4:</b> Los servicios turísticos son diversos con precios accesibles.<sup>6</sup></p> <p><b>F5:</b> Algunos servicios de hotelería, restaurantes de alta categoría están en constante mejora de calidad.<sup>6</sup></p> <p><b>F6:</b> Las entidades públicas de turismo están en proceso de mejorar las herramientas de difusión utilizando tecnologías para difundir los atractivos de la ciudad La Paz.<sup>7</sup></p>	<p><b>D1:</b> Carencia de información clara y real de los servicios y actividades turísticas a realizar en el internet.<sup>8</sup></p> <p><b>D2:</b> Deficiencia en brindar los servicios turísticos.<sup>7</sup></p> <p><b>D3:</b> Información de las páginas web no actualizadas<sup>8</sup></p> <p><b>D4:</b> Debido a la poca regulación de la actividad turística se dificulta el control de la misma.<sup>7</sup></p> <p><b>D5:</b> La mayoría de los prestadores de servicios no utilizan el internet como medio principal de difusión.<sup>8</sup></p> <p><b>D6:</b> La demanda prefiere otros destinos similares más accesibles y confiables por la información de sus páginas web.<sup>6</sup></p>

<sup>4</sup> Gobierno Autónomo Departamental de La Paz. (2010). La Paz al Mundo entre Cielo y Tierra. La Paz.

<sup>5</sup> Pablo Redondo, R., & Juberías Cáceres, G. (17 de Agosto de 2004). Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico. Recuperado el 12 de Marzo de 2016, de Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico.

<sup>6</sup> Viceministerio de Turismo. (2012). Plan Nacional de Turismo 2012-2016. Recuperado el 27 de Febrero de 2015, de Plan Nacional de Turismo 2012-2016: [www.iicstur.files.wordpress.com/2012/03/plantur-2.pdf](http://www.iicstur.files.wordpress.com/2012/03/plantur-2.pdf)

<sup>7</sup> Viceministerio de Turismo. (2012). Ley General de Turismo "Bolivia te Espera". La Paz: U.P.S

<sup>8</sup> Centeno, H. (2011). Sistemas de Información Turísticos [en línea]. Puerto Ordaz, Venezuela

<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p><b>O1:</b> Población nacional, mercado nacional y extranjero interesados a nuevas alternativas de información.<sup>6</sup></p> <p><b>O2:</b> Mayor interactividad de información de un SIT mediante una página web.<sup>9</sup></p> <p><b>O3:</b> Demanda con mayor necesidad de usos de las nuevas tecnologías mediante el internet para informarse.<sup>6</sup></p> <p><b>O4:</b> Mayor optimización de recursos promocionales (papelería).<sup>6</sup></p>	<p><b>Maxi-Maxi: F1-O2</b> Variedad de Atractivos y actividades turísticas para realizar, haciendo una difusión optima de un Sistema de Información Turística mediante una página web.</p>	<p><b>Mini- Maxi: D4-O1</b> Motivar e informar a la demanda incrementando el Turismo interno y también el turismo externo brindando una información actualizada mediante el Sistema de Información Turística.</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <p><b>A1:</b> Existen destinos similares que son más competitivos mediante sus páginas web.<sup>10</sup></p> <p><b>A2:</b> Degradación de los nuevos atractivos.<sup>11</sup></p> <p><b>A3:</b> Conflictos sociales amenazan el desarrollo de la actividad.<sup>9</sup></p> <p><b>A4:</b> Poco interés de las autoridades públicas para la mejora de los canales de información, por el poco presupuesto que se brinda.<sup>9</sup></p>	<p><b>Maxi-Mini: F3-A1</b> Existen destinos similares que son más competitivos mediante sus páginas web pero se está trabajando en nuevas alternativas de cómo difundir los atractivos turísticos por parte de algunas empresas.</p>	<p><b>Mini-Mini: A1-D4</b> La carencia de información clara y real de los servicios turísticos mediante el internet hacen que los demás destinos similares sean más competitivos con respecto a promoción en sus páginas web.</p>

<sup>9</sup> Saroka, R. H. (12 de 10 de 2002). SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL.

<sup>10</sup> Alcañiz, R., Font, J., & Archeuv, L. (2000). "Marketing de Destinos Turísticos". Madrid- España: Anormi S.L

<sup>11</sup> Gobierno Autónomo del Departamento de La Paz. (Enero de 2014). Diagnóstico Integral del Terrotorio.pdf. Recuperado el 24 de Abril de 2015, de Diagnóstico Integral del Terrotorio.pdf

### Jerarquización de estrategias

Maxi Maxi	F1	F2	F3	F4	F5	F6	Total
O1	2	2	2	2	0	2	10
O2	3	1	3	2	1	2	12
O3	2	2	2	1	1	2	10
O4	1	1	1	1	1	1	6
Total	8	6	8	6	3	7	

Maxi Maxi= F1-O2

Mini Maxi	D1	D2	D3	D4	D5	D6	Total
O1	3	1	3	1	2	3	13
O2	1	1	3	1	2	3	11
O3	2	1	3	0	2	3	11
O4	1	0	0	0	2	2	5
Total	7	3	9	2	8	11	

Mini Maxi= D6-O1

Maxi Mini	F1	F2	F3	F4	F5	F6	Total
A1	2	1	2	1	1	2	9
A2	2	1	1	1	0	0	5
A3	0	1	1	0	0	0	2
A4	1	1	2	0	0	2	6
Total	5	4	6	2	1	4	

Maxi Mini= F3-A1

Mini Mini	D1	D2	D3	D4	D5	D6	Total
A1	2	2	2	1	2	3	12
A2	1	1	1	2	1	1	7
A3	0	1	1	1	0	1	4
A4	2	2	2	1	2	2	11
Total	6	6	6	5	5	7	

Mini Mini= D6-A1

### 3.1. Análisis FODA

De acuerdo con el análisis FODA la Ciudad de La Paz cuenta con varias fortalezas en el ámbito del turismo, con una diversidad de atractivos y actividades turísticas que se han explotado muy poco, también cuenta con una variedad de servicios de hospedaje, transporte, alimentación de diferentes precios, accesibles para todo bolsillo.

Las entidades públicas también están en proceso de mejorar y actualizar los medios de información que utilizan para llegar al público, como la creación de páginas web en el caso de la Dirección de Turismo de la Gobernación y en otros casos como de Agencia Municipal y el Viceministerio de Turismo, se va en la línea de seguir actualizando sus canales de YouTube, Facebook, blogs y páginas web.

Como debilidades y amenazas existe poca información actualizada de algunas entidades privadas como públicas del área de turismo, en algunos servicios la calidad es pésima y se cobra un precio bastante alto, por tal motivo la demanda busca otros destinos similares que son más competitivos en cuanto a calidad y precio. Otro factor que no apoya al turismo son los conflictos sociales que existen en la Ciudad ya que es sede de Gobierno.

Por último se tiene como oportunidad el fomentar la actividad turística mediante los sitios web porque se puede llegar a más turistas del extranjero sin tener que utilizar mucho material impreso, protegiendo al medio ambiente, llegando a los nuevos turistas que buscan la información mediante el internet y las nuevas tecnologías, con esto fortalecer y lograr mitigar las debilidades que se tienen. Por otra parte, actualmente las autoridades públicas le están dando un interés más fuerte a la actividad turística.

Con lo mencionado anteriormente y las falencias encontradas se realiza la propuesta de la elaboración de un Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz que sea dinámica, actualizada para brindar información turística real, motivando el turismo interno como del extranjero.

### **3.2. Marco Lógico**

3.2.1. *Análisis de Involucrados*

MARCO LÓGICO						
ACTORES INVOLUCRADOS	INTERESES (VISIÓN Y MISIÓN)	INTERESES-PROYECTO	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS	PODER	CONFLICTOS POTENCIALES
Viceministerio de Turismo	Promover la construcción de la identidad boliviana plurinacional e intercultural, descolonizada y comunitaria.	Crear una manera directa de comunicación de todos los servicios y atractivos turísticos de Bolivia para la demanda.	Los profesionales solo se quedan en agencias de viajes ofreciendo los destinos tradicionales. Los profesionales recién están dando importancia a aplicar proyectos tecnológicos de atractivos turísticos.	RRHH: Se tiene una planta de 25 personas trabajando en el área de turismo. Mandatos: cada persona tiene su respectiva función en; proyectos, promoción, y asistentes de cada área.	Como institución logra la aprobación de diferentes viajes y proyectos con una inspección respectiva del Viceministro.	Que se cumpla con todo lo planificado en la gestión respecto a los proyectos a realizarse.
Gobierno Autónomo Departamental de La Paz (Dirección de Turismo)	Fortalecer los atractivos del departamento mediante lazos entre las comunidades y proyectos en beneficio del turismo.	Crear una manera directa de comunicación de los actores que brindan servicios turísticos y de los atractivos	Poco interés de las autoridades que son cabeza de una institución para la aprobación de mayor presupuesto para la ejecución de proyectos turísticos esto en pro de la Ciudad de La	RRHH: Se tiene una planta de 10 personas en la Dirección de Turismo. Mandatos: El personal trabaja en promoción, certificaciones, reglamentación,	Como institución logra la aprobación de algunos reglamentos, ejecución de proyectos, capacitación a	Que se ejecuten los proyectos sin ningún percance y que en las capacitaciones se logre un 100% de participación de la gente.

		<p>turísticos del Dpto. para incentivar mayor demanda turística actual como potencial.</p>	<p>Paz. Pocas alternativas de difusión de información completa de los atractivos y servicios turísticos de la ciudad de La Paz.</p>	<p>controles a los prestadores de servicios turísticos y ejecución y evaluación de proyectos de turismo.</p>	<p>comunidades sobre que es el turismo y cual su beneficio.</p>	
<p>Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (Agencia Municipal del Desarrollo Turístico de La Paz Maravillosa)</p>	<p>Fortalecer alianzas entre todos los actores del turismo tanto en el área urbana como en el área rural del municipio de La Paz.</p>	<p>Difundir con mayor intensidad la información de todos los servicios y atractivos turísticos de la Ciudad de La Paz para fomentar el turismo tanto a nivel interno como a nivel externo.</p>	<p>Falta de comunicación entre entidades de turismo a nivel nacional, departamental y municipal para brindar una sola información turística. Se tienen que mejorar o cambiar los canales de comercialización para brindar información. Crear nuevas alternativas para brindar información actualizadas mediante los sistemas de información turística.</p>	<p>RRHH: Se cuenta con un personal de 10 personas. Mandatos: El personal trabaja en promoción, eventos, relevamiento de información de los atractivos turísticos nuevos o poco conocidos.</p>	<p>Como institución crear alternativas de difusión y aplicación de nuevas actividades culturales y turísticas en la Ciudad de La Paz para promover la actividad turística.</p>	<p>Interés de la población a nuevas alternativas para la realización de nuevas actividades.</p>

**3.2.2. Matriz del Marco Lógico**

<b>MATRIZ DEL MARCO LÓGICO</b>				
	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTES O MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS IMPORTANTES</b>
<b>OBJETIVO SUPERIOR</b>				
Mantener en constante actualización con información turística de nuevas tecnologías a la Ciudad de La Paz.	Llegar a formar parte del desarrollo que existe en nuestro entorno fortaleciendo con nuevas alternativas el desarrollo de la Ciudad de La Paz.	1 conjunto de nuevas tecnologías de información turísticas para los próximos años para la Ciudad de La Paz.	Estadísticas fuente del INE Estadísticas compendio Viceministerio de Turismo.	La información que se obtenga de las distintas entidades este actualizado y en orden para lograr brindar información turística actualizada
<b>OBJETIVO GENERAL</b>				
Definir un Sistema de Información Turística On Line de consulta rápida, segura y actualizada que integre calidad de información turística de la Ciudad de La Paz.	Crear una nueva herramienta actualizada para una mejor llegada a la demanda tanto nacional como internacional.	1 Sistema de Información turística de la Ciudad de La Paz en el primer trimestre del 2017.	Informes del seguimiento de la elaboración del Sistema de Información Turística. Fotocopias de algunas facturas por pagos realizados.	Información de campo recolectada de manera verás y confiable en el transcurso de la realización del Sistema de Información Turística.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>				

1. Determinar el proceso de elaboración del Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz	Tener un proceso planificado para que la ejecución sea efectiva y obtener un sistema de información turística actualizada.	1 proceso bien planificado para realizar un sistema de información turística actualizado y de acuerdo a las necesidades.	Informes detallados de los pasos a seguir de la planificación	Que todo el proceso de planificación no sufra cambios en su ejecución.
2. Implementar el Sistema de Información Turística a través de una página web.	Tener un Sistema de Información Turística actualizada de acuerdo a las nuevas tecnologías exigidas por la demanda.	1 Sistema de Información Turística de la Ciudad de la Paz actualizada puesta en marcha en una página web actualizada en el segundo semestre del 2017	Informes de costos del Sistema de información Turística en la página web. Fotos del S.I.T. Puesta en la página web. Impresiones del cumplimiento de todas las especificaciones del Sistema de Información Turística.	Que el Sistema de Información Turística se configure de manera efectiva cuando se la incorpore a la página web. Que toda la información esté en orden para lograr encontrar la información de manera fácil.
3. Generar una gestión para el Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz para que en el transcurso de los años se logre mantener de manera sólida.	Tener una gestión optima del Sistema de Información Turística para un útil funcionamiento a largo plazo.	1 Manejo sostenible del Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz para el cuarto trimestre del 2017.	Informes de las funciones que se deberán cumplir para que el Sistema de Información Turística este en constante actualización. Comprobante en impreso o en digital de la gestión del S.I.T.	Que las herramientas a utilizar para realizar una gestión óptima se apliquen de manera efectiva.

## **CAPITULO IV**

### **PROPUESTA**

La Ciudad de La Paz es un destino turístico que tiene una planta turística consolidada, existe una variedad de operadores turísticos, atractivos turísticos, actividades turísticas, servicio de alimentación, hotelería, transporte y diferentes eventos programados que logran atraer bastantes visitantes. De acuerdo al trabajo de campo realizado se ha observado que la Ciudad de La Paz cuenta con los recursos necesarios para la implementación de un Sistema de Información Turística, esto con el fin de lograr que los visitantes puedan obtener la información de este destino de una manera más rápida y actualizada a través de una página web.

El Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz, se va a poner en marcha mediante la Agencia Municipal para el Desarrollo de La Paz Maravillosa, primeramente se va a desarrollar el proceso de cómo se va a realizar el sistema, que métodos de recolección de información se van a implementar, los recursos humanos que van a estar a cargo y sus respectivas funciones.

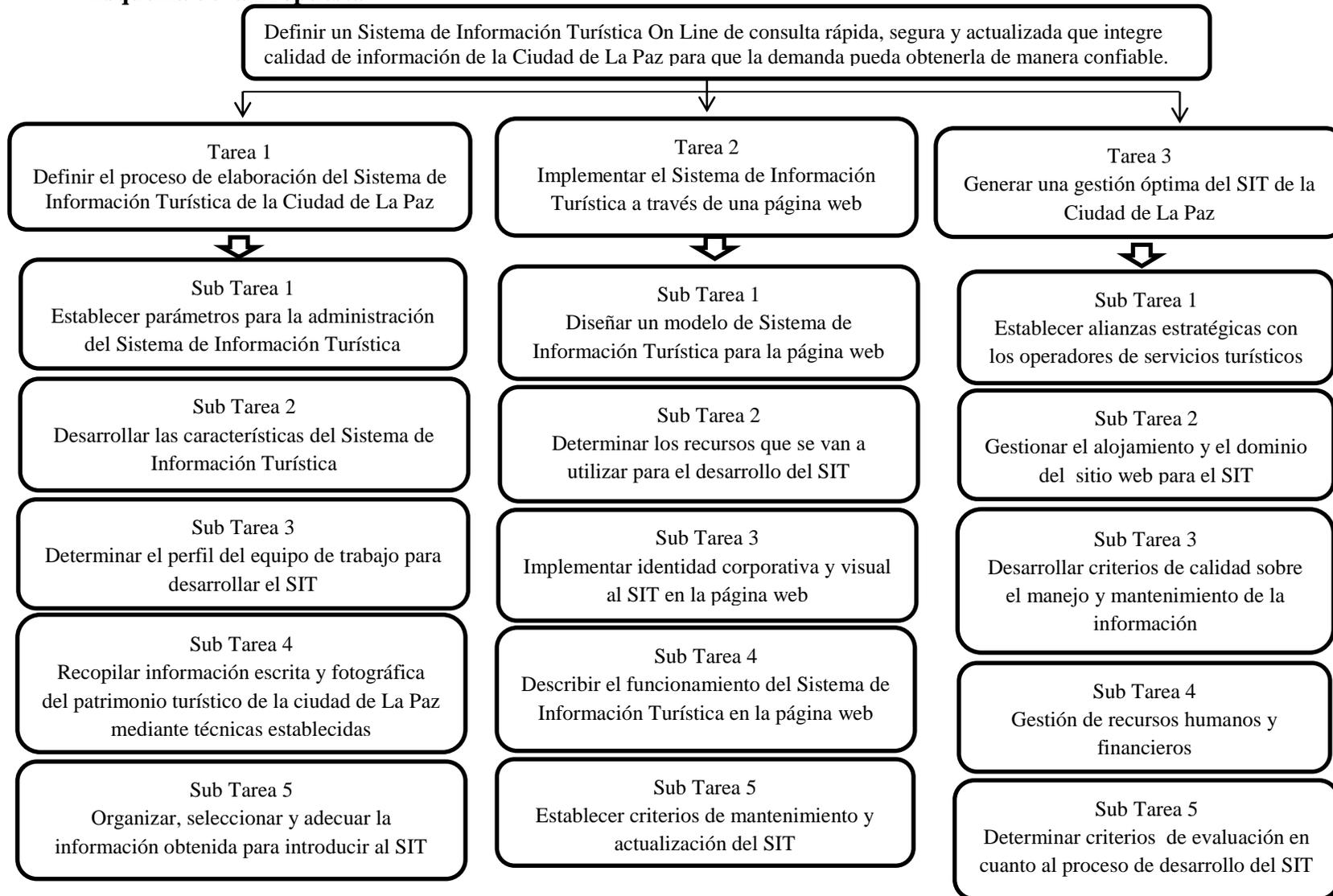
La información que va a contener el sistema de información turística es: descripción de los atractivos, actividades turísticas y eventos a realizarse, implementos que se necesitan para realizar si corresponde a una actividad, ubicación del lugar o servicio, también se podrá observar esta información georeferenciada para llegar al lugar que se quiere a través de un mapa, se va a manejar mayormente imágenes para atraer la atención del

visitante, sin mucho texto, solo con una pequeña descripción de cada actividad o atractivo.

Este sistema será fácil de acceder y usar, en el cual se podrá cambiar los datos periódicamente ya que la información está en constante cambio, y estará al servicio del turista nacional como internacional, que tenga la necesidad de visitar algún sitio por motivos de estudio, de conocimiento o de ocio y diversión. El Sistema de información Turística será difundido mediante las nuevas tecnologías en este caso la de una página web que muestre de manera interactiva, ordenada y actualizada la información de la actividad turística y los servicios que se pueden encontrar en la Ciudad de La Paz.

Así también se va a desarrollar la gestión adecuada para que este Sistema de Información Turística sea una herramienta útil a futuro tanto para la población, turista nacional, como para el extranjero, con ello lograr generar mayores ingresos y beneficios para la Ciudad de La Paz.

### Esquema de la Propuesta



## **1. Tarea 1**

Determinar el proceso de elaboración del Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz.

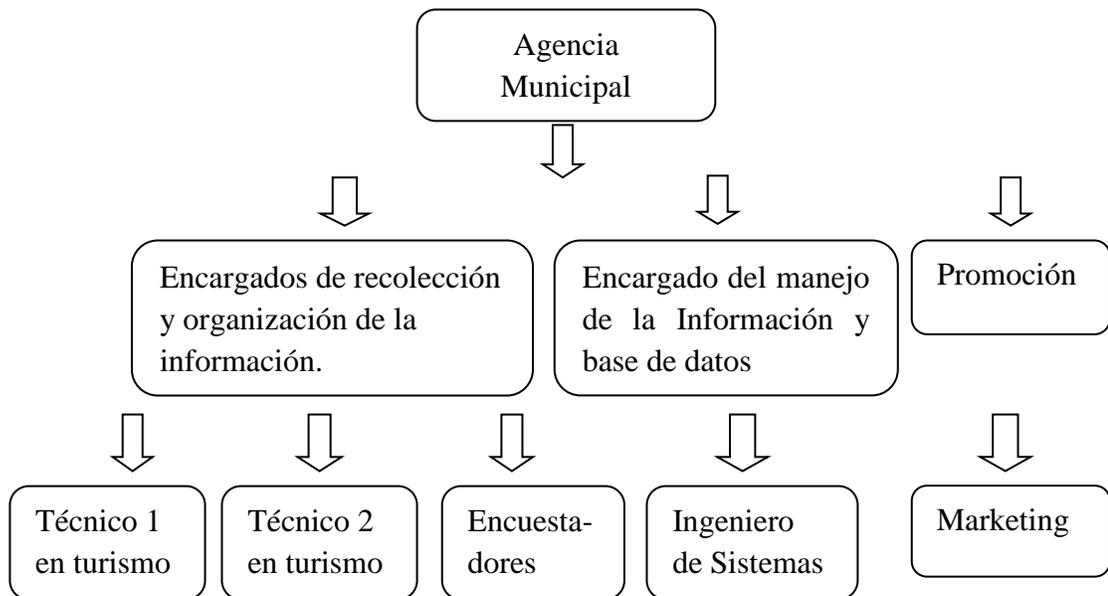
### **Sub tareas:**

#### **1.1. Sub Tarea 1.**

##### **Establecer parámetros para la administración del SIT**

La administración del proyecto la realizará la Agencia Municipal para el Desarrollo de La Paz Maravillosa como competencia municipal, para que la administración del proyecto sea efectiva, una persona estará a la cabeza para controlar y evaluar el trabajo que se está realizando en el proceso de elaboración del Sistema de Información Turística, esto quiere decir que también se controlará a los técnicos y encuestadores, en el trabajo de como se está manejando y se he incorporado los datos de los prestadores de servicios, haciendo un reporte de todo para informar al encargado o la directora de la Agencia Municipal.

La Agencia Municipal específicamente se encargara de administrar la información que se maneja y cómo se maneja, también se va encargar del manejo del sistema de información en cuanto a la actualización como a la gestión. Se hace referencia una estructura organizativa a continuación que se puede tomar en cuenta para la elaboración del Sistema de Información Turística.



## 1.2.Sub Tarea 2

### Desarrollar las características del Sistema de Información Turística

Las características que va tener el sistema de información turística se describen a continuación:

- *Acceso y administración:* para entrar y utilizar el sistema de información turística la persona que quiera ingresar no debe contar con ninguna cuenta o contraseña sin embargo esta no tendrá acceso directo a modificar ningún contenido del sistema, solo puede observar todos los datos y contenidos que le brinden información. El administrador es la única persona que cuenta con un usuario y contraseña que puede acceder a la información, actualizarla o realizar cambios.
- *Actualizado:* solo el o los administradores pueden modificar, cambiar o eliminar los datos que proporcionen cambios de los operadores turísticos. Esto lo puede

hacer el administrador desde cualquier sitio web sin necesidad de moverse. También debe realizar las actualizaciones periódicas de la información que se tiene en el sistema de acuerdo a los operadores de servicios turísticos que realicen cambios de actualización de información, eventos a realizarse, ofertas especiales, etc.

- *Confiabilidad:* la información que se encuentra disponible en la red del sistema de información turística son tomados de fuentes oficiales de información turística y proporcionada por los operadores de servicios turísticos como de las instituciones públicas, privadas, por lo mismo se puede decir que los datos son actuales, detallados, exactos y confiables
- *Legibilidad:* el sistema de información turística es comprensible tanto para la persona que necesite informarse como para las personas que son administradoras del sistema. Esto porque el sistema que se aplica es interactivo de fácil uso y acceso para facilitar las posibles modificaciones que requiera. Cuando hablamos de legibilidad nos referimos a la facilidad para interpretar como funciona el sistema.
- *Evolución:* se refiere a la posibilidad de adaptar el sistema a requerimientos más amplios, como la actividad turística está en constante cambio así como el uso de tecnologías, el sistema se adaptará a futuras exigencias del mercado.
- *Interactivo:* el sistema de información turística es desarrollado de manera interactiva, es decir que contiene interfaces gráficas amigables que están diseñadas en un ambiente que contiene botones de acciones rápidas para la

navegación en las diferentes pantallas, que contribuyen a un manejo más sencillo. Para lograr que sea interactivo se recomienda utilizar el lenguaje de programación PHP con una base de datos MySQL.

- *Ayuda y Soporte:* esto quiere decir que el usuario para acceder no debe ir a un lugar específico por lo que reduce los costos de acceder al sistema. Pero la responsabilidad está en la Agencia Municipal que lo va administrar con la garantía de brindar una información confiable y su correcta funcionalidad.
- *Accesibilidad:* el sistema de información es muy accesible porque será de manera digital, se encontrará disponible On Line y se puede acceder desde computadores, dispositivos móviles y tablets que tengan conexión a internet.

### **1.3.Sub Tarea 3**

#### **Determinar el perfil del equipo de trabajo para desarrollar el Sistema de Información Turística**

Para el desarrollo del Sistema de Información Turística con la respectiva entrevista al encargado de la Agencia Municipal para el Desarrollo de La Paz Maravillosa, se hará el requerimiento de un equipo de trabajo especializado tanto en el área de turismo, marketing turístico o ingeniero en sistemas para que la elaboración y ejecución del sistema de información. En el caso de los especialistas en Turismo la Agencia Municipal ya cuenta con personal capacitado en turismo, así que solo se va a designar a dos de ellos para trabajar en el proyecto.

De acuerdo con lo mencionado los técnicos tendrán las siguientes funciones:

- Dos licenciados en turismo los cuales con su visión y experiencia en el área de turismo van a recolectar, ordenar y organizar toda la información turística para que no sea ampulosa a la hora de introducirla a la página web. Tratar con los encargados directos de las diferentes instituciones de turismo, servicios de restauración, hospedaje y servicio de transporte para lograr obtener la información requerida. Debe proponer parámetros de gestión y realizar la evaluación en la toma de decisiones.
- Un especialista en marketing y el ingeniero de sistemas, deben tener experiencia en temas de diseño de imagen corporativa, creación de imagen gráfica para atractivos turísticos, estrategias promocionales, y otros requerimientos exigidos en el ámbito de creación de páginas web, manejo de base de datos. Como funciones debe manejar la información cuidadosamente para incorporarla al SIT, entrega de los productos en fechas ya definidas sin retrasos, capacitar a los demás profesionales en el uso adecuado del sistema para que estos también puedan tener el respectivo conocimiento de lo que se está realizando, trabajar en equipo, realizar la página y el diseño de la imagen corporativa de acuerdo a los lineamientos de la Agencia Municipal.

La Agencia por su parte tiene el técnico en marketing el cual está encargado del manejo de la información de la Agencia a través del internet, solo se hace referencia de las cualidades que debe tener y las funciones que debe realizar para la implementación del sistema de información turística. Por otra parte para la recolección de información se tiene planeado hacer un convenio con la Universidad Mayor de San Andrés,

específicamente en la carrera de Turismo, para que los estudiantes de los últimos semestres realicen sus pasantías apoyando en la recolección de información de todos los prestadores de servicios turísticos, siendo este un trabajo muy moroso. Con el convenio se podrá beneficiar a ambas partes, a la Agencia Municipal para poner en marcha este proyecto que beneficia al turismo, y los estudiantes que podrán brindar un aporte al municipio realizando sus pasantías y obteniendo experiencia laboral.

#### **1.4.Sub Tarea 4**

##### **Recopilar información escrita y fotográfica del patrimonio turístico de la Ciudad de La Paz mediante técnicas establecidas**

El Sistema de Información Turística debe contemplar un conjunto de información de los servicios turísticos, por tal motivo los técnicos en turismo tendrán que recabar todos los datos mediante investigación de campo, con el apoyo de estudiantes que van a realizar su pasantía esto para agilizar y abarcar toda la Ciudad de La Paz. Estableciendo previamente reuniones con los diferentes prestadores de servicios para coordinar los mecanismos de trabajo entre las dos partes.

La información debe ser corta, clara, que cubra las necesidades de la demanda para realizar o utilizar servicios turísticos de la Ciudad de La Paz., como ser: ubicación, servicios que se ofrecen, imágenes y fotografías, asimismo datos de los atractivos turísticos, culturales, naturales y arquitectónicos del municipio.

##### **Pasos a seguir de los técnicos que van a recolectar la información:**

Paso 1. Búsqueda de la información de los servicios turísticos, atractivos y actividades a realizar, recolectados por los estudiantes de manera minuciosa siguiendo el cronograma de fechas establecidas, siempre verificando que la información sea la que se requiere para el SIT y también sea completa.

Paso 2. Clasificar toda la información recolectada por los técnicos en turismo, por fechas, fuentes de donde se obtuvo la información, nombre de la empresa que brinda el servicio, para que no exista confusión al momento de introducir datos, y luego el técnico en sistemas va almacenar la información ordenada en una base de datos.

Paso3. Cuando se obtenga todos los datos, los técnicos en turismo deberán ordenar e introducir los datos conjuntamente con el técnico en sistemas y marketing para hacer la respectiva distribución hacia los usuarios mediante la página web. Si se realiza una buena clasificación y extracción de datos se podrá generar una óptima distribución.

Paso 4. La Agencia Municipal debe administrar la información, esto lo hará poniendo a una persona responsable de administrar y que pueda controlar y verificar que los pasos anteriores se lleven a cabo de manera confiable haciendo un seguimiento continuo.

### **1.5.Sub Tarea 5**

#### **Organizar, seleccionar y adecuar la información obtenida para introducir al Sistema de Información Turística**

Los datos obtenidos con el trabajo de recolección, se organizará de la siguiente manera:

- Separar la información de acuerdo al servicio que ofrecen las diferentes empresas como ser; hospedaje, alimentación, transporte, actividades y atractivos turísticos que existen en la Ciudad de La Paz.
- De cada empresa que opera en turismo se debe ordenar su información; nombre o razón social, servicio o actividad que ofrece, y de las instituciones públicas o privadas actualización de eventos que se realizan anualmente según calendario.
- Ordenar las imágenes de cada empresa y escoger las que mejor describan el servicio, actividad y atractivo.

De acuerdo a esta organización se podrá hacer más fácil la introducción de datos al Sistema de Información Turística.

## **2. Tarea 2**

Implementar el Sistema de Información Turística a través de una página web.

### **Sub tareas:**

#### **2.1.Sub Tarea 1**

**Diseñar un modelo de Sistema de Información Turística para la página web.**

De acuerdo a las necesidades de realizar un Sistema de Información Turística interactivo, actualizado y completo, el técnico de marketing debe hacer un análisis de la variedad de modelos que se puedan aplicar a la página web, también los técnicos en turismo deben formar parte de esto para hacer sugerencias de cual modelo será el más apto para el S.I.T. logrando establecer un modelo prototipo que funcione de manera

efectiva con imágenes, información de actividades turísticas, servicios y enlaces con otras páginas de entidades públicas que se puedan ver e ingresar de manera ordenada en la página web. La herramienta que se recomienda utilizar es PHP (así la información no será estática)

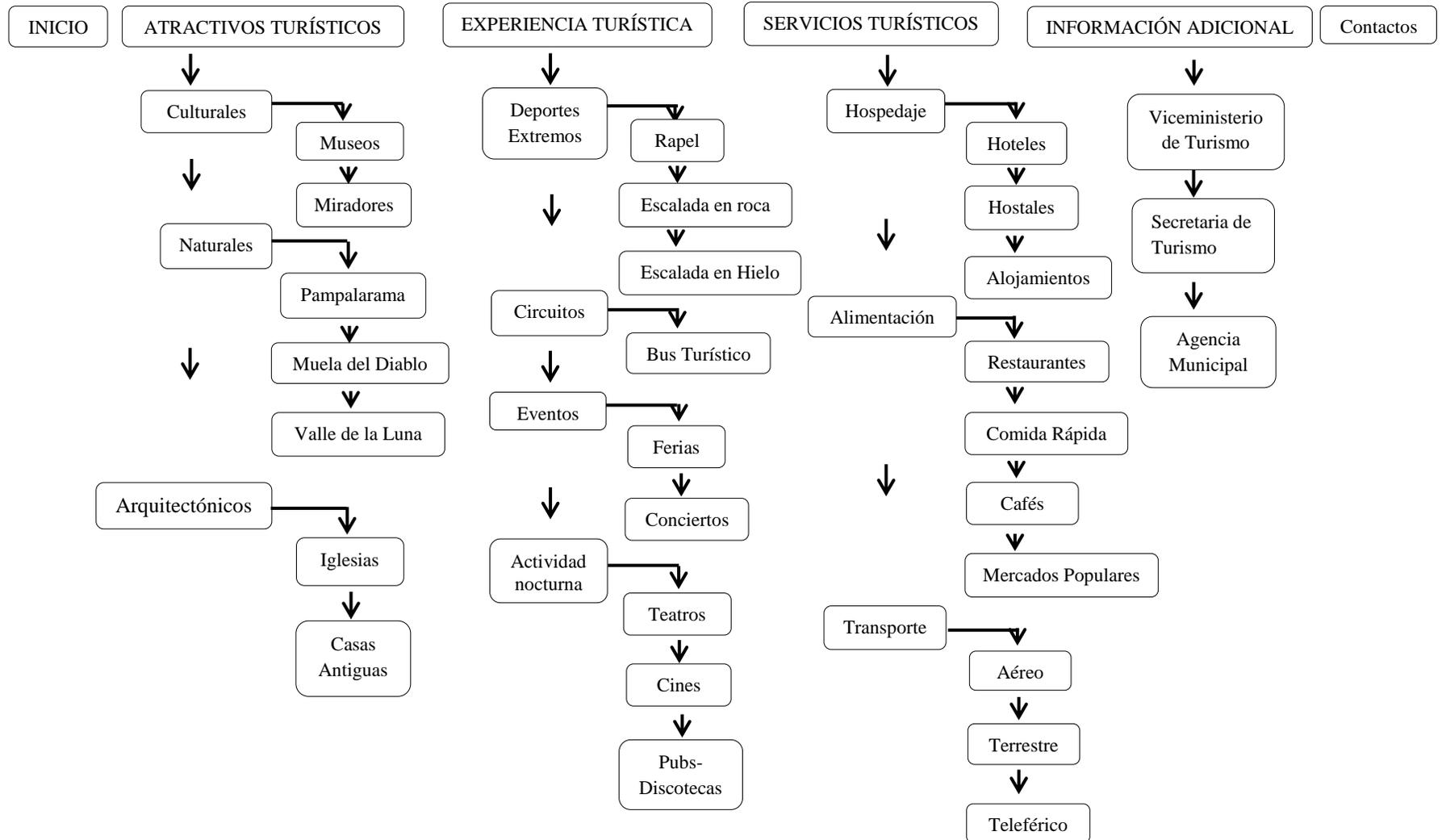
Los técnicos en turismo entregaran toda la información que se logró recolectar, esta información se la entregará de manera ordenada para que el técnico en marketing y el informático la introduzcan en la página web y los técnicos en turismo guiaran de donde irá la información para que se logré una página web interactiva y el turista logré encontrar de manera fácil y ordenada la información que requiera de la Ciudad de La Paz realizando un trabajo en equipo.

Al finalizar la etapa de introducir toda la información y también todas las imágenes de todos los servicios que ofrecen los prestadores de servicios y lo más importante de los atractivos y actividades turísticas que se puedan realizar en la Ciudad de La Paz a la página web, todo el equipo de trabajo a la cabeza de la Agencia Municipal se debe realizar una prueba previa del funcionamiento para corregir si existiera alguna deficiencia o variación en el funcionamiento de la página web. Así mismo los técnicos deben realizar una prueba de los enlaces de la página web con las redes sociales, que los contenidos y toda la información se logre ver de manera ordenada tanto para dispositivos móviles como para las computadoras.

### **Esquema modelo del SIT que se va aplicar en la página web**

Para realizar el esquema del Sistema de Información Turística se toman los objetivos que se plantearon de acuerdo a las necesidades de la demanda, que la información y las imágenes se vean de manera interactiva, ordenada, actualizada y de fácil ubicación para su mejor uso. De acuerdo con lo mencionado con una visión del técnico en turismo se muestra un esquema y un posible modelo de página web haciendo una descripción de la información que se encontrará.

## Esquema del Sistema de Información Turística



En la página web en la barra de menú en la parte superior se encontrara seis sub páginas importantes de información: inicio, atractivos turísticos, experiencia turística, servicios turísticos información adicional y por último contactos.

- En la página de Inicio se va encontrar imágenes de eventos importantes que se van a realizar, toda la barra de menú, los enlaces a las redes sociales que se pueden acceder.
- En la página de Atractivos Turísticos se va dividir en naturales, donde se podrá encontrar imágenes e información de atractivos turísticos naturales. Culturales, los cuales son los museos, miradores también se va a mostrar imágenes cada uno de los museos y miradores con breve historia y descripción de cómo llegar para visitar cada uno de ellos. Por último están los Arquitectónicos, que corresponden a las iglesias que se encuentran en la Ciudad de La Paz, edificios, iglesias, y monumentos importantes.
- En la página de Experiencia Turística se toma en cuenta cuatro grandes sub páginas: Deportes Extremos, que se pueden realizar en la ciudad de La Paz como en los alrededores cercanos de la misma ciudad. Circuitos, se verá los sitios que se incluyen en algunos circuitos tradicionales para conocer la ciudad de La Paz y el circuito que realiza el bus turístico dividido en dos áreas, de la zona sur y de la zona central de la Ciudad. Eventos, se va a mostrar eventos relevantes que se van a realizar en el mes actual y los eventos que las distintas instituciones y organizaciones como conciertos al aire libre y las ferias que tienen diferentes temáticas de acuerdo al evento.

- En la página Actividad Nocturna se tendrá información sobre la actividad que se realiza en los teatros cerrados, Cines con la respectiva ubicación y enlazando la página donde se muestra la cartelera de cada cine, y Pubs Discotecas que se pueden ir a visitar para pasar el tiempo en la noche.
- En cuanto a la página de los Servicios Turísticos se divide en tres: Hospedaje donde se muestran todos los hoteles, alojamientos, hostales con los servicios y precios que ofrecen. Alimentación en esta sub página se tendrá información de ubicación de los restaurantes, comida rápida, cafés y mercados populares para los diferentes gustos. Transporte, se brindará información del transporte aéreo como el terrestre, en cuanto al aéreo se muestra las aerolíneas que operan en el aeropuerto de la ciudad de El Alto y el teleférico con sus tres líneas, roja, amarilla y verde. El transporte terrestre, radio taxis, bus puma Katari como importantes y seguros de la ciudad de La Paz.
- En la página de Información Adicional se va encontrar, las instituciones de turismo, se va a mostrar información general de las tres instituciones principales, proyectos turísticos que están en ejecución y su página web para enlazar con su información directamente.

Toda la información de cada atractivo, servicio y actividad estará georeferenciado donde se podrá ver cómo se puede llegar al lugar que se desea. La página web va a ser responsive, esto quiere decir que tendrá un formato específico para móviles como para las pc, tanto la del formato para móviles como para las computadoras va se va enlazar con las redes sociales, Facebook, twitter, etc.

A continuación se muestra un modelo de como más o menos se verán los contenidos en la página web:



Elaboración: Rene López (La Paz, 2016)



Elaboración: Rene López (La Paz, 2016)

**Modelo para Móviles: Responsive**



Elaboración: Rene López (La Paz, 2016)

## 2.2.Sub Tarea 2

### **Determinar los recursos que se van a utilizar para el desarrollo del SIT**

En cuanto a los recursos que se necesitarán para el desarrollo del sistema de información turística en la página web se desarrolla el siguiente desglose.

- Computadoras
- Paquete de papel
- Bolígrafos
- Dominio
- Hosting (espacio donde se guarda la base de datos)
- Diseño de la página

El siguiente desglose de los recursos refiere a:

Las computadoras lo utilizaran los especialistas o técnicos para el desarrollo del sistema de información turística, está se utilizará para capacitar al personal que conformará el

equipo de trabajo y después de la implementación también estas computadoras se quedará en las oficinas de la Agencia Municipal ya que después de su ejecución debe estar en constante actualización y difusión de la información turística.

El papel se utilizará para impresiones de cartas para que los técnicos en turismo y los encuestadores (estudiantes de turismo) puedan obtener una previa cita con los actores de la actividad turística para mostrar este proyecto del SIT y para las encuestas. Los bolígrafos serán utilizados para las necesidades de entrevistas o encuestas que realizarán los estudiantes de turismo y también de diferentes actividades que así se requieran.

El técnico en informática y de marketing verán el dominio que es el nombre de la página que en este se utilizará el .travel para que su alcance no solo sea a nivel nacional, si no, tener un alcance a nivel mundial, cualquier persona que viva fuera de Bolivia y requiera información turística podrá recurrir al Sistema de Información turística de la Ciudad de La Paz.

Para que la página web tenga un espacio en el internet se requiere que los técnicos en informática o marketing puedan hacer una evaluación a las empresas que brindan el servicio de (hosting) donde se guardarán y se almacenarán los datos obtenidos que por el servicio se tiene un cobro anual eso dependerá de las necesidades de espacio requiera la página web, también el diseño de la página web tendrá un costo que dependerá del almacenamiento y el diseño.

### **2.3.Sub Tarea 3**

#### **Implementar identidad corporativa y visual del SIT en la página web**

Toda empresa o institución tiene una identidad visual y corporativa, para la elaboración de un Sistema de Información Turística también se tiene que incorporar una identidad visual y corporativa, la Agencia Municipal ya maneja su propia identidad corporativa y visual, de acuerdo a un análisis se puede realizar una que vaya de acuerdo a los objetivos de la empresa. Entendiendo que la identidad corporativa es todo lo intangible, es la imagen que tiene el público de una marca y es la imagen que la marca le hace tener al cliente de sí mismo al relacionarse con ella.

La identidad corporativa es lo intangible que la persona siente a través del logotipo de una empresa, los colores que utilizan en los diferentes medios para promocionar o difundir el nombre de la institución, en este caso en el sistema de información turística se utilizará la identidad corporativa en su página web.

Para elaborar una identidad corporativa se tendrá que realizar un análisis de los objetivos de la página web del Sistema de Información Turística para que esta pueda llegar a cubrir las necesidades del público objetivo, sobretodo se requiere una gran creatividad para conseguir transmitir emociones.

Y para la identidad visual corporativa que es la parte tangible, de acuerdo con los objetivos del S.I.T. todo el equipo deberá estructurar el diseño gráfico y la parte del logotipo, y los colores que se van a utilizar para transmitir en la página web lo que se quiere al público objetivo, todo aquello que nos ayudara a reconocer y a diferenciarnos de otras páginas web, para ello es importante el uso de un manual de identidad visual donde se recogen las normas de uso del logotipo, de los colores y explica cómo aplicar

el diseño gráfico en diferentes soportes en los que puede aparecer nuestra identidad visual y corporativa.

#### **2.4.Sub Tarea 4**

##### **Describir el funcionamiento del Sistema de Información Turística en la página web**

Para que el funcionamiento de la página web del Sistema de Información Turística sea efectivo los técnicos que estarán a cargo de la realización tendrán que capacitar al personal que va a administrar la página web en la etapa de ejecución del S.I.T. Debiendo así la Agencia Municipal realizar un manual de funciones para el personal que estará a cargo del funcionamiento, control, evaluación, actualización y mantenimiento del sistema de información turística, detallando las funciones específicas de cada uno de los técnicos.

Por otra parte se debe de realizar una evaluación en tiempos determinados que se va a requerir el mantenimiento de la página web, de acuerdo a los contenidos y cambios que puedan existir, esto mediante un cronograma para un mejor funcionamiento y control de todo el sistema de información turística. También se debe hacer un control de la información obtenida para introducirla en la página web, y que el administrador este en contacto con las redes sociales brindando una respuesta rápida a cualquier. Crear una base de datos de personas y empresas, clasificándola de manera ordenada.

#### **2.5.Sub Tarea 5**

##### **Establecer criterios de mantenimiento y actualización del SIT**

El mantenimiento de la página web tendrá que realizarlo la empresa que va a ejecutar el proyecto con el apoyo de los técnicos los cuales determinaran cada cuanto tiempo se deberá realizar la actualización y el mantenimiento de acuerdo a los siguientes criterios:

- El desarrollar una página web implica dedicación, esfuerzo y conocimiento de las nuevas tecnologías para un mantenimiento efectivo.
- Se debe verificar el funcionamiento del mismo en tiempos ya definidos para que se realice un control adecuado y cada cuanto tiempo se deberá actualizar los contenidos de la página web, esto tomando en cuenta que si la página contiene bastante información se tendrá que realizar una actualización constante.
- Se tiene que realizar un mantenimiento de los enlaces, es decir si se tiene documentos HTML y estos tienen componentes gráficos, si están enlazados de manera específica porque cualquier cambio o actualización puede provocar una mezcla entre la imágenes y de la misma información.
- Se debe realizar el mantenimiento de los contenidos esto puede ser fácil o algo más complejo dependiendo de los contenidos como por ejemplo el agregar nuevas funciones a los formatos, se puede avisar de una actualización a los usuarios mediante una notación.
- El mantenimiento del software es importante ya que se debe revisar los sistemas y aplicaciones basados en la web de manera periódica con respecto a la información que se va a mostrar al público.
- Así mismo es muy importante el mantenimiento del diseño, esto quiere decir una imagen actualizada y moderna. Esto no significa que se cambie la imagen

corporativa si no que el diseño vaya de acuerdo a los colores del logotipo. Así que se podría cambiar el diseño de la página de acuerdo a lo mencionado de mantener los colores y la identidad del sistema de información turística pero utilizando imágenes distintivas, mediante los fondos, gráficos, colores, esto de acuerdo a las expectativas y necesidades del público objetivo.

- El técnico en marketing y de informática después de incorporar la información el deberá mostrar al equipo que se va a encargar del manejo del sistema de información turística como se va a realizar un mantenimiento y cada cuanto tiempo.
- En cuanto a la información también se tendrá que hacer un análisis de cada cuanto tiempo se va a actualizar la información para que no sea obsoleta e inutilizable por el turista nacional como extranjero.

### **3. Tarea 3**

Generar una gestión óptima del Sistema de Información Turística de la ciudad de La Paz para que en el transcurso de los años el Sistema de Información Turística logre mantenerse sólida.

#### **Sub Tareas:**

##### **3.1.Sub Tarea 1**

##### **Establecer alianzas estratégicas con los operadores de servicios turísticos**

Para mantener el sistema de información turística en el transcurso de los años es importante establecer alianzas con los operadores de servicios turísticos para que ellos mismos brinden la información correspondiente de los eventos, promociones en los

servicios y todo lo que va a contener la página web, logrando mantener una gestión en cuanto a la información actualizada y al día.

- Hacer intercambio de servicios con las empresas de turismo, es decir, una agencia de viajes si cuenta con todo los papeles al día en la Alcaldía, la Agencia Municipal de Turismo haría un espacio en la Sistema de Información Turística como un incentivo a la empresa por su responsabilidad.
- Que las empresas que se encuentren en el sistema de información promocionen a sus clientes y personas ajenas sobre esta nueva alternativa de información, mostrando cual es el objetivo, los beneficios y sus cualidades.

También establecer alianzas estratégicas con las instituciones públicas que están relacionadas con la actividad turística como el viceministerio de turismo, la gobernación y con la misma alcaldía para enlazar la información que tienen en la página web del sistema de información turística con las respectivas actualizaciones.

### **3.2.Sub Tarea 2**

#### **Gestionar el alojamiento y el dominio del sitio web para el SIT**

Para la parte de gestionar el alojamiento y el dominio del sitio web se va brindar dos criterios. La primera es que los prestadores de servicios turísticos que no cumplan con algún requisito que exige la Alcaldía y soliciten incorporar su información en el SIT, se les cobre un monto bajo, se tendrá que hablar en reuniones de coordinación con las partes para hacer un análisis de cuanto sería el pago, esto aportaría para el

mantenimiento de la página web en cuanto al costo anual del alojamiento y del dominio de la página web.

Y la segunda es que la Agencia Municipal de Turismo realice gestiones con alguna ONG para que pueda gestionar la parte del alojamiento y el dominio el sitio web a un corto y mediano plazo.

### **3.3.Sub Tarea 3**

#### **Desarrollar criterios de calidad sobre el manejo y mantenimiento de la información**

La Agencia Municipal con su equipo de trabajo especificará criterios de calidad en cuanto a las fuentes de información tanto primaria como secundaria que se va a recabar, a continuación algunos criterios de calidad:

- Toda la información que actualmente se tiene y la que se va a recabar de fuentes primarias, se hará un cruce de variables para actualizarla.
- El equipo de trabajo que está a cargo del sistema de información turística debe estar constantemente observando la calidad en la estructura que se va utilizar en la página web para que sea interactiva y de acuerdo a las expectativas del turista.
- Que exista un manejo responsable de la base de datos, ordenando en carpetas y que solo los encargados tengan acceso y control de la información.
- Que los prestadores de servicios turísticos envíen una actualización periódica, puede ser diariamente, semanalmente o mensualmente de acuerdo a los servicios que ofrecen.

- Parte del equipo de trabajo se ocupe de actualizar datos de los atractivos turísticos y diferentes eventos que se van a llevar a cabo de la ciudad la Ciudad de La Paz.

Es muy importante que se tenga un control contante de la información que se maneja para lograr brindar información actualizada y efectiva.

#### **3.4.Sub Tarea 4**

##### **Gestión de las Recursos Humanos y Financieros**

En cuanto a la gestión de los recursos humanos para la elaboración del sistema de información turística se contempla el sueldo para los técnicos en el presupuesto, el personal para conformar es de un especialista en Marketing Turístico o Informática con especialidades en diseño gráfico para el desarrollo de la página web, y técnicos en turismo con las que la Agencia Municipal tiene en planta.

Después de la elaboración, la parte operativa se la va realizar en una de las oficinas del INFOTUR para verificar el manejo del sistema, si se tiene una respuesta favorable del funcionamiento se va a enlazar con las otras 2 oficinas, cada una de ellas va a tener un encargado será técnico en turismo que dependerá directamente del asesor de planificación de la Agencia Municipal que en este caso es Raúl Pérez. Estará específicamente para el manejo, control, evaluación y actualización del sistema de información. Esta persona tendrá las funciones de:

- Agregar información de los nuevos operadores turísticos en la base de datos.

- Editar información básica de cada empresa, servicio y atractivos turísticos en sus categorías como: nombre, tipo de la actividad, dirección, zona, teléfono, imágenes e información georreferencial (mapas) de todas las entidades y facilidades turísticas seleccionadas.
- Eliminar información que ya no corresponde de servicios o empresas.
- Visualizar la base de datos completa del SIT.

Con las otras tres oficinas que trabajan de manera independiente igual se va a enlazar la información pero como solo hay una persona encargada de informar, se la va a capacitar para el manejo del sistema de información.

### **Gestión de Recursos Financieros**

En cuanto a gestionar los recursos financieros para el proyecto, la Agencia Municipal ya ha realizado un presupuesto en su Plan Operativo Anual para la puesta en marcha del Sistema de Información Turística, según lo que se ha estimado es de 28000 mil bolivianos que se tendría para ejecutar un proyecto como este, que va a lograr beneficios para el turismo de la ciudad de La Paz.

#### **3.5.Sub Tarea 5**

##### **Determinar criterios de evaluación en cuanto al proceso de desarrollo del SIT**

La evaluación la realizará el asesor de la Agencia Municipal en tres etapas para un mejor control y para que se logre hacer un análisis del proceso de ejecución del sistema de

información turística, y sobre todo si los resultados que se obtuvieron son los esperados, estas tres etapas son:

- Ex ante: esta evaluación la realizará el equipo de trabajo antes de implementar el proyecto, se va a evaluar los parámetros que se van a utilizar para la implementación del sistema de información turística en reuniones de coordinación.

El asesor de planificación evaluará los tiempos que se han dado para la implementación, el presupuesto que se va a necesitar, si los técnicos son los suficientes o se va a requerir más o de otras ramas de estudio.

Así también se tendrá que evaluar todo el documento en cuanto a la recolección de información, si son claros para lograr realizar un sistema de información turística que este bajo los parámetros de los objetivos de brindar información actualizada y dinámica de la ciudad de La Paz.

- De medio término: esta evaluación se realizará cuando el proyecto esté en plena aplicación, para observar cómo se está ejecutando el proyecto. Se tendrá un encargado que hará seguimiento diario, semanal y mensual mientras de todo el proceso que se está realizando del SIT. Analizar los resultados que se han obtenido de posibles falencias y alternativas de mejora informando al asesor de planificación a través de informes.
- Ex post: esta evaluación se la realizará al finalizar la elaboración del sistema de información turística, se evaluará si los parámetros se han cumplido de acuerdo a los objetivos, si la información en la página web es completa, ordenada, interactiva, que los contenidos se encuentren de manera íntegra.

Por otra parte de evaluará al personal que ha trabajado en la elaboración, si se ha logrado establecer un equipo de trabajo estable y eficiente.

# CRONOGRAMA

Actividades/Tiempo	1º Mes Enero				2º Mes Febrero				3º Mes Marzo				4º Mes Abril				5º Mes Mayo			
	1ª Sem	2ª Sem	3ª Sem	4ª Sem	1ª Sem	2ª Sem	3ª Sem	4ª Sem	1ª Sem	2ª Sem	3ª Sem	4ª Sem	1ª Sem	2ª Sem	3ª Sem	4ª Sem	1ª Sem	2ª Sem	3ª Sem	4ª Sem
Determinar el perfil del equipo de trabajo	■																			
Determinar características de SIT		■	■																	
Establecer parámetros para la administración del SIT			■																	
Recopilar de información escrita y fotográfica del patrimonio turístico de la Ciudad de La Paz				■	■	■	■													
Organizar y seleccionar la información obtenida para introducir al SIT					■	■	■	■												
Determinar un modelo de SIT en una página web									■											
Determinar los recursos que se van a utilizar para el desarrollo del SIT										■										
Implementar identidad corporativa y visual al SIT en la página web										■										
Describir el funcionamiento del SIT en la página web											■									
Establecer criterios de mantenimiento y actualización del SIT												■								
Establecer Alianzas estratégicas con los operadores de servicios turísticos													■	■	■					
Gestionar el alojamiento y el dominio del sitio web para el SIT															■	■				
Concertar manuales de manejo de la información con las empresas de turismo																■	■			
Gestión de Recursos Humanos y Financieros																		■		
Determinar criterios de calidad en cuanto al proceso de desarrollo del SIT																			■	■

## EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 1. Evaluación Ambiental

En cuanto a la evaluación ambiental se observa que la propuesta de la elaboración de un sistema de información turística en el proceso de recolección de información no existe efectos negativos que se puedan causar al medio ambiente ya que la recolección se la realizará con el equipo encargado directamente a las empresas y actores turísticos. En cuanto al proceso de ejecución tampoco existe efectos negativos que puedan causar daño al medio ambiente, en esta fase solo se realizará el vaciado de datos relevantes y selección de datos en el sistema de información turístico tecnológico. En lo que refiere la etapa después de la implementación pues si habrá un impacto a largo plazo que indirectamente puede generar la implementación y difusión del mismo sistema de información turística que se describe en el siguiente cuadro:

**CUADRO 6**

PRINCIPALES PROBLEMAS AMBIENTALES	CAUSAS	CONSECUENCIAS	PREVENCIÓN	RESPONSABLES
Exceso de capacidad de carga en los atractivos naturales.	Sobre carga de visitantes en los atractivos naturales, arquitectónicos	Destrucción de los atractivos naturales o desgaste en los suelos.	Elaboración de políticas para la regulación de capacidad de carga en los atractivos turísticos naturales o que puedan sufrir algún desgaste	Las autoridades gubernamentales

## **2. Evaluación Social**

De acuerdo con lo propuesta de la elaboración e implementación de un sistema de información turística en la Ciudad de La Paz en lo que refiere al impacto social, se logrará hacer partícipe a una gran cantidad de sectores de la población que también se va a beneficiar.

Las partes beneficiadas son los turistas extranjeros y nacionales que contarán con una información real y rápida de las actividades, servicios y atractivos turísticos que se pueden realizar en la Ciudad de La Paz desde cualquier lugar del mundo, así mismo cuando el turista se encuentre en la ciudad de La Paz podrá encontrar está información real, actualizada, y completa de todos los servicios turísticos a través de su dispositivo móvil o en el computador.

Por otra parte se beneficiará a los prestadores de servicios turísticos ya que podrán ofrecer sus servicios en este sistema si cumplen con los requisitos de ser una empresa legalmente consolidada. Y también se beneficiará a la Agencia Municipal porque creará una herramienta donde podrá obtener todos los datos actualizados y podrá manejar y controlar de manera efectiva a todos los prestadores de servicios turísticos.

## **3. Evaluación Técnica**

En cuanto al estudio técnico los insumos a utilizar son de papelería para la realización de informes, la utilización de computadora para el vaciado y compilado de datos obtenidos por las empresa turísticas, también se realizará el diseño de la página el cual es primordial por que mediante él se llegará con el sistema de información turística a una

gran parte de la población. Para la difusión se hará uso del internet y los equipos que se van a utilizar para enviar la información correspondiente a las empresas turísticas para informar de cualquier movimiento o actualización que requiera el sistema de información turística teniendo un contacto permanente con los prestadores de servicios.

#### **4. Evaluación Económica y Financiera**

En cuanto a la evaluación financiera se toma en cuenta:

Los activos fijos, estos son los equipos de computación que se utilizaran para la realización, centralización diseño del sistema de información turística como parte del proceso de inicio. Después los equipos correspondientemente en la parte de ejecución se incorporaran a las oficinas que no cuenten con los equipos adecuados para poder incorporar el SIT.

En cuanto a los activos diferidos la Agencia Municipal realizará el requerimiento del personal que falta para la elaboración del sistema de información. En este entendido solo sería un técnico de Marketing o de Informática, porque ya se cuenta con los técnicos en turismo. El hosting que es el espacio donde se guardara la base de datos, este tiene un costo anual de 500 bolivianos y el diseño de la página que costará unos 4000 bolivianos.

Por otra parte se designará un monto de 2000 bolivianos para imprevistos y usos de material de escritorio como bolígrafos, papel si así se requiere.

Se describe en el siguiente cuadro:

**CUADRO 7**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL (BS)
Computadoras	2	4000	8000
Papel	4 paquetes	20	80
bolígrafos	30	2	60
Dominio	1	84	84
Hosting (espacio donde se guarda la base de datos)	1	500(anual)	500
Diseño de la Página	1	4000	4176
			12900

En el capital de trabajo se toma en cuenta los sueldos a pagar de los encargados, marketing en turismo o informático por el lapso de tres meses, que tiene un valor de 2000 mil bolivianos haciendo la correspondiente descripción en el siguiente cuadro

**CUADRO 8**

N°	Profesional	Cantidad	Sueldo	Tiempo	Total (Bolivianos)
1	Lic. Marketing	1	2000	3 Meses	6000
1	Ing. En Sistemas	1	2000	3 meses	6000
					12000

CUADRO 9

<b><u>A) ACTIVOS FIJOS</u></b>	<b>8.500 Bs</b>
Computadoras	8.000
Hosting	500
<b><u>B) ACTIVOS DIFERIDOS</u></b>	<b>5.450 Bs</b>
Dominio	84
Material de escritorio	240
Imprevistos 10% s/AF	450
Diseño de la página	4176
Gastos Financieros Pre operatorios	500
<b><u>C) CAPITAL DE TRABAJO</u></b>	<b>12.000 Bs</b>
Sueldos de los dos técnicos que se van a contratar	12.000 Bs
<b><u>TOTAL</u></b>	<b>25.950 Bs</b>

## CONCLUSIONES

De acuerdo con el estudio y el análisis realizado en la Ciudad de La Paz sobre los sistemas de información turística se concluye que el proyecto es viable y de gran utilidad para diferentes actores de la actividad turística y que la Agencia Municipal está haciendo un gran aporte y apoyo a las nuevas alternativas de proyectos innovadores que de una u

otra manera beneficien a la actividad del turismo, creando lazos entre los prestadores de servicios turísticos y fortaleciendo la información que se maneja a nivel municipal.

### **RECOMENDACIONES**

Por otro lado se recomienda que las autoridades logren poner en marcha el proyecto de sistema de información turística de la Ciudad de La Paz logren recolectar y recabar información real, confiable y sobre todo actualizada de los diferentes prestadores y actores de la actividad turística tanto directa como indirectamente relacionados, también que este proyecto se gestione de una manera positiva así se logró obtener un SIT a un nivel alto en cuanto a su calidad de la información que se maneja.

También se recomienda que se realicen más aportes de proyectos tecnológicos ya que a nivel mundial nos encontramos muy retrasados para la generación y apoyo de las nuevas alternativas tecnológicas tanto a las empresas como a los nuevos profesionales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Acerenza, M. Á. (2005). *Promoción Turística*. México: Trillas S.A.
- Águila, A. R. (2001). *Comercio Electrónico y Estrategia Empresarial*. Mexico D.F: Alfaomega grupo editor.
- Alcañiz, R., Font, J., & Archeuv, L. (2000). “*Marketing de Destinos Turísticos*”. Madrid- España: Anormi S.L.
- Aquino Alcalde, P. V., & Gutierrez Yupanqui, P. (2012). *Diseño de un Sistema móvil de recorrido turístico en el Departamento de Lima- Perú*. Lima.
- Berzal, F. (s.f.). *A Sistemas de Información*. Recuperado el 12 de marzo de 2016, de A Sistemas de Información: <http://www.primopdf.com/>
- Centeno, H. (2011). *Sistemas de Información Turísticos [en línea]* . Puerto Ordaz, Venezuela.
- Cruz H., A. (2009). *MArketinG Electrónico para PYMES*. México: Alfaomega grupo editor.
- Dávila Martínez, F. J. (4 de Abril de 2013). *Georreferenciacion Ibercarto Santander*. Recuperado el 12 de Marzo de 2016, de Georreferenciacion Ibercarto Santander.
- Diaz, T. (Mayo de 2008). *Gestión Ambiental*. Recuperado el 20 de Octubre de 2016, de Gestión Ambiental: [www.turismoruralbolivia.com](http://www.turismoruralbolivia.com)
- Estado Plurinacional de Bolivia. (2007). *Plan Nacional Municipal 2007-2011*. Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de Plan Nacional Municipal 2007-2011: [es.scribd.com/.../Plan-de-Desarrollo-Municipal-2007-2011-Resumen-Ejecutivo](http://es.scribd.com/.../Plan-de-Desarrollo-Municipal-2007-2011-Resumen-Ejecutivo)
- Estado Plurinacional de Bolivia. (07 de Agosto de 2011). *Ley N° 164 Ley General de Telecomunicaciones* . Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de Ley N° 164 Ley General de Telecomunicaciones : [www.boliviarrural.org](http://www.boliviarrural.org)
- Estado Plurinacional de Bolivia. (2012). *Proyectos de Desarrollo Turístico en áreas rurales en el Municipio de La Paz*. Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de Proyectos de Desarrollo Turístico en áreas rurales en el Municipio de La Paz: dirección-promoción-turística

- Estado Plurinacional de Bolivia. (17 de Abril de 2015). *Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública*. Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública: [www.transparencia.gob.bo](http://www.transparencia.gob.bo)
- Gobierno Autónomo del Departamento de La Paz. (11 de Abril de 2012). *PDDA-LPDictamen.pdf*. Recuperado el 17 de Febrero de 2015, de *PDDA-LPDictamen.pdf*.
- Gobierno Autónomo del Departamento de La Paz. (Enero de 2014). *Diagnóstico Integral del Terrotorio.pdf*. Recuperado el 24 de Abril de 2015, de *Diagnóstico Integral del Terrotorio.pdf*.
- Gobierno Autónomo Departamental de La Paz. (2010). *La Paz al Mundo entre Cielo y Tierra*. La Paz.
- Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. (15 de 10 de 2011). *Puerta de Ingreso a Bolivia corrupt.pdf*. Recuperado el 30 de Marzo de 2015, de *Puerta de Ingreso a Bolivia corrupt.pdf*.
- Gomez, S. (31 de Marzo de 2015). *Azteca Noticias*. Recuperado el 15 de Agosto de 2015, de *Azteca Noticias*: <http://www.aztecanoticias.com.mx/notas/méxico/217109/lanzan-sistema-de-información-turística-de-la-cdmx>.
- Kloter, P. (1974). *Dirección de Mercadotecnia*. México: Diana.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2004). *Marketing para Turismo*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Ministerio de Medio Ambiente y Agua. (27 de Abril de 1992). *Ley 1333 Ministerio de Agua y Medio Ambiente*. Recuperado el 20 de Octubre de 2016, de *Ley 1333 Ministerio de Agua y Medio Ambiente*: [www.mmaya.gob.bo](http://www.mmaya.gob.bo)
- Ministerio de Planificación del Desarrollo. (2012). *Plan nacional de Desarrollo Departamental Autónomo de La Paz*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de *Plan nacional de Desarrollo Departamental Autónomo de La Paz* : [www.gobernaciónlapaz.gob.bo](http://www.gobernaciónlapaz.gob.bo)
- Organización Mundial de Planificación para el desarrollo. (2010). La Paz.

- Pablo Redondo, R., & Juberías Cáceres, G. (17 de Agosto de 2004). *Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico*. Recuperado el 12 de Marzo de 2016, de Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico.
- Quezada, R. (2006). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Rodriguez Rodriguez, J. M., & Daureo Campillo, M. J. (10 de Febrero de 2003). *Sistemas de información*. Recuperado el 12 de Marzo de 2016, de Sistemas de información.
- Saroka, R. H. (12 de 10 de 2002). *SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL*. Recuperado el 17 de marzo de 2016, de SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL.
- Subsecretaria de Turismo de Neuquén. (2014). *informes@neuquentur.gob.ar*. Recuperado el 28 de Marzo de 2015, de [informes@neuquentur.gob.ar](mailto:informes@neuquentur.gob.ar): [sit.neuquentur.gob.ar/](http://sit.neuquentur.gob.ar/).
- Vaca, D. (30 de Marzo de 2012). *Introducción a la Teoría General de Sistemas*. Recuperado el 12 de Marzo de 2016, de Introducción a la Teoría General de Sistemas.
- Viceministerio de Turismo. (Diciembre de 2011). *Análisis Marketing On- Line*. Recuperado el 28 de Febrero de 2015, de Análisis Marketing On- Line.
- Viceministerio de Turismo. (5 de Julio de 2011). *Sistema de Estadística Tarija*. Recuperado el 5 de Marzo de 2015, de Sistema de Estadística Tarija: [http://www.redtravelbolivia.com/rtn/archivo\\_boletines/B116\\_05-07-11/nota\\_tarija.php](http://www.redtravelbolivia.com/rtn/archivo_boletines/B116_05-07-11/nota_tarija.php)
- Viceministerio de Turismo. (2012). *Ley General de Turismo "Bolivia te Espera"*. La Paz: U.P.S.
- Viceministerio de Turismo. (2012). *Plan Nacional de Turismo 2012-2016*. Recuperado el 27 de Febrero de 2015, de Plan Nacional de Turismo 2012-2016: [www.iicstur.files.wordpress.com/2012/03/plantur-2.pdf](http://www.iicstur.files.wordpress.com/2012/03/plantur-2.pdf)
- Viceministerio de Turismo. (21 de Mayo de 2014). *Plan Nacional de Turismo 2025 pdf*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2015, de Plan Nacional de Turismo 2025 pdf.
- Viceministerio de Turismo. (s.f.). *Ley General Bolivia Te Espera 292. Ley General Bolivia Te Espera 292*.

# ANEXOS

## **ANEXO 1**

### **Especificaciones Técnicas del Sistema Informático**

#### **Lenguaje de Programación PHP**

Para el desarrollar el Sistema de Información Turística de la Ciudad de la Paz mediante una página web se ve conveniente utilizar la herramienta PHP porque este es un lenguaje para programar páginas de contenido dinámico. Este es un lenguaje del lado del servidor, el servidor lee el lenguaje PHP, y manda los datos transformados en lenguaje HTML mediante scripts.

PHP permite realizar algunas acciones que no pueden realizarse en una página estática: recoger datos del usuario, trabajar con bases de datos, crear sesiones de usuarios, restringir páginas con contraseñas, creación de foros, etc. Este trabaja conjuntamente con otros programas como son la base de datos MySQL y el servidor Apache.

#### **Base de Datos MySQL**

El sistema de base de datos operacional MySQL es hoy en día uno de los más importantes en lo que hace al diseño y programación de base de datos de tipo relacional. Cuenta con millones de aplicaciones y aparece en el mundo informático como una de las más utilizadas por usuarios del medio. El Programa MySQL se usa como servidor a través del cual pueden conectarse múltiples usuarios y utilizarlo al mismo tiempo.

Una de las características más interesantes de MySQL es que permite recurrir a base de datos multiusuario a través de la web y en diferentes lenguajes de programación que se

adaptan a diferentes necesidades y requerimientos. Por otro la MySQL es conocida por desarrollar alta velocidad en la búsqueda de datos de información, a diferencia de sistemas anteriores. Las plataformas que se utiliza son de variado tipo y entre ellas podemos mencionar LAMP, MAMP, SAMP, BAMP y WAMP (aplicables a Mac, Windows, Linux, BSD, Open Solaris, Perl y Phyton entre otras)

## ANEXO 2

### Encuesta

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
Facultad de Humanidades y Ciencias de La Educación  
Carrera de Turismo

### PROYECTO

ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA  
DE LA CIUDAD DE LA PAZ

### ENCUESTA TURISTA

**Objetivo:** Indagar sobre cómo ven los turistas nacionales como extranjeros los medios donde se brinda información turística y si es viable la idea de elaborar un Sistema de Información Turística de la Ciudad de La Paz.

### Perfil General:

Sexo.....Edad.....Nacionalidad.....

### Preguntas Sobre el Proyecto

1.- ¿Por qué motivo visita la Ciudad de La Paz?

- a) Estudio        b) Visita a familiares        c) Vacaciones      
d) Negocio        e) Deportes

2.- ¿Cómo se enteró sobre los atractivos y servicios turísticos de la Ciudad de La Paz?

- a) Internet        b) Agencias de Viajes        c) Revistas      
d) Oficinas de Información turística

3.- ¿Cómo fue la información que recibió?

- a) Buena        b) regular        c) Mala

4.- ¿Cómo ve usted que es la información mediante el internet de los servicios turísticos y atractivos turísticos de la ciudad de La Paz?

a) Buena            b) Regular            c) Mala     

5.- ¿Cuál es la deficiencia que encuentra en la información brindada mediante el internet?

a) Información no actualizada            b) Información básica     

c) Información desordenada            d) Poca Información     

7.- ¿Cómo cree usted que podría mejorar?

a) Información actualizada            b) Información interactiva     

c) Información ordenada            d) Información completa     

8.- ¿Sabe que es un S.I.T. (Sistema de Información Turística)?

Un S.I.T. es un proceso de recopilación, ordenación y distribución de información turística, esta información es todo aquello que el turista necesita conocer sobre servicios turísticos de un destino, este sistema tiene el objetivo de generar información actualizada mediante soportes digitales (páginas Web, CD, DVD, videos) o impresos (directorio turístico, catálogos, guías territoriales, guías temáticas, guías de carretera, mini-guías territoriales, mapas, monotemáticos).

a) Si            b) No     

9.- ¿Conoce algún Sistema de Información Turística?

a) Si            b) No     

10.- ¿Cree usted que sería útil para la ciudad de La Paz la incorporación de un S.I.T.?

a) Si            b) No     

11.- Si su respuesta es sí ¿Por qué cree que sería útil?

- a) Más afluencia de turistas extranjeros  b) Más afluencia de turistas internos
- c) Mejor manejo de la información  c) Información Actualizada
- d) Mejores ingresos para el país  e) Todas

***GRACIAS POR SU TIEMPO***

### **ANEXO 3**

#### **Entrevista**

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
Facultad de Humanidades y Ciencias de La Educación  
Carrera de Turismo

PROYECTO  
ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA  
DE LA CIUDAD DE LA PAZ

PREGUNTAS ENTREVISTA

**Objetivo:** Obtener Información sobre los proyectos existentes de turismo y si existen proyectos relacionados con el proyecto propuesto en las instituciones gubernamentales de la Ciudad de La Paz.

#### **a) Viceministerio de Turismo**

Entidad: *Viceministerio de Turismo-Unidad de Promoción Turística*

Fecha: *15 de Abril 2016*

#### **Perfil General**

Nombre: *Lic. Viviana Valda Baldivieso*

Profesión: *Administración Turística- Universidad Católica Boliviana “San Pablo”*

Cargo que Ocupa: *Jefa de Unidad de Promoción Turística*

¿Cuánto tiempo trabaja en esta Institución?

#### R.4 Años

#### **Preguntas Sobre el Proyecto**

1.- ¿Cuánto presupuesto se destina en proyectos de turismo anualmente?

R. *En total se destina 15 millones de bolivianos que son del Tesoro General de La Nación, pero se destina exactamente anual 350 mil bolivianos solo para la unidad de promoción, el año pasado se tenía una variación porque se contaba con el apoyo de una OGN que sobrepasaba los 350 mil bolivianos que solo era para nuestra unidad, pero este año ya no contamos con este apoyo.*

2.- ¿Existen Proyectos de turismo relacionados con tecnología en ejecución? ¿Cuáles?

R. *Bueno la parte de los proyectos la manejan en la unidad de proyectos comunitarios, pero solo manejan todo sobre lo comunitario, si me preguntas en tecnología pues según se no existe ningún proyecto de tecnologías en cuanto a turismo, pero acá promocionamos todo sobre la actividad turística en la página web.*

3.- ¿Qué medios de promoción utilizan para brindar información de las actividades turísticas que tienen anualmente?

R. *Bueno los medios que utilizamos anualmente para promocionar los diferentes atractivos turísticos de Bolivia incluye las diferentes ferias, merchandising, la página web, y diferentes eventos que se pueden participar y q se realizan anualmente.*

4.- ¿La institución cuenta con un sitio web?

R. Si contamos con la página que es [www.bolivia.travel.com](http://www.bolivia.travel.com)

5.- ¿A qué público está dirigido el sitio web?

R. Bueno la página va dirigido a todo público, a turista nacional y a turista extranjero

6.- ¿Quién y cada cuanto se actualiza la información de la página web?

R. Se tiene un encargado que realiza la actualización y se realiza cada año por lo menos en los años que he trabajado se ha realizado la actualización, 2013, 2014, 2015 y este año 2016, la actualización se ha hace en cuanto a contenidos, en cuanto a destinos es decir si existiera nuevos destinos se genera esta nueva información y sobre todo de las imágenes de la página se va actualizando de estos nuevos destinos en la página principal.

7.- ¿Le parece importante la incorporación de un S.I.T. de la Ciudad de La Paz?

R. Me parece muy importante el incluir nuevas herramientas que puedan difundir información turística tanto a nivel nacional, departamental como municipal, después de haber sido nombrada Ciudad Maravilla la Ciudad de La Paz ha destacado varios de sus atractivos y es bueno mejorar los mismos medios de información.

8.- ¿Usted como representante de la entidad podría apoyar a esta propuesta?

R. ¿Apoyo en qué sentido? Ahhh...apoyo siempre a las tres instituciones sería bueno, acá estamos siempre prestos a mejorar y apoyar en cuanto a información, banco de fotos y a compartir los enlaces del Sistema de Información Turística siempre para el

*beneficio de Bolivia y el Turismo. Este apoyo siempre se dará previa carta que se le envíe al Viceministro para su conocimiento y así tener el visto bueno.*

**b) Gobierno Autónomo Departamental de La Paz**

Entidad: *Gobierno Autónomo Departamental de La Paz- Secretaría de Turismo y Culturas- Dirección de Turismo*

Fecha: *12 de Abril del 2016*

**Perfil General**

Nombre: *Lic. Marcelo Mercado Aliaga*

Profesión: *Licenciado en Turismo U.M.S.A., Técnico Superior en Diseño Gráfico, Diplomado en Marketing y Publicidad.*

Cargo que Ocupa: *Encargado de Promoción y Difusión de Turismo y Culturas*

¿Cuánto tiempo trabaja en esta Institución?

*R. Actualmente 10 meses con la gestión de Félix Patzy, en la gestión de César Cocarico trabajé dos años 2012 y 2013 tanto en la parte de operación y control a los prestadores de servicios (certificaciones) como en el área de Promoción.*

**Preguntas Sobre el Proyecto**

1.- ¿Cuánto presupuesto se destina en proyectos de turismo anualmente?

R. *En la Gestión de Cocarico el 2015 solo se tenía 800 mil bolivianos que manejan Promoción en la Dirección de Turismo, ya en esta gestión se tiene 1 millón de bolivianos solo para el promoción, y para los proyectos turísticos se está gestionando 3 millones de bolivianos.*

2.- *¿Existen Proyectos de turismo relacionados con tecnología en ejecución? ¿Cuáles?*

R. *En ejecución solo se ha creado la página en el Facebook ya que no se contaba con este medio, pero se tiene una serie de propuestas de proyectos tecnológicos que se quieren implementar por ejemplo la creación de una página web, sistema georeferenciado de atractivos turísticos, municipios, actividades del departamento de La Paz, registro virtual de los prestadores de servicios turísticos, es decir ellos pueden registrarse mediante un sistema realizando los trámites de certificaciones, y las partes diarias de los hoteles. Todas estas propuestas que se quiere implementar de a poco se van a relacionar con los códigos QR.*

3.- *¿Qué medios de promoción utilizan para brindar información de las actividades turísticas que tienen anualmente?*

R. *Los medios que se están utilizando son las redes sociales en este caso el Facebook, un canal de youtube que son notas difundidas de las actividades que se realizan. También el Logotipo ahora es La Paz Departamento Maravilla se está siguiendo la línea de la Alcaldía, se maneja afiches, banners, rollers, bolsas de promoción, bolsas de folletería, ya para mediados de año se quiere actualizar el libro de jerarquización de atractivos turísticos en tres tomos y sacar otro libro por macro regiones dos por año.*

*También se va a realizar este año una feria de integración de La Paz Departamento Maravilla más o menos entre los meses de mayo y junio, y otra feria de Turismo para el mes de septiembre con resultados concretos.*

4.- ¿La institución cuenta con un sitio web?

*R. En este momento no se tiene una página web pero se está colgando información de turismo a la página principal de la Gobernación [www.gobernaciónlapaz.gob.bo](http://www.gobernaciónlapaz.gob.bo) estamos esperando que salga el presupuesto para ya ejecutar nuestra propia página web.*

5.- ¿A qué público está dirigido el sitio web?

*R. Todo lo que se muestra es más informativa más para público en general, ya con las nuevas propuestas se quiere llegar a turistas a todo nivel de las actividades que se realizan y los atractivos a visitar.*

6.- ¿Quién y cada cuanto se actualiza la información de la página web?

*R. Es disfuncional es de acuerdo a operativo que se realiza de inspección ocular a prestadores de servicios. En el Facebook se pone la información de acuerdo a eventos que se realizan este medio es más al instante.*

7.- ¿Le parece importante la incorporación de un S.I.T. de la Ciudad de La Paz?

*R. Si pero se debería entrelazar información a los tres niveles, a nivel municipal, departamental y nacional, es decir que si se tiene la información de un atractivo se*

*mantenga esta información en las tres entidades para que la gente no obtenga diferente información.*

8.- ¿Usted como representante de la entidad podría apoyar a esta propuesta?

R. *Si pero en este caso esto es competencia del área municipal, pero si de alguna manera se puede ayudar claro que lo haremos con gusto.*

**c) Gobierno Autónomo Municipal de La Paz**

Entidad: *Gobierno Autónomo Municipal de La Paz- Agencia Municipal para el Desarrollo de La Paz Turística*

Fecha: *11 de Abril del 2016*

**Perfil General**

Nombre: *Raúl Pérez Albrecht*

Profesión: *Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y Maestría en Gestión de Desarrollo.*

Cargo que Ocupa: *Asesor de Planificación de la Agencia de Desarrollo Turístico del Municipio de La Paz.*

¿Cuánto tiempo trabaja en esta Institución?

R. *10 Meses*

**Preguntas Sobre el Proyecto**

1.- ¿Cuánto presupuesto se destina en proyectos de turismo anualmente?

*R. Para mí hay tres formas de responderte eso, primero está el Plan Operativo Anual que está a cargo de un presupuesto público que esta alrededor de 3 millones de bolivianos, de esos te queda un millón y medio que queda para la inversión pública que se destina a infraestructura, mejora de servicios, un proyecto en particular. Por otro lado la segunda forma hay fondos de palancamiento con el sector privado, esto quiere decir que se hace una actividad como este año del palco turístico, donde nosotros ponemos servicio público general, infraestructura, lugar, espacio y personal y los prestadores de servicios lo operaban, uno para general ingresos a ellos, y el saldo para un fondo común haciendo una canalización de fondos privados tanto de privada relacionadas con turismo y otras privado externo. Y otra tercera forma de canalizar que tenemos es a través de cooperación internacional este año se tiene proyecto de sensibilización y educación turística con el gobierno de España de 300 mil dólares que va hacer ejecutable el 2017, tenemos unos fondos a través de cooperación canadiense que se materializa de asesores voluntarios esto nos ayuda a fortalecer proceso, si sumo es por lo menos llegamos a más de 3 millones de bolivianos. El POA es el presupuesto estático pero no podemos correr el riesgo de depender de ella, este año hubo recorte de presupuesto al año puede ser igual así que es mejor tener alternativas de gestionar más fondos.*

2.- ¿Existen Proyectos de turismo relacionados con tecnología en ejecución? ¿Cuáles?

R. Si, si tú ves el 85% de visitantes consultan tecnologías de información y comunicación estoy convencido que las formas de relacionamiento del turismo moderno están íntimamente relacionados a las tecnologías de información y comunicación uno de los proyectos principales al respecto para nosotros es el sistema de información turística municipal, que es lo que ocurre en este momento hay una ley nacional Bolivia te Espera que determina que se tiene que crear un sistema de registro turístico el SIRETUR que hasta el momento no ha tenido cuerpo entonces nosotros hemos empezado relevamiento de la información de los prestadores de servicios turísticos dentro del municipio de tal manera que cuando el SIRETUR empiece a funcionar nosotros ya vamos a poder alimentar la base de datos como tal pero esta plataforma para nosotros es un punto de partida para ya administrar la operación turística del municipio porque vamos a poder identificar aquellos prestadores de servicios que trabajan en condiciones legales y así poder promover y promocionarlos eso se quiere realizar a fines de año.

Ahora lo que tenemos a mediano plazo es el fortalecimiento de la red de información turística municipal hablamos de puntos físicos que son 3 una en la plaza Tomas Katari, plaza del estudiante y en la Colombia ya se ha establecido reuniones con una empresa de un servicio que es aloja que es una especie de INFOTUR vía whats app que va a permitir que los operadores que trabajan en un punto físico puedan tener acceso a brindar información a través de herramientas virtuales, queriendo rehabilitar dos puntos más para que sean 5 y lograr que estos centros de información se conviertan en

*centros de facilitación para el visitante y que estas también se logren enlazar a largo plazo con el sistema de información municipal.*

3.- ¿Qué medios de promoción utilizan para brindar información de las actividades turísticas que tienen anualmente?

*R. Esta la red social de La Paz Maravillosa con 30000 mil seguidores esta también el canal de youtube de La Paz Maravillosa, eso es por un lado, por el otro dependiendo de la campaña, los medios que utilizamos varia, pueden ser medios masivos, televisión, radio, etc., pero de acuerdo a nuestro plan de desarrollo turístico nuestra promoción fundamentalmente va a ser vía internet a través de una estrategia de mercadeo. Por otra parte se participa de ferias y workshops, siempre participamos de la Feria internacional de Turismo y ya este año se ha ido al workshops de Perú y ya se tiene planificado ir al de Argentina, también se tiene proyectado para este año la premiación de La Paz maravillosa. Y aprovechar el espacio público con vallas eso es algo que nos benéfica para hacer promoción.*

4.- ¿La institución cuenta con un sitio web?

*R. Está en proceso de reestructuración el web site La Paz Maravillosa hasta dos meses atrás teníamos una página web que se llamaba [www.discoverylapaz.com](http://www.discoverylapaz.com) que era de la anterior gestión que ya no respondía a los actuales estándares de que una web site debería ser visible en una smartfone, la cual se está reestructurando, la arquitectura la forma de despliegue y esperamos vincularlo a nuestro sistema que esta por otro lado.*

5.- ¿A qué público está dirigido el sitio web?

R. *En este momento así como está es nacional pero con la estrategia de mercadeo es direccionarlo a públicos de Latinoamérica Argentina, Brasil, Chile, que son los más fuertes, en el internacional Asia, Japón, el mercado Chino, Europa, Francia, Italia, Alemania, España que son los países que más nos visitan y parte de Oceanía, y Australia*

6.- ¿Quién y cada cuanto se actualiza la información de la página web?

R. *Inicialmente tenía un rango de actualización de cada 15 días pero ahora es casi diario estamos tratando que se inter diario pero está muy ligado a las actividades que también se hacen desde la gestión de la promoción, no solo es la promoción del destino sí no también de las actividades que se realiza.*

7.- ¿Le parece importante la incorporación de un S.I.T. de la Ciudad de La Paz?

R. *Es esencial hoy yo creo que no puedes imaginarte una gestión turística sin un sistema de información.*

8.- ¿Usted como representante de la entidad podría apoyar a esta propuesta?

R. *Bueno como ya estamos con el sistema municipal, pues hasta aquí tenemos un punto de vista técnico que puede caer en errores de plantear ciertas cosas que ya están obsoletas, el beneficio de ser de la universidad es que tú puedes innovar y tienes la capacidad de tomar nuevas ideas y ayudarnos a conducir este proceso para un buen*

*término, tú podrías tener más referencia de otros sistemas de información, como se están manejando en el mundo, cuales son los elementos esenciales, las nuevas actualizaciones en cuanto a los sistemas de información, yo creo que más bien tú podrías ayudarnos con tu proyecto porque creo que el rol de los que desarrollan proyectos de grado o tesis es dar nuevas ideas que permitan renovar la visión que se tienen de sistemas de información.*