

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS  
CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA Y GESTIÓN PÚBLICA**



Proyecto de Grado

**ESTRATEGIA POLÍTICA DEL ESTADO  
PLURINACIONAL DE BOLIVIA PARA FORTALECER  
EL DESARROLLO DEL TURISMO**

**- La señalización y exploración de los destinos turísticos en el país**

**Postulante Elizabeth Shalom Daza Matamoros**

**Docente tutor Iván Miranda Balcázar, Mgr.**

**LA PAZ – BOLIVIA  
2017**

## ***Dedicatoria***

*Al lector, aquella persona que toma una parte de su tiempo, para leer el siguiente aporte.*

*“El conocimiento que no se comparte se pudre”, esta frase ha quedado en mi mente durante este tiempo. Y es mediante este proyecto que puedo compartir con el lector lo aprendido durante este lapso de formación profesional.*

## **Agradecimientos**

Mi eterno agradecimiento a Dios, el dador de la vida y la sabiduría, al cual por los siglos es la gloria y la honra, ya que hasta aquí me ha ayudado y es por su gracia que se cierra una etapa de mi vida, para empezar otra. A pesar de cada dificultad que se atravesó durante este tiempo el Señor me ha dado las fuerzas para continuar.

Agradezco a mi familia por su gran apoyo, comprensión y palabras de aliento que me dieron para proseguir a la meta trazada.

Asimismo mis agradecimientos al docente tutor Mgr. Iván Miranda Balcázar, por su apoyo, aportes, paciencia, dedicación y ayuda en este proyecto.

También agradezco a los docentes de taller Mgr. Julio Velásquez y Lic. José García, por su enseñanza, comprensión, paciencia, apoyo para concluir este trabajo.

Mis agradecimientos al director de carrera Lic. Germán Peralta, por su colaboración, asimismo a los docentes que han compartido sus conocimientos mediante la enseñanza dada durante estos años.

**Elizabeth Shalom Daza Matamoros**

**Febrero de 2017**

## RESUMEN

El siguiente proyecto de grado plantea una estrategia política a implementar dentro del Estado Plurinacional de Bolivia con el fin de fortalecer el desarrollo del turismo en el país, formulando la siguiente prerrogativa:

*¿Cómo el proceso homogéneo de información turística en la gestión pública, la adopción de una sola línea gráfica de señalización y el desarrollo sostenible de los destinos turísticos en las rutas fundamentales del país, fortalecerá la promoción de esta actividad en los lineamientos estratégicos del plan nacional del Estado Plurinacional de Bolivia?*

La estrategia de esta investigación procura desarrollar una política pública de gestión de turismo para fortalecer el posicionamiento de la marca país “Bolivia te espera”, que mediante una uniforme información estratégica del desarrollo sostenible del turismo se pueda mejorar la calidad de vida de las comunidades constituidas en destinos turísticos.

Para lo cual se requiere diagnosticar el estado de señalización turística en los caminos troncales del país para proponer una línea gráfica en todos los destinos turísticos. Y así plantear al Estado Plurinacional de Bolivia una estrategia nacional de desarrollo sostenible del turismo, como parte de una política pública de promoción de esta actividad. Que fortalezca la exploración de los destinos comunitarios de turismo y así contribuir al desarrollo social y económico de esas poblaciones.

Ahora bien, dentro de la variable independiente se observa la ausencia de una línea gráfica de información turística. Y como variable dependiente se quiere proponer una estrategia de desarrollo sostenible de turismo en Bolivia.

Por otra parte, la estrategia o política pública a implementar, desarrolla la homogeneidad de una señaletica turística, además del fortalecimiento de nuevos destinos y promoción de los mismos, que logre posesionar o dar identidad a la idea de turismo en distintos lugares.

## INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
RESUMEN.....	iii
INDICE GENERAL .....	iv
INTRODUCCIÓN.....	vii

## Índice de Contenidos

CAPÍTULO I.....	1
CAMPO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1. Problema.....	2
2. Objetivos .....	4
2.1. Objetivo general.....	4
2.2. Objetivos específicos.....	4
3. Variables .....	4
4. Justificación .....	5
5. Marco Teórico.....	6
5.1 Paradigma y construcción teórica .....	7
5.2 La ciencia política, una disciplina .....	10
5.3 Estado.....	11
5.4 Política pública.....	13
5.5 La gestión pública.....	14
5.6 Desarrollo sostenible del turismo .....	15
5.7 Proceso de la comunicación .....	17
5.8 Señalización turística.....	20
5.9 Señalética turística .....	21
5.10Características.....	23
5.11Elementos de la señalética.....	23

6	Metodología .....	25
6.1	Estudio analítico .....	25
6.2	Estudio descriptivo.....	25
6.3	Tipo de investigación .....	25
6.4	Técnicas.....	25
6.5	Fuentes de investigación .....	25
6.6	Simulación del modelo del sistema turístico .....	26
	CAPÍTULO II .....	27
	LA SITUACIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA.....	27
1.	La imagen institucional del turismo en Bolivia .....	28
2.	El turismo e identidad nacional .....	28
3.	El turismo como industria .....	29
4.	El turismo y la economía .....	35
5.	Los destinos turísticos .....	36
6.	Clasificación de los sitios turísticos.....	37
	CAPÍTULO III .....	39
	ESTRATEGIA POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA PARA FORTALECER EL DESARROLLO DEL TURISMO .....	39
1.	La estrategia política del Estado Plurinacional de Bolivia .....	40
2.	Estrategia de desarrollo sostenible de los destinos turísticos .....	41
3.	La señalización turística en los caminos troncales del país .....	42
4.	Propuesta diseño de señalización.....	44
	CAPÍTULO IV .....	65
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	65
1.	Conclusiones .....	66
1.1.	En relación al problema.....	66
2.1.	En relación a los objetivos .....	66
2.	Recomendaciones .....	68
	Bibliografía .....	69
	ANEXOS .....	70

## Índice de Figuras

Figura 1: Enfoque de la estrategia turística.....	3
Figura 2: Los sujetos del turismo.....	6
Figura 3: Etapas del marco teórico.....	7
Figura 4: El camino de la investigación.....	8
Figura 5: Relación de los componentes de la investigación.....	8
Figura 6: El enfoque sistémico - la interdisciplinariedad.....	9
Figura 7: La relación de tres disciplinas.....	10
Figura 8: El Estado, según Weber.....	12
Figura 9: El modelo de la política pública.....	14
Figura 10: Apalancamiento y alianzas.....	16
Figura 11: El proceso de la información.....	18
Figura 12: El proceso de la comunicación.....	19
Figura 13: El sistemismo en la comunicación.....	20
Figura 14: Los componentes de una señalética.....	22
Figura 15: Sistema turístico.....	26
Figura 16: Lista de categorías de productos características del turismo y de industrias turísticas.....	30
Figura 17: Agencias de viaje y operadores turísticos de Bolivia.....	31
Figura 18: Gama de colores de señales turísticas.....	45
Figura 19: Galería de símbolos señalización turística.....	46
Figura 20: Propuesta Prototipo Galería de Símbolos.....	52
Figura 21: Propuesta prototipo de señalética principal.....	63

## INTRODUCCIÓN

El proyecto de grado es la estrategia política del Estado Plurinacional de Bolivia para fortalecer el desarrollo del turismo mediante la señalización y exploración de los destinos turísticos en el país tiene el propósito de presentar una contribución a esta actividad alternativa el progreso social y construcción de imagen de país.

El trabajo se realizó a partir de las observaciones directas, la participación en eventos, la revisión de documentos institucionales, reuniones técnicas y entrevistas con autoridades, operadores del turismo, especialistas y revisión de manuales de identidad corporativa de países latinoamericanos y europeos.

El contenido de la investigación responde a los principios y objetivos establecidos por la Universidad Boliviana<sup>1</sup>. Esos postulados definen el carácter de una modalidad de graduación y las exigencias teóricas, empíricas, metodológicas, descriptivas, entre otras que forman parte de la visión totalizadora del informe.

Se tomó en consideración la noción conceptual de que la gestión contemporánea en las entidades depende de un sólido posicionamiento de su imagen en la opinión de la sociedad y sus organizaciones a través de una apropiada y adecuada utilización de las herramientas de la comunicación, la ciencia política, la gestión pública, el campo internacional y naturalmente el turismo.

La propuesta tiene las siguientes fuentes de información:

- Los datos empíricos sobre la situación del turismo en Bolivia
- La gestión pública del Estado Plurinacional sobre el turismo en Bolivia.
- La visión que los operadores de lo turismo tienen sobre esta actividad
- La opinión de los turistas que visitan el país.

---

<sup>1</sup>. Estatuto Orgánico de la Universidad Boliviana. XI Congreso Nacional de Universidades. Régimen Académico Estudiantil.



El propósito del Proyecto de Grado es aportar a la creación de una estrategia política del Estado boliviano sobre la señalización de los destinos turísticos en función de la tipología clasificada por los organismos internacionales especializados en este campo de gran promoción a nivel global.

El complejo territorial del turismo en Bolivia es amplio y de reconocimiento por visitantes nacionales y extranjeros. Sin embargo, la señalización es aún débil en Bolivia esencialmente en aquellos destinos que no forman parte de los tradicionales como Tiwanacu, Copacabana, Samaipata, por señalar algún ejemplo.

Sin embargo, aún existen ausencias notables y los identificados para explicar la importancia del trabajo podemos señalar Ayo Ayo donde nació Tupac Katari y en la ruta que une La Paz a Oruro no existe una señal de este sitio histórico o en Sica Sica, pueblo natal de Bartolina Sisa.

El documento está organizado en su primer capítulo por los lineamientos del diseño de la investigación a partir de la definición del marco metodológico, la enunciación del problema, los objetivos, la justificación de la importancia de este trabajo, las fuentes de información y el método de la investigación.

En el segundo capítulo se propone el marco teórico desde la perspectiva de la ciencia política, la gestión pública, el campo internacional y el turismo como disciplinas científicas de las ciencias sociales. La argumentación teórica, los conceptos centrales que fundamentan el estudio son la estrategia política, la imagen institucional, los destinos turísticos, la creación de imagen, entre otros.

En el capítulo tercero está una descripción sobre la situación del turismo en Bolivia, el rol de las instituciones públicas, los operadores de turismo y la legislación y otros que forman parte de esta actividad.

En el capítulo IV está la propuesta con la presentación de los modelos de señalización, el uso de la señalética y la simbología que caracteriza al turismo de conformidad con los acuerdos internacionales sobre este tema.

Finalmente, se encuentran las conclusiones y recomendaciones emergentes del proyecto de grado.

**CAPÍTULO I**  
**CAMPO DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1. Problema

La investigación se inicia –según Gualberto Torrico<sup>2</sup>- con la *idea de un problema* que posteriormente, mediante el proceso de problematización y construcción del objeto de investigación, se estructura y formula el problema acerca de fenómenos, objetos, personas, instituciones o relaciones entre estas entidades.

Por su parte, Erick Torrico considera que “...en las ciencias sociales las tres dimensiones de la importancia de un problema –la *personal-subjetiva*, la *externa político-social* y la *teórica* respecto al cuerpo de conocimientos acumulados - pueden ser motivos igualmente válidos para la elección<sup>3</sup>.

Consecuentemente, el problema involucra al objeto de estudio seleccionado, que da origen a la investigación en busca de respuestas plausibles y contribuye a salvar un vacío en el conocimiento (Torrico G. , 2002), que en este caso es la señalización de los destinos turísticos en las carreteras del país y la adopción de una política pública de información.

A partir de la proposición del problema se identifican las categorías y conceptos de la ciencia política en interdependencia con la disciplina del turismo para argumentar de manera coherente la necesidad de una política de Estado sobre la promoción de los sitios atractivos para los visitantes a Bolivia.

En función de estos argumentos teóricos y empíricos, se visibilizan varios problemas, de ellos interesa en esta investigación el siguiente enunciado:

**¿Cómo el proceso homogéneo de información turística en la gestión pública, la adopción de una sola línea gráfica de señalización y el desarrollo sostenible de los destinos turísticos en las rutas fundamentales del país, fortalecerá la promoción de esta actividad en los lineamientos estratégicos del plan nacional del Estado Plurinacional de Bolivia?**

---

<sup>2</sup> Matrices de operacionalización. Una herramienta para la investigación en ciencias sociales. La Paz – Bolivia: Artes Gráficas Latina.

<sup>3</sup> Bartolini, Stefano (1988). Metodología de investigación política. Manual de Ciencia Política. España: Alianza Editorial.

### Ejes conceptuales del problema

Nociones conceptuales	<ul style="list-style-type: none"><li>- Gestión pública</li><li>- Línea gráfica</li><li>- Promoción</li><li>- Información turística</li><li>- Señalización</li><li>- Estrategia del desarrollo sostenible del turismo</li><li>- Exploración de los destinos turísticos</li></ul>
-----------------------	--

Fuente: Realización propia

El planteamiento de este problema condensa una relación de variables que permite la realización de la contrastación empírica de la investigación a partir de la adopción de una estrategia de información para el fortalecimiento de la actividad turística en el país.

En la siguiente ilustración se encuentran las nociones representativas de la investigación, las que guiarán el desarrollo del trabajo.

**Figura 1: Enfoque de la estrategia turística**



Fuente: Realización propia

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo general

Desarrollar una política pública de gestión de turismo para fortalecer el posicionamiento de la marca país “Bolivia te espera”, mediante una homogénea información estratégica del desarrollo sostenible del turismo para mejorar la calidad de vida de las comunidades constituidas en destinos turísticos.

### 2.2. Objetivos específicos.

- Diagnosticar el estado de señalización turística en los caminos troncales del país para proponer una línea gráfica en todos los destinos turísticos.
- Plantear al Estado Plurinacional de Bolivia una estrategia nacional de desarrollo sostenible del turismo, como parte de una política pública de promoción de esta actividad.
- Fortalecer la exploración de los destinos comunitarios de turismo para contribuir al desarrollo social y económico de esas poblaciones.

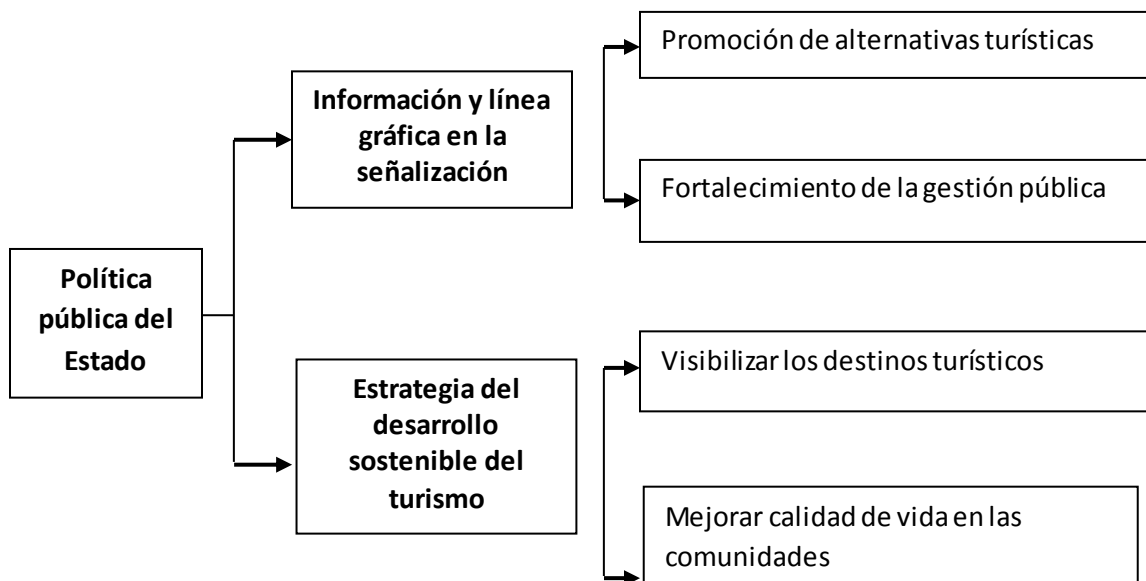
## 3. Variables

### 1.1. Variable independiente

Ausencia de una línea gráfica de información turística.

### 1.2. Variable dependiente

Proponer una estrategia de desarrollo sostenible de turismo en Bolivia



#### **4. Justificación**

La investigación se justifica porque responde a los lineamientos académicos que la Carrera de Ciencia Política y Gestión Pública ha adoptado en su perfil profesional con la vigencia de las distintas menciones, entre ellas, el campo internacional, dimensión desde la cual se promueve este proyecto con el fin de buscar efectos masivos en los turistas nacionales y extranjeros desde un enfoque interdisciplinar.

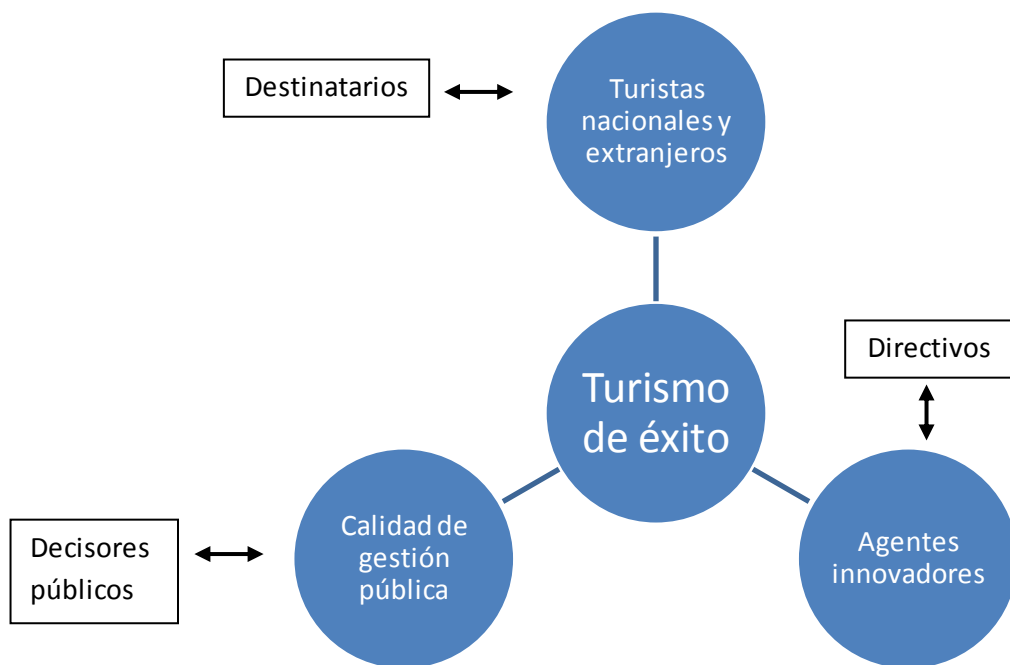
Se trata de una contribución de la Universidad al desarrollo nacional mediante la proposición de una estrategia política de alto impacto desde la perspectiva del turismo, un ámbito de conocimiento que merece su fortalecimiento a través de una homogénea señalización de los destinos mágicos del país.

Bolivia en su condición de un país diverso, multiétnico y plurinacional posee en su territorio una vasta riqueza en fauna y flora, medio ambiente, reservas naturales de la humanidad, sitios inexplorados y también pueblos atractivos aún sin un estatus de alta relevancia por la inexistencia de políticas más agresivas para situarlos en la agenda turística. Estas premisas invocan la proposición de una política pública nacional con el fin de fortalecer la presencia boliviana en las guías de promoción de destinos.

La puesta en marcha de este proyecto aliviará a la sociedad boliviana en general por la realización económica que genera el turismo. También beneficiará a los pueblos donde se encuentran productos maduros, en exploración o inéditos, por su enorme potencialidad de este sector alternativo en el país. En otros términos, la gente tendrá oportunidades para mejorar su calidad de vida.

El turismo se desarrolla en Bolivia en los emprendimientos empresariales, la participación del Estado mediante su estructura administrativa y otras iniciativas particulares. Frente a este panorama, es necesaria una metodología dinámica, integral y sistémica de trabajo que sea útil para los directivos de este campo, los decisores públicos y los destinatarios que buscan destinos concretos en un país.

**Figura 2: Los sujetos del turismo**



Realización propia

La construcción teórica es consustancial con los hechos empíricos a ser abordados durante el trabajo de diagnóstico, labor que representa la necesidad de diseñar un proyecto que signifique un aporte al desarrollo del turismo en todo el territorio nacional, donde existen destinos promisorios y exploración de pueblos atractivos.

## **5. Marco Teórico**

El Marco Teórico, trata categorías, conceptos, definiciones y modelos teóricos que argumentan teóricamente esta investigación, que son entre otros:

- Ciencia política
- Política pública
- Gestión pública
- Desarrollo sostenible del turismo
- Proceso de información
- Señalización turística

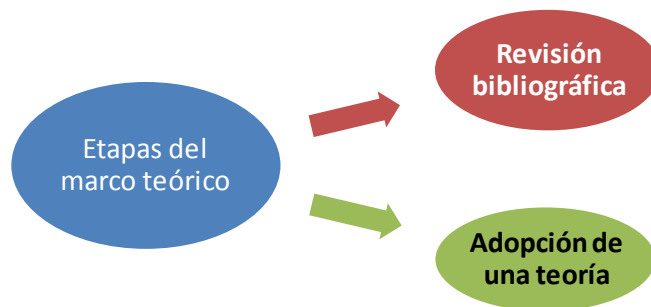
## 5.1 Paradigma y construcción teórica

El marco teórico es una de las etapas fundamentales de la investigación. Interviene en todo el proceso de producción de conocimiento en base a un horizonte epistemológico, capaz de guiar de forma coherente el desarrollo del trabajo académico de conformidad con la escuela de formación profesional o paradigma<sup>4</sup>.

Los estudiosos de este campo consideran que la construcción de un modelo teórico debe ser consustancial con la disciplina, en este caso la ciencia política y la gestión pública, campo teórico intrínseco de las ciencias sociales que se ocupa de los fenómenos políticos y los asuntos estatales.

Mario Bunge<sup>5</sup> (1989) considera que “Las teorías pueden construirse, remodelarse, reconstruirse lógicamente, aplicarse, destruirse y olvidarse. La construcción de una teoría científica es siempre la edificación de un sistema más o menos afinado y consistente de enunciados que unifica, amplía y profundiza ideas, las cuales en el estadio preteorético, habían sido más o menos intuitivas, imprecisas, esquemáticas e inconexas”.

**Figura 3: Etapas del marco teórico**



Fuente: Realización propia en base a Hernández Sampieri y otros.

---

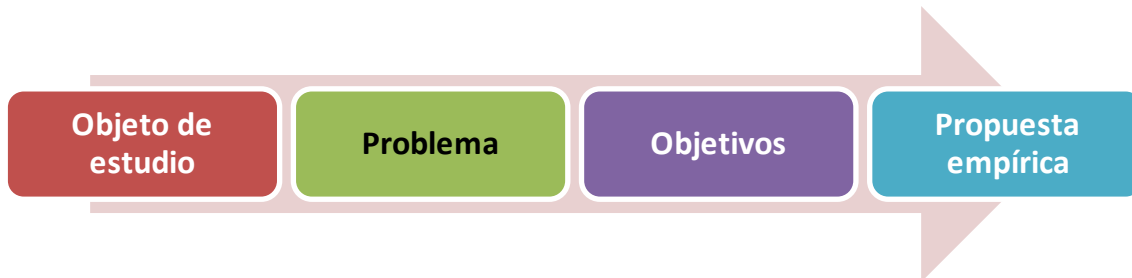
<sup>4</sup>El concepto de paradigma se explica como “realizaciones universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica”. Tiene leyes, teorías e instrumentos científicos (Kuhn, 1962).

<sup>5</sup>Mario Bunge es uno de los especialistas en el abordaje metodológico de la investigación científica, cuyos aportes constituyen hoy referentes indispensables para la elaboración de los trabajos de grado académico.



“El marco teórico es, en realidad, la base de inteligibilidad del problema de estudio, pues a partir de él queda definida la lógica desde la cual el investigador efectúa su acercamiento al objeto de análisis seleccionado y, asimismo, la posibilidad de que formule una propuesta interpretativa”, explica Torrico (1997)

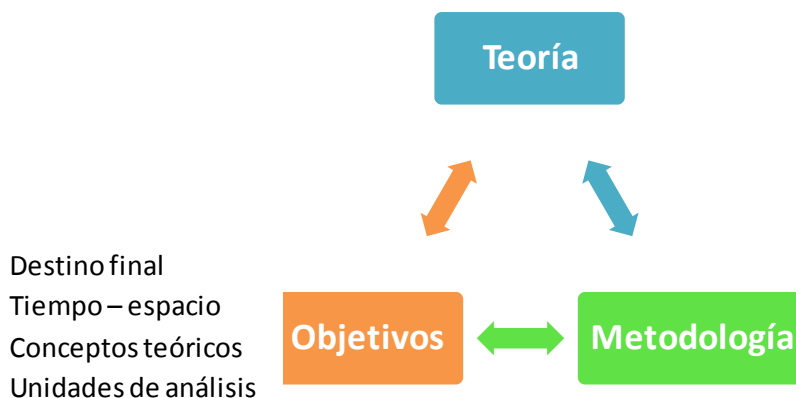
**Figura 4: El camino de la investigación**



Fuente: Realización propia en base a los teóricos de la investigación

El planteamiento teórico considera que los *objetivos de la investigación* son emergentes de un enfoque teórico, abordaje que al mismo tiempo es coherente con la metodología de la investigación, sea cuantitativa o cualitativa, que tiene la finalidad de asegurar la verificación empírica.

**Figura 5: Relación de los componentes de la investigación**



Fuente: Realización propia

Estos criterios guiarán el trabajo, investigación que adopta como paradigma el sistemismo, macroteoría que se caracteriza porque es un “sistema constituido por elementos que se hallan entre sí en relación funcional tal que se produce una interdependencia de acuerdo con un conjunto de reglas (Ferrater, 1979)”.

“El paradigma es la orientación general de una disciplina, que define el modo de orientarse y mirar aquello que la propia disciplina ha definido como su contenido temático sustantivo. En ciencias sociales conviven diversos paradigmas, que compiten en su modo de comprender sus disciplinas y problemas (Sautu & Boniolo, 2005).

El enfoque sistémico privilegia la interdisciplinariedad de una escuela, donde las áreas científicas comparten conocimiento para explicar los fenómenos políticos mediante la interacción, interrelación e interdependencia de los recursos conceptuales, las categoriales y las matrices.

Emilio Arriaga Álvarez del Centro de Innovación Desarrollo e Investigación Educativa (CIDIE) de la Universidad Autónoma del Estado de México considera que “la economía y la política tienden a autonomizarse y ya no se puede continuar pensando en dirigir una desde la otra. Además, los procesos sociales tienen una incidencia que va más allá de las fronteras nacionales, de tal modo que la sola pretensión de mantener aislado artificialmente a un sector de la sociedad mundial, es ingenua y sin perspectivas”

**Figura 6: El enfoque sistémico - la interdisciplinariedad**



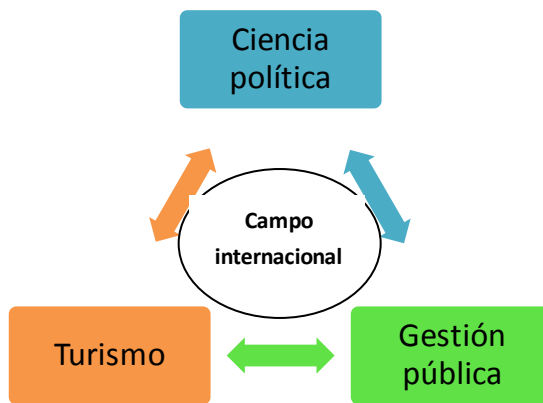
Fuente: Realización propia en base a los teóricos de este paradigma.

Este modelo teórico considera que las distintas disciplinas interactúan para construir conocimiento. En este caso, la ciencia política es interdependiente con el turismo y la gestión pública para llevar a cabo un proyecto de investigación que tiene la finalidad de

situar en los caminos del país señalizaciones, y, por otra parte, incorporar en la agenda los destinos turísticos de Bolivia.

La teoría toma en cuenta tres áreas de conocimiento, la ciencia política que se ocupa de los asuntos de poder, el Estado, las relaciones de poder, entre otros; la gestión pública, un campo que dedica sus preocupaciones a la eficiencia y eficacia de los asuntos de interés de la sociedad desde las esferas del Estado, y el turismo un ámbito de conocimiento que tiene la función de promover acciones de sitios de interés de públicos locales, nacionales e internacionales.

**Figura 7: La relación de tres disciplinas**



Fuente: Realización propia.

Estas reflexiones teóricas constituyen horizontes para argumentar de forma pertinente la construcción del objeto de estudio, el desarrollo de los alcances del problema de investigación, la explicación y contrastación empírica de los objetivos planteados y la proposición de la estrategia política del país en el campo del turismo.

## **5.2 La ciencia política, una disciplina**

En coincidencia con las contribuciones de estudios y teóricos de la politología, la ciencia política es una disciplina científica del campo de las ciencias sociales y tiene el propósito de estudiar, reflexionar y abordar objetos diversos centrados en los fenómenos políticos de una realidad nacional o internacional.

“La aparición y desarrollo de la politología como ciencia social se ha producido en mayor medida cuando el Estado liberal ha avanzado hacia formas liberal-democráticas” sostiene (Caminal, 2006), proposición que permite hacer uso de este concepto para

explicar la pertinencia del objeto de estudio, en este caso, el turismo como parte de las preocupaciones públicas.

“La política está presente en todos los ámbitos de la vida económica, social y cultural, en el dominio de lo público y, también, en el de lo privado” agrega Caminal cuando trata el alcance de la disciplina en su función de socializar su ámbito de acción en todas las áreas de la actividad de una sociedad, “pero se manifiesta de forma distinta en cada una de ellos” (Caminal, 2006).

El turismo como hecho público es consustancial con la ciencia política en el campo estricto de la gestión pública, por cuanto la estructura de un gobierno toma decisiones que influyen en la práctica concreta de las políticas para desarrollar, fortalecer y reproducir una ocupación que merece potenciamiento.

### **5.3 Estado**

El Estado es una institución política que condensa el campo de poder, interactúa con la sociedad civil y tiene la responsabilidad de promover la gestión pública para garantizar la realización de las actividades en todos los órdenes de la vida de un país, una nación, un territorio.

Desde la ciencia política es coherente manejar un enfoque teórico de esta dimensión para comprender con claridad que una política pública depende de la autoridad de un Estado y de su naturaleza. La factibilidad de un proyecto está condicionada a la voluntad política de quienes ejercen el poder en un determinado momento histórico.

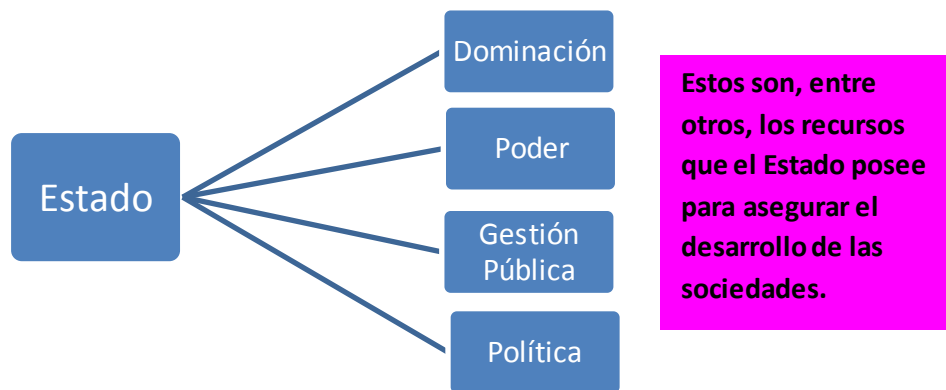
La conceptualización del Estado se ha desarrollado desde las primeras formas de organización de la sociedad. Ya Aristóteles en su libro *La política* crea definiciones sobre la estructura estatal, Maquiavelo en *El príncipe* propone un concepto realista y aconseja hasta el día de hoy la función de esa institución en la sociedad moderna y los contemporáneos han aportado conceptos que responden a identidades y enfoques paradigmáticos o corrientes teóricas.

En la misma dimensión, la democracia como sistema político es consustancial a la naturaleza del Estado. El poder emergente del pueblo, o mejor dicho, del ciudadano es una categoría teórica y empírica que goza de la misma longevidad que su inseparable sujeto político, el Estado.

Con el propósito de profundizar el sentido conceptual de esta categoría, el sociólogo Max Weber (1967) sostiene que “El Estado, como todas las asociaciones o entidades políticas que históricamente lo han precedido, es una relación de dominación de hombres sobre hombres, que se sostiene por medio de la violencia legítima (es decir, de la que es considerada como tal). Para subsistir necesita, por tanto, que los dominados acaten la autoridad que pretenden tener quienes en ese momento dominan”.

“Toda empresa de dominación que requiera una administración continuada necesita, por una parte, la orientación de la actividad humana hacia la obediencia a aquellos señores que se pretenden portadores del poder elegido y, por la otra, el poder de disposición, gracias a dicha obediencia, sobre aquellos bienes que, en su caso, sean necesarios para el empleo del poder físico: el equipo de personal administrativo y los medios materiales de la administración” agrega.

**Figura 8: El Estado, según Weber**



Fuente: Realización propia en base a la contribución de Weber.

En esta investigación, naturalmente, la construcción conceptual del Estado será a partir de la ciencia política, por tanto, instancia de poder, dominación, hegemonía, gestión pública, coerción, entre otras dimensiones. Además, se recuperará las clásicas definiciones de comunidad social, organización política, territorio, población, órganos de gobierno, soberanía, independencia y autodeterminación.

Estas reflexiones rodean la importancia del rol del Estado en la construcción de las orientaciones generales para definir las políticas públicas de un país, en función de las necesidades y posibilidades que tiene para promover opciones, en este caso, el turismo nacional.

“Como organización relacionada con un entorno, las administraciones públicas deben estar normativamente abiertas a la realidad político-social. Ello es así porque la administración es una organización llamada a cumplir metas y objetivos políticos guiados por lo que se ha llamado el “interés general” o “interés público” (Caminal, 2006).

Por tanto, la adopción de una política pública es consustancial con el tipo de Estado que tiene dominio en el país. En este caso, el Estado Plurinacional de Bolivia que ha reconfigurado la organización pública de los ministerios y sus instancias para la gestión de los intereses de la sociedad.

#### **5.4 Política pública**

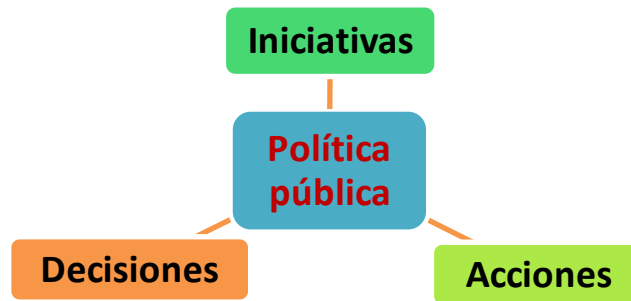
Las políticas públicas son "el conjunto de sucesivas iniciativas, decisiones y acciones del régimen político frente a situaciones socialmente problemáticas y que buscan la resolución de las mismas o llevarlas a niveles manejables", considera el estudioso colombiano Carlos Salazar (1999).

En ese horizonte teórico, los gobiernos adoptan “políticas públicas” como medio para responder a necesidades socialmente útiles y que constituyen una oportunidad para promover el desarrollo mediante ese núcleo de acción estatal, de acuerdo a las demandas visibles en la sociedad.

El turismo sostenible es un asunto que merece ser jerarquizado a política pública en el contexto de los postulados “Bolivia te espera”, en una relación bilateral entre las iniciativas estatales y la innovación de los sectores privados que trabajan en la promoción de los destinos nacionales.

“Consecuentemente, se puede entender lo público como aquello que afecta a los demás, lo que es de interés común o colectivo, con lo cual se diferencia de lo privado, donde el interés individual es lo que prima. Así, se podría definir un problema público como una situación que afecta negativamente a los demás, perjudica el bienestar de la población, lesiona algún aspecto de la vida de los ciudadanos... y de ahí se desprende que es necesaria la intervención del Estado para la solución de esa inequidad, pues ni los individuos, ni los conglomerados lo pueden hacer por sus propios medios”, agrega Salazar.

**Figura 9: El modelo de política pública**



Fuente: Realización propia en base al desarrollo teórico

Esta premisa significa el apalancamiento de ambos sujetos activos para impulsar el desarrollo sostenible del turismo, sin cuya participación no es posible un camino promisorio en ese campo que genera recursos para las comunidades, empleo especializado y aficionado, efectos colaterales en los servicios de alimentación, alojamiento, salud, entre otras ventajas.

Salazar sostiene que “las políticas públicas son el resultado de toda “una red de decisiones” tomadas por numerosos y diversos actores: individuos, instituciones, partidos políticos, grupos comunitarios, conjuntos de asociados... etc., en un intrincado proceso de construcción y mediación social entre el Estado y los diferentes actores de la sociedad”.

El turismo forma parte de una red de decisiones, intervienen actores públicos y privados, participan las comunidades, se organizan en torno a sus potencialidades como destino atractivo para visitantes nacionales o extranjeros, las instituciones estatales aprueban normas que se conocen como políticas públicas y existen otras nociones que fortalecen la propuesta.

### **5.5 La gestión pública**

Los procesos contemporáneos de modernización de la gestión pública inciden con fuerza en la cultura política de las sociedades, mediante el estímulo a la participación de los actores sociales en la definición de las políticas estatales con impacto en la calidad de vida de los ciudadanos.

“La nueva gestión pública persigue la creación de una administración eficiente y eficaz, es decir, una administración que satisfaga las necesidades reales de los ciudadanos al menor coste posible, favoreciendo para ello la introducción de mecanismos de competencia que permitan la elección de los usuarios y a su vez promuevan el desarrollo de servicios de mayor calidad. Todo ello rodeado de sistemas de control que otorguen una plena transparencia de los procesos, planes y resultados, para que por un lado, perfeccionen el sistema de elección, y, por otro, favorezcan la participación ciudadana” explica Isabel García (2007).

Bajo esta reflexión, la gestión pública boliviana tiene la responsabilidad de generar procesos transparentes de adopción de una política estatal de turismo con planes concretos de trabajo y búsqueda de resultados con impacto social en todo el territorio nacional.

García propone como objetivo que el sector público opere en aquellas áreas donde no exista un proveedor más adecuado y lo realice de forma eficiente y eficaz. “Para ello, compite o colabora con el sector privado, allí donde es posible, con el objetivo de satisfacer las necesidades públicas, otorgándoles a sus ciudadanos un papel cada vez más activo en el campo público” (García, 2007).

La idea es concurrente con el planteamiento de este trabajo cuando aborda el turismo como un hecho público en coordinación con los operadores privados que tienen experiencia en la gestión de esta labor promisorio por la generación de recursos por la explotación de los sitios atractivos para los nacionales y extranjeros.

## **5.6 Desarrollo sostenible del turismo**

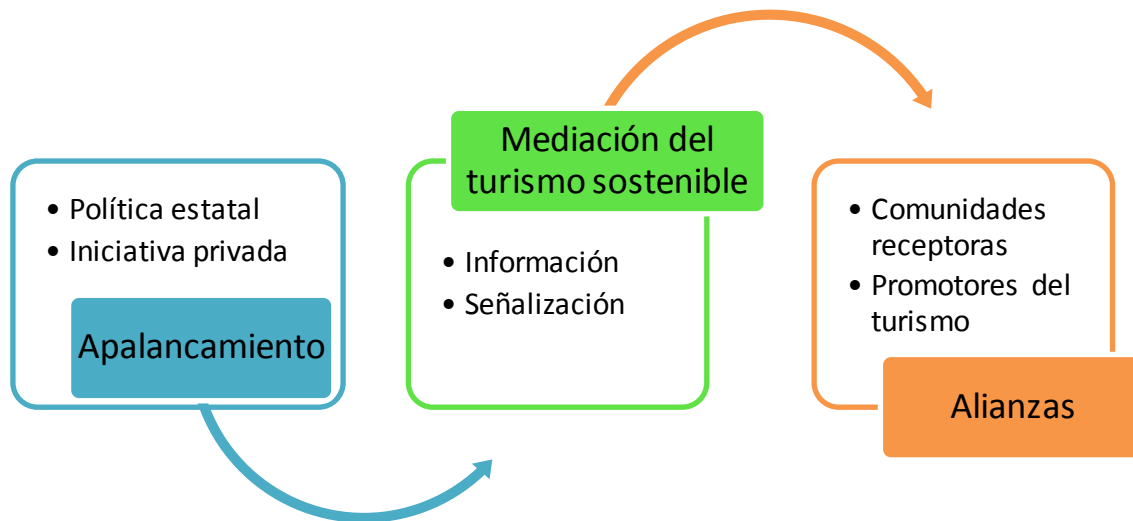
La concepción teórica del turismo sostenible fue adoptada en la Conferencia Mundial de la ONU sobre este ámbito internacional realizada en Lanzarote, Islas Canarias, España, en abril de 1995, porque el turismo como fenómeno de alcance mundial implica las más altas y profundas aspiraciones de los pueblos para su progreso social, económico y político.

La Conferencia organizada por las Naciones Unidas (1995) reconoce la necesidad de desarrollar un turismo que satisfaga las expectativas económicas y las exigencias ambientales, que no sólo sea respetuoso con la estructura socioeconómica y física de cada destino, sino también con las poblaciones receptoras que tienen la necesidad de



establecer alianzas eficaces entre los principales actores que participan en la actividad turística, con el fin de forjar la esperanza de un turismo más responsable con el patrimonio común.

**Figura 10 : Apalancamiento y alianzas**



Fuente: Realización propia en base a la declaración de Lanzarote

El apalancamiento significa apoyarse entre el Estado a través de Boliviana de Turismo (BOLTUR), mediante el programa Bolivia te espera y las iniciativas privadas que hacen emprendimientos turísticos en el país. En otros términos es la conjunción de esfuerzos en una dirección para alcanzar resultados mucho más fructíferos en el camino de esta actividad.

Mientras que las alianzas son sinergias entre las comunidades receptoras de visitantes y las empresas promotoras del turismo en sus distintas formas de realización. Esta acción conjunta permite un trabajo único que no dispersa fuerzas para encarar proyectos rentables y de largo plazo para los participantes de la empresa.

Apalancamiento y sinergia son componentes consustanciales que se desarrollan a través de una adecuada e inteligente mediación de mensajes construidos en la señalización de los destinos turísticos y la política de información de esas rutas atractivas para los turistas.

Las ideas centrales de esta proposición se condensan en el cuidado de la calidad ambiental, el respeto a las condiciones culturales de cada destino y proponer un turismo que respete el patrimonio común de los sitios que forman parte de la agenda permanente de visitas.

En la misma dimensión, se entiende por sostenible que el destino turístico soporte en el largo plazo las exigencias de los turistas, que el comportamiento de los anfitriones sea ético de conformidad con el capital natural y cultural, esencialmente en sitios históricos que merecen un trato de alto cuidado por su valor intangible para la humanidad.

“La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible, así como el fomento de la diversificación de los productos turísticos, constituyen una garantía de estabilidad a medio y largo plazo. Para perseguir este fin, es necesario asegurar y reforzar de forma activa la cooperación regional, particularmente en el caso de la pequeñas islas y áreas de mayor fragilidad ecológica”, sostiene la Conferencia.

### **5.7 Proceso de la comunicación**

La teoría de la comunicación significa el intercambio de mensajes entre el emisor y el receptor sobre algún tema de interés común. La trayectoria de esta disciplina es densa y amplia por su importancia para el desarrollo de las sociedades, según los autores que trabajan este campo de conocimiento.

La comunicación es de interés público, la sociedad moderna fundamenta su cotidianidad en esta actividad, las personas de este tiempo necesitan datos urgentes para tomar decisiones, los turistas acceden a fuentes especializadas para emprender hacia sus destinos.

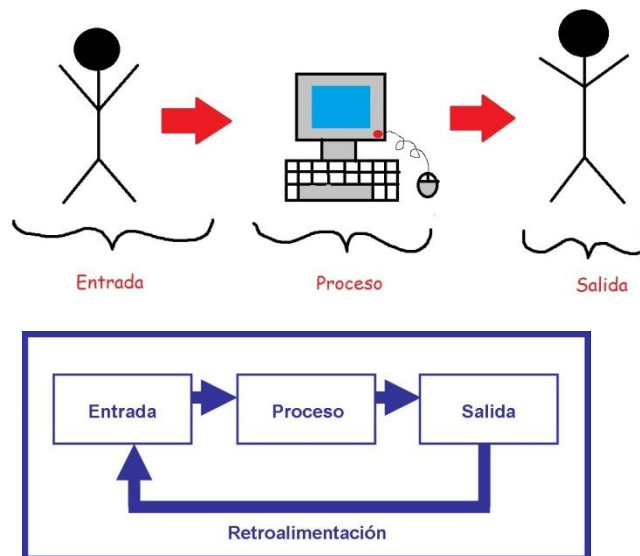
Es importante hacer una distinción. La comunicación es horizontal, bilateral, democrática, entre otras características, mientras que la información es unidireccional, unilateral y muchas veces vertical; sin embargo, ambos conceptos pertenecen a un mismo ámbito de estudio.

En realidad esta teoría se construyó en base a los aportes de teóricos que privilegiaron la información, sólo después de varias décadas se llegó al convencimiento de

transformar esta disciplina en comunicación, porque es más amplia, transversal y atraviesa todo el tejido social.

Claude Shannon (1948), uno de los teóricos estadounidenses más influyentes sobre esta categoría sostiene “que los problemas que han de estudiarse en un sistema de comunicación tienen que ver con la cantidad de información, la capacidad del canal de comunicación, el proceso de codificación que puede utilizarse para cambiar el mensaje en una señal y los efectos del ruido”.

**Figura 11: El proceso de la información**



Fuente: Modelo teórico unidireccional de la información

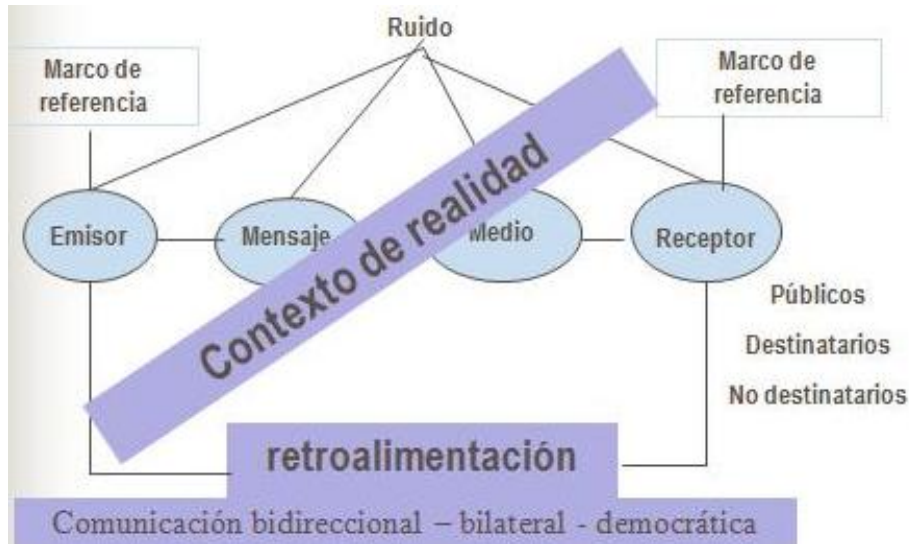
El sentido de la información tiene su trayectoria que se inicia en el emisor (entrada), quien elabora el mensaje y luego transmite por un medio (una computadora donde se procesan los datos) hacia destinatarios o receptores (salida) organizados en intereses comunes, en este caso, los interesados en los destinos turísticos de un país.

En las condiciones prácticas de este tiempo, la información es un conjunto de datos que se almacena en un medio de comunicación, que puede ser una plataforma web, con acceso libre para quienes tienen interés acerca de algún tema para tomar decisiones en base a ese apoyo formal.

“Es por esto que es dable afirmar que la comunicación es un elemento estructural de la sociedad, en el entendido de que constituye un “cemento” de la trama inter-individual

por el cual aquélla es conformada. Este *factum* puede ser traducido axiomáticamente en el aserto de que no hay sociedad sin comunicación (o a la inversa)” (Torrice E. , 2004).

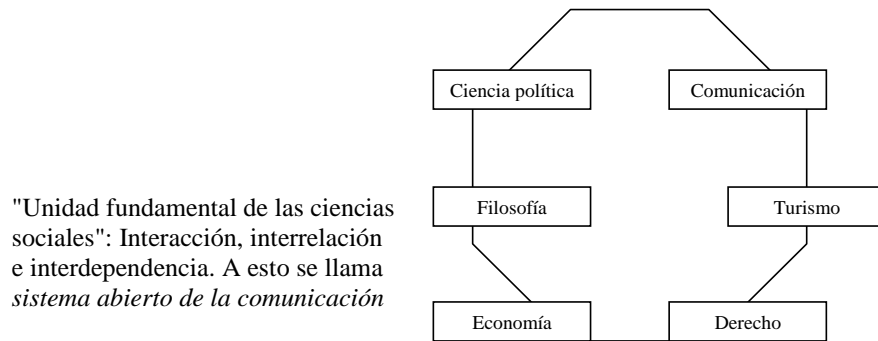
**Figura 12: El proceso de la comunicación**



Fuente: Modelo teórico de Iván Miranda en la materia de Comunicación Política.

La comunicación desde el enfoque del sistemismo es totalidad, donde la interacción entre las partes que lo componen se constituye en sinergias, un rasgo generador de resultados distintos que la simple suma de las partes, según Torrico. Él considera que “todo sistema es tal en la medida en que mantiene un nivel de equilibrio, de organización, que sin embargo está permanentemente amenazado –en particular en el caso de los sistemas cerrados- por la entropía o tendencia a la desintegración” (Torrice E. , 2004).

**Figura 13: El sistemismo en la comunicación**



Fuente: Realización propia en base a los aportes de los teóricos del sistemismo

Desde el horizonte estricto de la ciencia política en interacción con el campo del turismo, el sistemismo permite a ambas disciplinas interrelacionarse para promover una política pública sobre el turismo, una industria nacional e internacional que se desarrolla actualmente bajo el enfoque de sostenibilidad y calidad ambiental.

Estas premisas guiarán el desarrollo de la investigación, en un contexto político, económico y social que aparece como una oportunidad para fortalecer los tradicionales destinos turísticos y explorar nuevas rutas en las comunidades donde existe un potencial inconmensurable para esta actividad.

### **5.8 Señalización turística**

A partir de los aportes especializados en este campo, la señalización se define como la capacidad de convencer a los clientes sobre el valor y la calidad de los productos mediante una estrategia de información creíble para modelar una política pública de conformidad con los intereses que una empresa, entidad o país adopta acerca de un asunto concreto.

La señalización es el conjunto de señales difundidas en espacios públicos para promover y normalizar el flujo de personas hacia sitios de conformidad con la imagen del entorno que rodea el destino, motivo de esta actividad especializada y de uso por las entidades públicas y privadas.

“El diseño de los elementos de la señalización busca la funcionalidad de la información ofrecida, por estos, con aplicaciones a la empresa, mobiliario urbano,

complejos residenciales, complejos industriales, (complejos turísticos), etc. Sus formas, pictogramas y leyendas deberán tener en cuenta el lugar donde se ubican y a quien van dirigidos (Quintana, 2010)”

	
<p>En el Municipio de San Buenaventura, trópico de La Paz</p>	<p>En el Departamento de Oruro, el majestuoso Sajama en plena cordillera de Los Andes</p>

Fuente: Imágenes tomadas de internet.

Ambas imágenes son un testimonio de las diferencias en el manejo de la línea gráfica de información. La señalización turística en Bolivia no guarda los estándares adoptados por la comunidad internacional y tampoco tiene una línea gráfica que estandarice la información acerca de los atractivos turísticos, su acceso y los servicios disponibles en cada destino.

El enfoque teórico de la señalización considera que el visitante nacional o extranjero debe encontrar información que facilite su desplazamiento, mediante mensajes que caractericen la imagen del país, el grado de satisfacción de la demanda, buena visibilidad de simbología universal y de fácil comprensión.

El sentido de esta actividad es crear un sistema nacional de señalización uniforme y efectivo para facilitar la adopción de simbología en su material promocional e informativo así como en las infraestructuras y servicios de sus instalaciones, servicios y atractivos en el itinerario turístico del país.

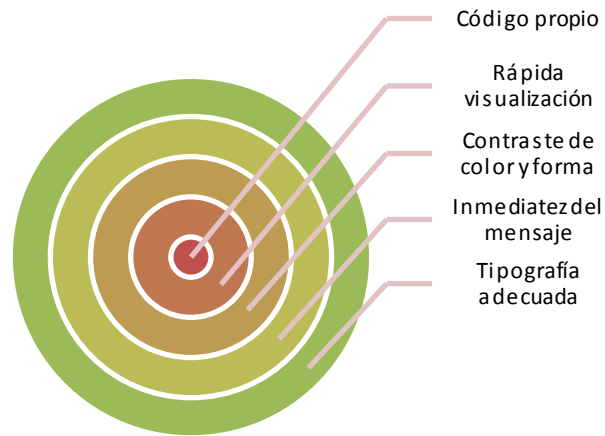
### 5.9 Señalética turística

La señalética es una técnica comunicacional que utiliza señales, símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos expuestos en un espacio público para facilitar a los usuarios el acceso fácil y rápido a los servicios mediante el manejo de información clara, precisa,

concreta y directa. Los teóricos recomiendan que son puntos de referencia para ubicarse en un lugar y recordar para no perderse.

Los destinatarios reciben un impacto directo del mensaje. Ese mensaje elaborado por un especialista en diseño gráfico tiene la finalidad de crear la identidad corporativa de la entidad, la actividad, la empresa o un servicio; en este caso concreto, el turismo en Bolivia que necesita una imagen pública homogénea y una marca corporativa.

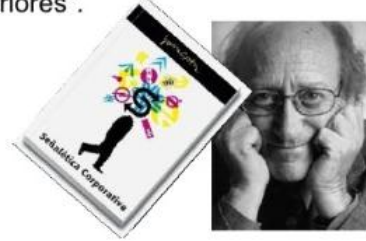
**Figura 14: Los componentes de una señalética**



Fuente: Realización en base a la teoría de la señalética

Joan Costa define a la señalética como “...una disciplina de la comunicación ambiental y la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios”. Esta actividad brinda información útil a las personas o grupos sociales para ubicar los destinos, recorrerlos y acceder a sus atractivos (Costa, 2007).

El término señalética fue acuñado hace 20 años por Joan Costa, sociólogo, diseñador, investigador y metodólogo, y uno de los fundadores europeos de la Ciencia de la Comunicación Visual. Entonces definió la Señalética como “la parte de la comunicación visual que se ocupa de los sistemas de información para guía y orientación del público en espacios interiores”.



En otros términos, esta especialidad forma parte de la identidad de una entidad o empresa para señalar de forma accesible, organizada, localizada y identificada el sitio específico de un atractivo, en este caso, el turismo sostenible en Bolivia. El lenguaje debe ser de universal comprensión.

### 5.10 Características<sup>6</sup>

**“Finalidad:** organizar. Deben ser legibles.

**Funcionamiento:** el mensaje debe ser automático, preciso e instantáneo.

**Orientación:** las señales se fundamentan en su carácter informativo y didáctico.

**Procedimiento:** el mensaje es estrictamente visual, con imágenes, símbolos o signos de fácil reconocimiento.

**Código:** se emplea el lenguaje de signos simbólicos estilizados y sencillos.

**Lenguaje Icónico:** las señales se desarrollan en un ámbito de reconocimiento universal, con el fin de evitar la desinformación o la ambigüedad.

**Presencia física:** Han de ser discretas pero visibles y deben distribuirse de manera puntual en los lugares necesarios”.

### 5.11 Elementos de la señalética

La señalética como técnica especializada en la identidad e imagen recomienda el uso de las letras en minúscula por su fácil reconocimiento por un público, cuya formación es la

---

<sup>6</sup> Explicación teórica cuya fuente es: [sistemamid.com/panel/uploads/.../2014-05-05\\_07-58-4199634.pdf](http://sistemamid.com/panel/uploads/.../2014-05-05_07-58-4199634.pdf)



básica. Además su uso homogéneo y estandarizado permite a los destinatarios recordar los mensajes con facilidad<sup>7</sup>.

5.11.1 **“Tipografía:** Tamaño de la letra, grosor, contraste, legibilidad, morfología de espacio, iluminación, identidad corporativa e imagen de marca.

5.11.2 **Pictogramas:** son signos que representan símbolos, objetos reales o figuras. Deben tomarse aquellos que sean más pertinentes desde lo semántico, sintáctico y pragmático. La idea es ser lo más esquemáticos posibles, exponiendo lo más esencial, particular y característico para que el usuario genere una síntesis mental de la información brindada y pueda reservarla en su memoria visual.

5.11.3 **Código cromático:** el uso de colores para diferenciar zonas, recorridos, plantas de edificios, puede constituir un código más desarrollado, una extensión del sistema señalético que lo complementa”.

Estos criterios teóricos guiarán la realización de esta investigación desde el campo de la ciencia política en interacción con el turismo y otras disciplinas de las ciencias sociales, criterios que tendrán la capacidad de validar de forma empírica este trabajo de grado.

Con el propósito de mantener la política coherencia con la política nacional de turismo, se ajustará el manejo de la línea gráfica establecida en el “Manual de señalización turística” del Estado Plurinacional<sup>8</sup> y los lineamientos establecidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT)<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Conceptos adoptados de la revista virtual “Comunicólogos”. <http://www.comunicologos.com/>

<sup>8</sup> En Bolivia, la Secretaría Nacional de Turismo (1997) elaboró el documento “Metodología para la Señalización Turística”, que otorgó las bases técnicas de lo que en un futuro debería constituir un sistema nacional de señalización que apoye la actividad turística en el país.

<sup>9</sup> “La Organización Mundial del Turismo (OMT), entidad encargada de orientar la actividad turística en el ámbito mundial, contempla entre sus objetivos el coadyuvar en la promoción y otorgar las facilidades para el desarrollo del turismo extranjero, superando los límites de un lenguaje universal, para lo cual recomienda la utilización de signos y símbolos adecuados en identificar los atractivos y servicios turísticos. Bajo esos parámetros, en diferentes partes del mundo se inició el proceso de crear un conjunto estándar de instrumentos para el uso de organizaciones públicas y privadas turísticas, situación que contribuyó a la identificación de los lugares y sitios de interés para los visitantes y los propios pobladores. En Latinoamérica, la importancia de manejar una simbología turística, fue una de las principales preocupaciones para los países que reciben considerables flujos turísticos, tales como: México, Puerto Rico, Perú, Brasil, Argentina y Colombia, lo cual promovió a la elaboración de criterios metodológicos uniformes para la implementación de señales turísticas, muchas de ellas con resultados exitosos”. La señalización turística de Bolivia 2011.

## **6 Metodología**

La metodología (Criales & Torrico, 2014) significa un camino hacia el conocimiento, proceso mediante el cual se recopila toda la información relevante y fidedigna para entender, verificar, probar y comprobar una teoría, un hecho o un fenómeno desconocido.

Para obtener una buena labor de investigación se utilizará dos tipos de estudio: el analítico y el descriptivo.

### **6.1 Estudio analítico**

Este tipo de método científico se propone la comprobación o el descubrimiento de una relación de hechos a partir de un trabajo de separación de las partes para explicar el fenómeno, motivo de este trabajo (Criales & Torrico, 2014).

### **6.2 Estudio descriptivo**

El estudio descriptivo es la medición de situaciones y eventos de los fenómenos políticos desde la perspectiva de la Ciencia Política. (Criales & Torrico, 2014)

### **6.3 Tipo de investigación**

Se utilizará la investigación cualitativa, ya que esta intenta acercarse al conocimiento de la realidad social, a través del estudio de las percepciones, las actitudes, las prácticas de los actores. Su objetivo está enfocado en el acto de comprender y en las formas de intervenir. Las técnicas a utilizar dentro de este tipo de investigación son: la entrevista, la observación, análisis de contenido, estudio de los discursos y los grupos focales (Criales & Torrico, 2014).

### **6.4 Técnicas**

Existen diversas técnicas de investigación y dentro de este proyecto se utilizarán las siguientes: la entrevista y la observación.

### **6.5 Fuentes de investigación**

Libros, memorias anuales, boletines y publicaciones turísticas de las siguientes instituciones:

Ministerio de Culturas

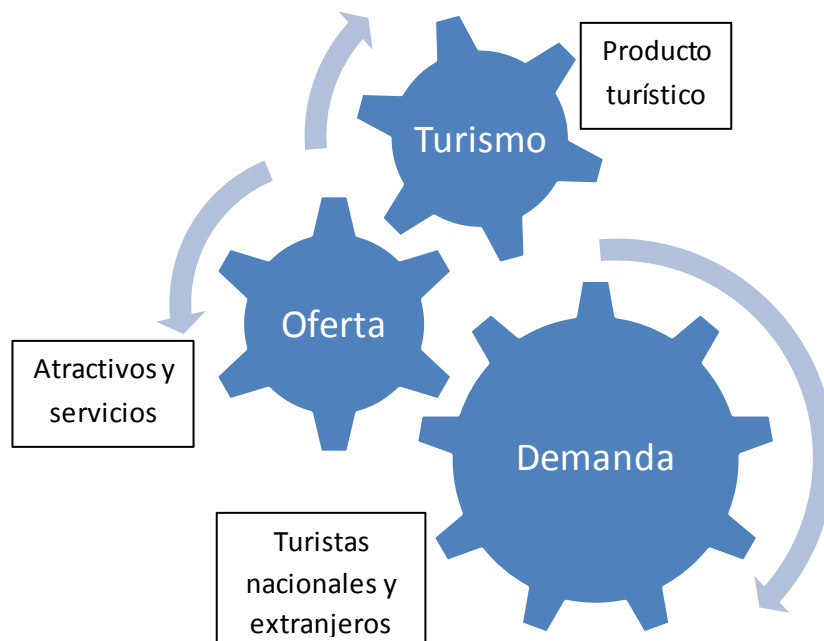
Vice-ministerio de Turismo  
Boliviana de Turismo  
Agencias de turismo  
Gobernaciones  
Municipios

Otras fuentes de investigación son:

Bibliografía  
Entrevistas a especialistas en turismo  
Entrevistas a operadores de turismo  
Entrevistas a funcionarios estatales de turismo  
Periódicos  
Páginas web

## 6.6 Simulación del modelo del sistema turístico

**Figura 15: Sistema turístico**



Fuente: Sistema turístico (Gunn, 1994)

**CAPÍTULO II**  
**LA SITUACIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA**

## **1. La imagen institucional del turismo en Bolivia**

El turismo en Bolivia se convierte en uno de los motores del desarrollo socioeconómico del país, por el cual el Viceministerio Turismo dependiente del Ministerio de Culturas y Turismo desarrolla estudios y estrategias para potenciar esta actividad.

La imagen institucional del turismo en Bolivia ha ido mejorando en los últimos años, la importancia de este rubro se hace notoria al ser una industria de transformación que se apoya en el Artículo 337 de la Constitución Política del Estado, donde se establece que esta es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo que tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente, debiendo el Estado promover y proteger el turismo comunitario con el objetivo de beneficiar a los pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianos.

En base a este precepto se origina la Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera” Nro. 292 que se ha constituido en un instrumento esencial capaz de orientar la búsqueda del bienestar común, conocimiento y valoración de la identidad plurinacional, equidad, redistribución, solidaridad y desarrollo para todos los habitantes del territorio nacional. Además procura establecer mecanismos orientados a promocionar la magnificencia del territorio boliviano, lo que se constituye en el elemento fundamental y la oportunidad para despertar el interés del mundo por conocer y aprender de Bolivia a través del turismo.

## **2. El turismo e identidad nacional**

Según la OMT (Organización Mundial de Turismo) 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 o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*.

Ahora bien, la OMT señala tres diferentes formas de turismo:

1. Turismo doméstico: refiriéndose a residentes visitando su propio país.
2. Turismo receptivo: refiriéndose a no residentes procedentes de un país determinado;

### 3. Turismo emisor: residentes del propio país que se dirigen a otros países.

El turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Ahora bien, en el ámbito nacional al turismo se le da importancia en el año 1930, durante la presidencia de David Toro, creando el primer ente oficial del turismo en Bolivia, que tenía como objetivo velar por el cuidado de los atractivos turísticos, su difusión y apoyo a los exploradores que arriban al país. (Chopitea Chávez, 2010). Ya en la época de los 40 Darios Morgan da inicio al turismo organizado, creando la primera empresa de viajes Crillon Tour.

Actualmente en el país mediante la ley Nro. 292, ley general de turismo “Bolivia te espera” se está desarrollando mucho mejor la identidad del turismo como tal, ya que se quiere establecer los mecanismos orientados a promocionar la magnificencia del territorio boliviano, lo que se constituye en el elemento fundamental y la oportunidad para despertar el interés del mundo por conocer y aprender de Bolivia a través del turismo.

### **3. El turismo como industria**

La OMT define a las industrias turísticas como aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo, que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

- a. El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).
- b. El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a

la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes.

**Figura 16: Lista de categorías de productos característicos del turismo y de industrias turísticas.**

Productos	Industrias
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua	5. Transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte	7. Alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reservas	8. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas
9. Servicios culturales	9. Actividades culturales
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Actividades deportivas y recreativas

- |   |   |
|---|---|
| 11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país    | 11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país |
| 12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país | 12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país.              |

Fuente: tabla elaborada por la OMT, Entender el Turismo: glosario básico.

En Bolivia el desarrollo del turismo como industria ha abierto puertas a diversas empresas que se han dedicado al rubro. Se puede observar que está integrado por actores públicos y privados. Dentro del sector público el mayor representante es el Viceministerio de Turismo y en la parte privada se encuentran grupos empresariales que operan con esta actividad.

Entre esos se encuentran los que se dedican al servicio de hospedaje, alimentación y transporte. En 1990 se organiza y regula este campo por medio de la Cámara Nacional de Operadores de Turismo. Los datos del Viceministerio de Turismo señalan hasta el 2012 la existencia de 1303 agentes y operadores establecidos a nivel nacional.

**Figura 17: Agencias de viaje y operadores turísticos de Bolivia**

Departamento	Agencias y operadores turísticos	
	Número	Porcentaje
La Paz	370	28,40%
Santa Cruz	256	19,65%
Cochabamba	202	15,50%
Chuquisaca	59	4,53%



Potosí	275	21,11%
Oruro	16	1,23%
Tarija	55	4,22%
Beni	56	4,30%
Pando	14	1,07%
<b>Total Bolivia</b>	<b>1303</b>	<b>100%</b>

Fuente: documento Estimación de Universos Estadísticos del sector Turismo 2013.

En el Departamento de La Paz están funcionando, de acuerdo a los datos de 2013, 370 operadores, de los cuales 336 pertenecen a la ciudad de La Paz, de conformidad con la siguiente tabla.

Departamento	Municipio	Cantidad	Porcentaje
La Paz	Batallas	1	0,08%
	Copacabana	14	1,07%
	Coroico	1	0,08%
	El Alto	11	0,84%
	La Paz	336	25,79%
	Mecapaca	1	0,08%
	Puerto Perez	1	0,08%
	San Buena Ventura	3	0,23%

	Tiahuanacu	2	0,15%
	<b>Total La Paz</b>	<b>370</b>	<b>28,40%</b>
Santa Cruz	La Guardia	2	0,15%
	Montero	1	0,08%
	Puerto Quijarro	3	0,23%
	Samaipata	4	0,31%
	San José de Chiquitos	2	0,15%
	Santa Cruz	244	18,73%
	<b>Total Santa Cruz</b>	<b>256</b>	<b>19,65%</b>
Cochabamba	Cochabamba	202	15,50%
	<b>Total Cochabamba</b>	<b>202</b>	<b>15,50%</b>
Chuquisaca	Camargo	1	0,08%
	Sucre	58	4,45%
	<b>Total Chuquisaca</b>	<b>59</b>	<b>4,53%</b>
Potosí	Potosí	68	5,22%
	Sud Chichas	1	0,08%
	Tupiza	34	2,61%
	Uyuni	169	12,97%

	Villazon	3	0,23%
	<b>Total Potosí</b>	<b>275</b>	<b>21,11%</b>
Oruro	Oruro	16	1,23%
	<b>Total Oruro</b>	<b>16</b>	<b>1,23%</b>
Tarija	Tarija	52	3,99%
	Villa Montes	1	0,08%
	Yacuiba	2	0,15%
	<b>Total Tarija</b>	<b>55</b>	<b>4,22%</b>
Beni	Otros Beni	2	0,15%
	Riberalta	4	0,31%
	Rurrenabaque	33	2,53%
	San Ignacio de Moxos	1	0,08%
	Santa Rosa de Yacuma	1	0,08%
	Trinidad	15	1,15%
	<b>Total Beni</b>	<b>56</b>	<b>4,30%</b>
Pando	Cobija	7	0,54%
	Otros Pando	7	0,54%
	<b>Total Pando</b>	<b>14</b>	<b>1,07%</b>

Total General	1303	100%
---------------	------	------

Fuente: documento Estimación de Universos Estadísticos del sector Turismo 2013.

Como Estado, el gobierno ha creado la Empresa Estatal Boliviana de Turismo conocida como BOLTUR, esta busca incrementar el turismo, mediante la prestación de servicios turísticos innovadores y de calidad que contribuyan al desarrollo integral del ser humano, en armonía con la naturaleza.

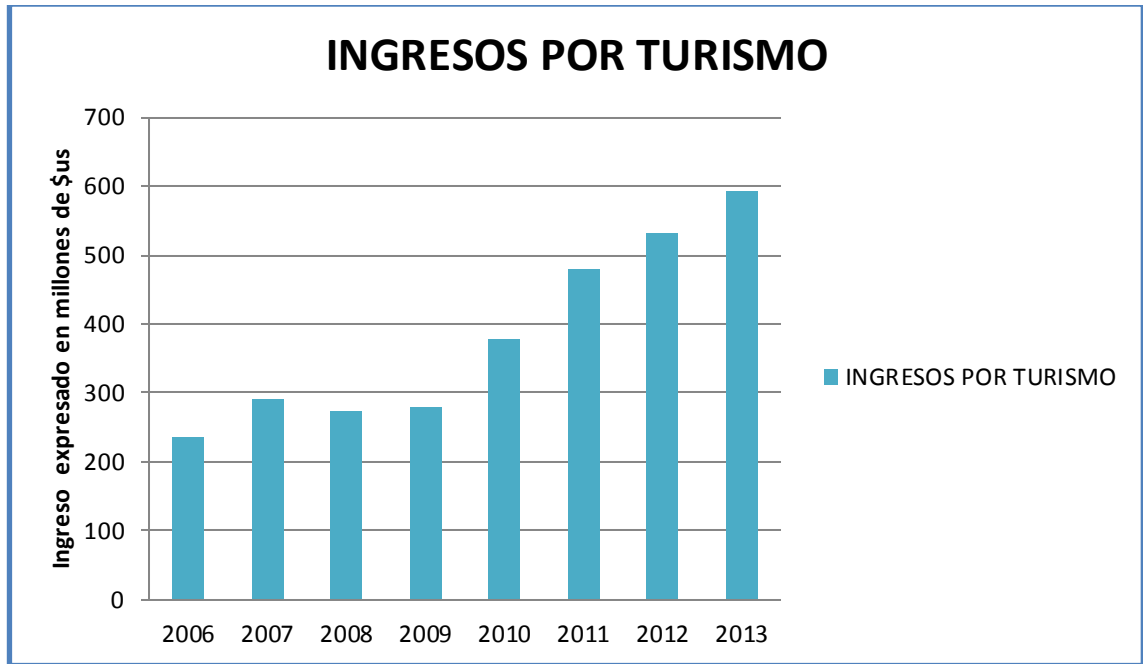
#### **4. El turismo y la economía**

El turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. Al elaborar un análisis económico del turismo, se puede apreciar dos aspectos importantes “contribución económica” y el “impacto económico” del turismo al país<sup>10</sup>.

Ahora bien, el turismo en Bolivia está contribuyendo en el ámbito económico ya que ha ido generando ingresos a nivel nacional, gracias a sus directrices y proyectos realizados durante los últimos años, y esta contribución se puede apreciar según los datos que se tiene del Instituto Nacional de Estadísticas

---

<sup>10</sup> Organización mundial del turismo. Entender el turismo: Glosario básico.



Fuente: Elaboración en base datos INE.

## 5. Los destinos turísticos

Dentro de la definición obtenida en Internet, se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, esta cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Balagué y Brualla (2001) consideran el destino turístico como la formalización de aquellos nuevos espacios geofísicos de interés o de aquellos otros que quieren plantearse una reconsideración de su valoración hacia parámetros turísticos posibles para la potenciación de sus estructuras actuales.

Ahora bien, de acuerdo a la ley Nro. 292, Ley general de turismo “Bolivia te espera”, Destino Turístico es 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”.

Desarrollando el término Destino Bolivia, se observa que este es la gestión territorial del Estado Plurinacional de Bolivia, estructurada como oferta turística integral, multisectorial e intercultural donde se desarrollan destinos y productos turísticos,

contextualizado la imagen de Marca País (Bolivia te espera), que permita transmitir la realidad turística de Bolivia.

## **6. Clasificación de los sitios turísticos**

Dentro de la clasificación de sitios turísticos planteados en el Planur Bolivia, se generan tres principales atractivos, los cuales son:

### **- Turismo de aventura y deporte extremo**

- Montañismo.
- Senderismo de alta dificultad.
- Otras actividades de turismo de aventura.
- Deporte extremo.

### **- Turismo de naturaleza**

- Ecoturismo.
- Observación de naturaleza (de aves, mariposas, orquídeas, insectos, y otros).
- Espeleología.
- Pesca deportiva con mosca.
- Campamentos.
- Otras actividades de naturaleza

### **- Turismo cultural**

- Arqueología.
- Turismo Religioso.
- Turismo LGBT (Lesbianas. Gay Bisexuales y travestis).
- Turismo de salud.
- Enoturismo.
- Gastronomía.
- Turismo comunitario y vivencial.

- Otras actividades culturales.

Dentro de los sitios turísticos que tiene Bolivia los más conocidos, según datos encontrados en Internet son:

- El lago Titicaca, que tiene como circuitos turísticos la Isla del Sol, la Isla de la Luna y Copacabana,
- La Cordillera de los Andes: el nevado Chacaltaya, el Nevado Sajama, los salares de Uyuni y Coipasa, las lagunas Verde y Colorada.
- Las ciudades históricas de: Potosí con su Cerro Rico y Sucre, la ciudad de los cuatro nombres.
- El Parque Nacional Madidi caracterizado por ser uno de los parques con más biodiversidad, en flora y fauna así como en pisos ecológicos.

## **CAPÍTULO III**

# **ESTRATEGIA POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA PARA FORTALECER EL DESARROLLO DEL TURISMO**



## 1. La estrategia política del Estado Plurinacional de Bolivia

Una política de Estado es el establecimiento de un proyecto público de largo plazo, donde la estrategia es emergente del consenso social, base de legitimidad de cualquier propuesta que requiere una construcción institucional, independientemente de posiciones ideológicas o políticas partidarias.

Los conceptos que fundamentan una estrategia política de Estado son:

Desarrollo turístico

Política pública

Consenso

Institucionalidad

Legitimidad

El desarrollo turístico como estrategia política del Estado boliviano debe ser parte de la agenda pública mediante iniciativas para promocionar esta actividad a nivel nacional e internacional con la presentación de los destinos, los sitios tradicionales-históricos y la innovación de espacios comunitarios alternativos con el fin de potenciar este campo y crear opciones económico-sociales.

El modelo de un enfoque contemporáneo de turismo es emergente de una injerencia estatal para generar un consenso político entre las fuerzas que gobierna el aparato gubernamental, las gobernaciones, los municipios y las organizaciones comunitarias de la sociedad civil.

La masificación del turismo es la premisa de toda política pública que demuestra alta institucionalidad, legitimidad en su desempeño y una promoción nacional e internacional en función de las potencialidades que Bolivia tiene en este campo económico y social.

El turismo se expone como factor del desarrollo socio-económico mediante la presentación de un producto clave para la expansión de la actividad que se denomina en esta investigación como la *señalización* y la *señalética* en todos los destinos donde es posible la explotación de estas iniciativas.

Para garantizar el pleno funcionamiento de la política pública es fundamental la eficiencia en la administración de los medios de diseño gráfico que serán reconocidos

como únicos en los caminos troncales, interdepartamentales, provinciales y locales y cuanto atractivo turístico sea posible descubrir en el país.

Una estrategia política de Estado alcanza relevancia cuando la conciencia colectiva de la sociedad otorga legitimidad al desarrollo turístico nacional y considera que es una oportunidad y una alternativa económica para las comunidades y por tanto para el conjunto de la población boliviana.

Es la nueva imagen del turismo en Bolivia con la presentación de los letreros de señalización.

## **2. Estrategia de desarrollo sostenible de los destinos turísticos**

La estrategia de desarrollo sostenible que se plantea para el fortalecimiento y exploración de nuevos destinos turísticos es en base al modelo de una política turística de la República de México, que se denomina "Pueblos mágicos".

Este programa de política turística llamado Pueblos mágicos, actúa directamente sobre las localidades como una marca distintiva del turismo de México, por ello la Secretaría de Turismo Federal, busca mantenerla en un nivel de respeto y de cumplimiento de sus reglas de operación, para lograr los objetivos de desarrollo y hacer de este sector, en las localidades una actividad que contribuya a elevar los niveles de bienestar, mantener y acrecentar el empleo, fomentar y hacer rentable la inversión. Dichos destinos, son localidades que requieren orientarse para fortalecer y optimizar el aprovechamiento racional de sus recursos y atractivos naturales y culturales, fortalecer su infraestructura, la calidad de los servicios, la innovación y desarrollo de sus productos turísticos, el marketing y la tecnificación, acciones que contribuirán a detonar el crecimiento del mercado turístico. Que utiliza reglas claras y alcanzables, derivadas de un proceso de reingeniería donde se establecen criterios de incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos.

El Programa Pueblos Mágicos, surgió como una iniciativa liderada por la Secretaría de Turismo de México (Sectur), en conjunto con otras agencias federales y estatales, para promover una serie de ciudades de todo el país que ofrecen a los visitantes una "mágica" experiencia - en razón de su belleza natural, riqueza cultural, histórica o relevancia.

Este programa apoya a los poblados típicos con atractivos turísticos culturales de gran singularidad, que fomenta su conservación y el mejoramiento de su imagen urbana e identidad: “un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historias, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emana en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico” (Sectur, 2002b).

Ahora bien, para que una localidad o pueblo sea propuesto o candidato a pueblo mágico es necesario que cuente con atractivos turísticos diferenciados, entre ellos elementos arquitectónicos históricos o contemporáneos, edificios emblemáticos, fiestas y tradiciones, producción artesanal, cocina tradicional, y sobre todo que tenga un destino turístico de soporte en un radio de influencia no mayor a una hora distancia tiempo. Los recursos financieros en este proyecto se han destinado a conservar el patrimonio histórico y arquitectónico y a mejorar la imagen con el remozamiento de casas, calles y señalizaciones, así como la adaptación de algunos sitios para crear hostales (Sectur, 2002b).

La estrategia que se plantea, para desarrollar nuevos destinos turísticos, es que mediante ciertos parámetros se potencien lugares atractivos para el visitante y que genere ingresos favorables a la economía del país.

### **3. La señalización turística en los caminos troncales del país**

Dentro de las señalizaciones reglamentarias del turismo del país, se puede observar que estas no son homogéneas y muchas veces tampoco son implementadas. Además se puede observar que son tres categorías principales<sup>11</sup>:

#### ***TIPO 4 Señal turística de población***

- Que se ubica en la plaza principal de la localidad o población, cuando sea el lugar de acceso y llegada de los visitantes.
- En los casos en que la arquitectura o el espacio de la plaza principal no se adecue al diseño de la señal, se elimina el soporte y el panel se emplaza sobre paredes o muros ya existentes. Preferentemente en edificaciones municipales.

---

<sup>11</sup> Categorías principales del manual de señalización turística de Bolivia, documento en pdf. Marzo 2012.

- Cuando la plaza principal no es el lugar de arribo a la población, la señal debe ubicarse en otro espacio, ya sea urbano o en las cercanías de la población, preferentemente en las proximidades de las vías de acceso para su fácil visualización.

#### ***TIPO 5 Señal de circuito turístico***

- Que se ubica al inicio del circuito turístico en un espacio de fácil visualización. En caso de que un circuito se pueda realizar del punto A al punto B o viceversa, la señal se deberá colocar en ambos lugares de acceso e inicio del circuito.
- Cuando el inicio del circuito sea en área urbana y la arquitectura y el espacio no se adecue al diseño de la señal, se elimina el soporte y el panel se emplaza sobre paredes o muros ya existentes, preferentemente en edificaciones municipales.
- Si fuese un sendero de interpretación en áreas naturales se puede colocar al inicio del recorrido, si hubiese dos ingresos en ambos sitios. Se debe combinar con las señales tipo 7 o indicativas.

#### ***TIPO 6 Señal atractivo turístico***

- Que se ubica al arribo o ingreso al atractivo turístico, en un espacio de fácil visualización, orientado hacia el atractivo para que la lectura de la descripción acompañe la visualización del sitio.
- Cuando la arquitectura y el espacio no se adecue al diseño de la señal (por ejemplo: Iglesias), se elimina el soporte de piedra y el panel se emplaza sobre paredes o muros del atractivo.
- En caso de sitios arqueológicos, con el fin de preservar y conservar, no se deberá emplazar en el mismo sitio. Se considera un mínimo de 20 metros desde el límite del sitio arqueológico o la autorización expresa por parte del Ministerio de Culturas y UNAR de un lugar dentro del sitio, previa verificación de campo con arqueólogos autorizados para la identificación de un espacio que no presente estructuras o material arqueológico.
- En áreas naturales protegidas, prevalece el criterio de conservación y preservación del patrimonio natural y cultural involucrado, no debiendo romper el entorno natural y su emplazamiento ser autorizado por la institución competente.

### **TIPO 7 Señal de orientación**

- Que se ubica en los circuitos de recorrido a pie, en todos aquellos lugares de cambio de dirección que requieran guiar al turista hacia el atractivo.
- En caso de complejos arqueológicos, con el fin de preservar y conservar, se deberá emplazar previa verificación de campo con arqueólogos autorizados para la identificación de un espacio que no presente estructuras o material arqueológico, o previa la instalación de medidas de seguridad (vallas, mallas, etc).

#### **4. Propuesta diseño de señalización**

Analizando la propuesta del Estado Plurinacional de Bolivia mediante su manual de señalización turística, se puede observar diversas falencias en el proceso de comunicación e implementación de estas, así como ser los diversos colores planteados en su gama para identificar al sector y actividades señaladas como parte de este, trae confusión con otras señaléticas implementadas en el país, es por lo cual se quiere implementar la homogeneidad de color en las señaléticas correspondientes al área de Turismo.

La decisión del color propuesto para uniformidad de las señales turísticas del país se propone según los parámetros establecidos dentro del manual de señalización turística del Estado Plurinacional de Bolivia, observando que existen seis colores que identifican a este sector, los cuales son:

**Figura 18: Gama de colores de señales turísticas**



C:16  
M:69  
Y:100  
K:4



C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 0



C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 100



C: 100  
M: 79  
Y: 0  
K: 0



C: 33  
M: 75  
Y: 100  
K: 34



C: 0  
M: 80  
Y: 100  
K: 0

SEÑAL	FONDO	RECUADRO	PICTOGRAMA
Atractivos turísticos	Café	Blanco	Blanco
Servicios turísticos	Azul	Blanco	Blanco
Actividades turísticas	Naranja	Blanco	Blanco

Fuente: cuadro sacado del manual de señalización turística de Bolivia.

Se cree prudente que el color para llegar a la homogeneidad de las señales turísticas a nivel nacional sea el color naranja. Visto que la señalización necesita regular el comportamiento y necesita información práctica, legible y que se pueda interpretar fácilmente que pueda dirigirlo al destino deseado.

El turista necesita información práctica y veloz para interpretar de manera adecuada y rápida las señales turísticas y así poder llegar al lugar o atractivo turístico que se ha trazado.

**Figura 19: Galería de símbolos señalización turística**

GALERÍA DE SÍMBOLOS SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA



Atrativos Naturales



Patrimonio Cultural Material  
Urbano, Arquitectónico, Artístico,  
Museos y Centros de Interpretación



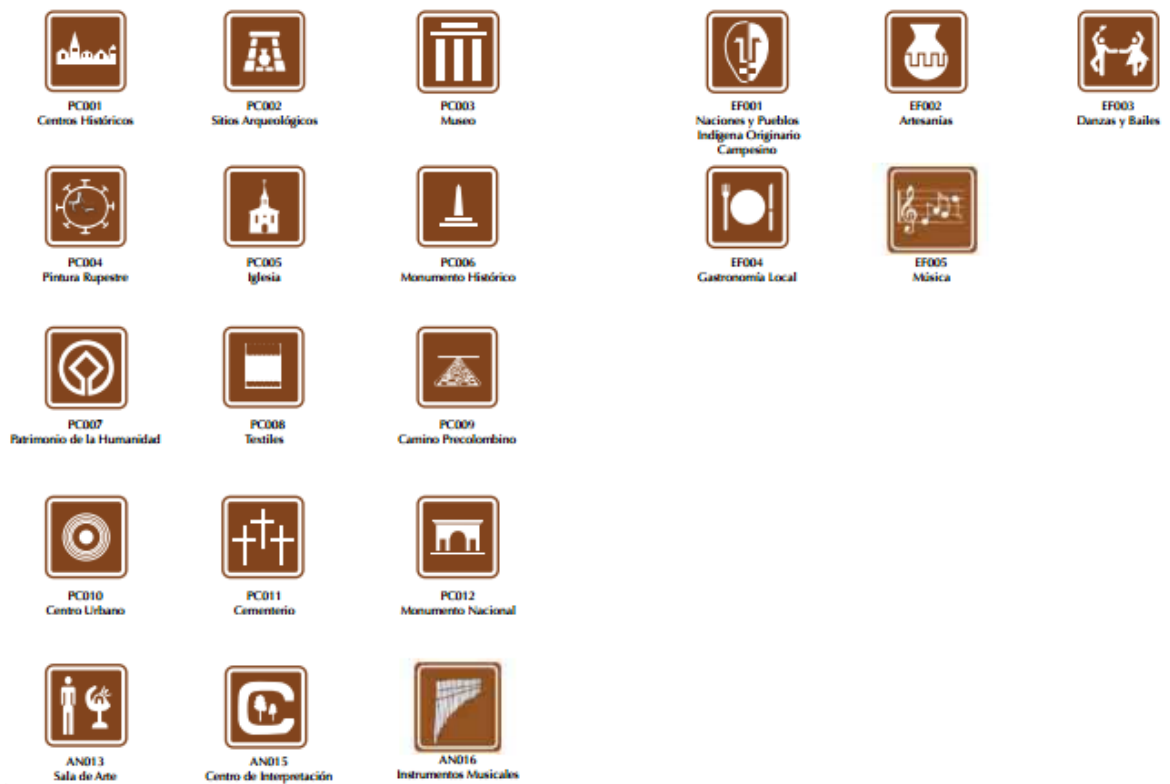
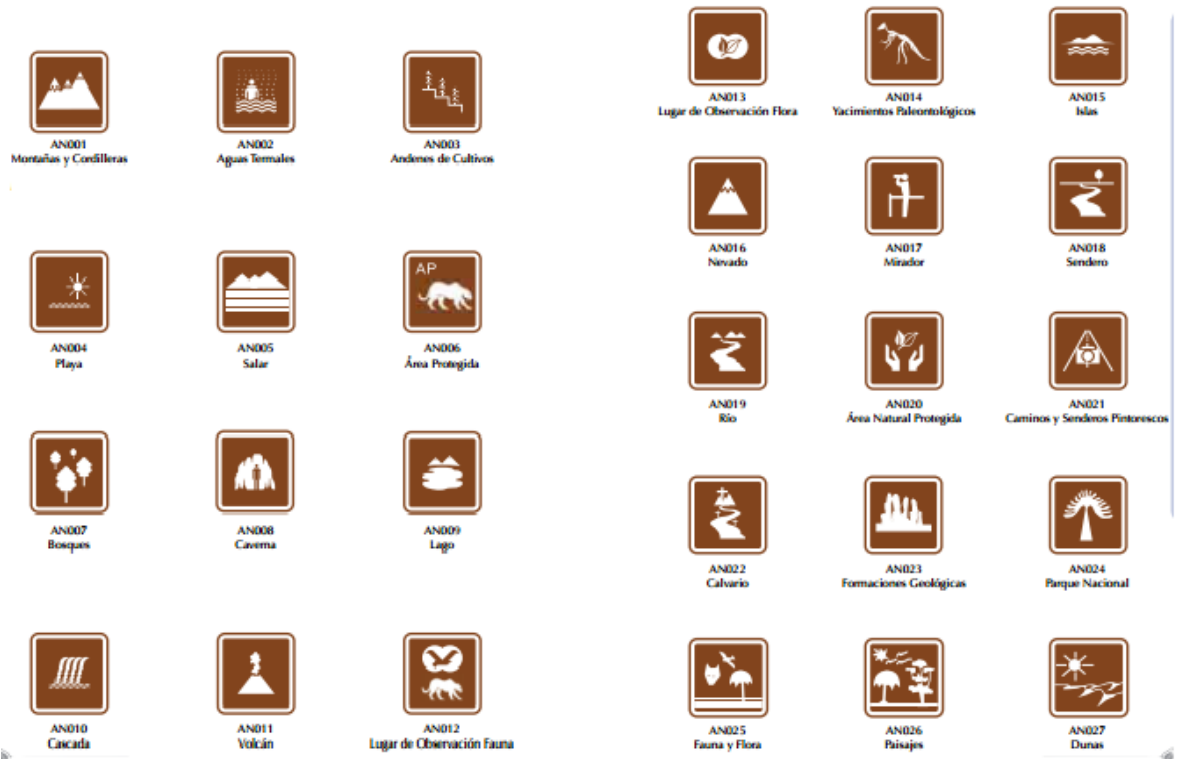
Patrimonio Cultural Inmaterial



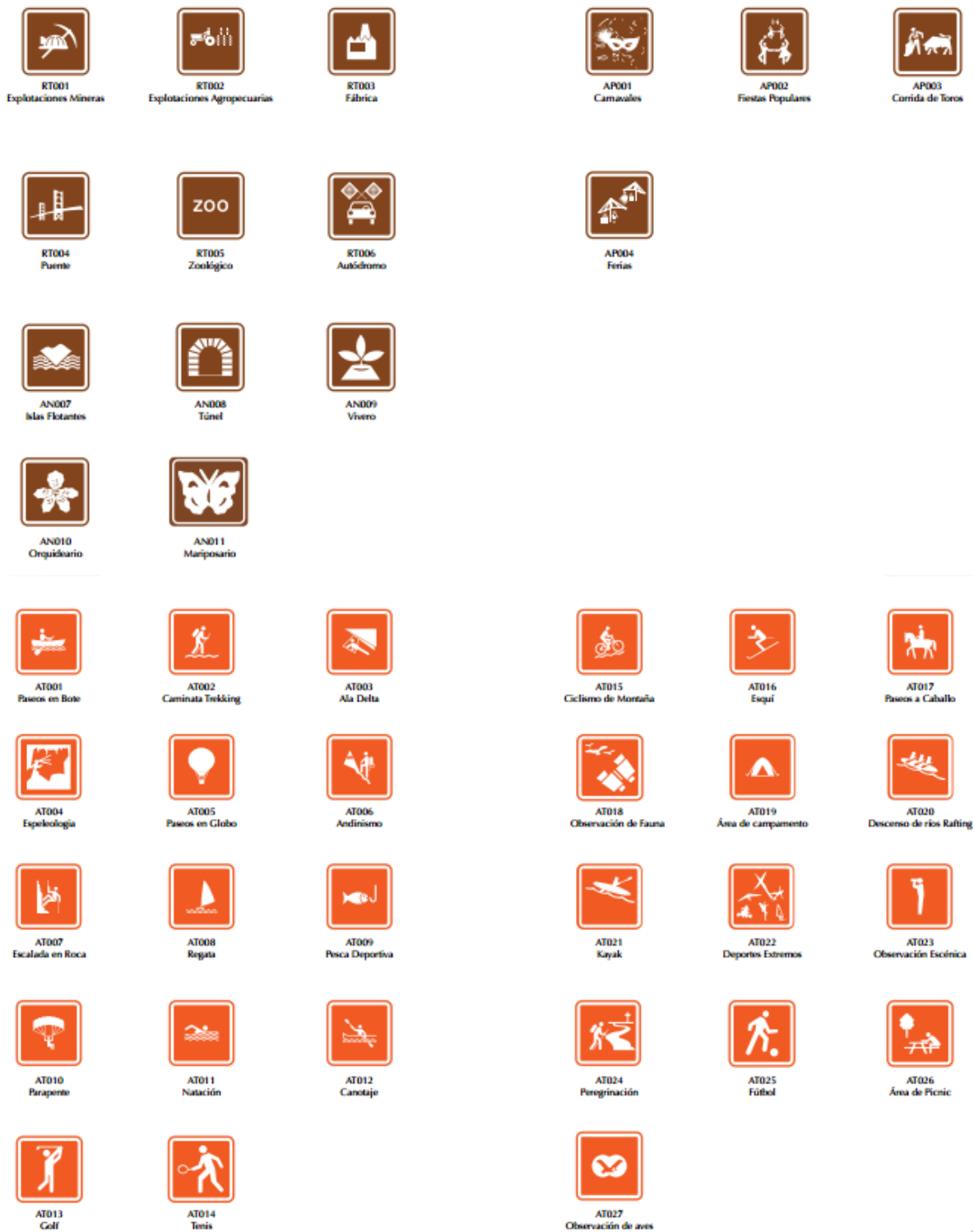
Realizaciones Técnicas y Científicas

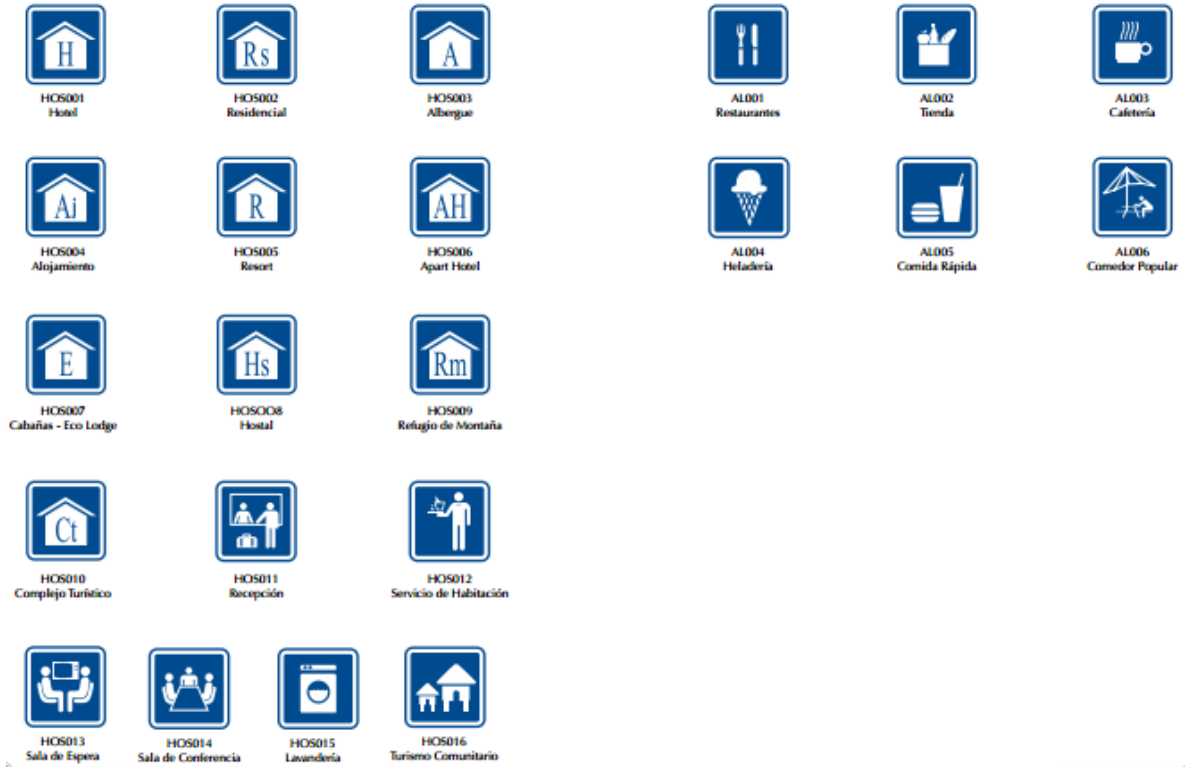


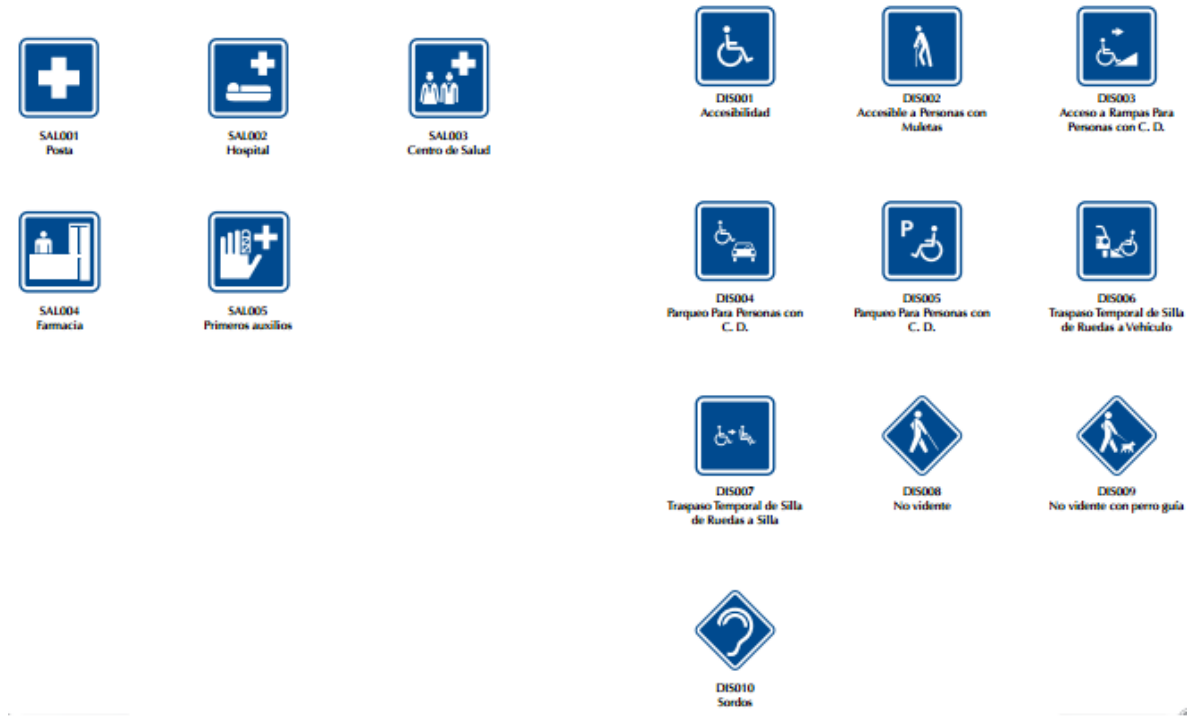
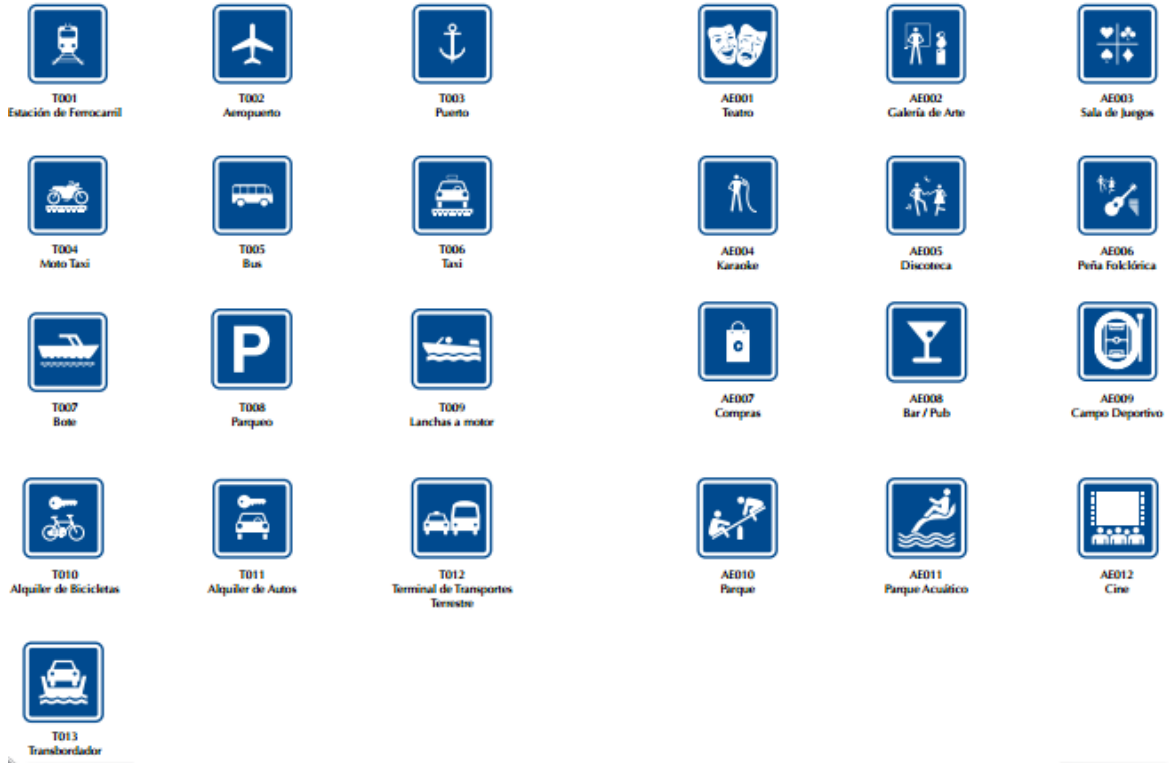
Acontecimientos Programados













Fuente: Imágenes sacadas del manual de Señalización turística de Bolivia, galería de imágenes.

Ahora bien, la homogeneidad plantada vendría a ser la siguiente:

**Figura 20: Propuesta Prototipo Galería de Símbolos**

## GALERÍA DE SÍMBOLOS SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA



Atractivos Naturales



Patrimonio Cultural Material  
Urbano, Arquitectónico, Artístico,  
Museos y Centros de Interpretación



Patrimonio Cultural Inmaterial



Realizaciones Técnicas y Científicas



Acontecimientos Programados

- ATRACTIVOS NATURALES -



AN001  
Montañas y Cordilleras



AN002  
Aguas Termales



AN003  
Andenes de Cultivos



AN004  
Playa



AN005  
Salar



AN006  
Área Protegida



AN007  
Bosques



AN008  
Caverna



AN009  
Lago



AN010  
Cascada



AN011  
Volcán



AN012  
Lugar de Observación Fauna



AN013  
Lugar de Observación Flora



AN014  
Yacimientos Paleontológicos



AN015  
Islas



AN016  
Nevado



AN017  
Mirador



AN018  
Sendero



AN019  
Río



AN020  
Área Natural Protegida



AN021  
Caminos y Senderos Pintorescos



AN022  
Calvario



AN023  
Formaciones Geológicas



AN024  
Parque Nacional



AN025  
Fauna y Flora



AN026  
Paisajes



AN027  
Dunas

**- PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL -**



PC001  
Centros Históricos



PC002  
Sitios Arqueológicos



PC003  
Museo



PC004  
Pintura Rupestre



PC005  
Iglesia



PC006  
Monumento Histórico



PC007  
Patrimonio de la Humanidad



PC008  
Textiles



PC009  
Camino Precolombino





PC010  
Centro Urbano



PC011  
Cementerio



PC012  
Monumento Nacional



AN013  
Sala de Arte



AN015  
Centro de Interpretación



AN016  
Instrumentos Musicales

**- PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL -**



EF001  
Naciones y Pueblos  
Indígena Originario  
Campesino



EF002  
Artesanías



EF003  
Danzas y Bailes



EF004  
Gastronomía Local



EF005  
Música

- REALIZACIONES TECNICAS Y CIENTIFICAS -



RT001  
Explotaciones Mineras



RT002  
Explotaciones Agropecuarias



RT003  
Fábrica



RT004  
Puente



RT005  
Zoológico



RT006  
Autódromo



AN007  
Islas Flotantes



AN008  
Túnel



AN009  
Vivero



AN010  
Orquideario



AN011  
Mariposario

- ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS -



AP001  
Carnavales



AP002  
Fiestas Populares



AP003  
Corrida de Toros



AP004  
Ferias

- ACTIVIDADES TURISTICAS -



AT001  
Paseos en Bote



AT002  
Caminata Trekking



AT003  
Ala Delta



AT004  
Espeleología



AT005  
Paseos en Globo



AT006  
Andinismo



AT007  
Escalada en Roca



AT008  
Regata



AT009  
Pesca Deportiva



AT010  
Parapente



AT011  
Natación



AT012  
Canotaje



AT013  
Golf



AT014  
Tenis



AT015  
Ciclismo de Montaña



AT016  
Esquí



AT017  
Paseos a Caballo



AT018  
Observación de Fauna



AT019  
Área de campamento



AT020  
Descenso de ríos Rafting



AT021  
Kayak



AT022  
Deportes Extremos



AT023  
Observación Escénica



AT024  
Peregrinación



AT025  
Fútbol



AT026  
Área de Picnic



AT027  
Observación de aves

- SERVICIOS DE HOSPEDAJE -



HOS001  
Hotel



HOS002  
Residencial



HOS003  
Albergue



HOS004  
Alojamiento



HOS005  
Resort



HOS006  
Apart Hotel



HOS007  
Cabañas - Eco Lodge



HOS008  
Hostal



HOS009  
Refugio de Montaña



HOS010  
Complejo Turístico



HOS011  
Recepción



HOS012  
Servicio de Habitación



HOS013  
Sala de Espera



HOS014  
Sala de Conferencia



HOS015  
Lavandería



HOS016  
Turismo Comunitario

## - SERVICIOS DE ALIMENTACION -



AL001  
Restaurantes



AL002  
Tienda



AL003  
Cafetería



AL004  
Heladería



AL005  
Comida Rápida



AL006  
Comedor Popular

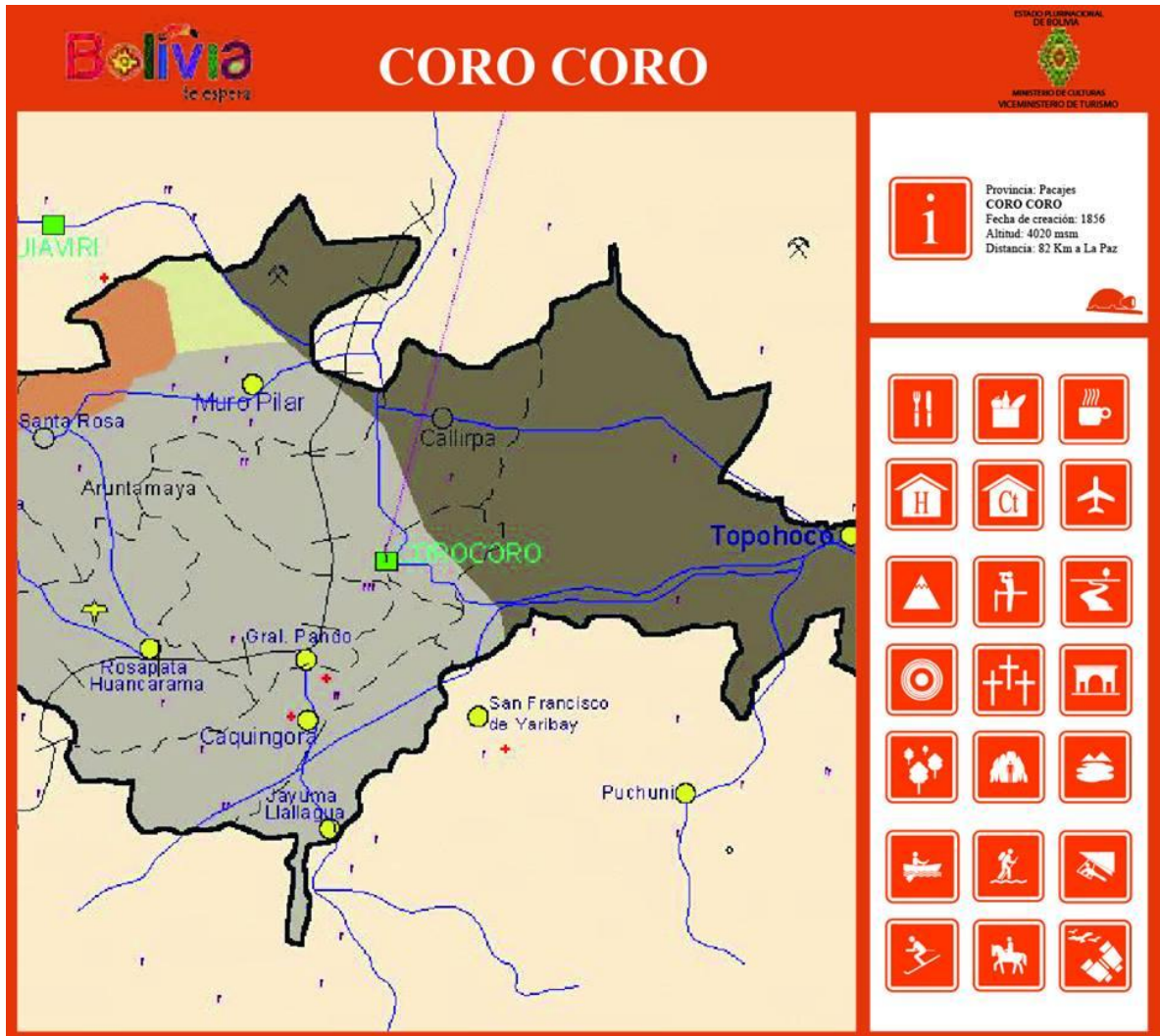
Estas son por un lado las señales que se encontraran en los lugares turísticos para su mejor desarrollo de las actividades a tener.

Ahora bien, planteando la señalética principal que debe de haber al llegar al lugar turístico, esta se rige al planteado en el manual de señalización turística de Bolivia, pero con el cambio ya de homogeneidad de las señaléticas antes mencionadas en el trabajo.

Figura 21: Propuesta prototipo de señalética principal







Elaboración en base los parámetros del manual de señalización turística de Bolivia.

**CAPÍTULO IV**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **1. Conclusiones**

### **1.1. En relación al problema**

La investigación cumplió con la exigencia del problema mediante la presentación del modelo homogéneo de información turística en Bolivia, la adopción de una línea gráfica de señalización y la necesidad de una política para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos en las rutas fundamentales del país.

El sentido del proyecto de grado es fortalecer la promoción de esta actividad en los lineamientos estratégicos del plan nacional del Estado Plurinacional de Bolivia para que los destinos turísticos presenten una visión clara de información a turistas nacionales y extranjeros en los caminos locales y departamentales.

El informe condensa una relación de variables que permite la realización de la contrastación empírica de la investigación a partir de la adopción de una estrategia de información para el fortalecimiento de la actividad turística en el país.

### **2.1. En relación a los objetivos**

La presentación de los productos cumple con la estrategia de política pública la gestión de turismo para el posicionamiento de la marca país “Bolivia de espera”, mediante una información del desarrollo sostenible del turismo para mejorar la calidad de vida de las comunidades constituidas en destinos turísticos.

Del mismo modo, se ha trabajado en el diagnóstico del estado de señalización turística en los caminos troncales del país para proponer una línea gráfica en todos los destinos turísticos y plantear al Estado Plurinacional de Bolivia una estrategia nacional como parte de una política pública de promoción de esta actividad.

Es también un aporte para fortalecer la exploración de los destinos comunitarios de turismo para contribuir al desarrollo social y económico de poblaciones que tienen potenciales turísticos y que actualmente no forman parte de la agenda estatal ni de las empresas privadas dedicadas a esta actividad.

La proposición incluye una información y línea gráfica de señalización para presentar alternativas turísticas, fortalecimiento de la gestión pública, visibilizar los destinos tradicionales y mágicos - esencialmente aquellos que no están en la agenda- para apoyar generar opciones de mejor calidad económica y social en las comunidades rurales.

#### **4.1. En relación a la estrategia**

La investigación responde a los lineamientos académicos que la Carrera de Ciencia Política y Gestión Pública ha adoptado en sus modalidades de graduación, entre ellas el campo internacional, dimensión desde la cual se ha realizado este proyecto con el fin de buscar efectos masivos en los turistas nacionales y extranjeros desde un enfoque interdisciplinar.

Es una contribución de la Universidad al desarrollo nacional mediante la proposición de una estrategia política de alto impacto desde la perspectiva del turismo, un ámbito de conocimiento que merece su fortalecimiento a través de una homogénea señalización de los destinos mágicos del país.

Bolivia es marca, precio y destino permanente por su condición de un país diverso, multiétnico e intercultural, cuyo territorio es visitado por turistas locales, nacionales y extranjeros en función de su interés que desde el medio ambiente, reservas naturales de la humanidad, sitios inexplorados y también pueblos atractivos.

El espacio geográfico, la planificación de los destinos y el ordenamiento de los atractivos forman el enfoque integral de este proyecto por la realización económica que genera el turismo y los beneficios para los pueblos donde se encuentran productos maduros, en exploración o inéditos, por su enorme potencialidad de este sector alternativo en el país.

Atracciones, accesibilidad, servicios, destinos urbanos, rurales, montaña y otros son parte del turismo en Bolivia mediante emprendimientos empresariales, la participación pública, la estructura administrativa y otras iniciativas particulares como metas, son oportunidades para la sociedad.

El ámbito cultural es también un espacio donde es posible observar catedrales, museos, pirámides, centros de recreación, oferta gastronómica, montañismo, ciclismo, paracaidismo, kayak, aguas termales, escalada, negocios y ofertas diversas son parte de la señalización.

## **2. Recomendaciones**

2.1. El Estado Plurinacional de Bolivia dentro de las políticas y estrategias de turismo, debe homogeneizar las señaléticas, con el fin de fortalecer y desarrollar una excelente identidad de este rubro tanto a nivel nacional como internacional.

2.2. Adoptar una línea gráfica con la participación de la gestión pública y los operadores de esta actividad se tendrá una imagen de marca para los turistas nacionales y extranjeros.

2.3. Incorporar en las páginas web de la política exterior de Bolivia todos los destinos es fundamental para atraer visitantes a nivel global.

## **Bibliografía**

- Caminal, M. (2006). *Manual de Ciencia Política*. Madrid - España: Tecnos.
- Chopitea Chávez, I. (2010). *Historia del Turismo en Bolivia* .
- Costa, J. (2007). *Señalética corporativa*. España: Nueva imagen.
- Criales, F., & Torrico, G. (2014). *Diseño metodológico en investigaciones sociales*. La Paz - Bolivia: Sgrafica Impresiones.
- Ferrater, J. (1979 ). *Diccionario de filosofía*. Madrid: Alianza Editorial.
- García, I. (2007). *La nueva gestión pública. Presupuesto y gasto pública No. 47/2007*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Gunn, C. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. . Washington: Taylor & Francis.
- Quintana, R. (2010). *Diseño de sistemas de señalización y señalética*. Londres: Universidad de Londres.
- Salazar, C. (1999). *Las políticas públicas*. Bogotá: Cas&a.
- Sautu, R., & Boniolo, P. (2005). *Construcción del marco teórico en la investigación social*. Buenos Aires: CLACSO.
- Shannon, C. (1948). *La teoría matemática de la información*. Estados Unidos: Bell system technical.
- Torrico, E. (2004). *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación*. Buenos Aires: Grupo Editor Norma.
- Torrico, G. (2002). *Matrices de operacionalización. Una herramienta para la investigación en ciencias sociales*. La Paz – Bolivia: : Artes Gráficas Latina.

## ANEXOS

CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE. CONFERENCIA MUNDIAL DE TURISMO SOSTENIBLE. Realizada en Lanzarote, Islas Canarias, España, en Abril de 1995. Conscientes de la realidad del turismo como fenómeno de alcance mundial que implica las más altas y profundas aspiraciones de los pueblos, constituyendo un importante elemento para el desarrollo social, económico y político en muchos países. Reconociendo que el turismo es una actividad ambivalente, dado que puede aportar grandes ventajas en el ámbito socioeconómico y cultural, mientras que al mismo tiempo contribuye a la degradación medioambiental y a la pérdida de la identidad local, por lo que debe ser abordado desde una perspectiva global. Conscientes de que los recursos en los que se basa el turismo son frágiles, así como de la creciente demanda de una mayor calidad medioambiental. Reconociendo que el turismo, como posibilidad de viajar y conocer otras culturas, puede promover el acercamiento y la paz entre los pueblos, creando una conciencia respetuosa sobre la diversidad de modos de vida. Recordando la Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, y las diversas declaraciones de Naciones Unidas, así como los convenios regionales, sobre turismo, medio ambiente, conservación del patrimonio cultural y desarrollo sostenible. Guiados por los principios enunciados en la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, además de las recomendaciones emanadas de la Agenda 21. Recordando las declaraciones previas en materia de turismo, como la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, la Declaración de La Haya y la Carta de Turismo y Código del Turista. Reconociendo la necesidad de desarrollar un turismo que satisfaga las expectativas económicas y las exigencias ambientales, que no sólo sea respetuoso con la estructura socioeconómica y física de cada destino, sino también con las poblaciones receptoras. Considerando la prioridad de proteger y reforzar la dignidad humana, tanto de las comunidades locales como de los turistas. Conscientes de la necesidad de establecer alianzas eficaces entre los principales actores que participan en la actividad turística, con el fin de forjar la esperanza de un turismo más responsable con nuestro patrimonio común. APELAN a la comunidad internacional, y en particular INSTAN a los gobiernos, a las demás autoridades públicas, a los decisores y profesionales en materia turística, a las asociaciones e instituciones públicas y privadas relacionadas con el

turismo y a los propios turistas, a adoptar los siguientes principios y objetivos de esta declaración: 1. El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. 2. El turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y áreas ambientalmente sensibles. La actividad turística deberá prever una evolución aceptable respecto a su incidencia sobre los recursos naturales, la biodiversidad y la capacidad de asimilación de los impactos y residuos producidos. 3. La actividad turística ha de considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales. El reconocimiento de estos factores locales y el apoyo a su identidad, cultura e intereses, deben ser referentes obligados en la formulación de las estrategias turísticas, especialmente en los países en vías de desarrollo. 4. La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en el proceso, tanto públicos como privados. Esta concertación ha de basarse en mecanismos eficaces de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional. 5. La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, representa un ámbito privilegiado para la cooperación. Por parte de todos los responsables, esta actitud implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y profesional, que además exige realizar un gran esfuerzo por crear y desarrollar instrumentos de planificación y de gestión integrados. 6. Los criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basados en los principio del desarrollo sostenible, deberían ser objetivos prioritarios en la formulación de las estrategias y proyectos turísticos. 7. Para participar en el desarrollo sostenible, el turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por



la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente al desarrollo económico local 8. Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino. 9. Los gobiernos y autoridades competentes, con la participación de las ONGs y las comunidades locales, deberán acometer acciones orientadas a la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible 10. Reconociendo que la cohesión social y económica entre los pueblo del mundo es un principio fundamental del desarrollo sostenible, urge impulsar medidas que permitan un reparto más equitativo de los beneficios y cargas producidos por el turismo. Ello implica un cambio en los modelos de consumo y la introducción de métodos de fijación de precios que permitan la internalización de los costes medioambientales. Los gobiernos y las organizaciones multilaterales deberían priorizar y reforzar las ayudas directas o indirectas a los proyectos turísticos que contribuyan a la mejora de la calidad medioambiental. En este marco, es necesario investigar en profundidad sobre la aplicación de instrumentos económicos, jurídicos y fiscales internacionalmente armónicos que aseguren el uso sostenible de los recursos en materia turística. 11. Las zonas vulnerables desde el punto de vista ambiental y cultural, tanto las actuales como las futuras, deberán recibir prioridad especial en materia de ayuda financiera y cooperación técnica al desarrollo turístico sostenible. También han de recibir tratamiento especial las zonas degradadas por los modelos turísticos obsoletos y de alto impacto. 12. La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible, así como el fomento de la diversificación de los productos turísticos, constituyen una garantía de estabilidad a medio y largo plazo. Para perseguir este fin, es necesario asegurar y reforzar de forma activa la cooperación regional, particularmente en el caso de la pequeñas islas y áreas de mayor fragilidad ecológica. 13. Los gobiernos, la industria turística, las autoridades y las ONGs responsables del turismo deberán impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles. 14. La definición de una política turística de carácter sostenible requiere necesariamente el apoyo y promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles, de estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector, así como la puesta en marcha de proyectos de demostración y el desarrollo de programas en el ámbito de la cooperación internacional. 15. La industria turística, en

colaboración con los organismos y ONGs con actividades relacionadas con el turismo, deberá diseñar los marcos específicos de acciones positivas y preventivas que garanticen un desarrollo turístico sostenible, estableciendo programas que apoyen la ejecución de dichas prácticas. Realizarán el seguimiento de los logros alcanzados, informarán de los resultados e intercambiarán sus experiencias. 16. Habrá de prestarse una atención especial al papel del transporte y sus efectos sobre el medio ambiente en la actividad turística, así como al desarrollo de instrumentos y medidas orientadas a reducir el uso de energías y recursos no renovables, fomentando además el reciclaje y la minimización de residuos en las instalaciones turísticas. 17. Con el fin de que el turismo pueda ser una actividad sostenible, es fundamental que se adopten y pongan en práctica códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad por parte de los principales actores que intervienen en la actividad, en particular por los miembros de la industria turística. Dichos códigos pueden constituir instrumentos eficaces para el desarrollo de actividades turísticas responsables. 18. Deberán ponerse en práctica todas las medidas necesarias con el fin de sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la industria del turismo, ya sea a nivel local, nacional, regional o internacional, sobre el contenido y los objetivos de la Conferencia de Lanzarote. RESOLUCIÓN FINAL La Conferencia Mundial de Turismo Sostenible considera imprescindible hacer los siguientes llamamientos públicos: 1. La Conferencia recomienda a los gobiernos estatales y regionales formular, con carácter de urgencia, planes de acción para un desarrollo sostenible aplicados al turismo, en consonancia con los principios enunciados en esta Carta. 2. La Conferencia acuerda elevar al Secretario General de Naciones Unidas la Carta del Turismo Sostenible a fin de que pueda ser asumida por los Organismos y Agencias del sistema de Naciones Unidas, así como por las Organizaciones Internacionales con acuerdo de cooperación con Naciones Unidas, para ser sometida a la Asamblea General de Naciones Unidas. RESOLUCIÓN SOBRE EL COMITÉ DE SEGUIMIENTO Transcurrida la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, una vez aprobada la Carta de Turismo Sostenible y considerando la trascendencia de los acuerdos tomados, se hace necesario prever su futuro. La continuidad de la línea de trabajo y de colaboración ya emprendida es de primera importancia y para consolidarla resulta conveniente y necesario su seguimiento para llevar a cabo y aplicar esta Carta de Turismo Sostenible. Con este objeto, se adopta el siguiente acuerdo: 1. La creación de un Comité de Seguimiento de la Carta y de su Plan de Acción integrado por las instituciones y agencias internacionales componentes del

Comité Organizador de la Conferencia. 2. El Comité de Seguimiento debe velar por la difusión y circulación de la Carta y su mejor aplicación, la realización de actividades que garanticen su continuidad, la detección de situaciones críticas, así como el estímulo a toda clase de entidades públicas y privadas para la mejor instrumentación del turismo sostenible. 3. Este Comité debe impulsar la elaboración de estudios, proyectos y acciones encaminadas a la constitución de situaciones ejemplares de referencia para cada principal problemática a nivel mundial como mejor forma de aplicación de la Carta en relación con los principios del desarrollo sostenible. 4. Este Comité se hará cargo de la elevación y seguimiento de los acuerdos de esta Conferencia y asumirá la responsabilidad de circular y presentar esta Carta ante los protagonistas del Desarrollo Sostenible en la actividad turística, incluyendo a los representantes de la industria turística, organismos gubernamentales, las ONGs, Agencias de Naciones Unidas y otros Organismos Internacionales.