

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**VICERRECTORADO**  
**CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN**  
**EN EDUCACIÓN SUPERIOR - CEPIES**



**EL TURISMO COMUNITARIO COMO ESTRATEGIA DE  
APRENDIZAJE DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA  
CARRERA DE TURISMO DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUPERIOR “WIÑAY MARKA”**

Tesis de Maestría para optar el grado académico de Magister Scientiarum en Educación Superior  
Mención: Psicopedagogía y Educación Superior.

**MAESTRANTE: LIC. MIRIAM CATARI CONDORI**

**TUTOR: M.Sc. MILEY VANIA BENAVIDES PAREDES**

**LA PAZ – BOLIVIA**

2022

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**VICERRECTORADO**  
**CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN EN**  
**EDUCACIÓN SUPERIOR**

**Tesis de Maestría:**

**EL TURISMO COMUNITARIO COMO ESTRATEGIA DE**  
**APRENDIZAJE DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA**  
**CARRERA DE TURISMO DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO**  
**SUPERIOR “WIÑAY MARKA”**

Para optar el Grado Académico de Magister Scientiarum en Educación Superior.

Mención: Psicopedagogía y Educación Superior.

**LIC. MIRIAM CATARI CONDORI**

Nota Numeral: .....

Nota Literal: .....

Significado de Calificación: .....

Ph.D. Ing. Carlos Fernández Mariño

Director CEPIES UMSA

M.Sc.Ing. Gabriel Franklin Balta Montenegro

Coordinador de Maestrías y Diplomados CEPIES UMSA

Tutor: M.Sc. Miley Vania Benavides Paredes

Tribunal: M.Sc. Patricia Carolina Pomar Montes de Oca

Tribunal: Ph.D. Estela Jhakelina Marce Benito

La Paz,.....de..... de 2022

Escala de Calificación para programas Postgraduales según el Reglamento para la elaboración y Sustentación de Tesis de Grado vigente en el Centro Psicopedagógico y de Investigación en Educación Superior CEPIES: a) Summa cum laude (91-100) Rendimiento Excelente; b) Magna cum laude (83-90) Rendimiento Muy Bueno; c) Cum laude (75-82) Rendimiento Bueno; d) Rite (66-74) Rendimiento Suficiente; e) (0-65) Insuficiente.

## **DEDICATORIA**

*La culminación de este trabajo lo dedico a Dios, por guiar siempre mi caminar; a mis padres que son la razón de mí existir y el pilar fundamental de mi vida, son quienes impulsaron la realización del presente trabajo, de corazón muchas gracias por darme la oportunidad para seguir creciendo como persona y mostrarme con acto de vida como ser una persona íntegra, responsable y honesta.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Mi gratitud no establece prioridades, ni rangos, simplemente es para la Institución y todas aquellas personas que estuvieron conmigo todo el tiempo de esta vivencia, por ello el orden en que aparecen es accidental y poco tiene que ver con lo que siento. Enunciado lo anterior puedo y quiero expresar mi enorme gratitud a: Mi respetada Universidad Mayor de San Andrés me ha permitido vivir unos de los mejores años de mi vida como estudiante de la Institución, pues como siempre lo he expresado solo universidades públicas como la UMSA para estudiar lo que cada uno de nosotros desea. Disfrutar de una comisión de estudios es un privilegio que muy pocos tenemos, por ello mil gracias.*

*A mi tutora: M. Sc. Miley Vania Benavides Paredes, por haberme guiado y orientado con su aporte a la investigación de la tesis en Maestría.*

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	ii
RESUMEN.....	x
SUMARY.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

#### CONTEXTUALIZACIÓN PROBLEMÁTICA

1.1. Planteamiento del problema .....	3
1.2. Interrogante fundamental de la investigación.....	7
1.3. Objetivos de la investigación.....	7
1.3.1. Objetivo general.....	7
1.3.2. Objetivos específicos .....	8
1.4. Justificación.....	8
1.4.1. Justificación social .....	8
1.4.2. Justificación teórica.....	9
1.4.3. Justificación metodológica.....	10

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

2.1. Estado de Arte.....	11
2.2. Marco conceptual.....	15
2.3. Marco teórico .....	23
2.3.1. La teoría de enseñanza o didáctica.....	23
2.3.2. La práctica de un proceso educativo creativo .....	24
2.3.3. Proceso de aprendizaje y enseñanza .....	26
2.3.4. El Aprendizaje .....	27
2.3.4.1. Principios básicos de aprendizaje .....	28
2.3.5. Educación y formación .....	30
2.3.6. Relación entre Conocimiento, Aprendizaje y Competencia .....	32
2.3.7. El Turismo .....	32
2.3.7.1. Modalidades del turismo según la sostenibilidad.....	33

2.3.8. Definición de turismo de aventura .....	33
2.3.8.1. Turismo Naturalista .....	33
2.3.8.2. Turismo de Naturaleza suave (soft nature) .....	33
2.3.8.2. Turismo de Naturaleza fuerte (hard nature) .....	33
2.3.8.3. Ecoturismo .....	34
2.3.8.4. Turismo de aventura.....	34
2.3.8.5. Características .....	34
2.3.9. Turismo Comunitario .....	36
2.3.9.1. Sistema Turístico .....	38
2.3.9.2. Producto Turístico.....	39
2.3.9.3. Atractivo Turístico .....	40
2.3.9.4. Servicio Turístico.....	40
2.3.9.5. Oferta Turística .....	41
2.3.10. Turismo sostenible e Impactos del turismo.....	42
2.3.10.1. Impactos económicos .....	43
2.3.10.2. Impactos socio culturales .....	44
2.3.10.3. Impactos ambientales .....	45
2.3.11. Marketing y Turismo .....	45
2.3.12. Marketing Estratégico .....	46
2.3.13. Estrategia.....	47
2.3.13.1. Definición de Estrategia.....	47
2.3.13.2. Producto .....	48
2.3.13.3. Precio .....	48
2.3.13.4. Plaza.....	50
2.3.13.5. Promoción.....	51
2.3.14. Segmentación de mercados.....	53
2.3.15. Características de los servicios .....	56
2.3.16. Promoción Turística.....	57
2.3.17. Estrategias turísticas.....	57
2.4. Marco Normativo Legal.....	59
2.4.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia .....	59
2.4.2. Ley N° 292, Ley General de Turismo “Bolivia te espera” .....	59
2.4.3. Ley N° 031, Ley Marco de Autonomías y Descentralización Andrés Ibáñez.....	59

2.4.4. Ley N° 070, Ley de Educación “Avelino Siñani- Elizardo Pérez” .....	60
2.4.4.1. La formación universitaria superior en el contexto de la Ley N° 070.....	61
2.4.5. Reglamento General de Institutos Técnicos y Tecnológicos .....	61

### CAPÍTULO III

#### MARCO METODOLÓGICO

3.1. Paradigma de investigación .....	65
3.2. Enfoque.....	66
3.3. Tipo de Investigación.....	67
3.4. Diseño de investigación .....	68
3.5. Fase de investigación .....	68
3.6. Método.....	69
3.7. Categorización de las preguntas.....	71
3.8. Técnicas de Investigación Instrumentos .....	72
3.8.1. Entrevista semiestructurada .....	72
3.8.2. Revisión documental.....	72
3.9. Proceso de selección de informantes .....	72
3.10. Instrumentos y rigor científico .....	73
3.11. Procesamiento de Datos .....	74

### CAPÍTULO IV

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Datos documentales de la institución .....	75
4.1.1. Ámbito institucional.....	75
4.2. Proyecto educativo: Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka” – Carrera de Turismo .....	77
4.3. Formación académica .....	77
4.3.1. Objetivos de la carrera .....	77
4.3.2. Descripción de la Carrera.....	78
4.4. Perfil profesional .....	78
4.4.1. Perfil del egresado.....	78
4.4.2. Perfil del graduado.....	79
4.5. Ámbito Legal.....	79
4.5.1. Normativa Institucional.....	79

4.5.2. Resolución Ministerial N° 0082/2017.....	80
4.5.3. Resolución Ministerial N° 436/06.....	81
4.6. Convenios institucionales.....	82
4.6.1. Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional - Gobierno Autónomo Departamental de La Paz.....	82
4.6.2. Convenio de Cooperación Interinstitucional – Gobierno Autónomo Municipal de Pucarani.....	83
4.6.3. Convenido Marco Cooperación Interinstitucional – ESFM Santiago de Huata .....	83
4.6.4. Convenio de Cooperación Interinstitucional – Gobierno Autónomo Municipal de Tito Yupanqui.....	84
4.6.5. Convenio de Cooperación Interinstitucional – Gobierno Autónomo Municipal de Chuma.....	84
4.6.6. Convenio de Cooperación Interinstitucional - Mi Teleférico .....	85
4.7. Carrera de Turismo – egresados y titulados.....	85
4.8. Análisis de entrevistas .....	86
4.8.1. Resultados de los estudiantes.....	86
4.8.2. Resultados de los docentes.....	100
4.8.3. Resultados de las empresas de turismo .....	111
4.8.4. Resultados de autoridad departamental y municipio Comisión Turismo y Culturas y secretario general del Municipio de Huatajata.....	115

## CAPÍTULO V

### PROPUESTA

5.1. Introducción.....	124
5.2. Objetivo .....	124
5.2.1. Objetivo general.....	124
5.2.2. Objetivos específicos .....	124
5.3. Justificación.....	125
5.4. Desarrollo de la propuesta .....	126
5.4.1. Análisis del entorno profesional.....	126
5.4.2. Entorno Institucional.....	126
5.4.3. Desarrollo Socio-Económico .....	127
5.4.4. Ámbito Estatal.....	128



5.4.5. Políticas y planes de Desarrollo regionales e institucionales .....	128
5.4.6. Demandas profesionales .....	129
5.4.7. Mercado Profesional .....	129
5.5. Identificación de tareas y características profesionales .....	130
5.5.1. Actividades más relevantes en el contexto regional y nacional .....	130
5.5.2. Necesidades de formación turismo comunitario .....	130
5.6. Definición del perfil profesional.....	130
5.7. Principios o bases generales del Turismo Comunitario.....	131
5.8. Función del profesional de Turismo Comunitario.....	131
5.9. Técnico superior en Turismo Comunitario.....	132
5.10. Propuesta del Proyecto Comunitario o Turismo Comunitario.....	133
5.10.1. Descripción y especificación de los servicios .....	133
5.10.2. Análisis técnico de la propuesta.....	135
5.10.3. Plan estratégico de marketing turístico .....	136
5.10.3.1. Priorización de proyectos para su ejecución .....	136
5.10.4. Actividades del proyecto.....	136
5.10.5. Aspectos del proyecto a considerar.....	139
5.10.5.1. Aspectos ambientales .....	139
5.10.5.2. Aspectos sociales.....	140
5.10.5.3. Aspecto técnico .....	140
5.10.5.4. Aspectos económico y financiero .....	140

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES

6.1. Del marco teórico.....	141
6.2. Del marco metodológico.....	141
6.3. Del análisis de resultados.....	142
6.4. De la propuesta .....	144
6.5. De los objetivos específicos.....	145
6.6. Del objetivo general.....	147
6.7. Recomendaciones .....	148
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>149</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>156</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Distinciones entre Educación y Formación. Expresadas en Términos de Procesos y Efectos</i> .....	31
Figura 2. <i>Turismo Sostenible</i> .....	43
Figura 3. <i>Investigacion cualitativa</i> .....	67
Figura 4. <i>Esquema de triangulación de datos</i> .....	74
Figura 5. <i>Diseño de investigacion</i> .....	76
Figura 6. <i>Percepción de la formación académica en la Carrera de Turismo</i> .....	88
Figura 7. <i>Apreciación respecto al campo de trabajo que motivo el haber elegido la Carrera de Turismo</i> .....	90
Figura 8. <i>Análisis respecto a las actividades turísticas en las comunidades para desarrollar pasantías</i> .....	93
Figura 9. <i>Análisis respecto a la práctica para el desarrollar la formación profesional en la carrera de turismo</i> .....	95
Figura 10. <i>Valoración de la modalidad de titulación que permita aplicar el turismo comunitario</i> .....	97
Figura 11. <i>Análisis en relación a la formación profesional práctica de la carrera de turismo</i> .....	99
Figura 12. <i>Formación teórica y práctica de sus estudiantes</i> .....	102
Figura 13. <i>Carrera de Turismo</i> .....	104
Figura 14. <i>Análisis respecto el pensum de la Carrera como aplica el turismo comunitario</i> .....	106
Figura 15. <i>Respecto al desarrollo del turismo comunitario dentro del proceso de aprendizaje</i> .....	108
Figura 16. <i>Percepción respecto al proceso para aplicar el Turismo Comunitario en la formación profesional</i> .....	111
Figura 17. <i>Estrategias en Turismo Comunitario</i> .....	116
Figura 18. <i>Percepción respecto al profesional en Turismo para emprender nuevos retos</i> .....	118
Figura 19. <i>Análisis respecto al mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo</i> .....	120

Figura 20. <i>Percepción respecto al mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo a nivel del departamento</i> .....	122
Figura 21. <i>Proyecto Turismo Comunitario</i> .....	123
Figura 22. <i>Propuesta: Ejecución</i> .....	136

## RESUMEN

En la presente investigación aborda el turismo comunitario como estrategia. Se parte de la convicción de que la carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, cumple con el proceso de formación técnica y brinda a sus estudiantes los procesos de titulación aprobados por instancias superiores, cumpliendo las normas establecidas; sin embargo, no desarrolla de manera específica un proyecto de investigación académica incorporando al Turismo Comunitario. Con respecto a la metodología, este es un estudio con enfoque cualitativo, no experimental y con una muestra no probabilística integrada por estudiantes del instituto a quienes se les entrevisto. De manera general, los resultados obtenidos revelan que los estudiantes buscan mayores oportunidades laborales y la mejor solución al problema es la implementación de su formación por competencias para beneficio común de la región.

*Palabras claves:*

*Formación técnica, Turismo Comunitario, proyectos comunitarios.*

## SUMMARY

The present investigation is based on the conviction that the Tourism career of the Higher Technological Institute "Wiñay Marka", complies with the training process technique and offers its students the degree processes approved by higher authorities, complying with the established standards; however, it does not specifically develop an academic research project incorporating Tourism Community, which should mean the application of the knowledge acquired in the development of technical training and directly benefit their communities or the communities surrounding the technical institute. With respect to methodology, this is a study with a qualitative, non-experimental approach and with a non-probabilistic sample made up of students from the Institute who were interviewed in general, the results obtained reveal that these students seek greater job opportunities and the best solution to the problem is the implementation of their training by competencies for the common benefit of the region.

Keywords:

*Technical training, Community Tourism, community projects.*

## INTRODUCCIÓN

En la presente investigación, se describe el turismo comunitario como estrategia de aprendizaje dirigido a los estudiantes de la carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, obteniendo datos reales en el momento de la recopilación de la información, realizada en forma cronológica.

La investigación tiene índole propositiva, porque a través de la recopilación, descripción y el análisis de la información construye, una propuesta para fortalecer la información académica.

En primera instancia en el estado de arte, se describen diferentes investigaciones relativas al tema, en el contexto internacional y nacional, que fundamentan la investigación.

En tal sentido, se fundamenta debidamente en el marco teórico los aspectos relativos al Turismo Comunitario como estrategia de aprendizaje dirigido a los estudiantes de la Carrera de Turismo.

De esta manera, la investigación se halla estructurada en VI capítulos:

En el capítulo I, se expone la contextualización problemática, planteamiento y los objetivos de la investigación y justificación.

En el capítulo II, se desarrolla el estado de arte y el marco teórico y conceptual necesario para la presente investigación, sobre el Turismo Comunitario

El capítulo III, que corresponde al marco metodológico de la investigación que se enmarca dentro del método hipotético-inductivo, considerando un tipo de investigación descriptiva – explicativa y propositiva.

El capítulo IV, contiene el análisis e interpretación de los resultados donde se presentan las relaciones halladas entre las variables de estudio.

En el capítulo V, se presenta la propuesta donde se plantea como objetivo principal el desarrollo de proyectos comunitarios para fortalecer sus competencias en Turismo Comunitario.

En el capítulo VI se exponen las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a la formación académica de la Carrera de Turismo.

# CAPÍTULO I

## CONTEXTUALIZACIÓN PROBLEMÁTICA

### **1.1. Planteamiento del problema**

Las exigencias del mundo actual y las múltiples transformaciones que se tuvieron a lo largo de las últimas décadas, han provocado cambios fundamentales en las condiciones de vida de las sociedades. Las modificaciones estructurales, el importante desarrollo científico y tecnológico, la globalización de las economías se va imponiendo, en el cambiante mundo de la educación, en particular de la educación superior y elevar la calidad de la misma.

El turismo comunitario, aparece por primera vez en la obra “Tourism: A Community Approach” de Murphy, 1985 con un enfoque ecológico y comunitario que a fecha 2019 se constituye su diferenciación frente a otros tipos de turismo (Cabanilla & Rendón, 2020).

El turismo de masas a finales del Siglo XX, por los grandes beneficios económicos que le aportaba a quienes se dedicaban a desarrollarlo, se vivía una gran preocupación, por la información y estadísticas, que concluían, entre otras, como el crecimiento no planeado del turismo tradicional, contribuía a la degradación ambiental, tenía impactos socioculturales negativos, el beneficio era de unos pocos (Hall & Lew, 2009, p. 132).

Además se afirmaba, como este tipo de turismo masivo, terminaba priorizando los intereses de la oferta y las necesidades de la demanda, antes que el bienestar y la calidad de vida de los pobladores locales, formándose alrededor de estos desarrollos, cordones de pobreza que son invisibilizados tanto por los entes públicos como privados, es así como, aparecen nuevas alternativas o tipos de turismo innovadores, que buscan contrarrestar los efectos negativos de este tipo de turismo. Dentro de los



cuales se ubica el turismo comunitario, donde lo central es tener la naturaleza como destino, preocupación por el bienestar de las poblaciones, sus valores, su cultura, sus recursos naturales, otorgándole una participación más activa tanto del turista como de la población local; es decir son alternativas de turismo sostenibles, entendiéndose la relación sostenibilidad y turismo como lo definen en consenso.

El turismo comunitario se asoma como una alternativa para salvar las disparidades sociales y económicos que adolecen las comunidades rurales, además de una vía que pueden utilizar las comunidades que buscan generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos culturales, naturales y locales en una región en particular.

El turismo comunitario permite a los habitantes de la región dada convertirse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes que reciben. Ofrece al propio tiempo a las comunidades la oportunidad de jugar un papel en la generación del movimiento de los elementos de producción e intercambio de bienes y servicios en la zona en cuestión. Hoy en día, el turismo comunitario sigue en constante evolución, no solo en el Gran Caribe, sino también en África, Asia y América Latina, generando una participación más activa del turista dentro de los hábitos y costumbres de un grupo social o localidad en particular (ACS & AEC, 2012, párr. 2).

La educación superior actual requiere de una formación que contenga alta calidad formativa para que cuenten con elementos que les permitan afrontar desafíos profesionales inherentes, pero sobre todo considerando los ejes que hacen a la visión actual de la educación, y la formación de los jóvenes en instituciones de formación técnico superior. Por otro lado, es importante considerar que muchos de los estudiantes de formación superior o técnica, no siempre tienen un pleno proceso de aprendizaje que les permita ser competitivos en el mercado laboral.

El Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka”, fue creado bajo Resolución Ministerial No. 430/2006 en beneficio de los estudiantes del área rural, su creación apunta específicamente a los municipios y comunidades asentados en el sector norte de las orillas del lago Titicaca (comprendido por los municipios de: Achacachi, Huarina, Huatajata y Chua). (Ministerio de Educación, 2006, p. 76)

De acuerdo con los datos del El Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka” (2010) se creado con las Carreras de: Acuicultura, Agronomía, Veterinaria y Turismo, todas del nivel profesional Técnico Superior que engloba 3600 horas académicas (Ministerio de Educación, 2006). Sin embargo, a partir de la creación del Instituto las Carreras de Acuicultura, Agronomía y Veterinaria realizaron modificaciones a sus diseños curriculares en las gestiones posteriores a su inicio, pero no ocurrió lo mismo con la Carrera de Turismo ya que ésta mantiene su diseño curricular desde que inició con la inscripción de los primeros estudiantes en 272.

De acuerdo a las estadísticas institucionales, la carrera de Turismo es la que registra el mayor número de inscritos desde el año 2007 hasta el año 2009 y desde el 2010 en adelante la inscripción de estudiantes nuevos se reduce dramáticamente.

No obstante, en las otras Carreras profesionales del Instituto no ocurre este fenómeno ya que el ingreso de estudiantes se mantiene constante desde el inicio hasta la conclusión del mismo (Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka", 2016). Sin lugar a duda, el estancamiento registrado en el Diseño Curricular de la Carrera de Turismo está causando los bajos registros de ingreso de estudiantes al Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka”.

Sin embargo, el ingreso de estudiantes nuevos al Instituto no es el problema principal, sino, el egreso. Muchos de los estudiantes que se formaron en el Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka” desde los años 2011 al 2015 aun no cuentan con un

empleo laboral estable, por diferentes factores que van desde la carencia de espacios laborales hasta la competencia existente entre egresados de otros Institutos y Universidades. Muchos otros están trabajando como funcionarios municipales en la alcaldía, no precisamente en el área de Turismo, si no como secretarías y secretarios o como personal de apoyo y servicio (Egresados, 2016).

Por otra parte,

La educación técnica en Bolivia se ha convertido en un tipo de formación que sirve tanto para el empleo como para el autoempleo. Además, durante su ciclo formativo las personas adquieren, mediante el aprendizaje, capacidades prácticas para desenvolverse en el trabajo en cualquier ocupación y en diferentes ramas de la actividad económica. Sin embargo, la educación técnica también es funcional a la formación de saberes y actitudes necesarias para desarrollar tareas y funciones laborales (en espacios de la administración pública y la empresa privada), el autoempleo resulta complejo para los egresados de la Carrera de Turismo. (Lizárraga, 2011, p. 9)

En el contexto actual, los estudiantes atraviesan ciertas falencias, que no les permiten relacionar adecuadamente los procesos de aprendizaje en torno a desarrollar el plan curricular de la carrera de Turismo, la cual contempla 2 semestres de Turismo Comunitario en las materias de Emprendimiento Producto I y Emprendimiento Producto II, pero las dificultades en su formación no les permite innovar ni desarrollar nuevos productos o emprendimientos (Instrumentos de investigación).

Por lo tanto, las limitaciones del proceso de aprendizaje no permiten adecuarlas a la idiosincrasia de la población, tampoco promover y estimular la mentalidad del "autoempleo" como fórmula creativa, desvalorizando la riqueza personal del nuevo hombre emprendedor.

La formación técnica resulta ser muy general o limitativa, lo que no permite a los estudiantes acceder a nuevas alternativas de formación técnica y por ello se ven limitados en el desarrollo profesional de la carrera. La formación técnica recibida es muy general, lo que limita especialmente el ejercicio práctico en el ámbito de la carrera técnica como es el de turismo; por lo que los conocimientos teóricos - prácticos de la formación técnica abarcan la generalidad y no particulariza en una carrera que genere un auto sustento.

Por otro lado, se observa también que en el Diseño Curricular de la Carrera del Técnico Superior en Turismo existe una baja relación entre las actividades curriculares teóricas y prácticas, influyendo en los estudiantes de la Carrera de turismo el bajo desarrollo de competencias específicas, y como consecuencia, no cuentan con las aptitudes necesarias para desenvolverse en el campo laboral y en distintas esferas de la misma. A esto si puede ser atribuido, el descenso en el nivel de ingreso de estudiantes “nuevos” al Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka”, ya que algunos estudiantes egresados perciben a la Carrera de Turismo “como monótona y aburrida” a causa de la ausencia de actividades prácticas propias de la Carrera (Barrionuevo, 2016 p. 35).

## **1.2. Interrogante fundamental de la investigación**

¿Cuáles son las estrategias didácticas de aprendizaje por competencias en los procesos educativos de las asignaturas de Emprendimiento Producto I y Emprendimiento Producto II de los estudiantes de la Carrera de Turismo del Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka” del Municipio de Huatajata?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

- Proponer la estrategia didáctica de aprendizaje por competencias, en los procesos educativos de las asignaturas de Emprendimiento Producto I y

Emprendimiento Producto II de los estudiantes de la Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, Municipio de Huatajata.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- ✓ Identificar las estrategias de aprendizaje que se desarrollan en los procesos educativos de los estudiantes pertenecientes al Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”
- ✓ Analizar describir las estrategias de aprendizaje que emplean los estudiantes de la Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”.
- ✓ Diseñar estrategias didácticas de aprendizaje por competencias en el Turismo Comunitario en las asignaturas Emprendimiento Producto I y II del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”.

## **1.4. Justificación**

### **1.4.1. Justificación social**

“El turismo en una de las actividades económicas que ha cobrado mayor impulso en Bolivia en los últimos años y hoy en día, sin lugar a duda, ocupa uno de los primeros lugares dentro de la industria del rubro de servicios” (Arias, 2010, p. 47). Esta situación obliga al sector a contar cada vez con más trabajadores que brinden servicios con altos estándares de calidad, que sean más competitivos y que ofrezcan los resultados de satisfacción esperados.

Para el Estado Plurinacional de Bolivia se constituye en un espacio privilegiado de formación profesional, por el mismo hecho que “posibilita la continuidad de estudios superiores a los estudiantes que concluyen el bachillerato y lo importante es que llega a fortalecer el desarrollo económico productivo de las ciudades, las comunidades, los municipios y el país” (Arias, 2010, p. 59).

### **1.4.2. Justificación teórica**

La presente investigación, respalda los conocimientos sobre procesos de aprendizaje técnico establecido en la formación que brinda la Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, el cual tiene el propósito de potenciar y fortalecer la formación y conocimiento de los estudiantes. “La tecnificación, que es la parte dinamizadora del progreso y superación del país se ha monopolizado en las Universidades, las cuales resultan insuficientes para resolver este enorme problema” (Marchena, 2016, p. 48)

El presente estudio considera las estrategias de aprendizaje por competencias aplicando el desarrollo del turismo comunitario; es un tema de interés en la actual coyuntura por la necesidad de describir aspectos prácticos y útiles, y que puede permitir un mejor aprendizaje en los estudiantes de la Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”; considerando el de potenciar y fortalecer el aprendizaje práctico de los estudiantes.

El Turismo se define como la “movilización de una o más personas, dentro o fuera del país o de su residencia habitual, motivada por distintos aspectos psicológicos y sociológicos, que conciertan a dicho fenómeno en un movimiento económico y social que prevé el desarrollo del país” (Ramírez, 2011, p. 49).

El turismo comunitario se asoma como una alternativa para salvar las disparidades sociales y económicos que adolecen las comunidades rurales, además de una vía que pueden utilizar las comunidades que buscan generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos culturales, naturales y locales en una región en particular. (Viceministerio de Turismo, 2010, p. 43)

El turismo comunitario permite a los habitantes de la región dada convertirse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes que reciben. “Ofrece al propio tiempo a las comunidades la oportunidad de jugar un papel en la generación del movimiento de los elementos de producción e intercambio de bienes y servicios en la zona en cuestión” (Ponce, 2011, p. 49).

### **1.4.3. Justificación metodológica**

La investigación está centrada en un aporte metodológico consistente en la implementación del turismo comunitario como una estrategia de aprendizaje por competencia para la formación técnica y ser un articulador, un generador de desarrollo en las comunidades.

El comprender la necesidad de implementar una estrategia de aprendizaje técnico-práctica, ayudaría a mejorar la formación del técnico superior en las diferentes especialidades, permitiendo llevar a cabo el propósito pedagógico del instituto, el cual es brindar una Educación de la vida para la vida. (Aguilar, 2012, p. 58)

La investigación tendrá un carácter descriptivo y explicativo. Descriptivo, porque describe situaciones,

Busca referir situaciones, específicas propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno objeto de estudio. Desde el punto de vista científico, describir es medir, entonces se selecciona una serie de cuestiones, se mide cada una de ellas independientemente y se describe las mismas. (Mejía, 2008, p.71)

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos, de fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué dos o más variables están vinculadas.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Estado de Arte

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de puerto Plata (República Dominicana). Un análisis de la percepción de los residentes. Universidad de Córdoba.
INSTITUCIÓN	Universidad de Córdoba.
AUTOR	Urrutia, José Carlos. 2012
ANTECEDENTES DEL TEMA	Considera como objetivo: La determinación de las percepciones de los residentes hacia los impactos del turismo, el apego a la comunidad y el apoyo al turismo comunitario sostenible.
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	¿El estudio de la aplicación de diferentes teorías sociales al turismo analizado? ¿El análisis de las características del turismo comunitario en la provincia de Puerto Plata desde el punto de vista de la oferta? Y ¿La exploración de la evolución del turismo, desde sus inicios hasta la actualidad, en República Dominicana en general y en la provincia de Puerto Plata en particular, como áreas geográficas objeto de estudio de esta investigación?
APORTE DE LA INVESTIGACIÓN	Propone analizar el turismo comunitario en las comunidades rurales de Puerto Plata, que es una provincia ubicada en la región norte de República Dominicana, siendo el tercer polo turístico del país



	y segundo cuando se habla de sol y playa. Para ello se han establecido objetivos en base a los cuales se ha desarrollado este estudio. Estos objetivos se han diferenciado entre objetivos teóricos y objetivos empíricos según la naturaleza de cada uno de ellos.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	Estrategias de promoción de la imagen turística de Bolivia, empleado por el viceministerio de turismo, en el turismo interno - UMSA
INSTITUCIÓN	UMSA
AUTOR	Elsa Quenta Mamani-Erika Limachi Tambo
ANTECEDENTES DEL TEMA	Actualmente, el turismo es una actividad socioeconómica de gran importancia que contribuye significativamente al desarrollo nacional. Esto gracias a los atributos que el mismo posee tanto naturales como culturales; por tanto, promover esta actividad es una labor conjunta.
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	¿En qué condiciones laborales socioeconómicas se desenvuelve el profesional Titulado y Estudiante Egresado de la Carrera de Turismo de la UMSA?
APORTE DE LA INVESTIGACIÓN	Se Determinar cómo enfoca sus estrategias de promoción de la Imagen Turística de Bolivia el Viceministerio de Turismo en el Turismo Interno.

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	Estudio de mercado laboral: análisis de la situación laboral del profesional de turismo de la Universidad Mayor de San Andrés - UMSA
INSTITUCIÓN	UMSA
AUTOR	Julio Yobany Rojas Anco
ANTECEDENTES DEL TEMA	Sin lugar a dudas, un trabajo complementario a los estudios de mercado laboral efectuados en la Carrera, con el gran aporte de incorporar la variables no contempladas anteriormente como el nivel salarial, contratos, seguridad social, tiempo de trabajo, satisfacción laboral, entre otros de vital importancia que permitirán a las autoridades universitarias y no universitarias actuales, efectuar políticas asertivas para la incorporación efectiva al mercado laboral turístico y minimizar la brecha entre formación y mercado laboral.
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	¿En qué condiciones laborales socioeconómicas se desenvuelve el profesional Titulado y Estudiante Egresado de la Carrera de Turismo de la UMSA?
APORTE DE LA INVESTIGACIÓN	Para llegar los resultados, se han adoptado metodologías cuanti-cualitativas e instrumentos basados en las nuevas tecnologías de información como la e-encuesta, que permitió romper la barrera física y temporal para acceder a los consultados, lo que permitió ampliar el muestreo y por consiguiente incrementar la confiabilidad de los resultados.  Al interior del documento se puede encontrar

	<p>información referente a la caracterización de formación profesional de la Carrera de Turismo, los agentes que componen la oferta laboral, los organismos públicos y privados que conforman la demanda laboral turística, y los resultados que derivan de la interacción de estos dos últimos, tal como: Tasas de desempleos, desplazamiento laboral hacia otros sectores no turísticos, niveles salariales, acceso a los servicios de salud, seguros sociales, entre otros, concluyendo con la acentuación de los problemas más nocivos para el sector.</p> <p>Como información complementaria a la investigación se incorporó los resultados de la entrevista aplicada al sector emprendedor con base formativa proporcionada por la Carrera de Turismo de la U.M.S.A., los cuales son agentes importantes para mejorar las condiciones laborales del Sector.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	Rediseño curricular de la carrera de turismo para mejorar la inserción laboral de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Wiñay Marka
INSTITUCIÓN	UMSA-CEPIES
AUTOR	Rodrigo Copa Colquehuanca
ANTECEDENTES DEL TEMA	La presente investigación surge como propuesta para contrarrestar el bajo nivel de inserción laboral en los estudiantes egresados del Instituto Superior Wiñay

	Marka
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	¿Cuál es el rediseño curricular adecuado para que la carrera de turismo mejore la inserción laboral de los estudiantes egresados del Instituto Superior Tecnológico Wiñay Marka?
APORTE DE LA INVESTIGACIÓN	Se propone la implementación de prácticas, modifica el perfil del egresado, cambia el régimen de estudio que favorecen y optimicen el proceso formativo.

## 2.2. Marco conceptual

### **La teoría de enseñanza o didáctica:**

Los principios didácticos son postulados generales que se derivan de las leyes y que definen los modos de aplicación de las mismas, son una guía para la acción de los maestros. Los conceptos aludidos nos permiten desarrollar “La práctica de un proceso educativo creativo”. (Granata, Chada, & Barale, 2000, p. 7)

**La práctica de un proceso educativo creativo:** Esta referido a los contenidos curriculares y las situaciones de aprendizaje (estrategias, métodos, técnicas y actividades de aprendizaje y enseñanza) que el docente selecciona y propone para que el estudiante logre aprendizaje significativo.

**Métodos:** Métodos de enseñanza expositiva, métodos de enseñanza por descubrimiento, métodos de enseñanza por emulación.

**Técnicas:** Técnicas expositivas de enseñanza, técnicas de estudio dirigido, técnicas de enseñanza por descubrimiento, técnicas de enseñanza por emulación.

**Dinámicas:** Dinámicas de presentación, dinámicas de las parejas rotativas, dinámicas del espejo, dinámicas de lluvia de ideas y dinámicas de reacción en cadena.

**Proceso de aprendizaje y enseñanza:** En el proceso de enseñanza-aprendizaje constituye una unidad dialéctica, en el sentido de que la enseñanza implica aprendizaje, es decir, al enseñar también está aprendiendo y que al aprender existe la posibilidad de enseñar, de hecho, la mejor manera de aprender es enseñando.

**El Aprendizaje:** El aprendizaje ha estado tradicionalmente concebido como un proceso, mediante el cual se incorporaban a la mente de los estudiantes una serie de contenidos o conocimientos que debían ser internalizados o apropiados en forma memorística para poder aplicar en la vida cotidiana. No obstante, las investigaciones han demostrado que los estudiantes no siempre han tenido éxito en el desempeño, sino que era una mera recepción y reproducción de contenidos.

**Principios básicos de aprendizaje:** El aprendizaje es un fenómeno social: Las personas no aprenden en forma aislada, sino en comunidad y a través de actividades cotidianas que realizan en conjunto.

**El Aprendizaje es situado:** EL aprendizaje debe partir de situaciones reales para el estudiante, ya sea en su medio y aprende mejor cuando es de su interés. El aprendizaje orientado a las situaciones reales supone estimular las habilidades de innovación sobre las experiencias vividas en situaciones concretas.

**El Aprendizaje es un proceso activo y participativo:** Las actividades son determinantes para lograr el aprendizaje. Los estudiantes aprenden mejor y más rápido cuando realizan una actividad tanto física y mental. La experiencia cotidiana proporciona la materia prima para la actividad del aprendizaje. Mediante la actividad los estudiantes pueden ir incorporando el conocimiento nuevo que les servirá para el desarrollo de competencias más complejas.

**El aprendizaje es un proceso cooperativo:** En aprendizaje cooperativo consiste en una serie de estrategias y métodos motivacionales y cognitivos que estimulan y facilitan el aprendizaje a través de la colaboración de los estudiantes. El docente orienta y apoya constantemente el trabajo de estos.

**El Aprendizaje es intercultural:** El aprendizaje debe orientar hacia la creación de experiencias que permiten a los estudiantes valorar, usar, disfrutar, conocer y desarrollar sus propias lenguas y culturas; y al mismo tiempo, reconocer, aceptar y valorar la existencia de otras.

**El Aprendizaje es significativo:** Las situaciones sociales de base para la construcción del conocimiento. El aprendizaje requiere de una situación cultural y social, pues el aprendizaje y la cognición son fenómenos que se producen en situaciones reales.

**El Aprendizaje es construcción de conocimientos:** El aprendizaje no es una mera internalización o memorización de información que se transmite, sino es fruto de elaboración o construcción de conocimientos que el estudiante realiza en el ámbito de sus relaciones y actividades, de este modo, crea interpretaciones basadas en sus experiencias pasadas y en sus interacciones con el entorno.

### **Educación y formación:**

La distinción entre la formación y la educación a través de los estudios de Kenny y Reíd (1986), Glaser (1962); coinciden en el señalamiento que la actividad formativa suele estar más orientada al trabajo que a la persona, la educación por otro lado, está más orientada a la persona, es un proceso más amplio de cambio y sus objetivos se prestan menos a una definición precisa. (Colom, Sarramona y Vásquez. 2012, p. 69)

### **Relación entre Conocimiento, Aprendizaje y Competencia:**

Las relaciones que se dan en el conocimiento que se va construyendo en el proceso de formación y que puede incrementarse tanto cuantitativa como cualitativamente, es decir, tanto en cantidad como en calidad y de allí que se expresan sus valores como resultado, desde un conocimiento mínimo a uno superior. (Tejada. 2010, p. 121)

**El Turismo:** Según el Viceministerio de Turismo de nuestro país, se considera que: “El turismo es una actividad propia de la sociedad moderna, que ha surgido de la necesidad de las personas por conocer sitios nuevos y diferentes al habitual” (Viceministerio de Turismo, 2010, P. 16).

### **Modalidades del turismo según la sostenibilidad:**

Son aquellas, que proporcionan al turista la oportunidad de ponerse en contacto con el entorno cultural y/o natural (estas modalidades están clasificadas, de acuerdo a las actividades turísticas que se pueden desarrollar en la zona de estudio), debiendo estar definidas según el segmento, objetivo y actividad turística. (González, 2010, p. 101)

### **Turismo Naturalista:**

Este tipo de turismo es realizado por las personas que se sienten atraídas o motivadas para conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular o característico de un destino. Según sea el grado de interés y de identificación con este recurso, así será el nivel de especialización que puede alcanzar esta modalidad la cual puede subdividirse en turismo de naturaleza suave, turismo de naturaleza fuerte o ecoturismo. (Quesada, 2007, p. 116)

**Turismo de Naturaleza suave (soft nature):**

Es el que practican la mayoría de las personas y consiste en los viajes que ellas realizan a un lugar con especiales atributos naturales y escénicos, con el fin de disfrutar de estos recursos, pero sin realizar estudios o investigaciones. El turista naturalista suave, tiene especial predilección por las áreas silvestres o por los sitios naturales poco degradados o intervenidos por el hombre. (Quesada, 2007, p. 145)

**Turismo de Naturaleza fuerte (hard nature):** “Está conformado por quienes viajan a las zonas específicas con el objetivo de investigar o ampliar sus conocimientos respecto a un ecosistema, hábitat o especie (de flora o fauna) en particular” (Quesada, 2007, p. 151)

**Ecoturismo:**

Se refiere a la preservación de los recursos naturales en su disfrute. El ecoturismo no solo sustenta los atractivos naturales, sino que aporta recursos para su soporte, contribuyendo así a su conservación y al sostenimiento de las comunidades aledañas en el desarrollo de la actividad turística. Actividades de alto riesgo o dificultad que conforman el *turismo de aventura* (Trekking, overlanding, expediciones, etc.). (Quesada, 2007, p. 156)

**Turismo de aventura:** En el Turismo de Naturaleza, surge el Turismo de Aventura, y está dentro del tipo de turismo Alternativo. La dinámica mundial de la oferta turística volcó la mirada hacia estas modalidades por la creciente demanda de actividades “distintas” y “novedosas”, por parte de los turistas cansados de comportamientos estáticos y convencionales de los centros turísticos tradicionales, deseosos de emociones o bien probar sus capacidades físicas o su temple. De ahí que algunos de ellos atraídos por estas modalidades deportivas comenzaron a demandar



nuevas formas de esparcimiento intenso y emocionante.

**Turismo Comunitario:** El “Turismo Comunitario” es comprendida como la relación directa de emprendimiento y la comunidad con los visitantes desde una perspectiva plurinacional e intercultural en el desarrollo de viaje organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios culturales y territoriales, de las naciones y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados para el “Vivir Bien” (Ley N° 292, 2012).

**Destino Turístico:**

El destino turístico o territorio que posee a su vez otros elementos como los recursos de atracción turística; la sociedad local que participa y decide; la oferta central de servicios; las infraestructuras y equipamientos de accesibilidad generales, que articulan cualquier territorio. (Cox, R. 2009, p. 210)

**Producto Turístico:** “...El producto turístico es el conjunto de atractivos y organizaciones que satisfacen una necesidad de los consumidores turísticos...” (Velasco, 2006, p. 39). Ahora bien, el Viceministerio de turismo (2004) incluye otros elementos más que forman parte del producto turístico como ser “...equipamiento, medios de acceso, servicios turísticos determinados, preparados para satisfacer las necesidades de los clientes a un precio determinado...” (p. 168).

**Atractivo Turístico:** “Los atractivos son los elementos dentro del área de destino turístico que individualmente o combinados sirven como motivación primaria para la visita turística; pueden ser naturales, culturales, etc.” (Valdez, 2005, p. 15).

**Servicio Turístico:** Los servicios turísticos son los equipamientos vinculados a la actividad turística para su desarrollo dentro del destino tales como; hoteles, restaurantes, líneas aéreas, agencias de visaje, etc. y que mediante el uso de los mismos hacen posible que el turista prolongue su estadía en dicho destino, o, por el contrario, decida no retornar al destino, esto en caso de que existan fallas en equipamiento o haya un desempeño de funciones malo por parte del personal.

### **Oferta Turística:**

...la oferta constituye el capital o activo principal de la empresa llamada turismo, todos somos conscientes de que la belleza de un lugar, es la materia prima del turismo por eso sus recursos turísticos son el principal soporte de la oferta turística. La oferta turística de un lugar, también incluye: Los servicios, es decir, hoteles, restaurantes, agencias de viaje, transportes, información, etc. Los equipamientos como centros de salud, estaciones de autobuses, parques, zonas recreativas, instalaciones deportivas, etc. (Figuerola, 1992, p. 23)

**Turismo Sostenible:** “El turismo sostenible no es un producto, ni una nueva forma de vender una actividad o un destino; es un proceso o un modelo de desarrollo” (García, 2002, P. 31).

**Marketing y Turismo:** El marketing tiene diversas definiciones, según Philip Kotler (2008) (considerado padre del marketing) es “El proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” (p. 123). Sin embargo, hay otras definiciones; como la que afirma que el marketing es el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo.

**Marketing Estratégico:** “La función del marketing estratégico es seguir la evolución del mercado de referencias e identificar los diferentes productos mercados y segmentos

actuales potenciales, sobre la base de un análisis de la diversidad de las necesidades a encontrar” (Lambin, 2002, p. 59).

**Estrategia:** “Por estrategia básicamente se entiende por la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de sus objetivos” (Abscal Rojas, 2008, p. 59).

**Producto:**

Los destinos son combinaciones de servicios e infraestructuras turísticas (alojamiento, transporte, restauración, entretenimiento, etc.) así como recursos públicos (paisajes, playas, lagos, ambiente, etc.). Todos estos elementos se integran en una marca paraguas bajo el nombre del destino. La integridad del concepto destino conlleva a que el producto turístico para cada potencial turista sea muy objetivo y dependa en gran medida, de su imagen y expectativas del lugar. (Bigné, Font, & Andreu, 2000, p. 43)

**Plaza:** “En lo que se refiere a plaza de distribución, se define como un conjunto de organizaciones interdependientes implicadas en el proceso de hacer un producto o servicio disponible para su uso o consumo” (Bigne & Fotn, 2007, p. 64).

**Segmentación de mercados:** Couillaud (2006), afirma que la segmentación de mercados, “para que una empresa turística, trate de entender el comportamiento de sus clientes es un primer paso importante, pero no es suficiente hasta que logre determinar claramente cuál es su mercado objetivo” (p. 39).

**Estrategias de segmentación:** “Un mercado meta es un grupo de personas o empresas para las que una compañía diseña, implementa y mantiene una mezcla de

marketing con el propósito de satisfacer las necesidades de ese grupo, lo que resulta en intercambios satisfactorios para ambos” (Lamb, 2007, p. 103).

**Promoción Turística:** Según Acerenza (2004), la promoción turística es:

Aquella actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento o mejora de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica (p. 28).

## **2.3. Marco teórico**

### **2.3.1. La teoría de enseñanza o didáctica**

Tiene como objeto el estudio del proceso de enseñanza-aprendizaje de forma integral, al proceso docente educativo y el proceso de enseñanza-aprendizaje está muy relacionados. La dirección del proceso de aprendizaje, de los procesos de conocimiento de los estudiantes se constituye en el centro de la teoría de la enseñanza. En la gran medida la dirección del proceso de aprendizaje es orientación. En la dirección del proceso de aprendizaje se considera como fundamental.

- Los objetivos, el para que, como hilo conductor que puede dar unidad y sentido al proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Los contenidos, el que, responden a las exigencias que el desarrollo de la sociedad impone a un área o disciplina del saber.
- Los métodos, el cómo, y las formas de impartición de las clases (conferencias, seminarios, clases prácticas y talleres) en los que se expresan los recursos

pedagógicos que los docentes utilizan como vías para alcanzar los objetivos propuestos en una disciplina.

- Los medios o recursos, el con que, que permite elevar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir de diversas formas de representación de los objetivos de conocimientos.

Los principios didácticos son postulados generales que se derivan de las leyes y que definen los modos de aplicación de las mismas, son una guía para la acción de los maestros. Los conceptos aludidos nos permiten desarrollar “la práctica de un proceso educativo creativo”.

### **2.3.2. La práctica de un proceso educativo creativo**

Referido a los contenidos curriculares y las situaciones de aprendizaje (estrategias, métodos, técnicas y actividades de aprendizaje y enseñanza) que el docente selecciona y propone para que el estudiante logre aprendizaje significativo.

Para que se produzca un aprendizaje creativo y significativo para el estudiante, no es suficiente con que las “intenciones” u “objetivos formativos” sean claros, sino que, además, y en forma primordial, es importante que el docente sepa activar las múltiples situaciones simultáneas que en forma integrada hacen la calidad de la formación técnica.

La práctica de una pedagogía creativa parte del reconocimiento del ¿cómo y con que enseñar? Los estudiantes aprenden, como ellos logran el aprendizaje y como lo aplican en su profesión.

En ese sentido la metodología y técnicas de enseñanza que se utiliza en clase dejan de ser fines en sí mismo y se convierten en respuestas pertinentes a los estilos y demandas específicas del aprendizaje del estudiante. Esto, significa que:

El nuevo rol docente va más allá de la simple planificación y ejecución de actividades de enseñanza y desafía al maestro a identificar las zonas de desarrollo real y potencial de los alumnos y seleccionar en forma consciente y por lo tanto intencionada, las estrategias, métodos y técnicas que posibiliten que aprendizaje se logre en forma significativa. (Universidad Americana, 2002, p. 13)

Un aprendizaje significativo es aquel que nos sirve para el desarrollo profesional, es aquel que nos permite seguir aprendiendo y mejorando en la práctica. Y es en base a ese conocimiento que se puede identificar y seleccionar las estrategias y métodos de enseñanza, es en función de ese conocimiento que verdaderamente que se puede mejorar la formación superior o la formación técnica.

En este sentido, se puede indicar algunos métodos, y técnicas, pero, antes no olvidar, que un método es un camino para llegar a un fin, no es un fin en sí mismo, y por ello todas las recetas metodológicas que se pueda considerar no tienen ningún valor si no son representadas y reconceptualizadas a la luz de los desafíos y las necesidades del sujeto que aprende:

- Métodos: Métodos de enseñanza expositiva, métodos de enseñanza por descubrimiento, métodos de enseñanza por emulación.
- Técnicas: Técnicas expositivas de enseñanza, técnicas de estudio dirigido, técnicas de enseñanza por descubrimiento, técnicas de enseñanza por emulación.
- Dinámicas: Dinámicas de presentación, dinámicas de las parejas rotativas, dinámicas del espejo, dinámicas de lluvia de ideas y dinámicas de reacción en cadena.

### 2.3.3. Proceso de aprendizaje y enseñanza

En la Ley Educativa, se establece como uno de los objetivos de la educación boliviana; “priorizar el aprendizaje del educando como la actividad objetiva de la educación, frente a la enseñanza como actividad de apoyo”. Este objetivo señala que “se dará prioridad a la *actividad de aprendizaje del estudiante*, antes que a la actividad de enseñanza del docente” (U.N.S.T.P. 2012, p. 58).

En el proceso de enseñanza-aprendizaje constituye una unidad dialéctica, en el sentido de que la enseñanza implica aprendizaje, es decir, al enseñar también está aprendiendo y que al aprender existe la posibilidad de enseñar, de hecho, la mejor manera de aprender es enseñando.

Como se mencionó la teoría de la enseñanza o didáctica trata de la dirección del proceso de aprendizaje. La dirección del aprendizaje es un área de trabajo muy amplia; sin embargo, es fundamental el trabajo o la orientación que el docente puede desarrollar en esta área, relacionadas con la orientación al desarrollo de estrategias de aprendizaje, de estrategias para “aprender a aprender”.

En la actualidad, dada la acumulación de conocimientos en cualquier área del saber se considera que el centro de gravedad, del proceso de enseñanza-aprendizaje a cualquier nivel de educación, lo constituye el aprendizaje de estrategias para aprender, que permitan la asimilación de los nuevos conocimientos que se produzcan y la transferencia a la solución de problemas diferentes o situaciones que no hemos experimentado nunca. (Marchena & Ávila, 2009, p. 47)

La mayoría de los autores que han tratado de comprender en qué consisten las estrategias de aprendizaje coinciden en que son secuencias planificadas, integradas, que se realizan bajo control interviene la conciencia. En otras palabras, las estrategias

cognitivas en su nivel más alto de desarrollo se realizan con el monitoreo de la conciencia. En este sentido, se puede decir que se trata de procesos psíquicos de alto nivel de fusiones psicológicas superiores. Estas estrategias serían responsables del proceso de aprendizaje, ellas están vinculadas, a la luz del Paradigma del Procesamiento de la Información, con la asimilación de la información, lo cual supone controlar los procesos de entradas al sistema de procesamiento de codificación, de organización o categorización en general de transformaciones de la información al interior del sistema.

Resulta fundamental, en el mejor desempeño del docente como orientador de estrategias para aprender, considerar algunas de las ideas que permiten comprender mejor la naturaleza de las estrategias que pueden facilitar el proceso de aprendizaje y que se constituyen en verdaderas ayudas.

#### **2.3.4. El Aprendizaje**

El aprendizaje ha estado tradicionalmente concebido como un proceso, mediante el cual se incorporaban a la mente de los estudiantes una serie de contenidos o conocimientos que debían ser internalizados o apropiados en forma memorística para poder aplicar en la vida cotidiana. No obstante, las investigaciones han demostrado que los estudiantes no siempre han tenido éxito en el desempeño, sino que era una mera recepción y reproducción de contenidos.

De acuerdo con las investigaciones realizadas en ámbito del aprendizaje, se puede destacar principalmente los aportes de autores que se complementan entre sí: Ausubel (aprendizaje es significativo), Vygotsky (aprendizaje es un fenómeno social), Brunner (aprendizaje es por descubrimiento) y Dagne (aprendizaje conduce al cambio) (Vielma & Salas, 2000).

Ante esta realidad, con las nuevas corrientes pedagógicas y psicológicas en el aprendizaje de los niños, es indispensable cambiar las condiciones pedagógicas de



aprendizaje, de mera repetición de contenidos hacia un aprendizaje social, situado, activo y participativo, cooperativo, interculturalidad, significativo y de construcción de conocimientos.

#### **2.3.4.1. Principios básicos de aprendizaje**

En este contexto se establece los siguientes principios:

El aprendizaje es un fenómeno social: Las personas no aprenden en forma aislada, sino en comunidad y a través de actividades cotidianas que realizan en conjunto.

Los estudiantes pertenecen a un grupo social y cultural, aprenden a comunicarse primeramente en el entorno familiar que es el primer ámbito de contacto social, luego con la comunidad que es su entorno social y después aprende en la escuela o colegio que es una institución social que tiene la responsabilidad de formar integralmente a los estudiantes para desempeñarse adecuadamente en la sociedad, posteriormente alcanza una formación técnica o superior, porque la comunicación, el lenguaje y el razonamiento se adquiere en estos contextos sociales.

El aprendizaje es situado: El aprendizaje debe partir de situaciones reales para el estudiante, ya sea en su medio y aprende mejor cuando es de su interés. El aprendizaje orientado a las situaciones reales supone estimular las habilidades de innovación sobre las experiencias vividas en situaciones concretas.

El aprendizaje se debe dar en una situación social y cultural concreta y se toma como punto de partida dar la construcción de nuevos conocimientos, por eso el aprendizaje requiere una base cultural y social; pues el aprendizaje es un fenómeno que se produce en situaciones reales, no solo debe aprender a convivir y actuar dentro de su cultura, sino desempeñar adecuadamente en otros medios culturales sociales.

El aprendizaje es un proceso activo y participativo: Las actividades son determinantes para lograr el aprendizaje. Los estudiantes aprenden mejor y más rápido cuando realizan una actividad tanto física y mental. La experiencia cotidiana proporciona la materia prima para la actividad del aprendizaje. Mediante la actividad los estudiantes pueden ir incorporando el conocimiento nuevo que les servirá para el desarrollo de competencias más complejas.

El aprendizaje entendido como construcción de conocimientos es el resultado de la realización de actividades auténticas, útiles y culturalmente propias. En el aprendizaje activo y constructivo el estudiante usa su experiencia y hace suyo el conocimiento. En un aprendizaje no activo ni constructivo la única “actividad” es memorizar y la única “construcción” es repetir. La actividad es útil para la construcción del conocimiento es útil para realizar nuevas actividades.

El aprendizaje es un proceso cooperativo: En aprendizaje cooperativo consiste en una serie de estrategias y métodos motivacionales y cognitivos que estimulan y facilitan el aprendizaje a través de la colaboración de los estudiantes. El docente orienta y apoya constantemente el trabajo de estos.

En cuanto a la motivación, el aprendizaje cooperativo permite el esfuerzo colectivo y a su vez, los esfuerzos individuales son estimulados por las respuestas de los otros. El aprendizaje cooperativo permite expresar sus ideas libremente y el desarrollo de la capacidad cognitiva. Las investigaciones muestran que los métodos de aprendizaje cooperativo con metas grupales, en vez de individuales o competitivas, favorecen el aprendizaje.

El aprendizaje es intercultural: El aprendizaje debe orientar hacia la creación de experiencias que permiten a los estudiantes valorar, usar, disfrutar, conocer y desarrollar sus propias lenguas y culturas; y al mismo tiempo, reconocer, aceptar y valorar la existencia de otras.

La interculturalidad implica la consideración de tres aspectos fundamentales: la identidad cultural (afirmación de lo propio), la cultura como recurso de aprendizaje (punto de partida de los nuevos aprendizajes) y el análisis entre las culturales (igualdad y respeto, conservando las diferencias y buscando el enriquecimiento mutuo).

El aprendizaje es significativo: Las situaciones sociales de base para la construcción del conocimiento. El aprendizaje requiere de una situación cultural y social, pues el aprendizaje y la cognición son fenómenos que se producen en situaciones reales. Por esta razón, el aprendizaje debe ser una actividad.

El aprendizaje es construcción de conocimientos: El aprendizaje no es una mera internalización o memorización de información que se transmite, sino es fruto de elaboración o construcción de conocimientos que el estudiante realiza en el ámbito de sus relaciones y actividades, de este modo, crea interpretaciones basadas en sus experiencias pasadas y en sus interacciones con el entorno.

Cada nuevo conocimiento construido o elaborado, se integra en el conocimiento previo de ideas o conceptos que ya tiene el estudiante, este reestructura se saber previo, descubre en ellas las relaciones básicas, luego las interpreta y elabora o construye el concepto con sus compañeros, sino o con ayuda del docente, es con ese “conocimiento” y con ese “saber hacer” que el estudiante se desempeña plenamente en su medio y en la sociedad.

### **2.3.5. Educación y formación**

La distinción entre la formación y la educación a través de los estudios de Kenny y Reíd (1986), Glaser (1962); coinciden en el señalamiento que la actividad formativa suele estar más orientada al trabajo que a la persona, la educación por otro lado, está más orientada a la persona, es un proceso más

amplio de cambio y sus objetivos se prestan menos a una definición precisa. (Cejas, 2011, p. 6)

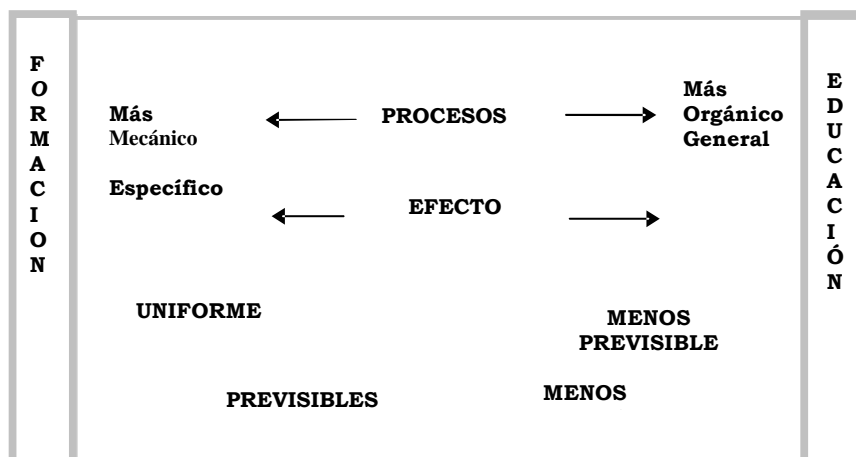
La formación tiende a ser un proceso más mecánico que hace hincapié en respuestas uniformes y previsibles a una instrucción y una orientación normalizadas, reforzadas mediante la práctica y la repetición. La educación es un proceso más organizado que conlleva a cambios menos previsibles en el individuo.

Para Zavala (2008) la educación está más vinculada al desarrollo personal a la adquisición de nuevas capacidades a la incorporación al mundo de la cultura y lo que es la formación algo mucho más puntual y funcional dirigida a la adquisición de habilidades específicas y vinculadas al mundo del trabajo (Zavala, 2008 citado en Cejas, 2011, p. 6).

Estas distinciones la podemos apreciar en forma de diagrama en la siguiente figura, que ha sido propuesta por Buckley y Caple (2007).

**Figura 1.**

*Distinciones entre Educación y Formación. Expresadas en Términos de Procesos y Efectos*



Fuente: Figura extraída de Buckley y Caple, 2007.

### **2.3.6. Relación entre Conocimiento, Aprendizaje y Competencia**

Las relaciones que se dan en el conocimiento que se va construyendo en el proceso de formación y que puede incrementarse tanto cuantitativa como cualitativamente, es decir,

Tanto en cantidad como en calidad y de allí que se expresan sus valores como resultado, desde un conocimiento mínimo a uno superior. Funcionalmente se establece una condición de relación con el aprendizaje, referido al proceso de construcción del conocimiento que se va constituyendo a partir de una serie de etapas como son la transmisión de información, la adquisición de patrones de conocimientos nuevos, el fortalecimiento de esos conocimientos previamente adquiridos, el mantenimiento de conocimientos a partir del fortalecimiento y la autorregulación del conocimiento significado por los procesos meta cognitivos que posibilitan la auto dirección, la autogestión y la autoeficacia. (Tejada. 2010, p. 121)

### **2.3.7. El Turismo**

Según el Viceministerio de Turismo de nuestro país, se considera que: “El turismo es una actividad propia de la sociedad moderna, que ha surgido de la necesidad de las personas por conocer sitios nuevos y diferentes al habitual” (Viceministerio de Turismo, 2005, p. 55).

Por otro lado, según Quesada (2007),

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado (p. 45).

### **2.3.7.1. Modalidades del turismo según la sostenibilidad**

Son aquellas, que proporcionan al turista la oportunidad de ponerse en contacto con el entorno cultural y/o natural (estas modalidades están clasificadas, de acuerdo a las actividades turísticas que se pueden desarrollar en la zona de estudio), debiendo estar definidas según el segmento, objetivo y actividad turística. (González, 2010, p. 101)

### **2.3.8. Definición de turismo de aventura**

#### **2.3.8.1. Turismo Naturalista**

Este tipo de turismo es realizado por las personas que se sienten atraídas o motivadas para conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular o característico de un destino. Según sea el grado de interés y de identificación con este recurso, así será el nivel de especialización que puede alcanzar esta modalidad la cual puede subdividirse en turismo de naturaleza suave, turismo de naturaleza fuerte o ecoturismo. (Quesada, 2007, p. 132)

#### **2.3.8.2. Turismo de Naturaleza suave (soft nature)**

Es el que practican la mayoría de las personas y consiste en los viajes que ellas realizan a un lugar con especiales atributos naturales y escénicos, con el fin de disfrutar de estos recursos, pero sin realizar estudios o investigaciones. El turista naturalista suave, tiene especial predilección por las áreas silvestres o por los sitios naturales poco degradados o intervenidos por el hombre. (Quesada, 2007, p. 58)

#### **2.3.8.2. Turismo de Naturaleza fuerte (hard nature)**

“Está conformado por quienes viajan a las zonas específicas con el objetivo de investigar o ampliar sus conocimientos respecto a un ecosistema, hábitat o especie (de flora o fauna) en particular” (Quesada, 2007, p. 64).

### **2.3.8.3. Ecoturismo**

Se refiere a la preservación de los recursos naturales en su disfrute. El ecoturismo no solo sustenta los atractivos naturales, sino que aporta recursos para su soporte, contribuyendo así a su conservación y al sostenimiento de las comunidades aledañas en el desarrollo de la actividad turística. Actividades de alto riesgo o dificultad que conforman el *turismo de aventura* (Trekking, overlanding, expediciones, etc.). (Quesada, 2007, p. 78)

### **2.3.8.4. Turismo de aventura**

En el Turismo de Naturaleza, surge el Turismo de Aventura, y está dentro del tipo de turismo Alternativo. La dinámica mundial de la oferta turística volcó la mirada hacia estas modalidades por la creciente demanda de actividades “distintas” y “novedosas”, por parte de los turistas cansados de comportamientos estáticos y convencionales de los centros turísticos tradicionales, deseosos de emociones o bien probar sus capacidades físicas o su temple. De ahí que algunos de ellos atraídos por estas modalidades deportivas comenzaron a demandar nuevas formas de esparcimiento intenso y emocionante.

### **2.3.8.5. Características**

La motivación principal, la constituyen la realización práctica de las actividades físicas-deportivas en contacto directo con la naturaleza, con un claro matiz de “aventuras” de riesgo, de retos, de superación, de un conjunto de nuevas situaciones, emociones y experiencias, realizando actividades recreativas deportivas que exigen un mayor esfuerzo físico y equipo especializado, con cierto grado de habilidades y destrezas, de buena condición física, para poder superar muchas actividades.

Comprende aquellos viajes que tienen como fin explorar áreas remotas donde se puede esperar lo inesperado, desafíos impuestos por la naturaleza donde en

muchos casos estos lugares cuentan con dificultades de acceso. En ocasiones las exigencias del ambiente y escenario y por la propia actividad se requieren de participantes muy expertos, con alto grado de cualificación y especialización. Aunque lo más importante es que tengan un espíritu aventurero y la motivación. Los escenarios y ambientes preferidos, por los participantes, son siempre en plena naturaleza, salvaje, exuberante y virgen, que puedan garantizar las grandes emociones y sensaciones, en los diversos ambientes existentes en la tierra, el agua, el aire, la nieve, el hielo (Báez, 2010, p. 18).

Este tipo de turismo surge con mucha aceptación y demanda por una parte importante de un segmento de la población de gente joven, o de gente madura y adultas con “espíritu joven” que desean quemar adrenalinas, vivir nuevas experiencias. La edad promedio de 35 años aprox. También el turismo de aventura puede clasificarse según su dificultad: baja, moderada o alta. (Aventura, 2010, p. 121)

Para una mejor comprensión del turismo de aventura y sus características es necesario citar algunos conceptos que serán descritos a continuación.

“Forma de turismo que utiliza el entorno rural o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento en sus practicantes, por lo que su objetivo básico es poder conseguir transmitir estas sensaciones, necesitando en consecuencia espacios poco explotados turísticamente” (Crosby, 2000, p. 68).

El turismo de aventura está en contacto con la naturaleza siento este un componente primordial para la realización de estas actividades recreativas e interactivas con el entorno desafiando la capacidad física del turista.



El turismo de aventura se entiende como la realización de actividades recreativas asociadas a desafíos que impone la naturaleza (en tierra, agua y aire) y entre las que destacan: caminata, espeleolismo, escalada en roca, canionismo, ciclismo de montaña, alpinismo, rappel, entre otras modalidades. (Micheline, 2008, p. 97)

### **2.3.9. Turismo Comunitario**

El “Turismo Comunitario” es comprendida como la relación directa de emprendimiento y la comunidad con los visitantes desde una perspectiva plurinacional e intercultural en el desarrollo de viaje organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios culturales y territoriales, de las naciones y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados para el “Vivir Bien” (Ley N° 292, 2012, p. 145)

Según Ricardo Cox (2009), el Turismo Comunitario surgen en el léxico y en la práctica del desarrollo Turístico Mundial, nuevos conceptos y experiencias denominados “Turismo Indígena”, o “Turismo Comunitario”; que refieren en principio, a un nuevo paradigma de gestión turística, que se ha venido gestando a partir de la incorporación de nuevos actores en la actividad turística: las comunidades indígenas, campesinas y urbanas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es uno de los principales promotores del “turismo de base comunitaria”, los beneficios económicos y sociales del turismo en la sociedad, y, por tanto, uno de los instrumentos más importantes para erradicar la pobreza en el mundo; por cierto, estos nuevos modelos hacen que la sostenibilidad y la gobernabilidad de los procesos de desarrollo turístico plural (público, privado y social comunitario) estén garantizados en un horizonte de largo plazo.

Asimismo, se considera que:

En todo el mundo es cada vez más visible la presencia de los pueblos indígenas en la industria turística, razón por la cual ha surgido un nuevo concepto turismo indígena o comunitario, que se refiere al control de las empresas turísticas por parte de los pueblos indígenas, que buscan “potenciar sus atractivos e instalaciones turísticas , en función de satisfacer a la creciente demanda de turistas interesados en atracciones de tipo cultural-indígena, así como en los paisajes naturales donde viven desde tiempos remotos, y que a su vez coincide con la necesidades indígenas de obtener ingresos económicos de la tierra ,recursos naturales y la cultura.... (Cox, 2009, p. 121)

Para describir que se denomina turismo comunitario la REDTURS (2010) señala:

...Toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y autogestión de los recursos patrimoniales de la comunidad, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios para el bienestar de sus miembros, la Iniciativa venga de la comunidad, los activos del capital de la empresa sean de la comunidad, es decir, con autogestión y que los beneficios queden para la comunidad, su rasgo distintivo es la dimensión humana y cultural orientada a fomentar encuentros interculturales de calidad y mutuo interés con los visitantes (p. 2).

A este concepto se suma el vertido por la especialista Revilla, (2008):

... comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación de las comunidades campesinas y/o nativas. Plantea una interrelación más estrecha con las comunidades, contribuyendo en la conservación de los recursos naturales y culturales del área en que se efectúa la actividad turística” (p. 4).

Por lo tanto, se puede concluir diciendo que turismo comunitario es todo emprendimiento turístico que puede ser creado por miembros de la comunidad o por iniciativa privada, cuya característica principal es el espacio geográfico en el que se desarrolla, que es en el interior de las comunidades, es decir lejano a espacios urbanos, en el que se incluya a los pobladores/comunarios que están ubicadas en dicho espacio para que participen activamente en la organización de actividades turísticas de manera sostenible, solidaria y democrática, obteniendo a cambio de su participación un beneficio económico.

La principal cualidad del turismo comunitario es que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de otras culturas al convivir con ellas.

Se considera al Turismo Comunitario como toda forma de organización empresarial, sustentada en la propiedad y autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generales por los servidores turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (Ministerio de Culturas & Viceministerio de Turismo, 2011, p. 97)

El Viceministerio de Turismo, a través del Programa Nacional de Turismo Comunitario priorizo las zonas más visitadas y las dividió en cinco áreas, las cuales actualmente cuentan con servicios de turismo comunitario en armonía con el medio ambiente y la naturaleza.

#### **2.3.9.1. Sistema Turístico**

El destino turístico o territorio que posee a su vez otros elementos como los recursos de atracción turística; la sociedad local que participa y decide; la oferta central de servicios; las infraestructuras y equipamientos de

accesibilidad generales, que articulan cualquier territorio. Los sistemas de transporte, conectividad y movilidad turística que organizan viajes entre los espacios emisores y receptivos. Los mecanismos públicos o privados que promocionan y comercializan los recursos de atracción turística convirtiéndolos en productos turísticos, incentivando, creando y satisfaciendo las motivaciones de los turistas. Los turistas como consumidores que deciden según su perfil sociodemográfico y el impacto de los medios de comunicación y de los operadores turísticos. (Cox, 2009, p. 210)

Definimos a sistema turístico como un conjunto de elementos que funcionan interrelacionándose, aunque cada uno sea a su vez independiente. El funcionamiento adecuado, organizado y controlado de todos sus elementos como son; establecimientos de hospedaje, transporte, recreación, alimentación, turista, instituciones y empresas, el impacto ambiental que se genera, etc. contribuirán a obtener calidad en el producto/servicio turístico.

### **2.3.9.2. Producto Turístico**

Según Velasco (2006), “...El producto turístico es el conjunto de atractivos y organizaciones que satisfacen una necesidad de los consumidores turísticos...” (p. 39). Ahora bien, el Viceministerio de turismo (2004) incluye otros elementos más que forman parte del producto turístico como ser: “...equipamiento, medios de acceso, servicios turísticos determinados, preparados para satisfacer las necesidades de los clientes a un precio determinado...” (p. 168).

Finalmente, en la Ley N° 2074 del año 2000 en su art. 4 indica: “...Productos turísticos, son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios turísticos que permiten el desarrollo de actividades...”.

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

### **2.3.9.3. Atractivo Turístico**

Para definir que es un atractivo turístico Romero (1994) dice, “Los atractivos son los elementos dentro del área de destino turístico que individualmente o combinados sirven como motivación primaria para la visita turística; pueden ser naturales, culturales, etc.” (p. 3). Este concepto es apoyado por Valdez, (2005,) el cual lo describe como: “... es el lugar o zona o acontecimiento de interés turístico...” (p. 15). Además, desde el punto de vista del Marketing, Ancoreza, (1999) clasifica los atractivos de la siguiente manera: “... generan una corriente turística a su localización, desde el punto de vista del marketing los atractivos turísticos existentes en una región receptora pueden ser atractivos turísticos de sitios y atractivos turísticos de eventos...” (p. 10).

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

### **2.3.9.4. Servicio Turístico**

Los servicios turísticos son los equipamientos vinculados a la actividad turística para su desarrollo dentro del destino tales como; hoteles, restaurantes, líneas aéreas, agencias de visaje, etc. y que mediante el uso de los mismos hacen posible que el

turista prolongue su estadía en dicho destino, o, por el contrario, decida no retornar al destino, esto en caso de que existan fallas en equipamiento o haya un desempeño de funciones malo por parte del personal.

Al respecto Romero (1994) dice, “Los servicios son los elementos dentro del área de destino que hacen posible al visitante permanecer en él, participar y disfrutar de las atracciones” (p. 2).

Complementando la definición se menciona que:

Los equipamientos y servicios vinculados con el turismo, dimensión y caracterización de las empresas y organizaciones que desarrollan actividades turísticas (hoteles, restaurantes, líneas aéreas, fluviales y terrestres, puertos y aeropuertos, taxis, alquiler de vehículos...) así como de las actividades de gestión cultural y natural (arquitectura, museos, parques, centros transporte que altera el costo del viaje y el tiempo que se tarda en llegar al destino. (Chias, 2005, p. 15)

De igual manera, señala que “...La accesibilidad son conexiones con los mercados emisores, evaluación de las infraestructuras y capacidad de las mismas, volumen de las conexiones actuales” (Chias, 2005, p. 15).

Entonces, se define accesibilidad como; la facilidad con la que el turista ingresa a un destino ya sea por vía terrestre, lacustre o aérea, además desde el punto de vista del marketing se conoce al termino de accesibilidad como la capacidad de conectarse con otros mercados para dar a conocer el producto turístico.

#### **2.3.9.5. Oferta Turística**

El Viceministerio de Turismo, (2004) refiriéndose a este concepto señala:

...la oferta constituye el capital o activo principal de la empresa llamada turismo, todos somos conscientes de que la belleza de un lugar, es la materia prima del turismo por eso sus recursos turísticos son el principal soporte de la oferta turística. La oferta turística de un lugar, también incluye: Los servicios, es decir, hoteles, restaurantes, agencias de viaje, transportes, información, etc. Los equipamientos como centros de salud, estaciones de autobuses, parques, zonas recreativas, instalaciones deportivas, etc. La infraestructura, como carreteras, suministro de agua, de energía eléctrica, alcantarillado, tratamiento de basuras, etc. (p. 97)

Acotando a este concepto Figuerola, (1992) indica que: “Son aquellos establecimientos, bienes y servicios de carácter residencial, artístico, cultural, social y de otra tipología capaces de captar y asentar en una determinada zona y en un periodo de tiempo, una población que procede del exterior” (p. 23).

Para la economía según el punto de vista de Mankiw (2006) explica que: “La oferta de mercado es la suma de todas las ofertas individuales correspondientes a cada vendedor cuyo producto sea un determinado bien o servicios” (p. 48). Entonces, podemos decir que la Oferta Turística es la sumatoria de servicios, equipamiento, infraestructura, recursos naturales y culturales con los que cuenta un destino que puede variar por diversos factores como ser; implemento de nuevas tecnologías, los precios y en especial los gustos de los consumidores o turistas, los cuales saben distinguir y están bien informados acerca de las propiedades del servicio/producto.

### **2.3.10. Turismo sostenible e Impactos del turismo**

- **Turismo Sostenible**

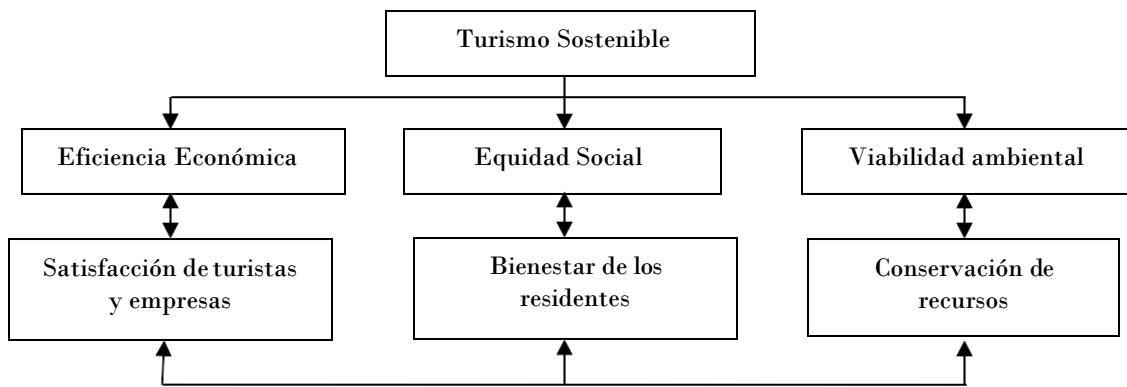
“El turismo sostenible no es un producto, ni una nueva forma de vender una actividad o un destino; es un proceso o un modelo de desarrollo” (García, 2002, p. 102).

“El turismo sostenible es el paradigma que agrupa y da sentido al conjunto de preocupaciones y respuestas que nacen de la interacción entre esta actividad humana, la conservación del medio ambiente y el desarrollo de las sociedades humanas” (González. 2010, p. 59).

El siguiente gráfico muestra los componentes esenciales del Turismo Sostenible según Gonzáles y León:

**Figura 2.**

*Turismo Sostenible*



Fuente: Figura extraída de González, 2010.

### **2.3.10.1. Impactos económicos**

Crosby (2011) afirma que:

El turismo en áreas rurales o naturales tiene una fuerte repercusión en las variables económicas, tanto en aquellas que pueden medirse directamente como en aquellas con un componente cualitativo. Generalmente, el gasto turístico efectuado por un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino, implica un ingreso para la comunidad o la economía receptora, con efectos muy diversos. (p. 151)



A continuación, se distinguen las siguientes clases de efectos:

- Efectos primarios: Son los efectos directos, son los más fáciles de medir, como gastos en establecimientos, hoteles, empresas turísticas, etc.
- Efectos secundarios: El dinero recibido por los establecimientos turísticos van ingresando en la economía local produciendo nuevos efectos. Como ser la promoción exterior del destino, instalaciones básicas para poder ofrecer un destino con la infraestructura básica, también se gastará en proveedores y servicios locales. Por último, los ingresos se distribuyen entre los habitantes de la población, bajo la forma de salarios, dividendos e intereses.
- Efectos terciarios: Son los gastos que no han sido directamente originadas por el gasto turístico pero que de alguna manera están relacionadas con él.

### **2.3.10.2. Impactos socio culturales**

“Los impactos socioculturales del turismo son el resultado de las relaciones sociales entre los residentes y los visitantes durante la estancia de estos en el destino turístico” (Crosby, 2011, p. 76).

El encuentro entre turistas y residentes puede tener lugar en tres contextos:

1. Cuando el visitante adquiere un bien o servicio al residente.
2. Cuando ambos grupos, residentes y visitantes, comparten el mismo espacio físico.
3. Cuando ambos grupos intercambian información o ideas.

### **2.3.10.3. Impactos ambientales**

Según Crosby (2011), “la actividad turística también provoca impactos en la región receptora” (p. 77).

A continuación, se mencionan los aspectos positivos:

- El turismo puede ser un estímulo para la adopción de medidas de mejora y conservación ambiental.
- La actividad turística también puede motivar a la comunidad local para que se proteja su entorno natural, así como fomentar la creación de parques naturales y protección de áreas naturales.

También existen las consecuencias negativas en el medio ambiente por causa del turismo:

- Cambios que provocan una transformación irreversible del entorno.
- Regresión del espacio natural, por causa del desarrollo de vías de comunicación, zonas industriales, zonas de ocio, urbanización, etc.
- Generación de desechos, que generan problemas de depuración en aguas residuales y recogida de basura.
- Erosión y degradación del entorno a causa de las actividades turísticas en las áreas naturales. (Crosby. A. 2011, p. 94)

### **2.3.11. Marketing y Turismo**

El marketing tiene diversas definiciones, estableciendo que es “El proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” (Kotler & Armstrong, 2008, p. 123). Sin embargo, hay otras definiciones; como la que afirma que el marketing es el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo.

Desde que el hombre existe se han producido numerosas relaciones de intercambio, desde las más simples, como el trueque, hasta las más complejas de hoy en día. Pero al mismo tiempo que evolucionaban estas relaciones el término marketing también lo hacía.

A finales de la década de los 70, el marketing estaba relacionado con las empresas de modo que su definición se limitaba a las relaciones de intercambio que se producían en el mercado. Es decir, se limitaba a la idea de las transacciones de productos o servicios.

A principios de 1969 Kotler y Levy proponen una nueva corriente de pensamiento que pretendía ampliar el marco de acción del marketing a todo tipo de organizaciones, con fines o no de lucro. De modo que el término marketing necesitaba un cambio. Lo que trataban de proponer es que el marketing no solo se limitara a las transacciones de tipo comerciales, es decir, al intercambio de productos o servicios, sino que se incluyeran los intercambios de cualquier entidad de valor, tales como los sentimientos, las ideas, etc.

Pero ha sido en los últimos años cuando ha surgido una nueva idea, la preocupación por el bienestar social, de modo que la nueva definición de marketing es “un mecanismo económico y social a través del cual los individuos ven satisfechos sus necesidades y deseos, a través de la creación y el intercambio de productos u otras entidades de valor” (Ramírez, 2011, p. 87).

### **2.3.12. Marketing Estratégico**

El marketing estratégico se enfoca en el análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones.

“La función del marketing estratégico es seguir la evolución del mercado de referencias e identificar los diferentes productos mercados y segmentos actuales potenciales, sobre la base de un análisis de la diversidad de las necesidades a encontrar” (Lambin.2002, p. 74).

Según Jean Jacques Lambin (2002),

Los productos mercado representan una oportunidad económica cuyo atractivo de mercado es preciso evaluar. El atractivo de un producto – mercado se mide en términos dinámicos por la duración de su vida económica, representada por su ciclo de vida. Para una empresa determinada, sin embargo, el atractivo de un producto-mercado depende de su competitividad, es decir, de su capacidad para atraer mejor que sus competidores la demanda de los compradores. Esta competitividad existirá en la medida en que la empresa detecte una ventaja competitiva, ya sea por la presencia de cualidades distintivas que la diferencien de sus rivales, ya sea por una productividad superior que le dé una ventaja en costes. (p. 61)

### **2.3.13. Estrategia**

#### **2.3.13.1. Definición de Estrategia**

“Por estrategia básicamente se entiende por la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de sus objetivos” (Hermida, Serra, & Kastika, 1992, p. 153).

Habiendo leído distintas definiciones sobre estrategia, podemos concluir que son las acciones tomadas por los directivos, para aprovechar las oportunidades de un mercado creciente y competitivo.

### **2.3.13.2. Producto**

Los destinos son combinaciones de servicios e infraestructuras turísticas (alojamiento, transporte, restauración, entretenimiento, etc.) así como recursos públicos (paisajes, playas, lagos, ambiente, etc.). Todos estos elementos se integran en una marca paraguas bajo el nombre del destino. La integridad del concepto destino conlleva a que el producto turístico para cada potencial turista sea muy objetivo y dependa en gran medida, de su imagen y expectativas del lugar. (Ponce, 2011, p. 87)

Las organizaciones implicadas en la gestión del destino tienen una responsabilidad básica sobre el destino global y mediante incentivos y políticas, facilitan el desarrollo de productos, deseados por la demanda turística, y que, al mismo tiempo, no ponga en peligro los recursos locales. Estas organizaciones deberían, por tanto, preocuparse de la imagen y de los recursos del destino. No obstante, los servicios turísticos se ofrecen por las pequeñas y medianas empresas que tienden a ser gestionadas de forma familiar. El reto para las organizaciones que gestionan el destino es, por tanto, ofrecer el liderazgo en el desarrollo de productos innovadores y crear asociaciones locales para el desarrollo de nuevas experiencias que se orienten en la línea del marketing estratégico del destino. (Bigne, Fotn, & Vásquez, 2007, p. 71)

### **2.3.13.3. Precio**

La fijación del precio del destino y de los elementos individuales del producto turístico local es un proceso muy complejo en el que intervienen los distintos agentes públicos y privados. Los primeros tratan de trasladar su política turística al ámbito de los precios desde una perspectiva global de los intereses de la sociedad y del posicionamiento deseado. Los segundos persiguen más

bien un interés particular que se centre en la obtención de rendimientos positivos. (Bigne, Fotn, & Vásquez, 2007, p. 44)

Adicionalmente, las políticas económicas nacionales y condiciones económicas en los mercados internacionales también influyen en el precio. Los cambios macroeconómicos tienen gran influencia sobre el destino y la atracción de los consumidores.

En algunos destinos vacacionales, los tours operadores también juegan un papel crítico en la determinación del precio que sus clientes pagan por los paquetes turísticos. Esto tiene enormes implicaciones para las regiones que dependen de los intermediarios para obtener clientes, y en particular para los destinos que tienen un exceso de oferta de infraestructuras (hoteles, restaurantes, etc.).

Los tours operadores grandes relacionados con el turismo de masas, ejercitan un poder restringido debido al gran volumen de turistas que representan y reducen los precios de los proveedores en los destinos. Esto les permite ofrecer productos competitivos en precios de sus mercados de origen. En consecuencia, como los proveedores locales pueden no ser capaces de conseguir suficientes beneficios de sus productos básicos (alojamiento, transporte), necesitan fijar un precio superior a otro elemento (restauración, entretenimiento, excursiones locales, etc.) con el fin de mejorar su rentabilidad.

Cuanto mayor gasto hagan los turistas localmente, mejor es evidentemente, para los destinos, en cuanto a que incrementa la rentabilidad de las empresas locales y aumenta los beneficios económicos. Los consumidores toman en consideración el coste total de su viaje, es decir, antes, durante y después de su visita. En muchos casos, no han visitado el destino con anterioridad a su compra y por ello, el precio juega un papel importante en determinar la imagen de los destinos.

Los destinos pueden fijar precios altos si ofrecen una experiencia única. La competencia global y el exceso de oferta turística, reforzando por la emergencia de nuevos destinos en países en desarrollo con menores costes de mano de obra, generan guerras de precios especialmente en temporada baja. No obstante, es importante para los consumidores, la percepción de una buena relación calidad-precio y, por tanto, un alto valor percibido, dado que la insatisfacción perjudica la competitividad del destino. (Bigne, Fotn, & Vásquez, 2007, p. 55)

#### **2.3.13.4. Plaza**

“En lo que se refiere a plaza de distribución, se define como un conjunto de organizaciones interdependientes implicadas en el proceso de hacer un producto o servicio disponible para su uso o consumo” (Bigne, Fotn, & Vásquez, 2007, p. 59).

El objetivo principal de la plaza de distribución puede resumirse en la entrega de la calidad y cantidad adecuada de un producto turístico (que se hace tangible, por ejemplo, mediante billetes y catálogos), en el lugar y tiempo adecuado, con el precio adecuado y al cliente adecuado. Los canales o plazas de marketing realizan no solo una labor de intermediación entre proveedores y clientes, sino que también son asesores de viajes. Aparte de influir en los costes, hoy en día, los canales de distribución apoyan y permiten la diferenciación de destinos turísticos, añadiéndole valor y contribuyendo a mejorar la imagen global y proyectar imágenes impactantes.

Entre los criterios a tener en cuenta en la selección de los distribuidores, estaría: la cobertura de mercado que proporcionan, el coste en el que se incurre y su capacidad para generar turistas al destino. Dentro de los principales intermediarios, cabría considerar el papel de los mayoristas, de las agencias de viaje minoristas y de otros distribuidores de servicios y productos turísticos. La creciente incidencia de las nuevas tecnologías de la información, como internet, en función de la distribución,

abre un campo de amenazas, pero también de oportunidades, sobre las cuales los intermediarios turísticos deben centrar sus esfuerzos, procurando ofrecer valor en su relación con el cliente para facilitar su utilización y evitar así que este rehuya los servicios minoristas.

Cada uno de los agentes que unen la demanda turística con la oferta de un área constituye un canal de distribución. La distribución de los destinos cada vez es más importante, no solo porque ésta representa entre el 20% y 30% del precio del producto, sino porque determina bajo qué condiciones los oferentes pueden satisfacer su mercado objetivo. (Bigne, Fotn, & Vásquez, 2007, p. 75)

#### **2.3.13.5. Promoción**

Por otro lado,

La comunicación es una de las variables del marketing mix bajo la cual se integran una serie de elementos como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el patrocinio, las ferias y la venta personal, que conviene delimitar conceptualmente, aunque en la práctica deben actuar conjunta y coordinadamente ayudando a construir una identidad propia para la organización y proyectando una imagen adecuada al destino turístico. (Bigne, Fotn, & Vásquez, 2007, p. 81)

La utilización conjunta de los elementos de la comunicación dependerá de las características del destino, población objetiva a la que se dirige, objetivo de la campaña de comunicación y la estrategia utilizada por los destinos competidores.

La comunicación de los destinos implica el desarrollo de los canales de comunicación con los clientes y otros grupos de interés. Requiere una campaña coordinada con todos los proveedores u oferentes locales. El diseño



de un mix de comunicación eficaz y de bajo coste es difícil dada la diversidad de aferentes turísticos en los destinos y la dispersión de consumidores a lo largo del mundo. Conseguir un consenso en la campaña de comunicación, así como obtener fondos para desarrollar e implementar tal campaña es uno de los mayores retos para los entes de promoción. En general, las organizaciones de marketing de destinos realizan campañas promocionales, mientras los proveedores locales participan y contribuyen a financiarlas. Los presupuestos de promoción turística ocupan un destacado lugar en las acciones de marketing de los distintos países. (Bigne, Fotn, & Vásquez, 2007, p. 93)

- a) Publicidad: Definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados.
- b) Venta personal: Definida como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.
- c) Relaciones Públicas (Publicity): Definida como la estimulación no personal de demanda para un servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio.
- d) Promoción de ventas: Actividades distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor. (Bigne, Fotn, & Vásquez, 2007, p. 101)

Estos tipos de promoción pueden constituir una de las herramientas más efectivas de influencia y comunicación con los clientes.

“La promoción representa las actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los compradores para que lo adquieran” (Murillo. 2009, p. 124).

#### **2.3.14. Segmentación de mercados**

Couillaud (2006), afirma que la segmentación de mercados, “para que una empresa turística, trate de entender el comportamiento de sus clientes es un primer paso importante, pero no es suficiente hasta que logre determinar claramente cuál es su mercado objetivo” (p. 34).

La segmentación de mercados es el proceso de dividir el mercado total para un producto o servicio en segmentos o grupos relativamente homogéneos. Para que sea efectiva la segmentación se debe crear grupos en que los miembros tengan gustos, necesidades, deseos o preferencias similares. (Ferrel & Hartline, 2006, p. 123)

Por otra parte, “Una buena segmentación es la que permite a la empresa estandarizar sus productos o servicios básicos, personalizándolos con adaptaciones apropiadas para cada grupo” (Hawkins, Best, & Coney, 2004, p. 167).

Retomando el criterio de Couillaud (2006), “En el Mercado turístico se encuentran grupos de clientes claramente diferenciados y con actitudes y valores muchas veces opuestos, que se necesitan conocer a fin de orientar hacia ellos nuestras acciones” (p. 54). Por lo tanto, “la segmentación permite ubicar a los grupos emergentes de nuevos turistas en búsqueda de la satisfacción de sus necesidades y, por otra parte, detectar otros segmentos que experimenten signos de declive” (p. 57).

- **Criterios demográficos:**

Consiste en dividir el mercado en grupos a partir de factores como edad, sexo, estado civil, ocupación, educación, nacionalidad, ingresos, etc.

- **Criterios psicológicos:**

Analizan la personalidad, los estilos de vida, las creencias, las actitudes y los beneficios esperados.

- **Criterios geográficos:**

Identifican grupos en función de su ubicación o de su procedencia geográfica. Esta variable permite dividir el mercado en subgrupos, con características comunes (costumbres, gustos, temporadas de predilección, periodos vacacionales, etc.)

- **Segmentación sociocultural:**

Agrupar a la población de un mercado de acuerdo a culturas, subculturas, religión, razas, estratos sociales, ciclo de vida familiar, etc.

- **Segmentación conductual:**

Divide a los clientes potenciales en grupos según las características de su comportamiento:

- ✓ Frecuencia de uso o nivel de lealtad a la marca
- ✓ Disposición hacia los productos: desconocimiento, curiosidad, interés, intención de compra.
- ✓ Beneficios deseados: precio, calidad, servicio, rapidez, etc.
- ✓ Motivos: viaje casual o relacionado con algún acontecimiento personal

- **Niveles de segmentación**

Los niveles de segmentación según Denis Couillaud (2006), son:

- **Marketing masivo:** Un solo producto para todos los consumidores
- **Marketing segmentado:** Varios productos o servicios adaptados a las necesidades y deseos de los segmentos de público identificados.
- **Marketing de nichos:** Los nichos son pequeños segmentos muy específicos. El marketing de nichos orienta la oferta de productos o servicios a subgrupos que componen los segmentos con la esperanza de encontrar menos competencia y, en consecuencia, utilizar un precio más elevado.
- **Micromarketing:** Política que consiste en desarrollar productos o servicios personalizados.
- **Estrategias de segmentación**

Un mercado meta es un grupo de personas o empresas para las que una compañía diseña, implementa y mantiene una mezcla de marketing con el propósito de satisfacer las necesidades de ese grupo, lo que resulta en intercambios satisfactorios para ambos. (Lamb, 2007, p. 93)

Dado que los compradores tienen necesidades y deseos únicos, cada comprador es potencialmente un mercado individual. Idealmente, entonces, el vendedor podría diseñar un programa de marketing individual para cada comprador.

Sin embargo, aunque algunas empresas intentan servir a los compradores individualmente, muchas otras enfrentan a grandes cantidades de compradores pequeños y no es posible practicar una segmentación total; en vez de ello, buscan a clases amplias de compradores que difieran en sus necesidades de productos o en sus respuestas de compra. Así pues, la segmentación del mercado se puede efectuar en niveles numerosos y distintos, como ser:

### 2.3.15. Características de los servicios

Según Ancorenza (2014) las características de los servicios turísticos se dividen en:

- **Intangibilidad:** El servicio turístico está constituido por una serie de prestaciones, la mayoría de las cuales son intangibles; el servicio turístico antes, durante y después de la compra, no puede ser visto, saboreado, oído u olfateado por el turista.
- **Inseparabilidad:** Los servicios turísticos se encuentran ligados a un determinado sitio y a una determinada empresa, y es el turista quien tiene que trasladarse hasta el sitio en el cual se prestan dichos servicios para poder hacer uso de ellos. En otras palabras: la producción y el consumo de los servicios turísticos ocurre simultáneamente.
- **Heterogeneidad:** Los servicios turísticos son disímiles unos de otros, debido a que dependen no solo de quien los brinde, sino del momento en que son prestados, por lo que es fácil estandarizarlos.
- **Perecibilidad:** Los servicios turísticos no pueden mantenerse o guardarse en stock, sino que deben ser consumidos en la fecha y hora para los cuales son producidos.
- **Ausencia de propiedad:** Lo que caracteriza al servicio turístico es que su compra no da derecho a la propiedad de un bien, no está adquiriendo el soporte físico con el que se le brindaran los servicios, sino únicamente el derecho al usufructo de los mismos en las condiciones en las cuales las contrato.

### 2.3.16. Promoción Turística

Según Ancoreza (2004), señala que:

La promoción turística es aquella “actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento o mejora de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. (p. 110)

Afirma que existen 4 estrategias básicas para la promoción turística:

- **Atracción:** Dirigida al consumidor, busca su desplazamiento al destino
- **Empuje:** Estimula la venta de productos y servicios del destino por parte de la industria turística mediante la promoción de ventas.
- **Penetración:** Introduce o relanza productos y servicios del destino en un mercado con promoción de ventas y publicidad de apoyo.
- **Mantenimiento:** Cuando se quiere mantener el interés por visitar un destino conocido.

### 2.3.17. Estrategias turísticas

Javier Cordero Ramírez (2008) desglosa las estrategias turísticas en:

- Competitivas: Propone elegir una vía para destacar sobre nuestros competidores, con tres posibilidades:

1. Ser más barato: Mantener una oferta turística con niveles de

precios más ajustados que la competencia.

2. Ser diferentes: La oferta turística debe ser realmente única y diferenciada.
3. Ser especialistas: Ajustar nuestra oferta turística a las necesidades y preferencias de determinados tipos de turistas.

- De desarrollo: Indica la orientación de nuestro turismo, ya sea consolidando la oferta y la demanda turística o abriendo nuevas posibilidades para su expansión.

1. Consolidar la oferta y la demanda turística actual: Cuando los destinos no están maduros y su actividad turística puede crecer aún, aprovechando sus recursos turísticos, servicios y turistas actuales.
2. Atraer nuevos turistas: Busca conquistar nuevas demandas turísticas, es decir, tipos de turistas que aún no se tiene, pero utilizando la oferta turística actual.
3. Crear nueva oferta turística: Significa presentar a los clientes que se recibe nuevas posibilidades en los recursos o en los servicios turísticos del lugar.
4. Ampliar tanto la oferta como la demanda turística: Pensar en nuevos horizontes turísticos, reuniendo una oferta y clientes, que no han sido aprovechados.

- De crecimiento:

1. Crecer más.
2. Crecer mejor

## **2.4. Marco Normativo Legal**

### **2.4.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia**

Artículo 337:

II. El estado promoverá y protegerá el turismo comunitario con el objetivo de beneficiar a las comunidades urbanas y rurales y las naciones y pueblos indígena originario campesino donde se desarrolle esta actividad.

### **2.4.2. Ley N° 292, Ley General de Turismo “Bolivia te espera”**

“Bolivia Te Espera” es el resultado de un proceso de reflexión, trabajo coordinado e inclusivo de todos los sectores responsables de planificar y gestionar el turismo a nivel nacional, incorpora la estructura del turismo de base comunitaria capaz de generar economías de escala y permite a las autoridades territoriales autónomas y al nivel central del Estado coordinar sus acciones en procura de lograr competitividad internacional y posicionamiento del país en el contexto del turismo mundial. Ley General de Turismo “Bolivia Te espera”.

Artículo 1. (Objeto). La presente Ley tiene por objeto establecer las políticas generales y el régimen del turismo del Estado Plurinacional de Bolivia, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario, a través de la adecuación a los modelos de gestión existentes, fortaleciendo el modelo de turismo de base comunitaria, en el marco de las competencias exclusivas asignadas al nivel central del Estado por la Constitución Política del Estado. Ley General de Turismo “Bolivia Te espera”

### **2.4.3. Ley N° 031, Ley Marco de Autonomías y Descentralización Andrés Ibáñez**

En el artículo 95 indica que de acuerdo a la competencia del Numeral 37 del párrafo II. Artículo 298, de la constitución Política del Estado, el nivel central del



Estado tiene las siguientes competencias exclusivas con respecto al turismo comunitario.

### **Turismo Comunitario**

Teniendo como base el concepto que aplica la ley 292 “Bolivia te espera”

Deben existir atractivos turísticos, en la zona y riqueza cultural.

Protege el medio ambiente y culturas ancestrales de los pueblos.

Características principales de este tipo de turismo es disfrutar del entorno natural respetando la cultura de la población.

### **Pilares del Turismo Comunitario**

Este tipo de turismo tiene tres pilares fundamentales:

- Sociocultural
- Promueve la cultura y rescata los valores culturales y sociales.
- Económico
- Generar empleos para la población.
- Ambiental
- Tiene impacto mínimo y controlado en el medio ambiente.

#### **2.4.4. Ley N° 070, Ley de Educación “Avelino Siñani- Elizardo Pérez”**

Las prácticas de aprendizaje comunitario de la educación superior normado en la ley Educativa Boliviana “Avelino Siñani - Elizardo Pérez “se caracterizan porque recuperan generan y recrean los conocimientos y saberes científicos, tecnológicos, investigativos e innovadores, que respondan a las necesidades y demandas sociales, económicas, productivas y culturales de la sociedad y del Estado Plurinacional.

#### **2.4.4.1. La formación universitaria superior en el contexto de la Ley N° 070**

Entre los objetivos que plantea la norma educativa para el nivel de formación universitaria superior se detallan los siguientes:

- Formar profesionales con compromiso social y conciencia crítica al servicio del pueblo, que sean capaces de resolver problemas y transformar la realidad articulando teoría, práctica y producción.
- Desarrollar investigación, ciencia, tecnología e innovación para responder a las necesidades y demandas sociales, culturales, económicas y productivas del estado Plurinacional, articulando los conocimientos y saberes de los pueblos y naciones indígenas originario campesinos con los universales.
- Garantizar el acceso democrático al conocimiento, con sentido crítico y reflexivo.
- Garantizar programas de formación profesional acorde a las necesidades y demandas sociales y políticas públicas.
- Recuperar y desarrollar los saberes y conocimientos de las naciones y pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afro bolivianas (Ley de la educación Avelino Siñani - Elizardo Pérez, 2010).

#### **2.4.5. Reglamento General de Institutos Técnicos y Tecnológicos**

En el Reglamento General de Institutos Técnicos y Tecnológicos de carácter fiscal, de convenio y privado, aprobado por Resolución Ministerial N° 2015/350, el 2 de junio de 2015.

En el artículo primero, señala el objeto del Reglamento General de Institutos Técnicos y Tecnológicos (RGITT), que es:

Normar y regular la apertura, funcionamiento y cierre de institutos técnicos y tecnológicos para la formación superior técnica y tecnológica en función de las necesidades sociales y vocaciones productivas locales, regionales y nacionales, de la misma forma generando emprendimientos sociocomunitarios-productivos, las mismas que están articulados al desarrollo de la región y el país acorde con las políticas de desarrollo y la transformación de la matriz productiva, soberanía alimentaria y soberanía científica tecnológica del Estado Plurinacional. (Ministerio de Educación, 2017 Art. 1. p. 23)

Los objetivos de los Institutos Técnicos y Tecnológicos, mencionadas en el Reglamento General son las siguientes:

Contribuir al desarrollo de la ciencia, tecnología y cultura, con sentido crítico, reflexivo y propositivo, con una visión holística intracultural e intercultural; las mismas que debe estar articulada a la dinámica productiva de la región donde se encuentra el Instituto. Difundir el conocimiento y la cultura a través de la formación a lo largo de toda la vida, desde los programas académicos que las mismas estén relacionadas con las necesidades, potencialidades y vocaciones productivas de la región. Desarrollar iniciativas sociocomunitario-productivas de acuerdo a las necesidades, potencialidades y vocaciones productivas de la región, empezando desde la aplicación de conocimientos técnicos tecnológicos; asimismo desarrollando, actividades con responsabilidad social y ambiental, para la igualdad de oportunidades y sin discriminación de ninguna índole. (Ministerio de Educación, 2017, párrafos I, II y III)

## EMPRESARIATO PRODUCTIVO I

1. Emprendimiento
2. Idea y estrategia de un emprendimiento “el que”
3. Plan estratégico del emprendimiento “el cómo”
4. El equipo ganador del emprendimiento “con quien”
5. Financiamiento y generación de recursos “con que”

## CONTENIDO

1. EMPRESARIATO
  - 1.1. Que es emprendimiento
  - 1.2. Que se entiende por emprendimiento
  - 1.3. Como generar creatividad para realizar un emprendimiento
2. IDEA Y ESTRATEGIAS DE UN EMPRESARIATO “EL QUE”
  - 2.1. Crear y validar una idea de negocio/empresa
  - 2.2. Desarrollar un modelo de negocio
  - 2.3. Construcción de una marca
3. PLAN ESTRATÉGICO DEL EMPRESARIATO “EL COMO”
  - 3.1. Plan de mercado
  - 3.2. Estrategias corporativas.
  - 3.3. Fijación del precio
4. EL EQUIPO GANADOR DEL EMPRESARIATO “CON QUIEN”
  - 4.1. Estructura organizacional
  - 4.2. Utilización y seguimiento de indicadores de negocios para definir una línea de Acción futura.
  - 4.3. Como Generar inversionistas para el negocio
5. FINANCIAMIENTO Y GENERACIÓN DE RECURSOS “CON QUE”
  - 5.1. Plan financiero
  - 5.2. Vías de financiamiento desde los inversores públicos y privados
  - 5.3. Como Generar inversionistas para el negocio.

## **EMPRESAMIENTO PRODUCTIVO II**

1. La empresa (negocio) y sus obligaciones
2. Fortalecimiento del emprendimiento tic
3. El plan de negocios
4. Proyecto de emprendimiento productivo (PEP)

## **CONTENIDO**

1. LA EMPRESA (NEGOCIO) Y SUS OBLIGACIONES
  - 6.1. Como construir una empresa
  - 6.2. Proceso para patentar
  - 6.3-estructura de contratos
2. FORTALECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO TIC
  - 7.1. Concepción Tecnológica y un modelo de negocio
  - 7.2. Social media en el plan de mercado
  - 7.3. Utilización de la WEB y SEO (Optimizar de Motores de Búsqueda)
3. EL PLAN DE NEGOCIOS
  - 8.1. Elaboración del Plan de negocios
  - 8.2. Estructura de presentación sobre un proyecto o emprendimiento, ante potenciales clientes o accionistas
4. PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO (PEP)  
Sección preliminar

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### **3.1. Paradigma de investigación**

EL paradigma de la presente investigación es constructivista en razón de que:

Cuando el investigador se encuentra en la etapa inicial de la formulación de un proyecto de investigación es indispensable el conocer y posicionarse en un determinado paradigma que guíe el proceso investigativo, ya que, como lo afirman Guba y Lincoln (1994), no se puede entrar al terreno de la investigación sin tener una clara percepción y conocimiento de qué paradigma direcciona la aproximación que tiene el investigador hacia el fenómeno de estudio.

En tal virtud, es necesario empezar con una exposición de la conceptualización de lo que se entiende por un paradigma. Según Flores (2004), “un paradigma engloba un sistema de creencias sobre la realidad, la visión del mundo, el lugar que el individuo ocupa en él y las diversas relaciones que esa postura permitiría con lo que se considera existente”. (p. 24)

Según Gergen (2007) en el constructivismo se brinda gran interés al cómo se producen los significados y su utilización mediada por las convenciones lingüísticas dentro de los diversos contextos sociales o culturales, donde los individuos otorgan significados dentro de marcos de referencia interpretativos, basados en la historicidad y en lo cultural.

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que el constructivismo es un sustento para la investigación cualitativa, e indican las siguientes afirmaciones como aportaciones principales de este paradigma:

- La realidad se la construye socialmente desde diversas formas de percibirla.

- El saber se construye de forma social por los participantes en el proceso investigativo.
- La investigación no es ajena a los valores del investigador.
- Los resultados no pueden ser generalizados en forma ajena al contexto y el tiempo.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que en el desarrollo del proceso investigativo cualitativo se puede mencionar como principales conceptos al interaccionismo simbólico, las investigaciones etnográficas, investigación acción, la etnometodología, teoría fundamentada, investigación participativa, triangulación, idealismo, realismo, diseños narrativos, investigación participativa o el uso de software de análisis cualitativo como el Atlas.ti o Decisión Explorer (Hernández, Fernández y Baptista, 2014 citado en Ramos, 2015, p. 15).

### **3.2. Enfoque**

El enfoque de la investigación es cualitativo de acuerdo al entorno de la investigación:

Para un enfoque, al no interesar tanto la posibilidad de generalizar los resultados, las muestras no probabilísticas o intencionales son de gran valor, pues logran obtener las cosas (personas contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y análisis de datos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 190)

La investigación cualitativa, principalmente está centrada en el análisis del contexto, siendo el abordaje de las realidades subjetiva e intersubjetiva como objetos legítimos de conocimiento científico; en este caso, la formación en educación superior y la incidencia del carácter único, multifacético y dinámico de las realidades humanas.

### 3.3. Tipo de Investigación

El tipo de investigación será cualitativa, en razón de ser un conjunto de técnicas de investigación empleadas para obtener una visión general del comportamiento de las personas sobre un tema particular.

Se ha optado por este tipo de investigación, para comprender las motivaciones y características de un grupo específico como son los estudiantes del instituto tecnológico superior “Wiñay Marca”.

A partir de los resultados, se generarán ideas que ayudaran a entender como es percibido un problema y ayudara a identificar opciones de solución frente a la problemática del turismo.

**Figura 3.**

*Investigación cualitativa*



Fuente: Figura extraída de la página web Investigación Social, 2016.



### **3.4. Diseño de investigación**

El diseño de investigación corresponde a una investigación no experimental; “una investigación no experimental es un tipo de pesquisa que no extrae sus conclusiones definitivas o sus datos de trabajo a través de una serie de acciones y reacciones reproducibles en un ambiente controlado para obtener resultados interpretables” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 176)

### **3.5. Fase de investigación**

- ✓ Se observa el problema en razón de ser docente del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marca”.
- ✓ Se socializa con el director y se solicita autorización (anexo-1) para llevar a cabo la presente investigación, aspecto que abreviara el consentimiento informado que es necesario en este tipo de investigaciones.
- ✓ Primero: Se recolecta toda la información necesaria para describir las estrategias, que están desarrollando los estudiantes en el proceso de su formación de la carrera de turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marca” del Municipio de Huatajata.
- ✓ Segundo: Así mismo se identifica las estrategias de aprendizaje impartida en de la Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior para poder realizar una propuesta con todos los fundamentos necesarios y posteriormente interpretando las informaciones sobre el plan de estudios y poder realizar la propuesta que se quiere lograr con esta investigación.
- ✓ Tercero. Una vez revisado, analizado de toda la información se podrá realizar la propuesta de estrategias de aprendizaje, para promover estrategias del turismo comunitario entrevistas semi-estructuradas con preguntas abiertas.

### **3.6. Método**

La investigación está inscrita dentro de una perspectiva predominantemente cualitativa, porque se tiene la intención de comprender, describir y analizar las percepciones que los actores educativos tienen del proceso de formación que se desarrolla en el Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka” específicamente en la Carrera de Turismo.

Se ha adoptado un enfoque de naturaleza cualitativa (descripción del fenómeno formativo) por vincularse explícitamente a los avances de las corrientes constructivistas y sociolingüísticas surgidas como alternativas más comprensivas y ricas en el entendimiento de los fenómenos psico-socioeducativos, basadas principalmente en el positivismo.

El trabajo de la investigación adoptó el método investigación – acción entendida como un

Proceso mediante el cual se producen nuevos conocimientos que ayudan a identificar y comprender problemas y sus causas, de manera que orientan y permiten posibles soluciones al problema, capaces de ofrecer explicaciones teóricas que hagan conscientes a los docentes de cómo superar y eliminar esas dificultades o problemas analizados. (Briones, 2012, p. 106)

Tiene como característica común el referirse a describir y analizar los sucesos complejos que suceden en el proceso de formación que se desarrolla en el Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka” específicamente en la Carrera de Turismo, en su medio natural, tomando como principales instrumentos de investigación la observación y la entrevista.

La metodología asumida tiene las principales características:

- a) La investigación pretende buscar soluciones a problemas identificados en la Carrera de Turismo.
  
- b) En la búsqueda de soluciones – proceso que implica una forma de cambio social – participan docentes, estudiantes e investigadora.
  
- c) La solución al problema de formación académica será orientada a considerar una formación práctica.

El análisis y solución de los problemas encontrados se realizan dentro la práctica cotidiana de los actores educativos y enfocados hacia el contexto natural y cotidiano.

### 3.7. Categorización de las preguntas

Pregunta fundamental	Categorías Nucleares	Sub categorías	Dimensiones de las sub categorías	Técnicas e Instrumentos
	Estrategias didácticas de Aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprendizaje basado en el contexto</li> <li>- Aprendizaje práctico</li> <li>- Enseñanza Adaptativa.</li> <li>- Aprendizaje incorporado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño curricular</li> <li>- Titulación</li> <li>- Emprendimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevistas a profundidad a informantes</li> <li>- Director académico.</li> <li>- Docentes</li> <li>- Estudiantes</li> <li>- Observación</li> <li>- Revisión documental</li> </ul>
¿Cuáles son las estrategias didácticas de aprendizaje por competencias en los procesos educativos de las asignaturas de Emprendimiento Producto I y Emprendimiento Producto II de los estudiantes de la Carrera de Turismo del Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka” del Municipio de Huatajata?	-Turismo Comunitario	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Práctica comunitarias</li> <li>- Propicia la capacidad de comprender y entender lo propio y de los demás</li> <li>- Respeta la convivencia armónica entre culturas en igualdad de oportunidades</li> <li>- Productivo: porque fomentara procesos de sensibilización turística</li> <li>- Apoya los emprendimientos productivos,</li> <li>- Promueve cadenas productivas;</li> <li>- Difusión y promoción de la imagen turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La formación en turismo es intercultural, intercultural y plurilingüe</li> <li>- Prácticas comunitarias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Entrevistas a profundidad a informantes-director académico.</li> <li>- Docentes</li> <li>-Estudiantes</li> <li>-Observación</li> </ul> <p>Entrevistas a profundidad</p>

### **3.8. Técnicas de Investigación Instrumentos**

Para la presente investigación se optó las siguientes técnicas de investigación:

#### **3.8.1. Entrevista semiestructurada**

La entrevista es una interrelación entre dos personas entrevistador y entrevistado, esta es una técnica de carácter abierto, pero consta de preguntas guiadas que establecen un procedimiento específico para la recogida directa de información.

Esta técnica es adecuada para la investigación de carácter cualitativo, porque busca información mediante la formulación de preguntas que con la interacción entre dos personas se construye significados de relevancia al tema.

La entrevista como constructo comunicativo, “permite la interrelación de posibilidades desde la conservación, donde uno registra la información y el otro genera el discurso, o más bien manifiesta experiencias específicas” (Quiroz, 2013, p. 105)

#### **3.8.2. Revisión documental**

Es una técnica mediante el cual se obtiene datos de fuentes primarias libros, revistas, investigaciones o fuentes secundarias (revistas científicas, etc.) para realizar un documento de los datos de acuerdo a los datos y a las categorías de interés.

### **3.9. Proceso de selección de informantes**

#### **Sujeto de elección**

La muestra es no probabilista, debido a que, en las investigaciones *no probabilísticas* o *dirigidas*, “la finalidad no es la generalización en términos de probabilidad” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 386).

- Criterios de formación académica profesional:
  - ✓ Estudiantes del último año de la carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”.
  - ✓ Egresados de la carrera que trabajan en el Municipio en Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”.
  - ✓ Docentes que sean Titulares con 5 años de experiencia en la carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”.
  - ✓ Director académico del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”.  
Autoridades

#### **Mercado laboral:**

- ✓ Responsable de Turismo y Culturas (GAMH).
- ✓ Autoridad departamental de la (asamblea departamental comisión Turismo y Culturas)

#### **3.10. Instrumentos y rigor científico**

Los instrumentos utilizados se construyen en relación a las técnicas de investigación, siendo las siguientes:

- **Instrumento guía de entrevista semi-estructurada.** Consiste en preguntas ordenadas que surgen de las unidades de análisis de interpretación de resultados. Y cada pregunta es respondida por el informante clave y registrada en una matriz de información, que la misma será analizada.

- **Instrumento guía de revisión documental.** Consistirá en recolección de información de documentos externos e internos. El mismo que consiste en la revisión y extracción de información de documentación inherente al objeto de estudio.

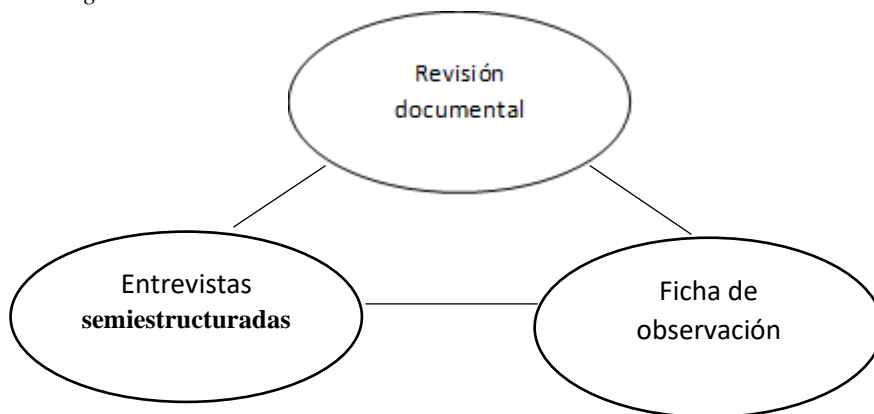
### 3.11. Procesamiento de Datos

La triangulación de datos “mejora notablemente los resultados de validez y confiabilidad, de esta manera particular se combina la información para crear significados” (Martínez, 2006, p. 12). La idea central es de utilizar lo pertinente, las relaciones evidentes y la utilidad de las teorías en una síntesis

Este proceso es una forma de facilitar el análisis de la información, esta sirve para perfilar y estructurar el lenguaje y conceptualización de estudio para que separadamente o en conjunto se describa los datos o bloques de información en la siguiente investigación:

**Figura 4.**

*Esquema de triangulación de datos*



**Fuente:** Elaboración en base en PIEB (2006) Pautas metodológicas cualitativas y cualitativas.

Los datos se procesan de forma conjunta en la elaboración, relación de categorías y subcategorías.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Datos documentales de la institución

##### 4.1.1. Ámbito institucional

- **Wiñay Marka**

El Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka" se crea el 4 de diciembre del 2006, con R.M. 430/06 emitida por el Ministerio de Educación y culturas, con sede en la capital Huatajata.

- **Visión Institucional**

“Ser una institución líder en Educación Superior, comprometido con el desarrollo de la región lacustre y el país”.

- **Misión**

Formar profesionales técnicos a nivel Superior, competitivos, capaces de promover y contribuir al desarrollo del país a partir de la transformación de materia prima y uso de tecnologías de acuerdo a la vocación productiva de la región siguiendo el espíritu de sostenibilidad en y para nuestro país.

- **Técnico superior en turismo**

El profesional Técnico Superior en Turismo con mención guía y/o gestor de turismo tiene competencias, capacidades y habilidades para implementar operaciones de servicios turísticos, mediante la planificación, diseño y administración de proyectos y emprendimientos turísticos, además demuestra actitudes críticas y reflexivas competencias en investigación y comunicación oral, con alto sentido crítico, reflexivo





## **4.2. Proyecto educativo: Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka” – Carrera de Turismo**

La Carrera de Turismo está dirigida a una formación como Técnico Superior de los Bachilleres en Humanidades y la formación que propone es de 3 años.

La formación técnica está dirigida al sector dinámico del turístico, los espacios laborales que se define están dirigidas, dentro de los servicios turísticos a lo siguiente:

- Empresas turísticas:
  - Hoteles
  - Residenciales
  - Restaurantes
  - Peñas folklóricas
  - Centros recreacionales
  
- Agencias operadoras de turismo
- Agencias de viajes y turismo
- Instituciones públicas (viceministerio, direcciones de turismo de la Gobernación, alcaldías, ONG`s dedicadas al desarrollo turístico
- Organizaciones turísticas
- Empresas consultoras de turismo
- Empresas de servicios aeroportuarios.

## **4.3. Formación académica**

### **4.3.1. Objetivos de la carrera**

- **Objetivo general**
  - La Carrera de Turismo tiene como objetivo principal formar profesionales técnicos calificados que estén capacitados para desenvolverse a nivel nacional

e internacional, en la investigación y prestación de servicios turísticos de manera eficiente, comprometidos con el desarrollo sostenible de la región y el respeto al medio ambiente, que como afecto final conlleva el desarrollo de las comunidades.

- **Objetivos específicos**

- Formar profesionales para la prestación de servicios turísticos
- Canalizar fuentes laborales para el profesional en turismo, a través de convenios interinstitucionales el instituto como tal debe estar presto a seguir con la política de prever espacios laborales con el fin de fortalecer al profesional
- Fortalecer empresas privadas y públicas proveyendo personal capacitado en el área turismo
- Articular al profesional técnico en turismo, de tal manera que puedan proseguir estudios superiores
- Organizar e implementar programas de desarrollo turístico a nivel nacional
- Realizar investigaciones relacionadas con el fortalecimiento de los recursos turísticos en favor de la comunidad

#### **4.3.2. Descripción de la Carrera**

La carrera de Turismo está orientada a formar profesionales, a nivel superior con sólidos conocimientos y herramientas que le permitan trabajar como parte de un equipo en la gestión administrativa y comercial de empresas de la industria del turismo.

#### **4.4. Perfil profesional**

##### **4.4.1. Perfil del egresado**

**Se considera fundamentalmente las:**

- Habilidades cognoscitivas:

- Habilidades psicomotoras:
- Capacidades
- Actitudes

#### **4.4.2. Perfil del graduado**

El Técnico Superior en Turismo, se define como el profesional preparado para llevar adelante una serie de investigaciones ligadas al amplio sector del turismo, prestar servicios de: guías de turismo, administrador hotelero, gastrónomo y operador.

### **4.5. Ámbito Legal**

#### **4.5.1. Normativa Institucional**

- **Resolución Ministerial N° 006/2012**

El Artículo 9 de la Constitución Política del Estado, establece que son fines y funciones esenciales del Estado, entre otras garantizar el acceso de las personas a la educación, a la salud y al trabajo.

El Parágrafo I del Artículo 77 dispone que la educación constituye una función suprema y primera responsabilidad financiera del Estado, que tiene la obligación indeclinable de sostener, garantizarla y gestionarla. Asimismo, establece en su Parágrafo II que el Estado y la sociedad tiene tuición plena sobre el sistema educativo, que comprende la educación regular, alternativa y especial y la educación superior de formación profesional.

El Parágrafo I del Artículo 90 del Texto Constitucional, establece que el Estado reconocerá la vigencia de institutos de formación humanística, técnica y tecnológica, en los niveles medio y superior previo cumplimiento de las condiciones y requisitos establecidos en la Ley.

Del mismo modo, el Parágrafo III del Artículo 91, dispone que la educación superior, está conformada por las universidades, las escuelas superiores de formación docente, y los institutos técnicos, tecnológicos y artísticos, fiscales y privados.

El Artículo 8 de la Ley N° 070 de 20 de diciembre de 2010, de la Educación “Avelino Siñani Elizardo Pérez”, describe el Sistema Educativo Plurinacional que comprende al Subsistema de Educación Regular, Subsistema de Educación Alternativa y Especial, y Subsistema de Educación Superior de Formación Profesional.

El Parágrafo I del Artículo 43 de la Ley N° 070, dispone que los Institutos Técnicos e Institutos Tecnológicos, son instituciones educativas que desarrollan programas de formación profesional a nivel técnico, orientadas a generar emprendimientos productivos en función a las políticas de desarrollo del país. Son instituciones de carácter Fiscal, de Convenio y Privado.

El Numeral 1 del Artículo 45 de la mencionada Ley, señala que los Institutos Técnicos e Institutos Tecnológicos de carácter fiscal, privado y de convenio, desarrollarán los siguientes niveles; Capacitación, Técnico Medio -post bachillerato y Técnico Superior.

El Informe Técnico IN/VESFP/DGESTTLA/N° 090/2012 de 7 de febrero de 2012, emitido por el Profesional en Desarrollo Curricular de la Dirección General de Educación superior Técnica Tecnológica, Lingüística y Artística, señala que existe la necesidad aprobar Diseños Curriculares Base para las siguientes carreras y/o especialidades a Nivel Técnico Superior. Agropecuario; Veterinaria y Zootécnica, Acuicultura; mecánica Industrial; Química Industrial; Industria Textil y Confección, Metalurgia.

#### **4.5.2. Resolución Ministerial N° 0082/2017**

Mediante Nota Interna NI/VESFP/DGESTTLA N° 0107/2017 de 16 de febrero de 2017, dirigida por el Director General de Educación Superior Técnica, Tecnológica,

Lingüística y Artística a la Dirección General de Asuntos Jurídicos, solicita la emisión de Resolución Ministerial que apruebe los Planes de Estudio de 23 carreras y Formación Técnica y Tecnológica a ser implementados en los Institutos Técnicos y Tecnológicos de carácter Fiscal, de convenio y Privado de todo el país.

La Resolución Ministerial N° 066/2012 de 17 de febrero de 2012, resuelve aprobar los Diseños Cuticulares Base de 22 carreras Técnicas-Tecnológica, como sigue: Agropecuaria; Veterinaria y Zootecnia; Acuicultura; Mecánica Industrial; Química Industrial; Industria Textil y Confección; Metalurgia, Siderurgia y Fundición; Industria de Alimentos; Electrónica; Industria de la Madera; Construcción Civil, Electricidad Industrial; Informática Industrial; Administración de Empresas; Contaduría General; Secretariado; Ejecutivo; Mercadotecnia; Comercio Internacional y Administración Aduanera; Mecánica Automotriz; Sistemas Informáticos; Turismo y Gastronomía, todas a nivel Técnico Superior, a ser incorporados obligatoriamente desde la gestión académica 2012 en todos los Institutos Técnicos e Institutos Tecnológicos de carácter Fiscal, de Convenio y Privado.

#### **4.5.3. Resolución Ministerial N° 436/06**

Las autoridades del Cantón Huatajata, Provincia Omasuyos del Departamento de La Paz mediante memorial de octubre de 2006. Dirigida al Ministerio de Educación y Culturas solicitan la apertura y funcionamiento del Instituto Tecnológico “Wiñay Marka” en el Departamento de La Paz.

El CITE: VES/DGFTT/N° 608/06 de 7 de noviembre de 2006 del Director General de Formación Técnica del Ministerio de Educación y Cultura Lic. Elmer Acosta Guzmán, a las autoridades del Cantón Huatajata haciendo conocer que su solicitud, será considerada y recomienda elaborar el proyecto que justifique su requerimiento. Mediante memorial de fecha 20 de noviembre de 2006 los señores Sub-Alcalde Municipal Francisco Condori Choque y Pedro Apaza Gutiérrez corregidor Territorial

del Cantón Huatajata, solicitan la creación del Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka” con las carreras a Nivel Técnico Superior: Turismo, Agricultura, Agronomía y Veterinaria.

El Informe Técnico VES/DGT/ N° 864/06 de 27 de noviembre de 2006 del Profesional en Acreditación al directorio general de Formación Técnica del Ministerio concluye indicando: “Por lo mencionado anteriormente, el proyecto educativo cumple con los requisitos técnicos establecidos en la normativa vigente, correspondiente, proceda a realizar la inspección a la infraestructura de la institución.

#### **4.6. Convenios institucionales**

##### **4.6.1. Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional - Gobierno Autónomo Departamental de La Paz**

- Gobierno Autónomo Departamental de La Paz y el Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”

El Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, está constituido por dos órganos: Una Asamblea Legislativa Departamental con facultad deliberativa, fiscalizadora y legislativa en el ámbito de sus competencias, y un Órgano Ejecutivo, con competencia para planificar y promover el desarrollo del departamento en todos sus ámbitos, cuya finalidad es lograr el desarrollo humano, económico y social en el Departamento de La Paz, además de promover el desarrollo integral de los jóvenes estudiantes, conforme lo dispone el parágrafo VII del art. 48 de la Constitución Política del Estado, que garantiza la incorporación de las jóvenes y los jóvenes en el sistema productivo, de acuerdo con su capacitación y formación.

El Instituto Tecnológico Superior "Wiñay Marka", es una institución de Educación Superior Pública del Estado Plurinacional de Bolivia, encargada de formar profesionales competentes a partir del desarrollo de las líneas académicas de investigación productiva e interacción social, para el beneficio de todos los sectores

de la sociedad boliviana, en el marco de la Ley de Educación N° 070 “Avelino Siñani - Elizardo Pérez” y el Reglamento General de Educación Superior de Formación Técnica Tecnológica R.M. 350/2015 que aseguran la institucionalidad, transparencia, inclusión, equidad y calidad en sus procesos de gestión.

#### **4.6.2. Convenio de Cooperación Interinstitucional – Gobierno Autónomo Municipal de Pucarani**

- Instituto Tecnológico Superior "Wiñay Marka" y el Gobierno Autónomo Municipal de Pucarani

El Instituto Tecnológico Superior "Wiñay Marka" con Resolución Ministerial N° 430/06 de fecha 04/12/2006; es una institución de Educación Superior Pública del Estado Plurinacional de Bolivia, encargada de formar profesionales a nivel de Técnico Superior, en las carreras de Veterinaria y Zootecnia, Agropecuaria y Turismo, competentes a partir del desarrollo de las líneas académicas de Investigación productiva e interacción social, para el beneficio de todos los sectores de la sociedad boliviana, en el marco de la Ley de Educación No. 070.

#### **4.6.3. Convenio Marco Cooperación Interinstitucional – ESFM Santiago de Huata**

- Escuela Superior de Formación de Maestras y Maestros “Santiago de Huata” y el Instituto Superior Tecnológico Wiñay Marka

El viceministro de Educación Superior de Formación Profesional y la Dirección General de Formación de Maestros, asumiendo la intencionalidad política y pedagógica del MESCP promueven la formación de maestras y maestros con áreas curriculares requeridas para la transformación educativa a partir de la malla modificada 2015.

La Malla curricular para la Admisión 2015-2016, se caracteriza, entre otros aspectos, incluir los Talleres complementarios para la Formación integral (TACFI) que son



espacios de formación complementaria y de fortalecimiento a la formación inicial integral de la maestra y maestro.

Estos talleres tienen la intención de complementar los espacios de formación general y especializada y considerar las siguientes áreas: Artísticas, Técnicas y Tecnológicas, así como la inclusión de una Unidad de Formación Electiva y otras especialidades.

#### **4.6.4. Convenio de Cooperación Interinstitucional – Gobierno Autónomo Municipal de Tito Yupanqui**

- Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka” y el Gobierno Autónomo Municipal de Tito Yupanqui

El Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional que suscriben el Municipio de Tito Yupanqui y el Instituto Tecnológico Superior "Wiñay Marka" - Carrera de Turismo, con la finalidad de: promover los emprendimientos en turismo comunitario, y fortalece los existentes a través de la promoción y difusión del patrimonio arqueológico, cultural y natural y la creación de nuevas iniciativas en turismo de base comunitaria.

#### **4.6.5. Convenio de Cooperación Interinstitucional – Gobierno Autónomo Municipal de Chuma**

- Gobierno Autónomo Municipal de Chuma y el Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”

El convenio suscrito entre el Gobierno Autónomo Municipal de Chuma y el Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, relativo a la Cooperación Interinstitucional para el desarrollo de acciones y lineamientos en el ámbito de: Veterinaria y Zootecnia Agropecuaria, y Turismo, a través de la ejecución de actividades de investigación científica, educativas y apoyo conjunto en general en el marco de la normativa vigente.

Por su parte, el Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, es una Institución Pública sin fines de lucro, contempla la formación académica en: VETERINARIA Y ZOOTECNIA, AGROPECUARIA Y TURISMO, tiene la finalidad de formar profesionales Técnicos superiores, competentes a partir del desarrollo de las líneas académicas de investigación productiva e interacción social.

#### 4.6.6. Convenio de Cooperación Interinstitucional - Mi Teleférico

- Empresa Estatal de Transporte por cable “Mi Teleférico” y el Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka”

La Ley N° 466 de 26 de diciembre de 2013, establece el régimen de las empresas públicas del nivel central del Estado, que comprende a las empresas estatales entre otras, para que con eficiencia, eficacia y transparencia contribuyan al desarrollo económico y social del país, transformando la matriz productiva y fortaleciendo la independencia y soberana económica del Estado Plurinacional de Bolivia, en beneficio de todo el pueblo boliviano.

#### 4.7. Carrera de Turismo – egresados y titulados

NÓMINA DE ESTUDIANTES EGRESADOS Y TITULADOS CARRERA DE TURISMO				
GESTIÓN	EGRESADOS		TITULADOS	
	H	M	H	M
2015	4	4		
2016		2		
2017	1	4		
2018	2	2	2	2
2019	2	6	2	7
2020		2		3
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>12</b>

**Fuente:** Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka". 2021

## **4.8. Análisis de entrevistas**

### **4.8.1. Resultados de los estudiantes**

#### **a. Percepción de la formación académica en la Carrera de Turismo**

Según los criterios de estudiante entrevistados, la formación académica se basa en el desarrollo de la malla curricular, la misma considera materias para el desarrollo teórico y también materias prácticas, pero las mismas no aplican estrategias metodológicas que permita la construcción de proyectos turísticos, considérese que la carrera de turismo debería ser dirigida a generar proyectos que beneficien a las comunidades de la región *“en el Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, se recibió una formación con respecto a todo lo relacionado con turismo, pero de manera más teórica que práctica, pero no se enfocó en especializar al estudiante en un área determinada”*. (K.M. Estudiante 1) (Ver anexo 1 y anexo 13)

Otros estudiantes, tienen un criterio casi similar, porque perciben que la Carrera de Turismo en su malla curricular no incorporo prácticas o procesos prácticos de profesionalización, *“la formación recibida en el instituto al ser más teórica que practica, genera falencias en la formación profesional”* (G.V. Estudiante 2); (Ver anexo 1, anexo 13 y anexo 18) Este proceso formativo tiene muchas limitaciones, haciendo referencia solo al desarrollo curricular, y no así una formación profesional práctica.

*“Muchos docentes se basan solo en desarrollar o cumplir con la malla curricular de la carrera y en muy pocas ocasiones innovan o proponen estrategias para poder realizar prácticas en distintas comunidades del lugar”* (M.A. Estudiante 3) (Ver anexo 1 y anexo 13) la falta de prácticas o actividades de investigación en las regiones no permiten un proceso practico de la profesión

La opinión del estudiante, *“la malla curricular no considera en ninguna etapa el desarrollo de trabajos o actividades prácticas de campo, lo cual limita el proceso de aprendizaje de los estudiantes”* (J.A. Estudiante 4); (Ver anexo 1 y anexo 13) Los estudiantes observan la debilidad de la malla curricular con respecto al proceso de profesionalización práctica.

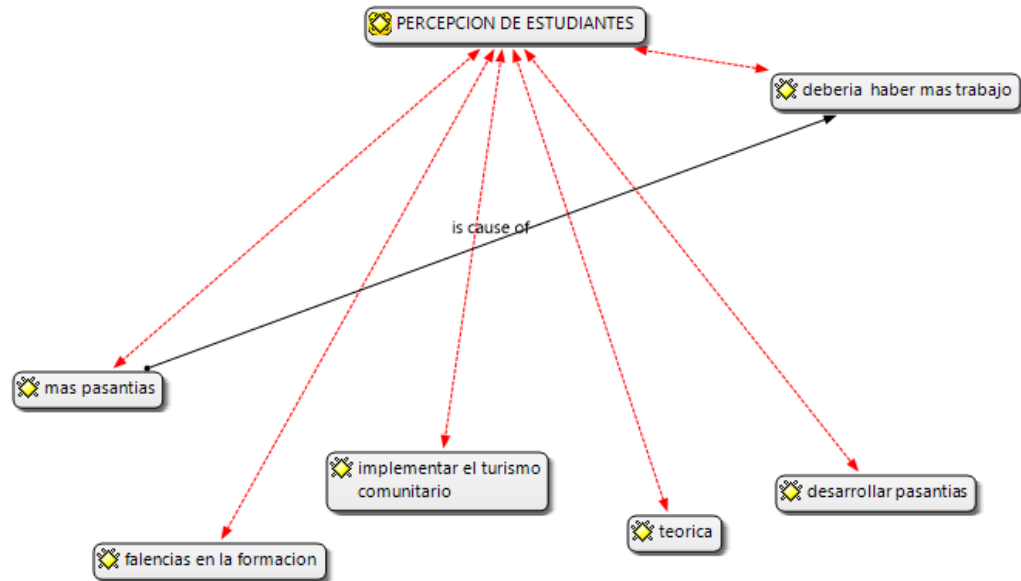
En tal sentido, al ser una formación profesional más teórica que práctica, muchos egresados optan por no seguir la formación a nivel licenciatura y buscan otras opciones profesionales.

[...] la práctica docente se construye desde la identidad, la representación que se posee respecto de la profesión y la posición que se adopta ante la función que se desempeña se elabora en la práctica pedagógica, en el aula como escenario, lugar en que cada docente con sus alumnos pone en juego, monta la escena y desarrolla el drama de la educación; drama en tanto es un proceso que provoca malestar y conflictos que se manifiestan de diversos modos (Barilá, 2008, p. 122).

En relación con la práctica, señala que una práctica supone la transformación de una realidad en otra realidad, que implica la actividad de un sujeto humano. Es por esto que sostenemos que asociada a una práctica se da siempre un proceso de transformación identitario. Cuando actuamos, nos constituimos como sujetos. “La dimensión subjetiva de la acción intentamos poner en análisis, como condición de posibilidad de la constitución de profesionales reflexivos” (Barbier, 1999, p. 77)

**Figura 6.**

*Percepción de la formación académica en la Carrera de Turismo*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura se observa que la formación académica se basa en el desarrollo de la malla curricular, y se debe desarrollar pasantías e implementar el turismo comunitario sin embargo no aplican estrategias metodológicas que permita la construcción de proyectos turísticos limitándose, a ser una formación profesional más teórica que practica, muchos egresados optan por no seguir la formación a nivel licenciatura y buscan otras opciones profesionales.

### **b. Apreciación respecto al campo de trabajo que motivo el haber elegido la Carrera de Turismo**

El desarrollo de las clases se limita al cumplimiento de las materias y avance curricular, siendo una opción del docente de la materia el aplicar alguna actividad académica fuera de la institución, generando un trabajo práctico de alguna visita que

se realice. *“El área de hotelería y agencias, también gestión pública o privada – área de proyectos turísticos, fueron los que motivaron mi formación técnica”*, (K.M. Estudiante 1) (Ver anexo 1 y anexo 13); considerando que al terminar la carrera podría ingresar o conseguir algún tipo de trabajo en su área.

Es importante considerar también, que muchos estudiantes asisten al instituto superior principalmente para obtener una profesión técnica que les permita poder trabajar o realizar algún emprendimiento dentro del ámbito del turismo, pero en el desarrollo de sus clases no existe actividades prácticas que fortalezcan su profesionalización *“la formación técnica superior debería permitir el poder acceder a una actividad laboral de manera más rápida, porque no se demora tanto con las universidades”*. (G.V. Estudiante 2) (Ver anexo 1, anexo 13 y anexo 18) Precisamente la diferencia en los años de estudio y la actividad profesional hacen la diferencia, se considera que un instituto técnico le permite profesionalizarse en corto tiempo a diferencia de la universidad.

En la región de la cual es parte el instituto superior, se tiene una infinidad de oportunidades para la actividad turística, lo cual les permitirá realizar prácticas o generar proyectos turísticos; este ámbito lo considera, *“la región lacustre, tiene muchas opciones donde se puede incentivar proyectos turísticos, y así aprovechar de manera positiva la región”* (M.A. Estudiante 3) (Ver anexo 1 y anexo 13). En este punto se debe resaltar que la mayoría de los estudiantes que asisten al instituto superior, provienen de municipios y comunidades de la región lacustre.

Por lo tanto, puede ser viable realizar estudios de campo o trabajos de campo en sus regiones o comunidades; o solicitar al instituto generar convenios o realización de proyectos que permita poner en práctica lo aprendido y titularse; este punto es considerado *“falta realizar pasantías o convenios entre los municipios y el instituto, para que nosotros podamos desarrollar proyectos turísticos”* (J.A. Estudiante 4) (Ver

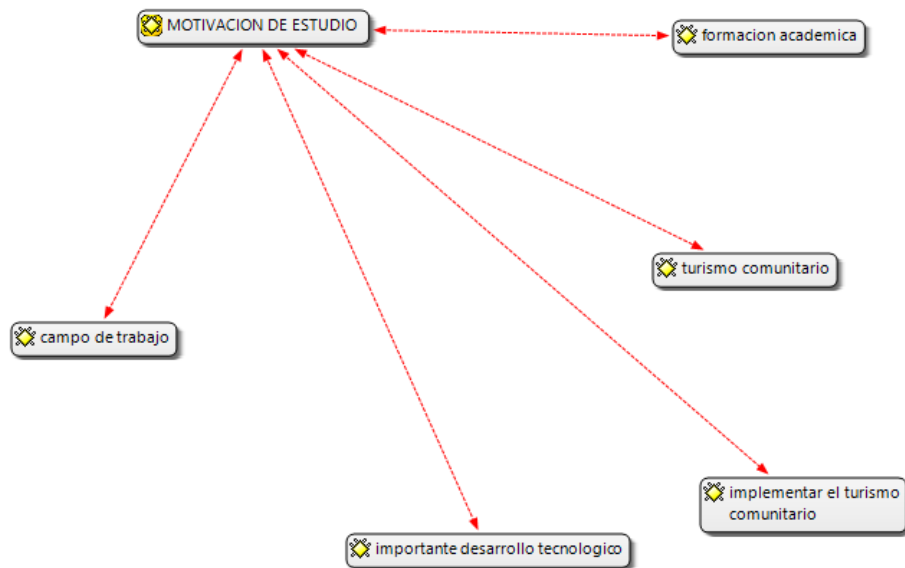
anexo 1 y anexo 13). Así mismo, otro factor importante a considerar es la falta de práctica, es decir, en las clases solo se desarrolla teoría y no práctica.

El “Proyecto Turístico” se caracteriza por el recurso aprovechado y la fuente de los ingresos generados. Desde el punto de vista del recurso: Riquezas Naturales, Históricas o Culturales y desde el punto de vista de los ingresos, deben provenir de Turistas extranjeros o nacionales” (Valcárcel, 2010, p. 84)

En un Proyecto de Turismo, se encuentra una gran diversidad de actividades que pueden ser complementarias u opcionales como: “Transporte, Servicios de alimentación, Deportes, Salud, Aventura, Excursiones, Negocios, Descanso, Educación y Esparcimiento” (Yapu, 2011, p. 82).

**Figura 7.**

*Apreciación respecto al campo de trabajo que motivo el haber elegido la Carrera de Turismo*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura, se observa que la principal motivación para estudiar la carrera de turismo es la formación académica y a la vez implementar el turismo comunitario y que les parece muy importante el desarrollo de la tecnología.

### **c. Análisis respecto a las actividades turísticas en las comunidades para desarrollar pasantías**

La práctica profesional es un aspecto inherente a demostrar que lo aprendido en las aulas del instituto técnico puede ser aplicado en sus regiones, *“lo mejor sería la implementación del turismo rural comunitario, porque se tiene actividades turísticas, todo lo que se realiza en las poblaciones rurales (pesca, agricultura, visita a los lugares turísticos de la población)”*. (K.M. estudiante. 1) (Ver anexo 1 y anexo 26)

Por lo tanto, esas actividades pueden ser desarrolladas como pasantía, lo cual permitiría que los estudiantes diseñen o propongan proyectos para que sus municipios y las diferentes poblaciones de la región puedan beneficiarse, siendo la estrategia la capacitación de la población y su participación del turismo rural-comunitario.

Es importante considerar que el turismo comunitario es visto como una materia más de la malla curricular y no como una estrategia para el emprendimiento turístico, *“sería importante la implementación del turismo rural comunitario, porque existe muchas actividades turísticas como también actividades recreativas que fácilmente se podría implementar, por ejemplo: la pesca, agricultura, y visitas a los lugares turísticos de la población”*, (G.V. Estudiante 2) (Ver anexo 1, anexo y 18 anexo 26).

Dentro del ámbito de la malla curricular del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, la práctica profesional solo se circunscribe a los trabajos prácticos en último año *“no se puede visitar, registrar o generar emprendimientos turísticos, como una práctica profesional”*, (M.A. estudiante 3) (Ver anexo 1 y anexo 26). Por lo tanto, no se puede apoyar a las comunidades o municipios con proyectos que los beneficien, y



los estudiantes solo se limitan a cumplir la malla curricular y la culminación de sus materias.

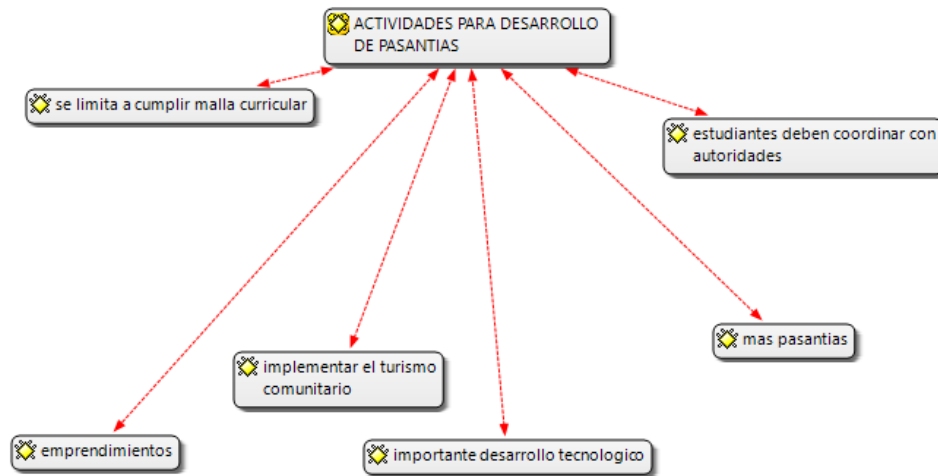
Existe la necesidad de impulsar procesos para desarrollar la práctica profesional del egresado en turismo, *“tendrían que ser los propios estudiantes quienes coordinen con los alcaldes o autoridades originarias el tema de turismo rural-comunitario”*, (J.A-estudiante. 4) (Ver anexo 1 y anexo 26) así se desarrollaría su formación profesional.

Práctica profesional,

Es usar estrategias metodológicas que faciliten el aprendizaje, monitorear, retroalimentar dicho proceso y adaptar lo que enseña a los ritmos y necesidades de los estudiantes, además de favorecer el desarrollo de habilidades para el trabajo independiente, brindarles oportunidades para aprender fuera de la institución, y desarrollar en ellos una autoestima positiva. Asimismo, el profesor deberá asumir su actividad académica como una carrera de vida y usar los recursos a su alcance para mejorar su capacidad profesional y poseer una actitud crítica que le permita hacer aportaciones a la institución a fin de mejorar el ambiente laboral y académico (UAA, 2006 citado en González, 2021, p. 10)

**Figura 8.**

*Análisis respecto a las actividades turísticas en las comunidades para desarrollar pasantías*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura, se observa que dentro de las actividades para el desarrollo, principalmente debe partir de los estudiantes para demostrar que lo aprendido en las aulas del instituto técnico puede ser aplicado en sus regiones, esas actividades pueden ser desarrolladas como pasantía, lo cual permitiría que los estudiantes diseñen o propongan proyectos para que sus municipios y las diferentes poblaciones de la región puedan beneficiarse con el turismo comunitario que es visto hasta el como una materia más de la malla curricular y no como una estrategia para el emprendimiento turístico.

#### **d. Análisis respecto a la práctica para el desarrollar la formación profesional en la carrera de turismo**

Los egresados de la Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, tienen limitaciones metodológicas con respecto al desarrollo de actividades profesionales, considerando un factor determinante el no poder realizar práctica profesional, así lo considera *“en las materias de la carrera no desarrollamos casi nada de manera práctica, son muy pocas actividades dentro del proceso de*

*aprendizaje donde se visita comunidades o se pueda registrar atractivos turísticos que permitan proponer proyectos”, (K.M. estudiante. 1). (Ver anexo 1 y anexo 26)*  
Por lo tanto, el enfoque es más teoría y menos en la práctica.

Al tener limitaciones en cuanto a la parte de práctica profesional, la misma limitación se da en cuanto a la actividad profesional, el egresado de turismo no puede desarrollarse plenamente, *“solo se aboca a cumplir los temas, aprobar y tratar de titularse según cronograma académico”, (G.V. estudiante. 2). (Ver anexo 1 y anexo 26)* Los estudiantes refieren que, no salen a realizar visitas o registro o proponer proyectos claros de emprendimiento turístico, eso lo dejara para después.

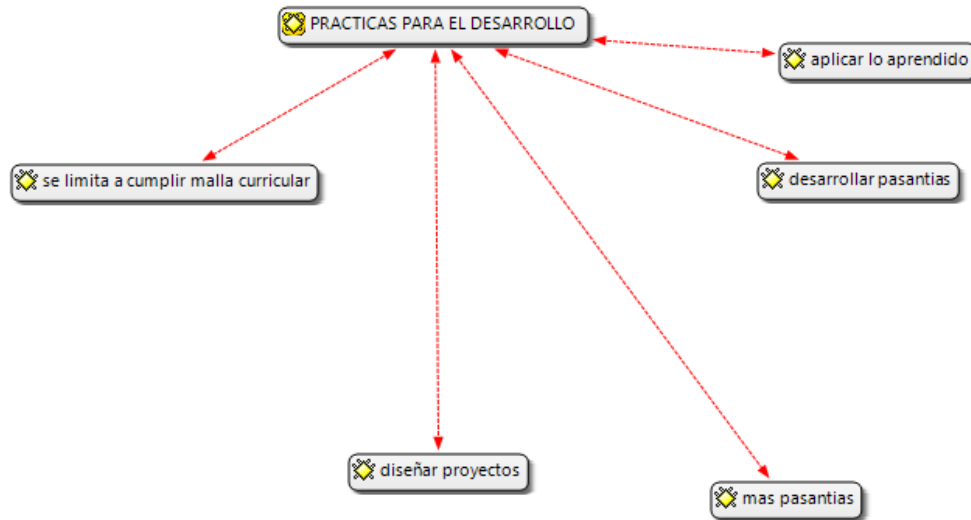
Así mismo, se observa la formación profesional del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, *“se debería incluir un proceso de pasantías, de tal manera que los estudiantes puedan aplicar lo aprendido en beneficio de las comunidades”.* (M.A. estudiante. 3) (Ver anexo 1 y anexo 26)

Otro aspecto a considerar en la actividad profesional es el poder conseguir trabajo, *“no se puede aplicar lo aprendido en turismo, porque no se tiene una etapa práctica, que permita diseñar un proyecto”, (J.A. estudiante. 4) (Ver anexo 1 y anexo 26)* por esta razón se limita conseguir un trabajo en el ámbito que estudio.

Ahora bien, como se pretende una educación más abierta y más vinculada con los sectores productivos, entonces la formación profesional debe impulsar la creatividad y la innovación para solucionar problemas que inciden en el desarrollo social. Con base en ello se debe orientar la docencia con metas, evaluación y estrategias didácticas que potencien los perfiles de egreso (Instituto Politécnico Nacional, 2000).

**Figura 9.**

*Análisis respecto a la práctica para el desarrollar la formación profesional en la carrera de turismo*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura, se observa que las opiniones más frecuentes emitidas en le entrevista, implícitamente muestra que los egresados de la Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, tienen limitaciones metodológicas con respecto al desarrollo de actividades profesionales, considerando un factor determinante el no poder realizar práctica profesional, aspecto que se ve demostrado en la actividad profesional en el momento de no poder conseguir trabajo, entonces la formación profesional debe impulsar la creatividad y la innovación para solucionar problemas que inciden en el desarrollo social.

**e. Valoración de la modalidad de titulación que permita aplicar el turismo comunitario**

El Instituto tiene dentro su formación curricular el proceso de titulación, adecuado a la formación en técnico superior, “*serian pasantías o trabajos dirigidos, lo cual permitiría titularse de manera práctica*”, (K.M. estudiante. 1) (Ver anexo 1 y anexo

26) en todo caso, esta actividad les permitirá realizar talleres, capacitaciones y otras actividades, con el fin de presentar un informe tipo artículo científico, donde se esboce un proyecto turístico para el municipio.

Por otro lado, la modalidad de titulación también debe generar el poder conseguir un trabajo inmediato; *“sería importante realizar proyectos o pasantías, mediante un perfil y desarrollar el mismo con la supervisión de los docentes”*, (G.V. estudiante. 2) (Ver anexo 1 y anexo 26). Así les permitiría aplicar lo aprendido y obtener su título de técnico superior en turismo.

Así mismo, la modalidad de titulación también les permitiría elaborar un proyecto o emprendimiento; *“esta modalidad no está incluida dentro del ámbito de titulación del instituto, y que para ello se tendría que cambiar en la carrera las modalidades de titulación, permitiendo así una forma de titulación práctica”*, (M.A. estudiante. 3). (Ver anexo 1 y anexo 26) Al no tener una modalidad de titulación como una pasantía o proyecto comunitario como una estrategia de titulación, se limita a que los egresados de la Carrera de Turismo se titulen con prontitud.

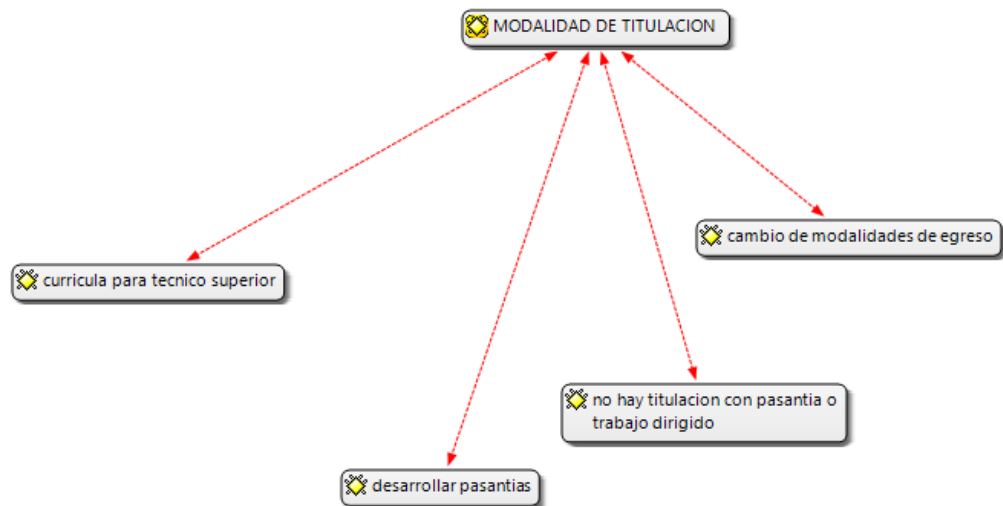
En este aspecto de titulación, se considera también la percepción de los docentes, *“los docentes de la carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, deberían considerar prácticas comunitarias”* (J.A. estudiante. 4) (Ver anexo 1 y anexo 26); la misma permitiría desarrollar emprendimientos productivos, y a los estudiantes obtener su título y trabajar en los lugares donde desarrollaron sus proyectos.

El Ministerio de Educación del Estado Plurinacional de Bolivia aprobó, el 12 de diciembre de 2012, el Reglamento General de Universidades Privadas, donde se establece en el artículo 58, cuatro modalidades de graduación para carreras a nivel técnico superior y cinco para nivel licenciatura. Las modalidades para las carreras a

nivel técnico superior son las siguientes: monografía, proyecto de grado, examen de grado y graduación por excelencia.

**Figura 10.**

*Valoración de la modalidad de titulación que permita aplicar el turismo comunitario*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura se muestran las opiniones más frecuentes de la entrevista y prevalece la modalidad de titulación de trabajo dirigido, pasantías, también debe generar el poder conseguir un trabajo inmediato; la modalidad de titulación también les permitiría elaborar un proyecto o emprendimiento; Al no tener una modalidad de titulación como una pasantía o proyecto comunitario como una estrategia de titulación, se limita a que los egresados de la Carrera de Turismo se titulen con prontitud.

De acuerdo al ministerio de educación, hay cuatro modalidades de graduación para carreras a nivel técnico superior y cinco para nivel licenciatura. Las modalidades para las carreras a nivel técnico superior son las siguientes: monografía, proyecto de grado, examen de grado y graduación por excelencia.

**f. Análisis en relación a la formación profesional práctica de la carrera de turismo**

Las prioridades profesionales deben estar explícitamente dirigidas a permitir en los egresados una formación profesional práctica, *“las prioridades de la formación profesional se deben enfocar o implementar especialidades en diferentes áreas, para que el estudiante salga con una mención especial”* (K.M. estudiante. 1) (Ver anexo 1 y anexo 26) como ejemplo: mención en Administración de Hotelería y Agencia; el estudiante que quiera salir con esta especialidad tendría que capacitarse con clases y prácticas adicionales con respecto al tema, y así la carrera pueda implementar otras menciones.

También se considera priorizar el conseguir un trabajo por medio de su práctica profesional, el mismo *“el Instituto Tecnológico Superior, debería priorizar procesos de titulación, que permita al estudiante no solo egresar, sino titularse con una especialidad”* (G.V. estudiante. 2) (Ver anexo 1 y anexo 26); si se aplicaría-permitiría poder conseguir trabajo y empleo en su área de profesionalización.

La especialidad permite tener un mayor conocimiento sobre un área específica, *“una especialidad al momento de titularse del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, mejoraría sus oportunidades laborales”* (M.A. estudiante. 3) (Ver anexo 1 y anexo 26); por lo tanto, la institución podría considerar la prioridad profesional de titularse con especialidad.

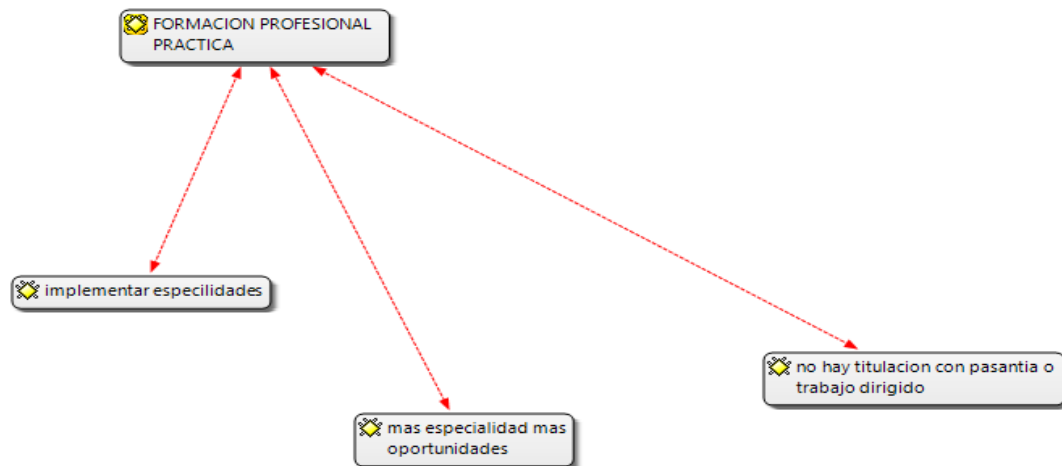
Claro está que este punto es una debilidad que presenta la institución como tal: *“está claro que la mayor debilidad de la formación en el instituto es la práctica, no existe un proceso de titulación como la pasantía o trabajo dirigido”* (J.A. estudiante. 4) (Ver anexo 1 y anexo 26) no existe convenios institucionales que permita a los estudiantes poder poner en práctica lo aprendido ni tampoco optar por una especialidad

La Especialización en Educación tiene como objetivo la formación de profesionales capaces de dar solución a las problemáticas de aprendizaje y enseñanza, generando conocimiento a través de la investigación y proyectándose socialmente hacia el sector educativo y docente, con un alto nivel de compromiso ético.

De este modo, las acciones formativas incorporan las ideas y experiencias de los estudiantes en situaciones de colaboración. Desde esta vertiente, Sanz (2003 citado en López, Hermosilla, & Cobos, 2010) apunta que se pone el énfasis en el desarrollo de la potencialidad del sujeto para que éste se convierta en un aprendiz estratégico, que sepa aprender y solucionar problemas en función de las situaciones en las que se encuentre, que lo que aprenda lo haga significativamente, es decir, incorporando el significado a su propio esquema mental. El aprendizaje se plantea como un proceso de construcción social del conocimiento, y la enseñanza como una mediación a este proceso. Los planteamientos constructivistas coinciden en otorgar una especial relevancia a la actividad reorganizadora y estructuradora del saber, como forma de adquisición de conocimientos (G.I.E., 1991 citado en López, Hermosilla, & Cobos, 2010).

**Figura 11.**

*Análisis en relación a la formación profesional práctica de la carrera de turismo*



Fuente: Elaboración propia.



De acuerdo al gráfico, no hay otras modalidades de trabajo con pasantía o trabajo dirigido, y por ello es una de las prioridades profesionales deben estar explícitamente dirigidas a permitir en los egresados una formación profesional práctica y es preciso que haya mención en Administración de Hotelería y Agencia; además la carrera pueda implementar otras menciones.

Otras de las opiniones son referidas a la especialidad que permite tener un mayor conocimiento sobre un área específica; sin embargo, existe convenios institucionales, pero no permiten a los estudiantes poder poner en práctica lo aprendido ni tampoco optar por una especialidad.

#### **4.8.2. Resultados de los docentes**

##### **a. Respetto a la formación teórica y práctica de sus estudiantes**

El proceso educativo en el contexto de la formación técnico superior, se lo desarrolla de manera más específica, pero no se debe dejar de lado la interrelación entre la teoría y la práctica; dicho aspecto es mencionado por el docente *“Primeramente, se desarrolla el ámbito teórico de los temas de la malla curricular de la carrera, posteriormente como trabajos prácticos se coordina visitas a comunidades, a fin de que los estudiantes realicen observación, inventariación y registro de lugares turísticos”* (J.R. docente 1) (Ver anexo 1 y anexo 29) El ámbito teórico de la formación técnica está circunscrita al desarrollo de temas y la parte práctica a las visitas a comunidades, previamente se debe generar el conocimiento en los estudiantes.

Otro aspecto importante a considerar, *“Interacción entre la teoría con la práctica, en este aspecto, cada nivel de formación, es decir, desde primer año hasta el último, desarrolla esa interacción”* (R.C. docente 2) (Ver anexo 1 y anexo 29); es el desarrollo de clases y temas esta en base a la malla curricular de cada nivel (primer

años, segundo año y tercer año) donde la formación técnica está basada en el desarrollo de la teoría con la práctica.

El criterio de otro docente se centra en la formación técnica: *“El instituto como una instancia de formación técnico superior, avala la formación técnica de los estudiantes y su malla curricular, para ello considera distintas instancias de titulación, las cuales están aprobadas desde el Ministerio de Educación”* (T.R. docente 3) (Ver anexo 1, anexo 22 y anexo 29).

Si bien es cierto que toda institución de formación superior, al momento de entrar en actividad académica, aprueba su calendario académico y el proceso de enseñanza y aprendizaje con su población estudiantil, el mismo está basado en su malla curricular, quien manifiesta: *“en el desarrollo de la carrera, la malla curricular considera el aprendizaje teórico y práctico”* (R.L. docente 4) (Ver anexo 1, anexo 23 y anexo 29); es importante resaltar que las actividades curriculares son más en aula, lo cual limitaría el aprendizaje dinámico.

El desarrollo de actividades académicas dentro de la formación profesional de los estudiantes es de vital importancia, considerando que la interrelación entre la teoría y la práctica permitirá un mejor proceso de formación; en tal sentido Valle (2009) manifiesta que:

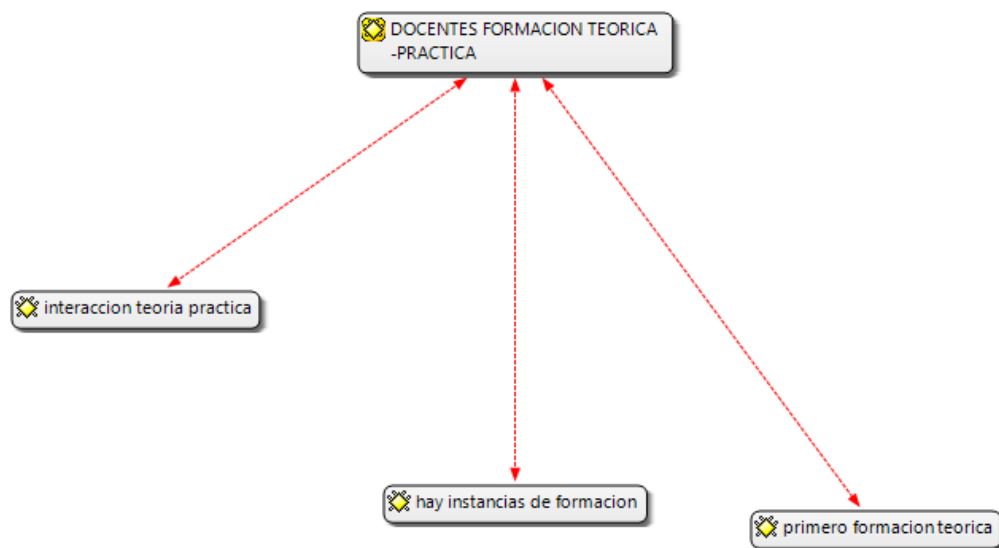
La alegoría de “malla” se hace porque al diseñarse la organización de problemas, ámbitos conceptuales e incluso los contenidos posibles, las metodologías, los procedimientos y los criterios de evaluación que se manejarían en el aula de clase, fueron pensados, tejidos y estructurados con una trama tanto vertical como horizontal. (p. 19)

Por otro lado, el diseño curricular de las carreras de formación profesional siempre debe considerar la interacción entre teoría y práctica, especialmente en el desarrollo de aula; en tal sentido Ceballos, (2012) señala que es:

La distribución académica que permite responder preguntas como qué deben saber los estudiantes, que van hacer y cómo desarrollar el proceso enseñanza – aprendizaje de las asignaturas a partir de un enfoque multidisciplinario, adecuado para el contexto social y cumpliendo con las disposiciones que rigen la educación superior de nuestro país (p. 31).

**Figura 12.**

*Formación teórica y práctica de sus estudiantes*



Fuente: Elaboración propia.

La figura nos muestra que en el contexto de la formación técnico superior, se lo desarrolla de manera más específica, pero no se debe dejar de lado la interrelación entre la teoría y la práctica. En el ámbito teórico de la formación técnica está circunscrita al desarrollo de temas y la parte práctica a las visitas a comunidades, previamente se debe generar el conocimiento en los estudiantes y el diseño curricular

de las carreras de formación profesional siempre deben considerar la interacción entre teoría y práctica.

#### **b. Respecto a la Carrera de Turismo**

La Carrera de Turismo, por desarrollarse en el ámbito de la formación técnica superior tiene ciertas características específicas, *“Sería importante poner en práctica lo aprendido en las aulas, incluso se considera en el desarrollo del semestre, visitas a distintas comunidades cercanas de la región, pero todo ello como una actividad de aula y no, así como instancia de graduación”* (J.R. docente 1) (Ver anexo 1 y anexo 29)

No se tiene previsto un proceso de titulación como una manera práctica, lo *“La dirección de carrera es la llamada a modificar o generar pasantías para los egresados”* (R.C. docente 2) (Ver anexo 1 y anexo 29); es importante resaltar que la carrera no es la única instancia facultada para generar ese proceso de graduación o titulación, sino son instancias del instituto como tal y el Ministerio de Educación para estas modificaciones.

Otro aspecto inherente a las características de la Carrera, están señaladas de la siguiente manera: *“los estudiantes en muchas materias realizan proyectos de investigación y generan emprendimientos”* (T.R. docente 3) (Ver anexo 1, anexo 22 y anexo 13); por lo tanto, desde la actividad en el aula se desarrolla lo aprendido y se lo pone en práctica como trabajos de investigación; pero se refiere a la aprobación de la materia.

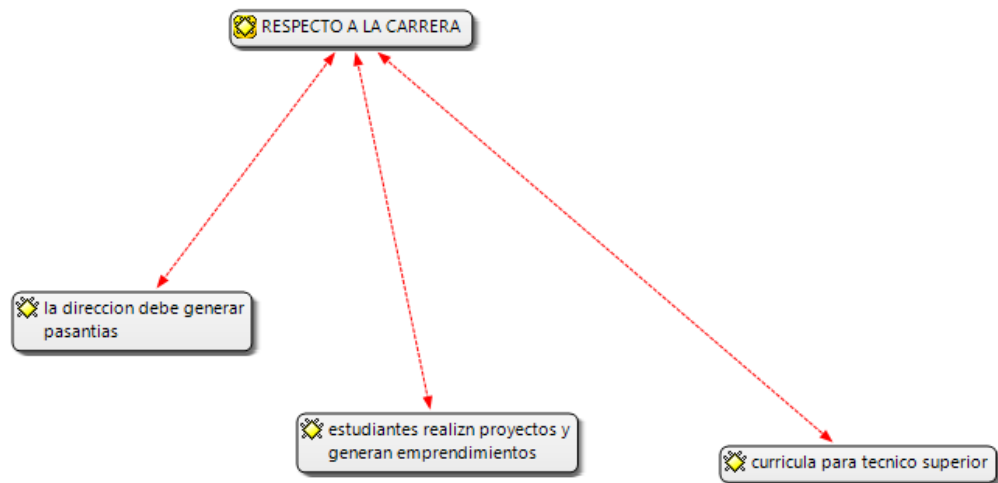
También se considera el diseño curricular de la carrera de Turismo, *“el diseño curricular y la malla curricular están dirigidas a procesos de formación técnico superior”* (R.L. docente 4) (Ver anexo 1, anexo 23 y anexo 29) ojo su estructura y características han sido ampliamente analizadas y aprobadas en instancias superiores

para generar un proceso teórico y práctico del aprendizaje, y ello está elaborado según la materia y el programa del docente.

“Las estrategias metodológicas se definen como un recurso que determina un plan de actuación respecto a la posición y los medios que pueden emplear el profesor y el alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje” (Escamilla, 2009, p. 142). En la sociedad del conocimiento y en el marco actual del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), el enfoque de las competencias ha traído consigo una serie de cambios que afectan al proceso de enseñanza-aprendizaje y muy particularmente a la metodología empleada. Así, “las estrategias metodológicas son clave en los nuevos modelos de formación profesional del profesor” (Chocarro, González, & Sobrino, 2007, p. 49).

**Figura 13.**

*Carrera de Turismo*



Fuente: Elaboración propia.

Se muestra que es preciso implementar una currícula adecuada para técnico superior y es importante que los estudiantes generen proyectos y emprendimientos generados por la dirección de la carrera

### **c. Análisis respecto el pensum de la Carrera como aplica el turismo comunitario**

El pensum de la Carrera está diseñado para una formación técnica en el ámbito del Turismo, *“El turismo comunitario en realidad es una materia transversal, no se profundiza en el desarrollo de la misma, al ser una materia transversal todas las materias tocan o desarrollan en algún momento los temas en este ámbito”*. (J.R. docente 1) (Ver anexo 1 y anexo 29).

El desarrollo de los temas en las distintas materias de la carrera de Turismo está en responsabilidad de los docentes, los cuales lo realizan según su metodología, *“los docentes que dictan sus materias, si o si tienen que contemplar el tema del turismo comunitario, pero no como una actividad turística sino como un enfoque transversal”*; (R.C. docente 2) (Ver anexo 1 y anexo 29); por ejemplo, cuando se considera implementar un proyecto en una comunidad siempre se debe tomar en cuenta a la comunidad y como interrelacionar la formación del instituto con las necesidades de la comunidad

El área de turismo comunitario no se presenta como un ámbito externo a la carrera, más al contrario como un área importante de la formación técnica, *“el área de turismo comunitario está dentro de la malla curricular, pero no se desarrolla plenamente solo como materia”* (T.R. docente 3) (Ver anexo 1, anexo 22 y anexo 29); por lo tanto, sería pertinente considerar un proceso que permita aplicarlo de manera práctica, generando en los estudiantes una práctica comunitaria.

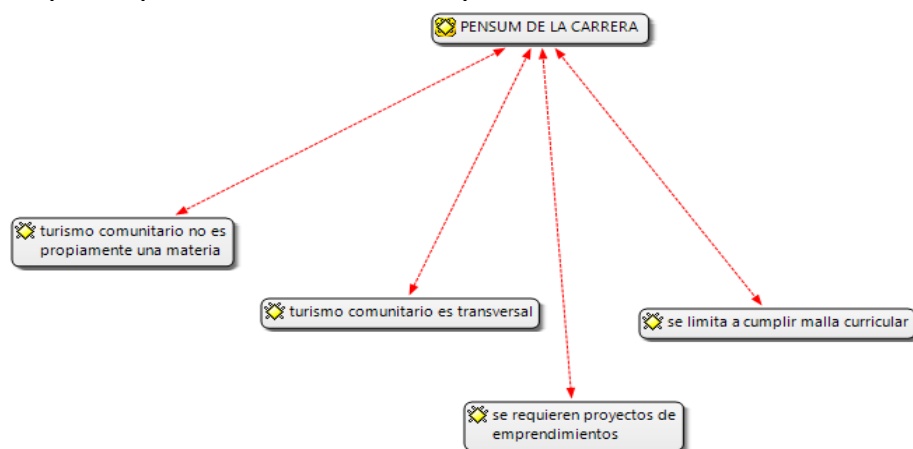
Otro factor determinante para el desarrollo del turismo comunitario dentro de estos institutos de formación técnica y tecnológica superior tienen como misión la formación de Técnicos Superiores y Medios con habilidades, competencias y capacidades de alto nivel para desempeñarse en una especialidad de apoyo al nivel profesional, o bien desempeñarse por cuenta propia.

Las especialidades están adecuadas a las demandas sociales, a los avances científicos y tecnológicos y a los requerimientos productivos. Para lograrlo, se utilizan tecnologías de la información, de la comunicación y del trabajo. Formación técnico superior en el instituto es lo que *“las comunidades circundantes al Instituto Tecnológico Superior, requieren en la actualidad de proyectos de emprendimientos para potenciar la región, y el instituto podría resolver esa necesidad brindando formación técnica”* (R.L. docente 4) (Ver anexo 1, anexo 23 y anexo 13); pero una formación con profesionales competentes dentro del área de turismo, así se apoyaría a la región y los municipios.

Desde principios de los años noventa, Bolivia ha experimentado dos reformas educativas, con enfoques diferentes frente a la educación técnica y profesional, con la Ley N° 1565 de 1994 y la Ley N° 070 de Avelino Siñani y Elizardo Pérez (ASEP) de 2010. La primera se aplicó en un contexto económico crítico con importante apoyo extranjero y adoptó un enfoque más integral que especializado, lo que impidió un trato específico de la formación técnica. En cambio, la actual política educativa adopta, a la vez, una mirada holística y especializada según sectores profesionales desde el nivel secundario.

**Figura 14.**

*Análisis respecto el pensum de la Carrera como aplica el turismo comunitario*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura se muestra que el pensum de la Carrera está diseñado para una formación técnica en el ámbito del Turismo, y se limita a cumplir; sin embargo, sería pertinente considerar un proceso que permita aplicarlo de manera práctica, generando en los estudiantes una práctica comunitaria y proyectos de emprendimientos.

#### **d. Respecto al desarrollo del turismo comunitario dentro del proceso de aprendizaje**

Como el desarrollo práctico de la formación técnica superior, el turismo comunitario permitiría interrelacionar a la institución y las comunidades, *“Existen estrategias metodológicas que hace al turismo comunitario de manera práctica, por ejemplo en los proyectos o trabajos colaborativos, los trabajos no tiene que ser individuales sino tienen que ser grupales”* (J.R. docente 1) (Ver anexo 1 y anexo 29) así se integraría a los estudiantes en torno a actividades prácticas de un tema de investigación; también se considera el desarrollar una actividad turística y que beneficie a la comunidad

El turismo comunitario tiene como base fundamental a la comunidad, por lo tanto, el profesional en turismo debe ser un profesional capaz de generar compromiso y emprendimiento, *“la directriz del perfil profesional en la carrera de turismo considera una formación práctica”* (R.C. docente 2) (Ver anexo 1 y anexo 29); por lo tanto, el Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, debe considera la formación práctica de un profesional de turismo acorde a las necesidades de sus comunidades y su región, en tal sentido, el desarrollo del turismo comunitario permitiría atender esa demanda de profesionales.

*“El turismo comunitario al ser una actividad con mayor participación de las comunidades y circunscrita al ámbito cultural, debe ser emprendida por profesionales comprometidos no solo con la institución sino principalmente con su región”* Según (T.R. docente 3); se debe resaltar sus lugares de origen, los atractivos



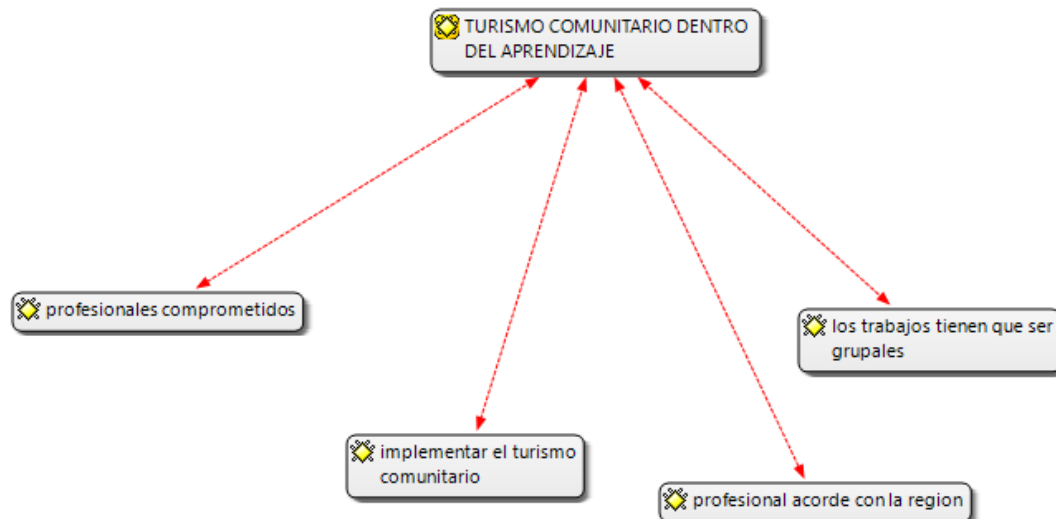
de sus regiones, y desarrollar la práctica profesional. (Ver anexo 1, anexo 22 y anexo 29)

*“el entorno intercultural que tiene el turismo comunitario, exige que la formación profesional este acorde al entorno de la región”* Para (R.L. doc. 4); sus profesionales primeramente deben impulsar el emprendimiento de la región. (Ver anexo 1, anexo 23 y anexo 29)

Son actividades que pueden y deben tener un valor formativo muy importante, adicional al que le puede corresponder como actividades que contribuyen a formar a los estudiantes en relación con el marco teórico de una disciplina determinada. Actividades prácticas que se proponen como investigaciones, con objeto de dar a los estudiantes la oportunidad de trabajar como los científicos o los tecnólogos en la resolución de problemas. Estas investigaciones, que requieren el compromiso intelectual de los estudiantes, pueden estar orientadas a la resolución de problemas de naturaleza teórica o a otros que tengan cierta relevancia práctica.

**Figura 15.**

*Respecto al desarrollo del turismo comunitario dentro del proceso de aprendizaje*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura se observa que el desarrollo práctico de la formación técnica superior, el turismo comunitario permitiría interrelacionar a la institución y las comunidades, para integrar a los estudiantes al Turismo Comunitario tiene como base fundamental a la comunidad, por lo tanto, el profesional en turismo debe ser un profesional capaz de generar compromiso y emprendimiento.

**e. Percepción respecto al proceso para aplicar el Turismo Comunitario en la formación profesional**

Si bien se considera el turismo comunitario no está dentro de la malla curricular de la carrera de Turismo como una modalidad de titulación, es importante resaltar que el mismo no solo permitiría poner en práctica lo aprendido en el aula, sino también pretender una especialidad, *“El proceso para aplicar el turismo comunitario en la formación profesional son los Trabajos colaborativos, porque no se considera pertinente el desarrollo de trabajos individuales”* (J.R. docente, 1) (Ver anexo 1 y anexo 29)

*“se desarrolla la capacidad de adaptarse a diferentes situaciones y delegar responsabilidades para el desarrollo de un proyecto o emprendimiento turístico”* (R.C. docente 2) (Ver anexo 1 y anexo 29); tal sentido el turismo comunitario no es un paradigma, sino una realidad que puede generar desarrollo y compromiso de los miembros de la comunidad, considerando que los mismos son los actores fundamentales para el desarrollo del turismo comunitario; por lo tanto el profesional en turismo que aplique el turismo comunitario, lo realizará en torno al turismo sostenible; y así estaría aplicando estrategias metodológicas prácticas.

*“Al ser el turismo comunitario una actividad circunscrita al ámbito comunitario y cultural, el mismo debe estar dirigido primeramente a fortalecer la identidad cultural”* (T.R. docente 3) (Ver anexo 1, anexo 22 y anexo 29); en tal sentido el

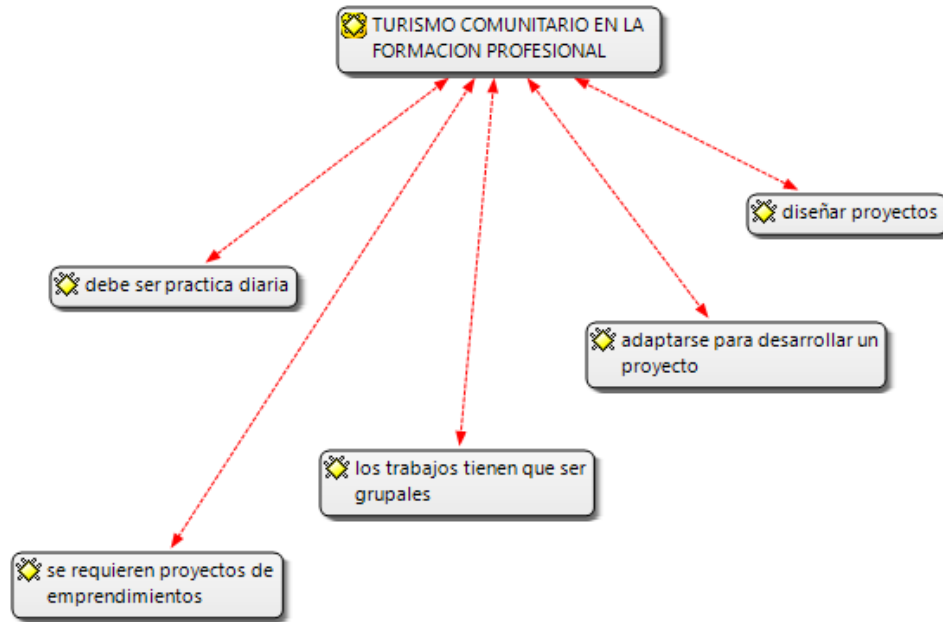
profesional en turismo debe tener la capacidad de responder a ese desafío y para ello se necesita practicas comunitarias con el apoyo de la institución.

También se debe involucrar a la institución, la cual brinda la formación técnica, *“el Instituto “Wiñay Marka” mediante las instancias de carrera y del instituto como tal serán las que viabilicen que los estudiantes puedan aplicar sus conocimientos adquiridos en las distintas ramas, para ello, el turismo comunitario debería ser una práctica diaria en las comunidades”* (R.L. docente 4) (Ver anexo 1, anexo 23 y anexo 29); sin antes olvidar que la institución y la carrera de Turismo como tal deben incorporar el ámbito del turismo comunitario como una alternativa de titulación, donde el postulante pueda aplicar sus conocimientos teóricos en beneficio de sus municipios y comunidades.

La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de valoración. Es la sociedad la que a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad (...) Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural (...) El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos. (Bákula, 2004, p. 169)

**Figura 16.**

*Percepción respecto al proceso para aplicar el Turismo Comunitario en la formación profesional*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura, se observa que el profesional en turismo debe tener la capacidad de responder a ese desafío diseñando proyectos, realizando trabajos grupales y para ello se necesita prácticas comunitarias con el apoyo de la institución que brinda la formación técnica.

### **4.8.3. Resultados de las empresas de turismo**

#### **a. Análisis del perfil profesional que requiere las empresas de turismo**

La formación profesional de los estudiantes debe estar enmarcar en la capacidad de desarrollar emprendimientos turísticos. Al ser el turismo una actividad emprendedora, el profesional del área debe diseñar, gestionar e implementar proyectos, planes y programas de desarrollo turístico sustentable, y que favorezcan el crecimiento ordenado de la empresa (Ver Anexo 30).

Por lo tanto, una forma de asegurar que los desarrollos turísticos sean controlados es mediante la participación de la población local en los procesos de planificación y decisión de los destinos y de las áreas turísticas.

### **b. Percepción primordial del profesional en Turismo**

El profesional de turismo debe ser un profesional que posea la capacidad de diseñar los productos y ofertas turísticas, además de los programas y los servicios turísticos de nivel nacional e internacional (Ver Anexo 30).

Según el autor César Ramírez Cavassa (2010)

El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística”. (p. 31)

### **c. Respecto al turismo comunitario como una oferta turística**

El turismo comunitario surge como una alternativa para incorporar a las comunidades rurales, campesinas, indígenas, dentro de la actividad turística, esta actividad permite generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. Por lo tanto, el profesional de turismo debe tener la capacidad de generar alianzas estratégicas entre las empresas y las comunidades; para ello debe tener facilidad de diseñar emprendimientos sustentables (Ver Anexo 30).

Si las acciones en pro de la sustentabilidad implican la interacción social en un medio, entonces el desarrollo debiera sentar sus bases en una región, antes que

pretender impactar a nivel general. En este sentido, Flores (2007) señala que “la región hace referencia a un espacio geográfico donde se asienta un grupo social y se establecen relaciones económicas y sociales” (p. 29).

Para identificar el grado de desarrollo de una región, por lo tanto, es necesario estudiar las variables o indicadores relacionados con la calidad de vida, considerando formas de vida, costumbres, tradiciones, etcétera. Por su parte, Carrillo (2002) menciona que: “el desarrollo se debe observar desde los diversos elementos que se conjugan, de manera objetiva y tangible, hacia dentro en una región y en un tiempo determinado” (p. 77).

Es en esta perspectiva que el desarrollo regional sustentable se observa con enfoque holístico, en el que las variables, económicas, sociales y ambientales, se conjugan para generar una serie de indicadores de la calidad de vida de la sociedad de una región.

#### **d. Respecto a la capacitación y actualización en lo referente al turismo comunitario**

El profesional en Turismo Comunitario, debe tener una constante capacitación y actualización, pero fundamentalmente la capacidad de vincular a las comunidades con los turistas desde una perspectiva intercultural, por la iniciativa de la comunidad, mediante la participación consensuada de sus miembros, se deberá realizar un manejo adecuado de los recursos naturales y la apreciación del patrimonio cultural de las comunidades (Ver Anexo 30).

Para desarrollar la capacitación se considera el “Diagnóstico de Detección de Necesidades de Capacitación” (Chiavenato, 2006).

#### **e. Valoración de la empresa de turismo para la realización de pasantías**

Las directrices para las pasantías, deben realizarse para contribuir a la mejora continua de las prácticas profesionales, y a su vez para formarse como profesionales aptos y acordes a las exigencias del mercado laboral (Ver Anexo 30).

En estudios realizados en la Universidad de Ciencias Pedagógicas "Félix Varela Morales" de Villa Clara (2015), se asumen como acciones de mejora las estrategias dirigidas a minimizar la brecha entre los estándares de calidad establecidos y su nivel de cumplimiento en la práctica educativa.

#### **f. Evaluación para desarrollar el turismo comunitario, según la oferta de la empresa de turismo**

El Turismo Comunitario es una forma de hacer turismo en la que los viajeros y turistas tienen la oportunidad de irse de vacaciones a comunidades rurales y poder tener un contacto diferente con la población local; también conoce su cultura y tradiciones (Ver Anexo 30).

Por lo tanto, el turismo comunitario debe contemplarse como una estrategia de gestión, tanto de autoridades locales como de actores comunitarios, y poder mejorar la calidad de vida de su población y desarrollar su potencial turístico.

La valoración de los recursos naturales y el nivel de estructuración de los atractivos en productos turísticos ha sido el elemento básico para abordar el potencial turístico del territorio rural. Donde, la valoración consiste principalmente en la elaboración de un inventario con información descriptiva de los recursos que posee el espacio de interés (Franco, Osorio, Nava, & Regil, 2009). De esta manera, el inventario de recursos se ha considerado un método base que debe reunir ciertas características.

#### **4.8.4. Resultados de autoridad departamental y municipio Comisión Turismo y Culturas y secretario general del Municipio de Huatajata**

##### **a. Análisis respecto a las estrategias en Turismo Comunitario**

Las autoridades departamentales y municipales, al tener una misión que está referida a atender las demandas de las regiones y comunidades, deben generar espacios para impulsar el desarrollo de las mismas; por lo tanto, la actividad del turismo comunitario debería tener espacios para profesionales egresados de las propias regiones; *“el Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, debe generar profesionales en turismo, que puedan generar emprendimientos comunitarios en favor de sus regiones”* (C.P. Autoridad 1) (Ver anexo 1 y anexo 25).

En este sentido la formación académica del instituto, que es propia de la región, debería dar los cimientos tanto para la formación e implementación de emprendimientos para las comunidades, incorporando elementos históricos, y culturales de la comunidad; y dirigidos a mejorar la calidad de vida de los habitantes de las comunidades.

Así mismo, se debe resaltar que existen lugares con gran potencial turístico, *“Existen lugares donde se puede fortalecer los emprendimientos comunitarios en turismo, por ejemplo: con la gente de la Isla del Sol, en Yumani; es una comunidad muy visitada por ahí una de las más visitadas en el país, hasta ahora sin embargo no existe Turismo Comunitario en Yumani”*. (F.U. autoridad 2) (Ver anexo 1 y anexo 24) Se considera que la comunidad lleva adelante sus procesos turísticos de manera individual e independiente, lo cual no beneficia a todos por igual.

No se ha tenido la asistencia de profesionales en torno al Turismo comunitario, lo cual limita tanto a, las comunidades y sus habitantes; en este ámbito los egresados de turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, pueden beneficiarse con



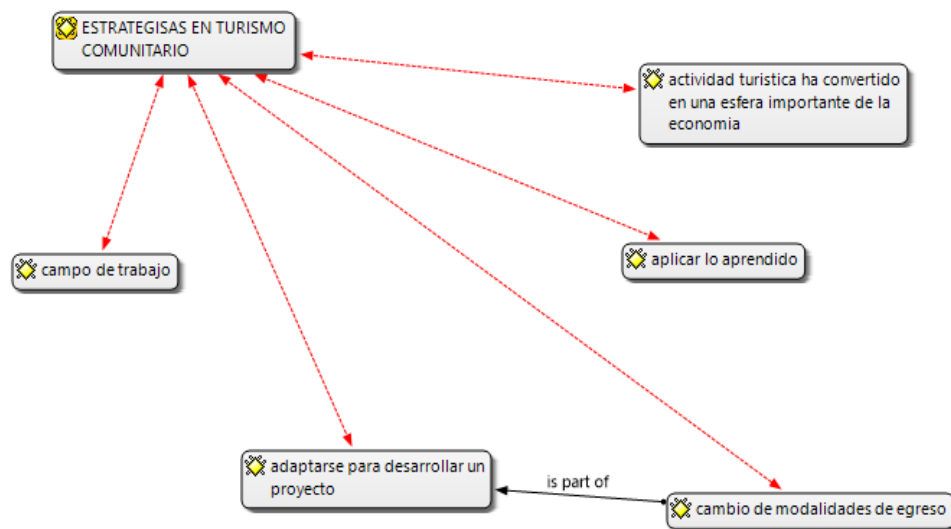
el desarrollo de proyectos de emprendimientos, tanto para las comunidades como en la titulación de los egresados del instituto.

Integrando todos estos elementos se puede alcanzar el Desarrollo Local desde la sostenibilidad teniendo como bases la seguridad alimentaria, la sustentabilidad ambiental y el desarrollo humano local.

Por otra parte, “el desarrollo que ha alcanzado la actividad turística, en función de los recursos naturales y las características históricas y culturales de muchos países, la han convertido en una esfera importante de la economía, tanto por ser una fuente de ingresos de divisa como por sus posibilidades de dinamizar otras actividades de la economía nacional” (Martin, 2006, p. 69).

**Figura 17.**

*Estrategias en Turismo Comunitario*



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la figura, dentro de las estrategias de turismo, es necesario generar espacios para impulsar el desarrollo y para ese cometido hace falta espacios para profesionales egresados de las propias regiones ya que “Existen lugares donde se

*puede fortalecer los emprendimientos comunitarios en turismo*". (F.U. autoridad 2) Integrando todos los elementos se puede alcanzar el Desarrollo Local desde la sostenibilidad teniendo como bases la seguridad alimentaria, la sustentabilidad ambiental y el desarrollo humano local.

#### **b. Percepción respecto al profesional en Turismo para emprender nuevos retos**

Las comunidades tienen la necesidad de profesionales que tengan la posibilidad de apoyar al desarrollo sostenible de las regiones, generando participación y cambios en beneficio de la población.

*"Un profesional en turismo debería formarse de manera integral, en vista de que el turismo es una actividad que involucra a muchos elementos de una comunidad"* (F.U. autoridad 1) (Ver anexo 1 y anexo 24); se considera la actividad turística como una actividad de emprendimiento, donde participa los miembros de la comunidad como tal, ya sea brindando el alojamiento, el transporte, la alimentación, los espacios y sitios turísticos; así mismo, la generación de una cadena productiva completa; donde se involucra tanto al visitante como al anfitrión, al dueño de casa y otros elementos que pueden ser internos o externos.

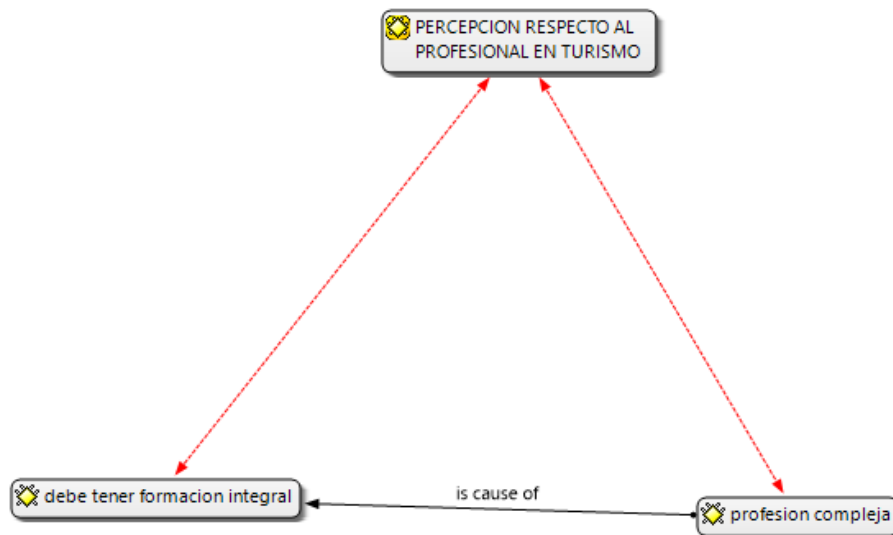
Por lo tanto, el profesional en turismo debería formarse de manera integral tomando en cuenta todos estos aspectos y relacionándolo con el ámbito académico. Entonces la profesión de Turismo, del administrador en turismo, del guía de turismo, del operador de turismo será muy importante.

*"El turismo comunitario, es una profesión bastante compleja"* (C.P. autoridad 2); pero puede ir especializando en turismo de aventura, turismo paisajístico, turismo deportivo, en términos generales se considera que la formación debería integral y abarcar muchas áreas del Turismo (Ver anexo 1 y anexo 25).

El Plan Nacional de Turismo 2015-2020 ha previsto siete líneas estratégicas de desarrollo integral con miras a alcanzar las metas propuestas hasta 2025. La generación de beneficios socioeconómicos equitativos reconocida en el contexto internacional y nacional; el impulso al desarrollo acelerado del turismo comunitario; la oferta turística sustentable, integral, innovadora, auténtica y con identidad propia; información e investigación aplicada al turismo; internalización de costos ambientales y culturales; desarrollo de condiciones básicas; desarrollo de oportunidades, entre otras.

**Figura 18.**

*Percepción respecto al profesional en Turismo para emprender nuevos retos*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura se observa que los profesionales al tener una profesión compleja, deben tener una formación integral y la posibilidad de apoyar al desarrollo sostenible de las regiones, generando participación y cambios en beneficio de la población.

Si bien se considera la actividad turística como una actividad de emprendiendo, el profesional en turismo debería formarse de manera integral tomando en cuenta todos estos aspectos y relacionándolo con el ámbito académico.

**c. Análisis respecto al mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo**

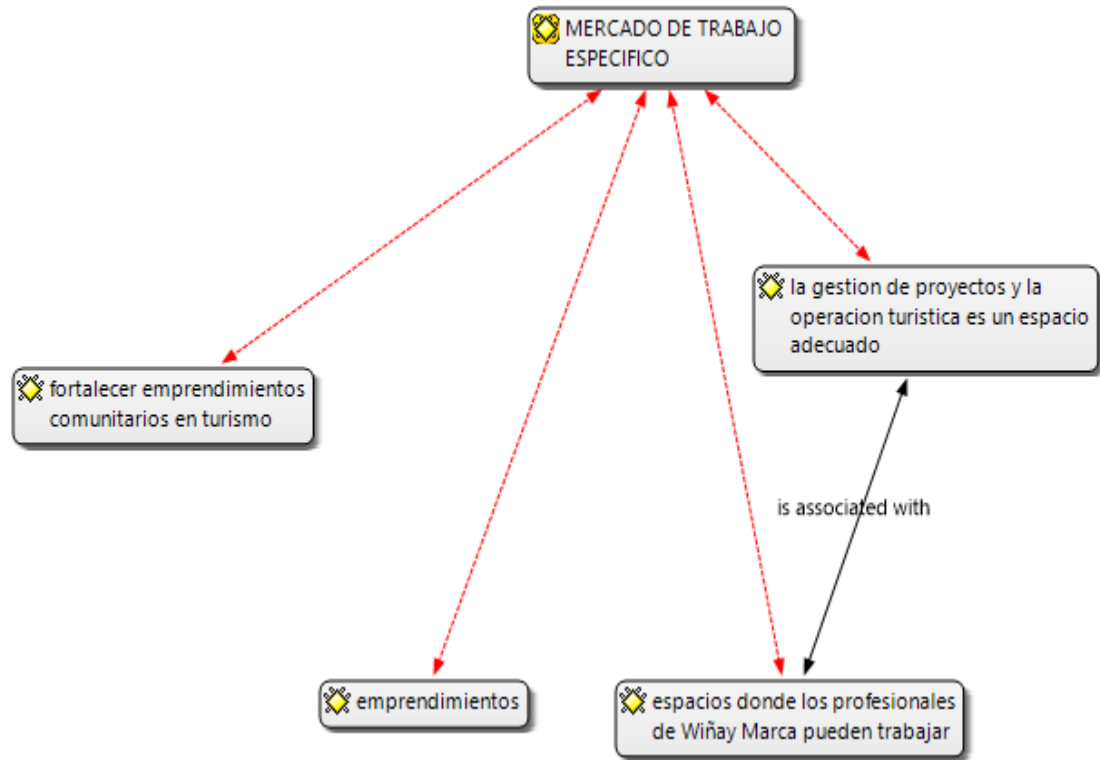
El mercado laboral del profesional de turismo comunitario, se centra fundamentalmente en las comunidades, en las regiones con atractivos turísticos. *“El mercado de trabajo en términos generales debería abarcar el consolidar primeramente los emprendimientos comunitarios”* (C.P. autoridad 1) (Ver anexo 1 y anexo 25); se debe valorar que la mayoría de los estudiantes del Instituto “Wiñay Marka”, provienen de los municipios y comunidades lacustres. Por lo tanto, estos profesionales deberían desarrollar sus actividades en la región; creando productos turísticos, proponiendo sitios y atractivo turístico.

*“La gestión de proyectos y la operación turística en sitios turísticos, es un espacio adecuado para profesionales en turismo, la región lacustre y semi valles, debería ser espacios donde los profesionales de la carrera de Turismo del Instituto “Wiñay Marka”, puedan trabajar”.* (F.U. autoridad 2) (Ver anexo 1 y anexo 24); Esta profesión está muy ligada a ámbitos de la antropología, la arqueología, por lo tanto, los profesionales en turismo tendrían doble formación, hay una interrelación disciplinaria; ese sería otro mercado laboral.

El sector turístico es uno de los principales motores de la economía que, además de ser una fuente de riqueza, también se trata de una fuente de empleo. En el año 2012 la aportación del empleo de las actividades turísticas al empleo total fue del 11.9%, lo que superó los 2.1 millones de personas empleadas por el sector (Cuenta Satélite del Turismo, 2012 citado en Rios, 2015).

**Figura 19.**

*Análisis respecto al mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo*



Fuente: Elaboración propia.

El mercado laboral del profesional de turismo comunitario, se centra fundamentalmente en las comunidades, en las regiones con atractivos turísticos y los estudiantes del Instituto “Wiñay Marka”, provienen de los municipios y comunidades lacustres. Sería importante que se diversifique y se interrelacione con otras actividades.

#### **d. Percepción respecto al mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo a nivel del departamento**

Los profesionales de turismo y las regiones deben buscar un objetivo común, que es el desarrollo de las regiones, así mismo de las comunidades.

*“La situación actual en las actividades de formación profesional en turismo están enfocados en formaciones muy generales y muy superficiales”;* (F.U. autoridad 2) (Ver anexo 1 y anexo 24) este aspecto llama la atención considerando que el desarrollo pleno de una formación profesional no puede darse sin la práctica o especialización; no pueden aplicar lo aprendido en el campo laboral, principalmente porque no aplicaron lo aprendido. Un egresado de esta carrera no puede ejercer su profesión ya sea como guía de turismo u operador de turismo, porque no conoce plenamente los sitios ni atractivos turísticos, es decir, no aplica lo aprendido de manera práctica; es decir, no trabaja primeramente con las comunidades, no involucra a las personas de estas comunidades, por lo tanto, que puede desarrollar en turismo.

*“Un profesional egresado de la universidad en Turismo tiene una formación más completa, porque la carrera es de cinco años y es a nivel licenciatura, pero un instituto de técnico superior, no puede ofertar los cinco años de estudio, esa es una clara diferencia”;* (C.P. Autoridad 1) (Ver anexo 1 y anexo 25); desde luego que sí, pero esa diferencia está relacionada específicamente al ámbito curricular y profesionalización; un aspecto que no se toma en cuenta es el origen del estudiante que asiste al instituto superior, el cual en su gran mayoría proviene de los municipios y comunidades cercanas al Instituto “Wiñay Marka”.

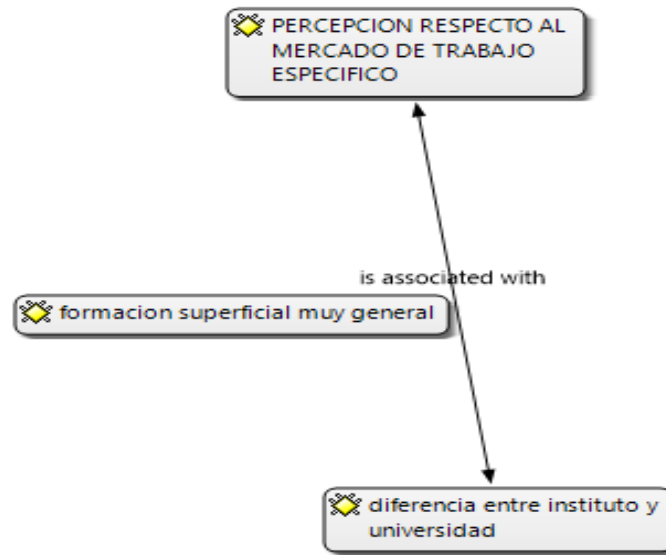
Lo cual debería ser aprovechado por la institución generando proyectos junto a las comunidades y permitiendo a sus egresados de turismo poder desarrollar lo aprendido; los egresados de las universidades no tienen esa posibilidad directa de relacionarse con las comunidades.

El turismo, por lo tanto, ha reconocido todos los derechos de la ideología del desarrollo de las últimas décadas. La noción de “Turismo y desarrollo” debe entonces comprenderse dentro del contexto general de “ayuda y desarrollo”, con el convencimiento de que el turismo puede conducir a los países menos

avanzados (PMA) a aumentar su participación en la economía mundial (reunión de Gran Canarias, 2001). (Sancho, 2010, p. 65)

**Figura 20.**

*Percepción respecto al mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo a nivel del departamento*

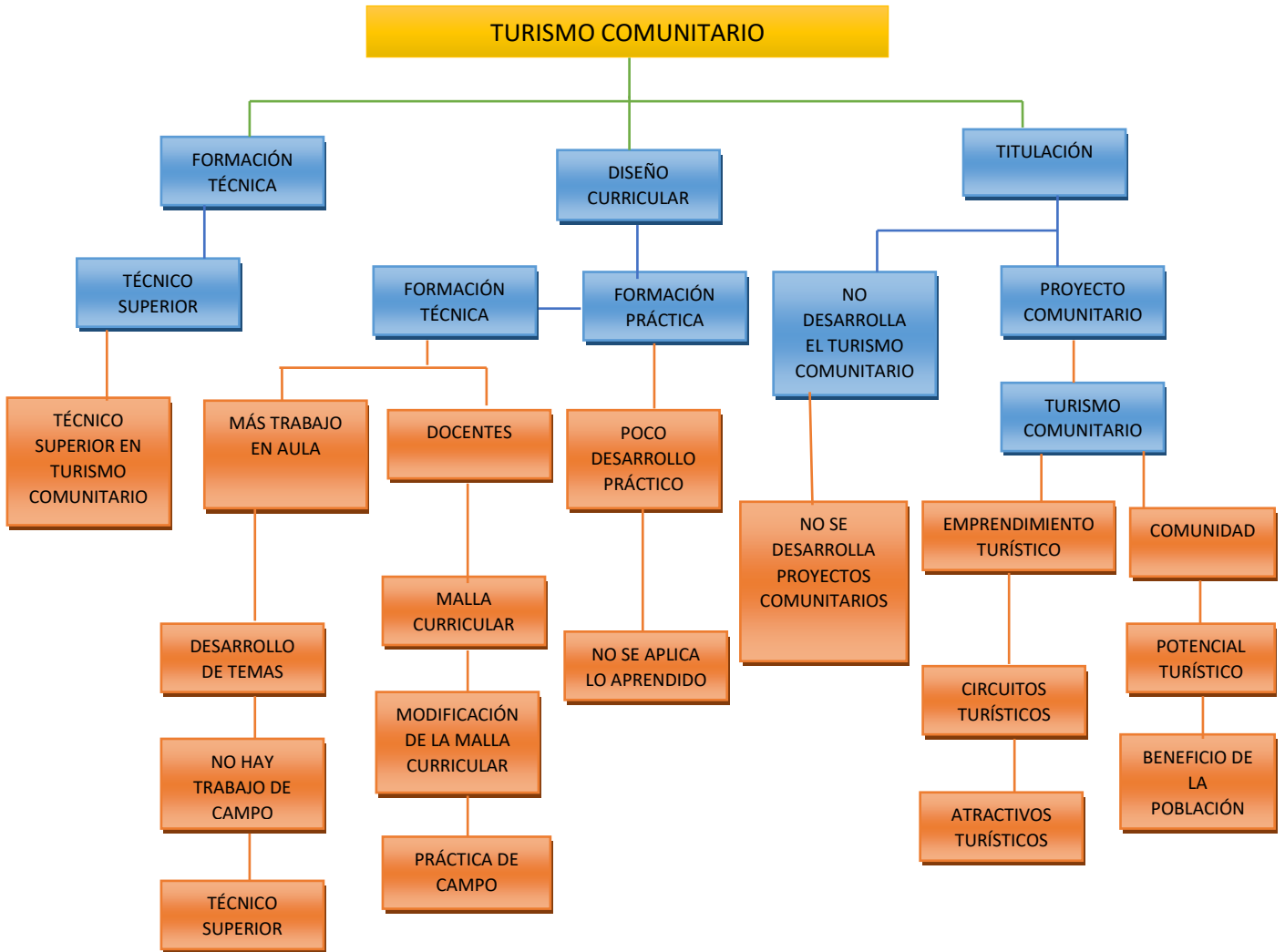


Fuente: Elaboración propia.

En la figura se observa que un egresado de esta carrera no puede ejercer su profesión porque no conoce plenamente los sitios ni atractivos turísticos, es decir, no aplica lo aprendido de manera práctica; y es preciso realizar proyectos junto a las comunidades y permitiendo a sus egresados de turismo poder desarrollar lo aprendido; los egresados de las universidades no tienen esa posibilidad directa de relacionarse con las comunidades.

**Figura 21.**

*Proyecto Turismo Comunitario*



**Fuente:** Elaboración propia, en base a pensum del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka". 2021.



## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1. Introducción**

La formación académica recibida en el Instituto “Wiñay Marka”, en particular en la Carrera de Turismo, debe permitir desenvolverse plenamente en el ámbito profesional, para ello se debe realizar previamente un estudio de mercado por parte de la carrera, esto para conocer los ámbitos prácticos que demandan las empresas o instituciones del área. Por lo tanto, es importante determinar si la formación académica actual es aún pertinente, para la práctica profesional de los técnicos superiores en Turismo, o si la incorporación del Turismo Comunitario, les permitirá poder afrontar de mejor manera la práctica profesional.

Toda formación académica debe estar orientada a ser una formación en torno a la calidad y excelencia, es decir, una formación profesional capaz de enfrentar los desafíos profesionales del área y, por ser el ámbito del Turismo, hacerla de una manera más responsable y de calidad.

#### **5.2. Objetivo**

##### **5.2.1. Objetivo general**

Desarrollar proyectos comunitarios para fortalecer sus competencias en Turismo Comunitario

##### **5.2.2. Objetivos específicos**

- Fortalecer la consolidación de los emprendimientos turísticos comunitarios existentes

- Apoyar la creación de nuevos emprendimientos comunitarios en el entorno de influencia de los destinos, circuitos y productos turísticos
- Crear nuevos emprendimientos turísticos comunitarios integrados en circuitos, productos y destinos turísticos, en regiones donde se encuentran los mayores índices de pobreza, en correspondencia con programas de protección social e inversión productiva

### **5.3. Justificación**

El Turismo Comunitario se presenta como una alternativa a las tradicionales actividades del turismo, esta forma de turismo permite mayor contacto con la comunidad y conseguir nuevas experiencias para los viajeros a nivel mundial.

El turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (al menos durante una noche y como máximo 365 días), por ocio, negocios u otros motivos. Si no se realiza pernoctación, se consideran excursionistas.

Por lo tanto, dentro de las opciones de titulación del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka", específicamente en la carrera de Turismo, la actual oferta una formación como Técnico Superior en la carrera de Turismo en un lapso de 3 años.

En el análisis de la carrera de Turismo se pudo percibir, que la misma, tiene la finalidad de formar profesionales técnicos calificados que estén capacitados para desenvolverse a nivel nacional e internacional, en la investigación y prestación de servicios turísticos de manera eficiente, comprometidos con el desarrollo sostenible de la región y el respeto al medio ambiente, que como afecto final conlleva el desarrollo de las comunidades.

Y siendo el perfil profesional: El Técnico Superior en Turismo, se define como el profesional preparado para llevar adelante una serie de investigaciones ligadas al

amplio sector del turismo, prestar servicios de: guías de turismo, administrador hotelero, gastrónomo y operador.

Y entre sus procesos de titulación considera al trabajo dirigido y proyecto de grado, como medio de egreso y titulación; pero estas dos modalidades no permiten el desarrollo práctico del Turismo Comunitario. Por lo tanto, como ámbito propositivo se considera pertinente incorporar al proceso de titulación el Proyecto Comunitario, el cual permitirá desarrollar de manera directa el Turismo Comunitario.

En tal sentido el técnico superior con formación profesional en turismo debe poder cubrir estas necesidades o demandas del mercado, como así también de los destinos turísticos como son las comunidades, se debe poder generar proyectos comunitarios en beneficio de la comunidad y la población en su conjunto sin afectar el entorno natural.

#### **5.4. Desarrollo de la propuesta**

##### **5.4.1. Análisis del entorno profesional**

La Carrera de Turismo tiene como objeto de estudio: promover la cultura turística y la seguridad para el visitante, desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible, promover una demanda sostenible del **turismo** y por último fortalecer las capacidades de las instituciones vinculadas con la actividad turística.

##### **5.4.2. Entorno Institucional**

- **Wiñay Marka**

El Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka" se crea el 4 de diciembre del 2006, con R.M. 430/06 emitida por el Ministerio de Educación y culturas, con sede en la capital Huatajata.

- **Visión**

“Ser una institución líder en Educación Superior, comprometido con el desarrollo de la región lacustre y el país”.

- **Misión**

Formar profesionales técnicos a nivel Superior, competitivos, capaces de promover y contribuir al desarrollo del país a partir de la transformación de materia prima y uso de tecnologías de acuerdo a la vocación productiva de la región siguiendo el espíritu de sostenibilidad en y para nuestro país.

- **Técnico superior en turismo**

El profesional Técnico Superior en Turismo con mención guía y/o gestor de turismo tiene competencias, capacidades y habilidades para implementar operaciones de servicios turísticos, mediante la planificación, diseño y administración de proyectos y emprendimientos turísticos, además demuestra actitudes críticas y reflexivas competencias en investigación y comunicación oral, con alto sentido crítico, reflexivo ante la preservación y cuidado de la madre tierra y conservación del patrimonio natural y cultural.

### **5.4.3. Desarrollo Socio-Económico**

El sector turístico es uno de los grandes contribuyentes a la riqueza y empleo internacional, nacional y autonómico, pero en la actualidad está inmerso en un momento de cambio y de reconversión del modelo de desarrollo turístico.

Por esta razón, se considera su desarrollo como una estrategia favorable para mejorar las condiciones de vida en las comunidades rurales donde las fuentes de ingresos son escasas y poco diversificadas.

Se considera dinamizar la economía partiendo de las propias comunidades rurales y del fortalecimiento y cuidado de la cultura material e inmaterial, en este caso el turismo cultural y comunitario.

“El turismo, además de ser una industria verde, es uno de los sectores que tiene mayor capacidad de dinamizar la economía, su efecto multiplicador puede generar un impacto positivo y significativo en la vida de las poblaciones más vulnerables”.

#### **5.4.4. Ámbito Estatal**

El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afrodescendientes propias de un país, por lo tanto, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales, debe existir una estrecha relación entre la actividad del turismo comunitario y los gobiernos locales (municipales) y en el caso nuestro una interrelación también con las autoridades originarias.

#### **5.4.5. Políticas y planes de Desarrollo regionales e institucionales**

El Turismo Comunitario debe comprenderse como una estrategia local de aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas desde lo social, económico, ambiental y cultural, que con unas mínimas oportunidades y capacidades pueden transformar su realidad o entorno en oportunidades competitivas para las comunidades involucradas, otorgando así soluciones prácticas a problemas complejos como la paz y el desarrollo.

También se constituye en una alternativa innovadora de aprovechamiento de los recursos locales de manera sostenible, que permiten generar empleo y nuevas formas de generación de ingresos económicos a comunidades con recursos económicos limitados o excluidas.

El reconocimiento valoración de experiencias de orden nacional e internacional alrededor del turismo comunitario, aportan elementos prácticos y teóricos a la construcción de un modelo orientador para esta modalidad de turismo.

#### **5.4.6. Demandas profesionales**

La Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, debe responder a la situación creada por la situación de emergencia sanitaria que ha atravesado el país y el mundo; en este caso, el turismo ha sido una de las industrias más golpeadas por el Covid-19 a nivel mundial. Según datos de la OMT, el 2020 hubo un decrecimiento del turismo en un -73% en comparación al 2019, y se estima volver a los niveles pre pandemia recién en la gestión 2024.

La reactivación del sector será lenta pero necesaria, no solo porque permitirá generar ingresos adicionales a las familias socias de los Emprendimientos de Turismo Comunitario (ETC), sino porque mediante ellos se puede preservar el patrimonio turístico que es aprovechado por empresas turísticas en toda Bolivia.

#### **5.4.7. Mercado Profesional**

Los Técnicos Superiores en la carrera de Turismo pueden ejercer su formación profesional en:

- Consultoría en proyectos de turismo comunitario en municipios
- Instituciones privadas de desarrollo sostenible que trabajan con comunidades originarias
- Cargos públicos relacionados con el área turística comunitaria - sostenible.
- Capacitación, actualización y mejoramiento de emprendimientos comunitarios en instituciones y/o proyectos que desarrollen empresas y/o entidades dedicadas a la actividad turística sostenible.

- Elaboración, producción de proyectos de emprendimiento comunitario
- Administración de empresas turísticas
- Desarrollo de diagnósticos en comunidades rurales con atractivos turísticos
- Administración de empresas de turismo sostenible

## **5.5. Identificación de tareas y características profesionales**

### **5.5.1. Actividades más relevantes en el contexto regional y nacional**

La Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, puede brindar una formación profesional en el ámbito del turismo comunitario:

Mediante un proceso de formación y capacitación profesional a nivel regional y local, a través de procesos de titulación, permitiendo al egresado generar emprendimientos comunitarios y proyectos turísticos en sus mismas comunidades y regiones.

### **5.5.2. Necesidades de formación turismo comunitario**

Es importante señalar que el Turismo comunitario se enmarca en las concepciones de producción turística responsable, que tienen en cuenta aspectos desde la comercialización, principios de sostenibilidad, la ética, la formación y los procesos políticos.

Dada la característica de nuestro país, como un Estado pluriétnico, multicultural y diverso; y la inmensa riqueza natural cultural que tiene, se puede decir que se cuenta con un alto potencial para el desarrollo del turismo comunitario, en la medida en que las comunidades logren el manejo turístico.

## **5.6. Definición del perfil profesional**

Al ser el Turismo Comunitario un ámbito que involucra específicamente a las

comunidades, el profesional en este ámbito debe caracterizarse principalmente por el liderazgo que asume ante la comunidad local. Este liderazgo se traduce en la forma en que genera consensos, participación y sobre compromiso de las comunidades en el desarrollo de programa y la forma en que se desarrollen actividades turísticas, debe promover la autenticidad de las actividades turísticas que serán desarrolladas por la comunidad; debe interrelacionarse con el visitante, a fin de profundizar en las tradiciones, costumbres y formas de vida del pueblo visitado.

### **5.7. Principios o bases generales del Turismo Comunitario**

#### **a) Principios Ideológicos**

Los principios del Turismo Comunitario son: inclusión social, encuentro y dialogo, desarrollo de vida sostenible, así mismo el fomentar el turismo responsable, solidario y justo de diferentes regiones de los municipios y del país, mediante el trabajo conjunto con las comunidades locales.

#### **b) Principio Filosófico**

El turismo como un fenómeno humano, debe tener en cuenta los intereses de las comunidades en el momento de tomar decisiones sobre directrices de políticas. En este sentido se debe complementar las ciencias ambientales, los principios eco-socioeconómicos y su práctica bajo la denominación turismo de base comunitaria.

### **5.8. Función del profesional de Turismo Comunitario**

- Promover y realizar proyectos de emprendimiento comunitario
- Realizar estudios evaluativos sobre la efectividad de emprendimientos comunitarios
- Introducir innovaciones en los proyectos turísticos comunitarios
- Producir el mejoramiento de la calidad de vida de los miembros de las



comunidades con impacto turístico comunitario

### **5.9. Técnico superior en Turismo Comunitario**

A la conclusión de los tres años de estudios y cumpliendo la totalidad de materias exigidas en el plan de Estudios, previa aprobación de una de las modalidades de graduación: Proyecto de Turismo Comunitario.

Técnico Superior con conocimientos científico-técnico-pedagógico y didácticos que ejecuta labores y funciones de:

- Guía de proyectos comunitarios
- Investigador del turismo sostenible
- Administrador de emprendimientos turísticos
- Sistematizador de experiencias turísticas formales y alternativas populares
- Sistematizador de experiencias en Turismo Comunitario.

Así mismo, la modalidad de Proyecto de Turismo Comunitario considerara:

- Desarrollo de Turismo Sostenible y Gestión Pública Articulada, considerando la Gestión Territorial Sostenible De Destinos Turísticos
  - o Aplicación de instrumentos de gestión territorial del turismo en todos los niveles: Sistematizar, formular y aplicar instrumentos y metodologías de gestión territorial turística en los destinos, sitios y circuitos turísticos existentes y por crear –
  - o Aplicar modelos de gestión territorial turística en los diferentes emprendimientos comunitarios existentes y en proceso de consolidación, sistematizando las experiencias exitosas observadas a nivel nacional, departamental y municipal

- Mercado y Promoción Turística: desarrollara la Promoción y mercadeo de la oferta turística nacional en el mercado interno e internacional.
  - Siendo la Promoción y mercadeo del turismo interno e intercultural.
  - Formular e implementar una estrategia de mercadeo y promoción de la oferta turística nacional en el mercado internacional tanto continental como global
  - Promoción y mercadeo de la oferta turística nacional en el mercado internacional
  - Desarrollar el turismo interno a través de la implementación y puesta en marcha de programas de difusión y promoción de la diversidad de atractivos turísticos que posee Bolivia, en el marco de una integración intercultural y económica de la sociedad boliviana.

El cumplimiento de tres años de estudio o seis semestres establecidos en el Plan de Estudios habilitará al estudiante para desempeñar las funciones descritas anteriormente dentro del ámbito del Turismo Comunitario.

Para optar por el Técnico Superior en la Carrera de Turismo, el estudiante deberá cumplir con las modalidades de graduación aprobadas por el Instituto Técnico Superior “Wiñay Marka”, de acuerdo a la Reglamentación que se establece para tal efecto.

## **5.10. Propuesta del Proyecto Comunitario o Turismo Comunitario**

Descripción y desarrollo de proyectos de turismo comunitario

### **5.10.1. Descripción y especificación de los servicios**

A partir del tema propuesto se puede considerar a tres tipos de turistas: los turistas nacionales, los turistas extranjeros y los turistas especializados.

A quienes se brindará, las siguientes modalidades turísticas:

- Descanso y recreación
- Investigación científica y cultural
- Aventura

Dentro un proyecto turístico, se debe considerar ciertos elementos que permitan ser atractivos estos servicios.

Un aspecto que también se debe considerar son los elementos turísticos, los cuales son: la comunidad, atractivos, lugar de hospedaje, medios de transporte, servicios médicos (en caso de emergencias) y la seguridad que se debe brindar a los turistas.

Por lo tanto, el proyecto debe considerar tres aspectos:

- Infraestructura necesaria
- Procesos de Capacitación
- Planes de Promoción

Considerando estos tres aspectos y el análisis de la actividad turística se establece que hacen falta reacondicionar los lugares para habilitarlos como lugares de descanso. Por lo tanto, el proyectista debe tener la habilidad de coordinación con la comunidad, se debe brindar los servicios básicos necesarios y de esta manera se podrá brindar un adecuado lugar de descanso para la mayor cantidad de personas, los lugares deben brindar adecuadas comodidades, a fin de ofertar un producto turístico potencial y efectivo.

- Infraestructura necesaria:

Es primordial que el proyecto turístico considere la infraestructura, la misma debe estar acorde para descansar, recrearse y generar el interés para la actividad turística.

Se debe generar centros de información: De acuerdo a los tipos de atractivos turísticos con los que cuente la comunidad, debe considerar la existencia de un centro de información, a fin de brindar a los turistas la información pertinente y adecuada. Los lugares de descanso o cabañas comunitarias: no solo deben brindar un descanso adecuado sino también información y abastecimiento.

- Procesos de Capacitación:

A fin de brindar una adecuada atención a los turistas, el proceso de capacitación debe considerar a dos sectores: primeramente, a la población o comunidad que se verá involucrada en la actividad turística y la otra al sector privado; para la capacitación comunal se plantea desarrollar las destrezas y habilidades de producción, oportunidades de venta, y contribuir con la formación de los recursos humanos; esta capacitación será ejecutada a partir de los siguientes puntos:

- Organización de empresas a fin de generar paquetes turísticos adecuados  
Guías turísticos

- Producción de artesanías

Para brindar un servicio de calidad, es necesario que el personal deba ser capacitado adecuadamente; esta capacitación deberá considerar tres áreas importantes:

- Relaciones públicas y recepcionistas
- Gastronomía y Cocina tradicional
- Prestadores de servicios de alojamiento y descanso
- Promoción

### **5.10.2. Análisis técnico de la propuesta**

- Viabilidad y sostenibilidad del proyecto
- Procedimiento para el desarrollo de servicios turísticos

- Proceso de recepción del visitante
- Información
- Vivienda productiva
- Producto turístico

### 5.10.3. Plan estratégico de marketing turístico

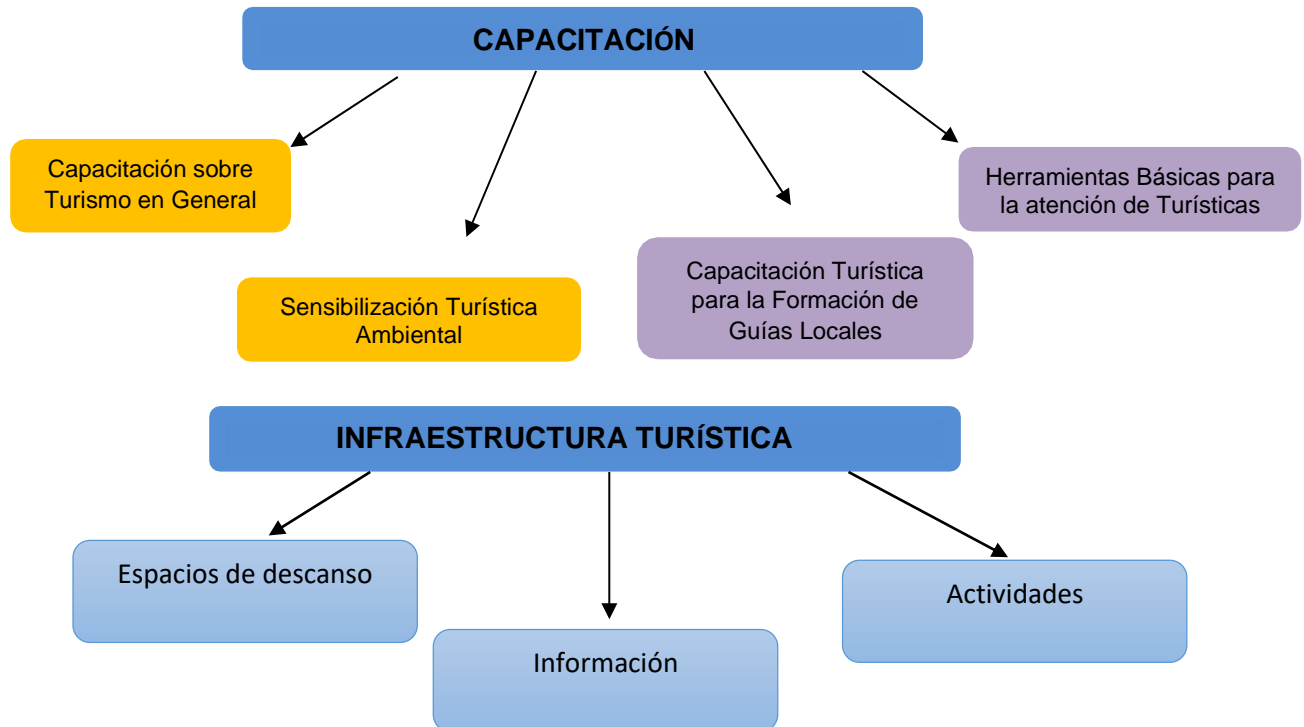
#### 5.10.3.1. Priorización de proyectos para su ejecución

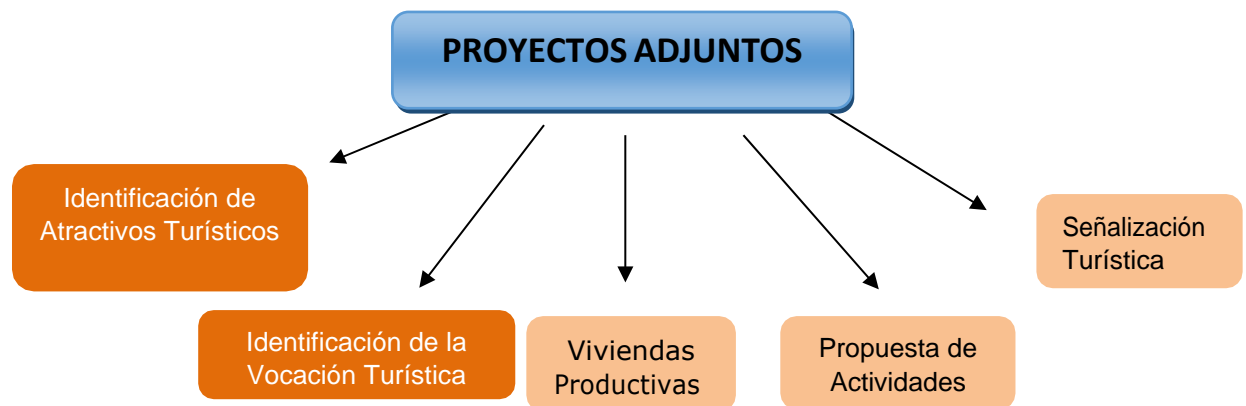
- Tiempo de ejecución a partir de su puesta en marcha.
- Identidad corporativa
- Logotipo
- Slogan
- Herramientas tecnológicas

#### 5.10.4. Actividades del proyecto

Figura 22.

*Propuesta: Ejecución*





Fuente: Elaboración propia.

### **DE LOS PROGRAMAS I:**

- **Programa capacitación turística**

Dentro el Programa de Capacitación Turística se considera prioritario la ejecución de los proyectos: Capacitación sobre Turismo en General y Sensibilización Turística Ambiental.

Las nociones a impartirse con estos proyectos iniciales coadyuvarán a que la población local participante no solo comprenda mejor a la actividad turística, así como el impacto ambiental que esta pueda causar sin la gestión turística adecuada, sino que además forme parte de la dinámica de cambio en el proceso de aprovechamiento turístico inicial del municipio.

- **Programa de infraestructura turística**

La infraestructura ecológica a implementarse se desarrollará dentro del marco del turismo sostenible, a decir del uso de materiales del lugar, respeto al entorno natural, participación activa de la comunidad local, y una distribución más equitativa de los beneficios.

- **De los proyectos adjuntos**

Otros de los proyectos prioritarios de gran importancia para el primer mes de ejecución, además de los contemplados en los programas descritos con anterioridad, son estudios relativos al municipio.

Estos proyectos se focalizan en los recursos turísticos potenciales con los que cuenta la jurisdicción municipal, mismos que registrados darán pie a la realización de otros proyectos.

## **DE LOS PROGRAMAS II**

- **Programa de infraestructura turística**

La infraestructura del proyecto seguirá en desarrollo y en esta etapa se considera la ejecución de procesos de información, mejoramiento continuo de infraestructura.

- **Programa de promoción**

En este punto se continuará con el proceso de capacitación y sensibilización turística, así mismo la formación y capacitación de los guías en específicos y finalmente la identificación de las herramientas adecuadas para la promoción turística

- **De los proyectos adjuntos**

Se considera la inventariación de los atractivos turísticos accesibles y no accesibles, así mismo la identificación de la vocación turística de la comunidad y las personas, la identificación de las viviendas turísticas es importante, considerando especialmente que serán las mismas que acogerán a los turistas y deben estar adecuadamente preparadas para ese objetivo. La propuesta de actividad es fundamental

especialmente si se quiere desarrollar las actividades de manera ordenada y finalmente (y de manera paralela a la Inventariación) la señalización turística.

### **DE LOS PROGRAMAS III**

- **Programa capacitación turística**

De manera general se realizará la capacitación del turismo, así mismo los procesos de sensibilización turística ambiental, dando prioridad al aspecto del cuidado ambiental que deben tener tanto la comunidad como los visitantes, y la capacitación y formación de los guías locales es fundamental para este cometido y finalmente la utilización de herramientas adecuadas para la atención de los visitantes.

- **Programa de infraestructura turística**

Se realizará la culminación de la ejecución de procesos de información, también se concluirá la readecuación de espacios de descanso.

- **Programa de promoción**

Se culminará con la capacitación y sensibilización turística, también se definirá a las personas que harán de guías una vez concluida de su formación y capacitación, se dispondrá de las herramientas para la promoción turística

#### **5.10.5. Aspectos del proyecto a considerar**

Los aspectos del proyecto a considerar, se desarrollan a continuación:

##### **5.10.5.1. Aspectos ambientales**

Es importante considerar que la actividad del turismo comunitario permite realizar un buen aprovechamiento de sus recursos turísticos e infraestructura existentes dentro de



las comunidades y los Municipios, lugares por demás estratégicos para el beneficio de sus comunidades.

El desarrollo de las actividades de turismo comunitario, se deben desarrollar cuidando que no exista un impacto negativo sobre el medio ambiente, considerando que son los mismo comunarios y los turistas quienes cuiden y promuevan la conservación del medio ambiente.

#### **5.10.5.2. Aspectos sociales**

Al incrementarse las visitas de turistas, se podrá diversificar la oferta turística en los municipios, así como la creación de nuevos emprendimientos por parte de las comunidades, y, por lo tanto, la mejora de la calidad en los servicios.

#### **5.10.5.3. Aspecto técnico**

Al incrementarse las visitas por parte de los turistas, también se mejorará los ingresos económicos por la actividad turística, por lo tanto, se podrá beneficiar de mejor manera a la población de la región.

#### **5.10.5.4. Aspectos económico y financiero**

Considerando que el Turismo Comunitario es una actividad económicamente estratégica y se la puede realizar de manera sustentable, por lo tanto, el proyecto comunitario debe generar mejores ingresos económicos y desarrollar más empleos directos e indirectos beneficiando a la población en su conjunto, y también se contribuirá a la economía local.

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES**

#### **6.1. Del marco teórico**

La presente investigación académica considero el análisis teórico de distintos autores, los cuales fueron consultados a fin de sustentar teórica los objetivos de la investigación.

En lo referente al marco teórico se puede señalar lo siguiente:

- Se consideró el ámbito de proceso de enseñanza, la práctica educativa, los procesos de aprendizaje enfocados hacia los contenidos y conocimientos internalizados en la mente del estudiante para que el mismo pueda aplicarlos en la vida cotidiana; así mismo el ámbito del turismo, las definiciones y modalidades de turismo.
- También se desarrolló el ámbito del turismo comunitario que estableció principalmente desde el contexto boliviano bajo lo plurinacional e intercultural con la incorporación de nuevos actores en la actividad turística tales como las comunidades indígenas y campesinas; el sistema turístico, atractivos, servicios turísticos y oferta turística
- El turismo sostenible, como respecto al impacto económicos y sociocultural; así mismo el ámbito de marketing y turismo, estrategias la definición del producto turístico, el precio y plaza, así mismo las características de los servicios y segmentación de mercados turísticos.

#### **6.2. Del marco metodológico**

Se presentó un aporte metodológico consistente en la implementación del turismo comunitario como una estrategia de aprendizaje por competencia para la formación técnica y ser un generador de desarrollo en las comunidades.

Para alcanzar tal aspecto, se precisó coordinar y alcanzar los objetivos de la investigación a través de un enfoque cualitativo que permitió realizar el análisis del contexto en el cual se encuentra la carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Wiñay Marka, permitiendo obtener resultados que generaron ideas que ayudaron a entender como es percibido el problema e identificar opciones de solución frente a la problemática del turismo.

Asimismo, la aplicación de técnicas de instrumentos de investigación se basó en el desarrollo de fichas de observación, revisión documental y aplicación de entrevistas a los actores directos de la investigación (docentes – estudiantes).

Se realizó los análisis cualitativos de las entrevistas y se codificó según la percepción de los docentes y estudiantes como oferta (académica) y así mismo la demanda de profesionales del área de turismo (Empresa de turismo y autoridades).

### **6.3. Del análisis de resultados**

Los procesos de formación técnica, involucra muchos aspectos académicos y no académicos, por ejemplo, el Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka”, fue creada con la intención de responder a la necesidad de la zona lacustre del departamento de La Paz, de contar con una institución de formación superior, y brindar la formación profesional a los egresados de las unidades educativas del nivel secundario con una formación técnica que les permita profesionalizarse.

Ante esta necesidad la Gobernación y el Ministerio de Educación, en el área de educación regular mediante la normativa respectiva, crearon en el Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka”, ofertando carreras profesionales acordes a las necesidades de la población. Siendo una de ellas la Carrera de Turismo, especialmente para impulsar los atractivos turísticos de la región, pero con un

aditamento especial, que sean los mismos estudiantes del lugar quienes se encarguen de desarrollar la región y convertirles en un destino turístico.

Los estudiantes por ser de la región conocen de sobre manera las oportunidades turísticas que se pueden desarrollar; pero en el Instituto Superior Tecnológico, la formación está más centrada en trabajo en aula y muy pocas ocasiones se realiza trabajo de campo, solo cuando el plan de trabajo de docente considera visitas o trabajo de campo, por lo tanto, muy poca interrelación con los lugares turísticos o identificación de potenciales lugares turístico tiene los estudiantes.

Así mismo, considerando el proceso de titulación, el Instituto Superior Tecnológico no considera un proceso de titulación mediante la construcción de un proyecto turístico o turismo comunitario, donde se genere un emprendimiento turístico que beneficie a la región, tal y como estaba pensado al momento de crear la carrera de turismo.

Al ser una investigación eminentemente cualitativa, la misma esta prevista de un análisis pormenorizado, considerando el criterio de cada uno de los actores de la investigación.

En lo referente al análisis de los resultados, se puede mencionar:

- Se realizó el análisis documental de la institución
- Se realizó el análisis del proyecto educativo que aplica el Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka” en la carrera de Turismo, considerando para ello la formación académica que brinda, el objetivo de la carrera, el perfil profesional que aplica la institución
- Así mismo, se analizó en el ámbito normativo de la institución, como ser: la resolución ministerial para su creación, los convenios institucionales y los

convenios de cooperación institucional que permiten al instituto poder enviar a sus egresados para el desarrollo de sus prácticas profesionales.

- Un análisis del pensum de la carrera de turismo
- Y pasando al análisis de las entrevistas, se consideró la percepción de los docentes y estudiantes como oferta profesional
- También a quienes demandan profesionales del área de turismo, como ser: empresas turísticas y autoridades municipales y departamentales, donde los profesionales

#### **6.4. De la propuesta**

La formación superior como técnico medio no solo permite acordar el tiempo de su formación, sino realizarlo de una manera más práctica e interrelacionando la teoría con la práctica; lo cual permitirá a los egresados de instituciones técnico superiores aportar a la sociedad con profesionales con bastante conocimiento y experiencia de los lugares turísticos, considerando fundamentalmente que la mayoría de los estudiantes provienen de las regiones cercanas a la institución académica, por lo tanto sus conocimientos del lugar son una ventaja que deberían aprovecharla e impulsar la región y volverla una región turística por excelencia.

Ese es el propósito fundamental de Instituto Superior Tecnológico, generar profesionales con alta formación profesional que impulsen y mejoren la región; por lo tanto, la formación técnica debe considerar el permitir la práctica profesional constante en el proceso de formación; siendo el último aspecto de la titulación como técnico superior en turismo la generación de emprendimientos turísticos.

En tal sentido, la propuesta académica pretende generar un aporte académico, a fin de mejorar el proceso formativo en el ámbito técnico superior, por lo tanto, el proceso educativo culminara con un proyecto comunitario, siendo la fase fundamental el proyecto turístico o turismo comunitario.

En lo referente al ámbito propositivo, se puede mencionar:

- La propuesta académica estuvo orientada a presentar el desarrollo de un proyecto comunitario o la aplicación del Turismo Comunitario como proceso de titulación, donde los egresados puedan generar un emprendimiento turístico que vaya en beneficio de sus comunidades, aplicando así lo aprendido a lo largo de los tres años de formación técnica.
- Se considera principalmente el marco profesional del turismo comunitario.
- Las actividades enmarcadas en el desarrollo de proyectos comunitarios o turismo comunitario para el proceso de titulación.

#### **6.5. De los objetivos específicos**

Los objetivos son precisamente el proceso o desarrollo de la investigación académica, por lo tanto, se cumplieron cada uno de ellos.

Se identificaron las estrategias de aprendizaje que se desarrollan en los procesos educativos de los estudiantes pertenecientes al Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”.

Si bien los docentes proponen el proceso de aprendizaje, los mismos no son considerados desde un contexto práctico, sino más un desarrollo y avance en aula, lo cual dificulta el aprendizaje de los estudiantes.

Aspecto que es considerado desde una perspectiva de los estudiantes, quienes consideran que reciben una formación profesional más teórica que práctica, siendo que muchos egresados optan por no seguir la formación a nivel licenciatura y buscan otras opciones profesionales.

Con referencia a los docentes, precisan que en el contexto de la formación técnico superior no se debe dejar de lado la interrelación entre la teoría y la práctica, por lo que debe articularse en el ámbito teórico de la formación técnica el desarrollo de temas, considerando la interacción entre teoría y práctica

Se analizaron las estrategias de aprendizaje que se desarrollan con los estudiantes de la carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”.

Se precisa que no existe una interrelación entre la formación teórica y práctica que se plasme en proyectos turísticos, que permitan generar un aporte tanto para la titulación como en beneficio de sus regiones. Por tal motivo, los docentes consideran que es preciso implementar una currícula adecuada para el área técnico superior, como también es fundamental que los estudiantes generen proyectos y emprendimientos.

Ahora bien, en cuanto a los estudiantes indican que se debe desarrollar la implementación del Turismo Comunitario relacionado con el desarrollo de la tecnología; de igual manera, indican que para demostrar lo aprendido en las aulas deben desarrollar pasantías aplicados en sus regiones, lo cual permitiría que diseñen o propongan proyectos para que sus municipios y las diferentes poblaciones de la región puedan beneficiarse con el turismo comunitario.

Por otro lado, indican que presentan limitaciones metodológicas con respecto al desarrollo de actividades profesionales, considerando un factor determinante el no poder realizar práctica profesional, aspecto que se ve demostrado en la actividad profesional en el momento de no poder conseguir trabajo, entonces la formación profesional debe impulsar la creatividad y la innovación para solucionar problemas que inciden en el desarrollo social.

Se propuso el Turismo Comunitario como estrategias de aprendizaje para las materias Emprendimiento Producto I y II del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”.

La propuesta, pretende incorporar dentro del ámbito de la formación profesional como técnico superior en el ámbito de turismo, un proceso de interacción entre la teoría y la práctica, generando una modalidad de titulación que permita al egresado generar un proyecto comunitario, incorporando los atractivos turísticos o proyectos en beneficio de sus comunidades, sin que ello implique una dependencia directa con la comunidad, sino un proyecto comunitario o turismo comunitario como proceso de titulación.

#### **6.6. Del objetivo general**

En relación a proponer la estrategia didáctica de aprendizaje por competencias, en los procesos educativos de las asignaturas de Emprendimiento Producto I y Emprendimiento Producto II de los estudiantes de la Carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, Municipio de Huatajata, se manifiesta que las estrategias de aprendizaje y los procesos educativos en la Carrera de están estructuradas en base a criterios de los docentes de las materias, los cuales presentan a principio de gestión.

En la misma se presenta los temas a desarrollar, las actividades académicas, el proceso de evaluación, así mismo, los alcances y objetivos del semestre, sin embargo la estrategia didáctica de aprendizaje por competencias en los procesos educativos de las asignaturas de Emprendimiento Producto I y Emprendimiento Producto II no se abordó, aspecto que es propuesto y demostrado debidamente en la presente investigación.



## **6.7. Recomendaciones**

En base al estudio realizado de las estrategias de aprendizaje en turismo comunitario, se puede señalar las siguientes recomendaciones pertinentes:

El Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, debe considerar la modificación del pensum de la carrera de Turismo, incluyendo en la misma como otro proceso de titulación el desarrollo de Proyecto Comunitario o Turismo Comunitario, esto con la finalidad de proporcionar a los egresados de la carrera generar proyectos de emprendimiento, que no solo les permita titularse como técnicos superiores en el área de turismo, sino también proporcionar proyectos a sus regiones.

El Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, debe generar la práctica constante de sus estudiantes, promoviendo las actividades de turismo con la coordinación institucional con diferentes instancias, y fortaleciendo el aprendizaje práctico.

El Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, debe promover la constante actualización del plantel docente, esto con la finalidad de que su plantel docente este acorde a las exigencias actuales del proceso educativo.

El Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, debe brindar a sus estudiantes las condiciones pedagógicas adecuadas para el desarrollo pleno de sus capacidades profesionales.

El Instituto Tecnológico Superior “Wiñay Marka”, deberá generar espacios de coordinación instituciones donde sus estudiantes y egresados puedan aplicar sus conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo de estudio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Villacorta, J. (2012). *Técnicas de Investigación*. Lima – Perú: Editorial San Marcos.
- Ancoreza, M. A. (1999). *Administración del turismo. Conceptualización y organización*. Medellín - Colombia: EDIC.
- Arias, D. (2010). *Fundamentos Básicos de Turismo (compilación)*, Viceministerio de Turismo. La Paz - Bolivia.
- Aventura, A. D. (2010). *Fundamentos básicos de Turismo*. La Paz - Bolivia.
- Báez, P. (2010). *Turismo responsable. La ruta hacia la conservación y sustentabilidad*. Santo Domingo: Universidad Católica Santo Domingo.
- Bákula, C. (2004). Reflexiones en torno al patrimonio cultural. *Revista Turismo y Patrimonio*, 57-68.
- Barbier, J. M. (1999). *Prácticas de formación : evaluación y análisis*. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas.
- Barilá, M. I. (2008). Prácticas de participación política. Experiencias de socialización de jóvenes en la nocturna. *Revista Praxis Educativa*, 22-34.
- Barrionuevo, C. (16 de mayo de 2016). Turismo. (Colquehuanca, Entrevistador)
- Bigné, E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Bigne, G., Fotn, D., & Vásquez, J. (2007). *Dirección de Mercadotecnia*. México: Díaz de Santos.
- Briones, G. (2012). *La investigación social y educativa*. Barcelona: Martínez Roca.
- Carrillo, H. M. (2002). *Estudios regionales en México. Selección de teoría y evidencia empírica: desarrollo regional*. México: Estudios Demográficos y Urbanos.
- Ceballos. (2012). *Diseño curricular como factor de cambio de calidad educativa*. UAM.
- Cejas, M. M. (2011). *Educación basada en competencias*. Venezuela: Universidad de Carabobo.

- Chias, J. (2005). *El negocio de la felicidad*. Barcelona - España: Prentice Hall.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw Hill.
- Chocarro, E., González, T., & Sobrino, A. (2007). Nuevas orientaciones en la formación del profesorado para una enseñanza centrada en la promoción del aprendizaje autorregulado de los alumnos. *Revista ESE*, 81-98.
- Colom, G., Sarramona, D., & Vásquez, T. (2012). *El concepto de enseñanza - aprendizaje*. Buenos Aires - Argentina: Paidós.
- Cordero, R. J. (2008). *Marketing estratégico en Turismo*. México: Trillas.
- Couillaud, D. (2006). *Marketing turístico y hotelero*. Lima - Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Cox, M. G. (2009). *Turismo de aventura. La forma mas reciente de turismo*. Valencia.
- CPE. (2009). *Constitución Política del Estado*. La Paz: Gaceta Oficial de Bolivia.
- Crosby, R. M. (2000). *Teoría general del Turismo*. México: Villicaña S.A.
- Escamilla, A. (2009). *Las competencias en la programación de aula: infantil y primaria*. Barcelona: Graó.
- Ferrel, O., & Hartline, M. (2006). *Estrategia de marketing*. México: Thomson International.
- Figuerola, P. M. (1992). *Manual de economía turística*. Madrid - España: Grupo Editor EDIC S.A.
- Flores, M. (2004). Implicaciones de los paradigmas de investigación en la práctica educativa. *Revista digital Universitaria*, 2-9.
- Franco, M., Osorio, M., Nava, G., & Regil, H. (2009). *Evaluación multicriterio de los recursos turísticos: Parque Nacional Nevado de Toluca - México*. México: Estudios y perspectivas en Turismo.
- García, M. D. (2002). *Introducción al Turismo*. México: Oasis.
- Gergen, K. (2007). *La ciencia psicológica en el contexto postmoderno*. Bogotá: Universidad de Los Andes.
- González, T. G. (2010). *Teoría general: El turismo origen y desarrollo*. México:

Grijalbo.

- González, S. G. (2021). Experiencia del curso de Práctica Profesional Supervisada de la carrera de Orientación desde la presencialidad remota, Universidad Nacional, Costa Rica durante el año 2020. *Revista Innovación Educativa*.
- Guba, E., & Lincoln, Y. (2002). *Paradigma en competencia en la investigación cualitativa*. México: Colegio Sonora Hermosillo.
- Hall, M., & Lew, A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. Londres: Routledge.
- Hawkins, D., Best, R., & Coney, K. (2004). *Comportamiento del consumidor: construyendo estrategias de marketing*. México: McGraw Hill.
- Hermida, J., Serra, R., & Kastika, E. (1992). *Administración y estrategia*. Buenos Aires - Argentina: Macchi.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Instituto Politécnico Nacional. (2000). *Materiales para la reforma académica*. México: IPN.
- Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka". (2016). *Libro centralizador de calificaciones 2007-2016*. La Paz: Wiñay Marka.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del marketing*. México: Pearson.
- Lamb, V. J. (2007). *Dirección de Mercadotecnia*. México: Díaz de Santos.
- Lambin, G. L. (2002). *Merchandising*. Colombia: Ecoe Ltda.
- Ley N° 031. (2010). *Ley Marco de Autonomías y Descentralización Andrés Ibáñez*. Bolivia: Gaceta Oficial de Bolivia.
- Ley N° 070. (2010). *Ley de Educación N° 070 Avelino Siñani - Elizardo Pérez*. Bolivia: Gaceta oficial de Bolivia.
- Ley N° 292. (2012). *Ley General de Turismo "Bolivia de espera"*. Bolivia: Gaceta Oficial de Bolivia.
- Lizárraga, Z. K. (2011). *Educación técnica y producción en Bolivia*. La Paz - Bolivia: Fundación PIEB.
- Mankiw, G. (2006). *Principios de economía*. México: Trillas.

- Marchena, G. M. (2016). *La formación técnica humanística en el Estado Plurinacional de Bolivia*. La Paz - Bolivia: OMT.
- Martínez, D. (2006). *Metodología de la investigación científica*. México: Cengage Learning.
- Mejía, R. (2008). *Metodología de la Investigación*. La Paz – Bolivia: Edic. Artes Gráficas.
- Micheline, H. (2008). *Introducción al Turismo de Aventura*. Buenos Aires - Argentina: Amorrortu.
- MINEDU. (2012). *Ministerio de Educación y Culturas – Dirección General de Formación Técnica. Diseño Curricular Base de Formación Profesional Técnica*. La Paz.
- Ministerio de Culturas, & Viceministerio de Turismo. (2011). *Metodología para la inventaración: Jerarquización y categorización de los atractivos Turísticos*. Bolivia: Estado Plurinacional de Bolivia.
- Ministerio de Educación. (2006). *Resolución Ministerial N° 430/2006*. La Paz - Bolivia: Ministerio de Educación.
- Ministerio de Educación. (2017). *Reglamento general de Institutos Técnicos y Tecnológicos de carácter fiscal, de convenio y privado*. La Paz - Bolivia: Estado Plurinacional de Bolivia.
- Ministerio de Planificación del Desarrollo. (2006). *Plan Nacional de Desarrollo*. La Paz - Bolivia.
- Muñoz Valcárcel, K. (2010). *Los Proyectos Comunitarios en Bolivia*. La Paz: Plaza & Janes .
- Murillo, L. M. (2009). *Estrategias de Marketing*. Madrid: Días de Santos.
- Ponce Sanjinés, C. (2011). *El Turismo Comunitario*. La Paz: CIMA.
- Quesada, S. C. (2007). *Promoción turística: Una llave para el desarrollo*. Bolivia: PIEB.
- Quiroz, G. (2013). *La investigación social*. Barcelona: Martínez Roca.
- Ramírez, C. C. (2010). *Ergonomía y productividad*. México: Limusa.
- Ramírez, M. (2011). *Teoría General del Turismo*. México: Editorial Diana.

- Revilla, Z. P. (2008). *Experiencias en la ejecución de un proyecto turístico rural*. La Paz - Bolivia: Escuela Internacional de Desarrollo Humano (I.E.D.H.) .
- Romero, M. C. (1994). *Patrimonio, turismo y ciudad*. La Paz - Bolivia: Instituto de Investigación Turística-Universidad Mayor de San Andrés.
- Taylor y Bogdan, S. (2014). *Introducción a los Métodos Cualitativos*. Buenos Aires-Argentina: Paidós.
- Tejada, Z. A. (2010). *Propuesta de Estructura Curricular universitaria basada en Competencias*. Colombia: Universidad del Valle Cali.
- Universidad Americana. (2002). *El concepto de enseñanza-aprendizaje en educación superior*. Bolivia.
- UNSTP. (2012). *La investigación social y educativa*. Barcelona: Martínez Roca.
- Valcárcel, M. (2010). Tecnología educativa: característica de la evolución de una disciplina. *Revista Educación y Pedagogía*, 65-87.
- Viceministerio de Turismo. (2010). *Metodología para la actividad turística. Documento de la Unidad de Planificación*. La Paz, Bolivia .
- Yapu, G. (2011). *Turismo Rural, Economía y Desarrollo Local*. La Paz - Bolivia: Juventud.

## WEB GRAFÍA

- ACS, & AEC. (2012). *Asociación de Estados del Caribe*. Obtenido de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>.
- Cabanilla, E., & Rendón, M. (2020). *Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América Latina*. Obtenido de <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=autor+del+turismo+comunitario>.
- Flores. (2007). *Espacio, economía y sociedad*. Obtenido de <https://www.ub.edu/geocrit/texap-6.pdf>
- Granata, M., Chada, M., & Barale, c. (2000). *La enseñanza y la didáctica*.

- Aproximaciones a la construcción de una nueva relación.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/184/18400103.pdf>
- IICSTUR. (2018). *Instituto de Investigación Consultoria y Servicios Turísticos.* Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/6568>
- Investigacion Social (2016). *Preparación del Trabajo de Campo.* Obtenido de <https://investigacionsocialunellezb.blogspot.com/2016/09/preparacion-del-trabajo-de-campo.html>
- López, M. E., Hermosilla, R. J., & Cobos, S. D. (2010). *Criterios para el diseño de cursos universitarios desde una perspectiva integradora como pilares de la calidad de la teleformación.* Obtenido de [http://www.eduqa.net/eduqa2010/images/ponencias/eje4/4\\_28\\_LOPEZ\\_Eloy\\_HERMOSILLA\\_Jose\\_COBOS\\_David-Criterios\\_para\\_diseno\\_de\\_cursos\\_universitarios\\_desde\\_una\\_perspectiva\\_integradora\\_como\\_pilares\\_de\\_calidad\\_de\\_teleformacio.pdf](http://www.eduqa.net/eduqa2010/images/ponencias/eje4/4_28_LOPEZ_Eloy_HERMOSILLA_Jose_COBOS_David-Criterios_para_diseno_de_cursos_universitarios_desde_una_perspectiva_integradora_como_pilares_de_calidad_de_teleformacio.pdf)
- Ramos, C. A. (2015). *Los paradigmas de la investigación científica.* Obtenido de [https://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015\\_1/Carlos\\_Ramos.pdf](https://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_1/Carlos_Ramos.pdf)
- Red de Turismo Comunitario de America Latina. (2010). *Las culturas vivas de América Latina.* Obtenido de <http://www.redturs.org/nuevas/index.php> e
- Rios, A. n. (2015). *Estudio del mercado laboral en el sector turístico. Productividad y nivel educativo.* Obtenido de [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3268/Rios\\_Aguilo\\_Neus.pdf?sequence=1](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3268/Rios_Aguilo_Neus.pdf?sequence=1)
- Sancho, A. (2010). *Jornadas Internacionales de turismo justo: Un reto para el desarrollo del turismo.* Obtenido de <https://www.uv.es/~sancho/Turismo%20y%20desarrollo.pdf>
- Váldez, A. M. (2005). *Instrucciones para la operación académica turismo.* Obtenido de <http://www.uaim.edu.mx>
- Valle. (2009). *Malla curricular.* Obtenido de <https://1library.co/article/malla-curricular-marco-te%C3%B3rico-an%C3%A1lisis-procesos->

formaci%C3%B3n-acad%C3%A9micas.zx5n99nq

Velasco. (2006). *Producto turístico*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/655/Producto%20turistico.htm>

Vielma, E., & Salas, M. (2000). *Aportes de las teorías de Vygotsky, Piaget, Bandura y Bruner. Paralelismo en sus posiciones en relación con el desarrollo*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/356/35630907.pdf>



# ANEXOS

## ANEXO 1

N° Entrevistados	Nombre (convencional)	Código de Entrevistado	Sexo	Lugar de Residencia	Lugar de Ocupación Actual	Instituto Tecnológico
1.	Brígida Q.	<b>B.Q.</b>	F	Achocalla	Alcaldía	ITS “WM”
2.	Fabiola Q.	<b>F.Q.</b>	F	Achacachi		ITS “WM”
3.	Álvaro Ch.	<b>A.Ch.</b>	M	Achacachi		ITS “WM”
4.	Walter L.	<b>W.L.</b>	M	Santiago de Okola	Guía	ITS “WM”
5.	River Apaza	<b>R.A.</b>	M	Tahari Omasuyos	Técnico en Turismo	ITS “WM”
<b>DOCENTES</b>						
1.	José R.	<b>J.R.</b>	M	El Alto-LP	Docente de Turismo	
2.	Roxana C.	<b>R.C.</b>	F	El Alto-LP	Docente de Turismo	UMSA
3.	Trifon R.	<b>T.R.</b>	M	LA-PAZ	Docente de Turismo	UMSA
4.	Remberto L.	<b>R.L.</b>	M	LA-PAZ	Docente de turismo	UMSA
<b>AUTORIDADES:</b>						
1.	Carlos Parra	<b>C.P.</b>	M	LA-PAZ	Asambleísta Departamental	Asambleísta Departamental
2.	Freddy Ulo	<b>F.U.</b>	M	Huatajata	Secretario General	G.A.M.H.
<b>ESTUDIANTES</b>						
1.	Katty Ester M.	<b>K.M.</b>	F	Achacachi	Estudiante	ITS “WM”
2.	Genisis Lucero Villca	<b>G.V.</b>	F	Manco Kapac	Estudiante	ITS “WM”
3.	Milton Aranda	<b>M.A.</b>	M		Estudiante	ITS “WM”
4.	Jhenny Apaza	<b>J. A.</b>	F	El Alto	Estudiante	ITS “WM”

**Fuente:** Elaboración propia, en base a pensum del Instituto Superior Tecnológico “Wiñay Marka”, 2021.

**ANEXO 2**  
**GOBIERNO MUNICIPAL DE HUATAJATA**



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka", 2021

**ANEXO 3**  
**Instituto Técnico Superior "Wiñay Marka"**



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka", 2021

## ANEXO 4

**En aulas del Instituto Técnico Superior “Wiñay Marka” realizando entrevistas con los estudiantes**



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka". 2021

## ANEXO 5

**En aulas del Instituto Técnico Superior “Wiñay Marka” realizando entrevistas con los estudiantes**



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka", 2021

## ANEXO 6

### Frontis del Instituto Técnico Superior “Wiñay Marka”



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka". 2021

## ANEXO 7

### Detalle del Instituto Técnico Superior “Wiñay Marka”



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka", 2021

**ANEXO 8**  
**Aulas del Instituto Técnico Superior “Wiñay Marka”**  
**CARRERA DE TURISMO**



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka". 2021

**ANEXO 9**  
**Estudiantes de la carrera de Turismo del Instituto Técnico Superior “Wiñay Marka”**



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka", 2021

## ANEXO 10

### Equipo de computación de la carrera de Turismo del Instituto Técnico Superior “Wiñay Marka”



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka". 2021

## ANEXO 11



**Fuente:** Elaboración propia, Imagen del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka", 2021.

## ANEXO 12

### Aplicación de instrumentos – autoridad municipal de Estudiantes de la carrera de Turismo del Instituto Técnico Superior “Wiñay Marka”



**Fuente:** Elaboración propia, aplicación de instrumentos a la autoridad municipal de Huatajata, 2021

## ANEXO 13

### Aplicación de instrumentos – plantel docente



**Fuente:** Elaboración propia, aplicación de instrumentos a docente de la carrera de Turismo del Instituto Superior Tecnológico "Wiñay Marka", 2021.



**ANEXO 14**

**GUÍA DE ENTREVISTA PRUEBA PILOTO**

ESTUDIANTES DEL ÚLTIMO AÑO

CARRERA DE TURISMO

**Nombre:**.....**Sexo:**.....**Lugar de residencia:**.....

1. ¿Cuál es su opinión respecto a las estrategias de aprendizaje en su carrera?

.....  
.....  
.....

2. ¿Qué opina de las estrategias de aprendizajes que imparte el/la docente en Turismo Comunitario es lo suficiente?

.....  
.....  
.....

3. ¿Qué opinión tiene de las estrategias de aprendizaje utilizadas en el aula para el Turismo Comunitario que se imparte?

.....  
.....  
.....

4. ¿Qué opina de las clases impartidas con prácticas y actividades dentro de la materia?

.....  
.....  
.....

5. ¿Cuáles son las estrategias que plantea el docente en cuanto al Turismo Comunitario?

.....  
.....  
.....

6. ¿Cuáles son sus expectativas respecto al Turismo Comunitario?

.....  
.....  
.....

**ANEXO 15**

**GUÍA DE ENTREVISTA PRUEBA PILOTO**

**EGRESADOS**

**CARRERA DE TURISMO**

---

**Nombre:.....Sexo:.....Lugar de residencia:.....**

**Año de egreso.....**

**Área de trabajo.....**

1. ¿Qué opinión tiene del turismo Comunitario impartido en su formación profesional?

.....  
.....  
.....

2. ¿Cuál es su opinión del proceso de estrategias de aprendizaje impartidas en la que fue su institución en Turismo Comunitario?

.....  
.....  
.....

3. ¿Qué opinión tiene sobre la estrategia de aprendizaje en Turismo Comunitario con respecto a las exigencias del mercado laboral?

.....  
.....  
.....

4. ¿Qué opina al emprender nuevas tareas en Turismo Comunitario?

.....  
.....  
.....

5. ¿Qué opinión tiene de la formación recibida y la capacidad para enfrentar cualquier problema en su fuente de trabajo?

.....  
.....  
.....

6. ¿Cuáles son sus expectativas respecto al Turismo Comunitario?

.....  
.....  
.....

7. ¿Qué estrategias de aprendizaje debemos priorizar en Turismo Comunitario a nivel departamental?

**ANEXO 16**

**GUÍA DE ENTREVISTA PRUEBA PILOTO**

**DOCENTES**

**CARRERA DE TURISMO**

---

**Nombre:**.....

**Sexo:**.....

**Lugar de trabajo:**.....

1. ¿Qué estrategias de aprendizaje imparte para con sus estudiantes en Turismo Comunitario?  
.....  
.....

2. ¿Qué opina de las estrategias de aprendizaje en su carrera destaca las características que se aspira formar, a los profesionales?  
.....  
.....

3. ¿Cuáles son los objetivos para desarrollar un emprendimiento de Turismo comunitario?  
.....  
.....

4. ¿Cómo realiza el seguimiento a sus estudiantes en el proceso de aprendizaje en la práctica?  
.....  
.....  
.....

ANEXO 17

**GUÍA DE ENTREVISTA PRUEBA PILOTO  
ENCARGADO DE TURISMO Y CULTURAS MUNICIPIO DE HUATAJATA**

---

**DATOS:**

**Nombre:**.....

**Lugar de ocupación actual:** .....

1. Según su experiencia en el área de Turismo ¿Cuál debería ser las estrategias en Turismo Comunitario?

.....  
.....  
.....

2. ¿Usted conoce los emprendimientos Turísticos en los municipios cercanos de los estudiantes del Instituto tecnológico “Wiñay Marka”?

.....  
.....  
.....

3. ¿Cuál es el mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo?

.....  
.....  
.....

4. ¿Cuál sería las sugerencias a las Universidades e Institutos Técnicos sobre las estrategias de aprendizaje en Turismo Comunitario?

.....  
.....  
.....

5.¿La Unidad de Turismo del municipio como apoya a los emprendimientos en Turismo Comunitario?

.....  
.....  
.....

## ANEXO 18

**GUÍA DE ENTREVISTA PRUEBA PILOTO**  
**AUTORIDAD DEPARTAMENTAL DE LA (ASAMBLEA DEPARTAMENTAL**  
**COMISIÓN TURISMO Y CULTURAS)**

---

**DATOS:**

**Empresa:**.....

**Nombre:**.....

**Lugar de ocupación actual:** .....

1. Según su experiencia en el ámbito del Turismo ¿Cuál debería ser las estrategias de aprendizaje en Turismo Comunitario?

.....  
.....  
.....

2. ¿Cómo cree que debería ser formado un profesional en Turismo para emprender nuevos retos?

.....  
.....  
.....

3. ¿Cuál es el mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo?

.....  
.....  
.....

4. ¿Cuál es el mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo a nivel del departamento?

.....  
.....  
.....

5. ¿Cuál sería las sugerencias a las Universidades e Institutos Técnicos sobre la formación profesional de Turismo?

.....  
.....  
.....

## ANEXO 19

### ENTREVISTA PRUEBA PILOTO

#### ESTUDIANTES DEL ÚLTIMO AÑO

#### CARRERA DE TURISMO

---

**Nombre:** Genesis Lucero Villca D. **Sexo:** F. **Lugar de residencia:** Huatajata

**1. ¿Cuál es su opinión respecto a las estrategias de aprendizaje en su carrera?**

Me parecen muy eficientes las estrategias del docente en la materia, pero no suficientes porque deberíamos estar apoyados con talleres seminarios para fortalecer más nuestro conocimiento en cuanto al turismo comunitario

**2. ¿Qué opina de las estrategias de aprendizajes que imparte el/la docente en Turismo Comunitario es lo suficiente?**

Las estrategias que utilizamos en el aula son muy importantes ya que con estas estrategias impartidas en clases enriquecemos nuestros conocimientos para tener una buena planificación turística con eficacia.

**3. ¿Qué opinión tiene de las estrategias de aprendizaje utilizadas en el aula para el Turismo Comunitario que se imparte?**

Las clases impartidas con prácticas y actividades que tenemos dentro de clases es elemental para nosotros los estudiantes para ampliar nuestro conocimiento necesitamos de debates diálogos interacción entre alumnos

**4 ¿Qué opina de las clases impartidas con prácticas y actividades dentro de la materia?**

Las estrategias que plantean el docente son de hacer un buen plan estratégico impulsando al turismo comunitario para la mejora de los productos y servicios turísticos elaborando paquetes turísticos señalización técnicas de publicidad y plan capacidad en la comunidad

**5. ¿Cuáles son las estrategias que plantea el docente en cuanto al Turismo Comunitario?**

Mis expectativas con respecto al turismo comunitario es hacer que el turismo tenga identidad y cultura también que sea participativo y corresponsable y que el gobierno le ponga un valor a los recursos y atractivos que tienen las comunidades

**6. ¿Cuáles son sus expectativas respecto al Turismo Comunitario?**

Las estrategias de aprendizaje son muy importantes para nuestra formación todas estas estrategias que tiene nuestra carrera nos permiten ampliar nuestro conocimiento ya que nuestro plan de estudios de la carrera de turismo es uno de los más extensos empezando por las materias más básicas en fin todo lo que quieres saber es gracias al turismo.

## ANEXO 20

### GUÍA DE ENTREVISTA PRUEBA PILOTO

#### EGRESADOS

---

**Nombre (convencional):** Fabiola Q.

**Sexo:** Femenino

**Lugar de residencia:** Achacachi

**1. ¿Qué opinión tiene del turismo Comunitario impartido en su formación profesional?**

Para mí turismo comunitario es una alternativa económica para las comunidades u otras lo cual esto ayuda económicamente a las familias a generar sus ingresos y a valorar el patrimonio natural y cultural de su comunidad.

**2. ¿Cuál es su opinión del proceso de estrategias de aprendizaje impartidas en la que fue su institución en Turismo Comunitario?**

Para mí es un tipo de turismo que permite al turista entrar en contacto con la comunidad que conserva su identidad cultural y a la vez una oportunidad para generar trabajo e ingresos económicos con su actividad diaria, los cuales son gestionados por su propia comunidad.

**3. ¿Qué opinión tiene sobre la estrategia de aprendizaje en Turismo Comunitario con respecto a las exigencias del mercado laboral?**

Una de las estrategias es el mercado laboral es satisfacer con la oferta en el mercado a la demanda ya que eso se requiere disminuir el nivel de la pobreza.

**4. ¿Qué opina al emprender nuevas tareas en Turismo Comunitario?**

Al emprender nuevas tareas el objetivo es tener mayor flujo de turistas para obtener mayores ingresos adicionales a sus actividades diarias.

**5. ¿Qué opinión tiene de la formación recibida y la capacidad para enfrentar cualquier problema en su fuente de trabajo?**

Mi formación es para poder valorar el patrimonio natural y cultural de dicha comunidad u otras todo esto con el objetivo de generar empleos y para las familias.

**6. ¿Cuáles son sus expectativas respecto al Turismo Comunitario?**

Generar mayor flujo de turistas a la comunidad disminuir la pobreza generar empleos.

**7. ¿Qué estrategias de aprendizaje debemos priorizar en Turismo Comunitario a nivel departamental?**

Las estrategias que se debe tomar para el Turismo Comunitario deben ser promocionar nuestras riquezas culturales, naturales y diferentes lugares de los municipios rescatar la vivencia de nuestras comunidades

## ANEXO 21

### GUÍA DE ENTREVISTA PRUEBA PILOTO

#### EGRESADOS

---

Nombre (convencional): Walter Laruta H.

Sexo: Masculino

Lugar de residencia: Santiago de Okola

**1. ¿Cuál es su opinión del proceso de estrategias de aprendizaje impartidas en la que fue su institución en Turismo Comunitario?**

El turismo comunitario es una de los que podemos hablar, lo cultural y natural es uno de los motivos de poder desarrollar o promover el turismo comunitario. La formación académica es parte de un conocimiento contextual.

**2. ¿Qué opinión tiene sobre la estrategia de aprendizaje en Turismo Comunitario con respecto a las exigencias del mercado laboral?**

Lo básico es tener una experiencia local por ejemplo lo mío tenía una experiencia básica en trabajar en guía de turismo y eso hace la facilidad de poder entender en un Instituto por ejemplo que es el turismo ya y para poder determinar el tema es en el Instituto el tema lo que es turismo comunitario comparando lo que yo he tenido la experiencia en mi comunidad entre dos enlaces sacas la solución

**3. ¿Qué opina al emprender nuevas tareas en Turismo Comunitario?**

Por ejemplo, dice en el mercado laboral también es optar por dos vías como usamos en la formación académica es una pate para promover o facilitar tomamos dos estrategias, como directa e indirecta lo que nos facilita generar más movimiento económico no solo podemos vender nosotros también pueden vender agencias privadas estatales y todo aquello de esa manera funciona el mercado en este caso no

**4. ¿Qué opinión tiene de la formación recibida y la capacidad para enfrentar cualquier problema en su fuente de trabajo?**

También el motivo de emprender es la manera de facilitar empleos en la comunidad el desarrollo local y generar empleos en la comunidad, satisfacer las y también al cliente, ósea como me refiero crear pequeños productos turísticos con la comunidad no solo con un emprendimiento puede ser con los diferentes emprendimientos.

**5. ¿Cuáles son sus expectativas respecto al Turismo Comunitario?**

La formación recibida si es buena y obviamente debería ser así aún más y estar conscientes que estamos hechos para poder solucionar un problema turístico en cualquiera comunidad o en cualquier tipo de turismo tiene que ser general no solo podemos identificar un solo como turismo comunitario la parte marketing, promoción el mercado tenía estadísticas gestionamiento guiaje en si es de todo



**6.¿Qué estrategias de aprendizaje debemos priorizar en Turismo Comunitario a nivel departamento?**

La expectativa que en el turismo comunitario ver sus potencialidades que hay oportunidades y que hay debilidades en una comunidad para poder proponer o realizar productos turísticos, en esta comunidad sea mi comunidad o en otra comunidad tengo que estar disponible para poder ver y que es lo que se puede realizar con esa comunidad.

**7.¿Qué estrategias de aprendizaje debemos priorizar en Turismo Comunitario a nivel departamento?**

A nivel departamento lo que yo pediría es una actualización de acuerdo a la era tecnológica estamos en una etapa muy avanzada donde necesitamos ya hacer prácticas vivenciales. Tener la tecnología en mapas ubicaciones actualizadas que es lo que se va hacer acá que es lo que se va hacer acá y que es lo que se va hacer allá para tener bien claro el tema. Y que también tengan la mayor conocimientos .los docentes ósea como yo tengo un emprendimiento yo he pisado que es el turismo comunitario desde hace 10 años eso facilita para poder enseñar plasmar lo que he vivido y lo que se debe hacer y lo que necesita el cliente realmente directo sin estar basándonos en un texto en lo que nos dice sino también tenemos que sacar nuestra realidad teniendo con el texto darlos 50 50 y eso sería un gran oportunidad para poder desarrollar nuestro país y nuestros departamentos y nuestras comunidades

## ANEXO 22

### GUÍA DE ENTREVISTA

#### DOCENTES

#### CARRERA DE TURISMO

---

**Nombre:** Trifon Ramos

**Sexo:** M

**Lugar de trabajo:** Instituto Tecnológico Superior “Wiñay MarKa”

**1.¿Qué estrategias de aprendizaje imparte para con sus estudiantes en Turismo Comunitario?**

Personalmente ah hablo de turismo cuando se realiza prácticas de viaje a destinos turísticos como carioco, Copacabana, ah bueno los estudiantes experimentan a con emprendimientos de turismo comunitario ellos ven en las prácticas de viaje acerca de este tema.

Mmm soy docente de Estadística e Ingles pocas veces hablo del turismo comunitario y y frecuentemente tal vez se toca el tema cuando se hace viajes trato de conceptualizar el tema y bueno y que luego en la vida real mostrar que es como se está trabajando en los viajes o prácticas de viajes que se realiza tratar de mostrarles cómo están realizando las personas un turismo

**2.¿Qué opina de las estrategias de aprendizaje en su carrera destaca las características que se aspira formar, a los profesionales?**

Mmm pienso que ellos deben aprender a trabajar en conjunto cooperándose entre ellos pienso que los viajes son un excelente estrategia de aprendizaje como prácticas de aprendizaje como práctica ellos se van desarrollando van viendo la realidad la actividad del turismo mm pienso que las experiencias o prácticas de viaje son lo básico no para su formación y bueno es lo que se aspira formar de ellos es que sean personas y o profesionales críticos que tengan la capacidad de ver la realidad y otras realidades también de la actividad turística y que puedan trabajar en conjunto cooperativamente y que puedan tomar decisiones en el ámbito del turismo

**3.¿Cuáles son los objetivos para desarrollar un emprendimiento de Turismo comunitario?**

Mmmm mmm bueno lo veo al emprendimiento de turismo como un proyecto pienso que bueno un objetivo los objetivos que pueden buscar un proyecto es buscar es beneficioso sociales y económicos para la población pienso que va generar empleos generar ingresos y de modo general tal vez generar el desarrollo de cierta comunidad.

#### **4.¿Cómo realiza el seguimiento a sus estudiantes en el proceso de aprendizaje en la práctica?**

Ahhh como prácticas en turismo son los viajes mmmm es la base del turismo el desplazarse a un destino y ver cómo se desarrolla la actividad de turismo es tal vez lo básico bueno para su seguimiento es que yo pienso que es esto de es una evaluación en su constante permanente y que bueno vamos viendo las motivaciones la asimilación y como asume en la realidad los conocimientos del turismo pienso que bueno es bueno es un proceso permanente.

## ANEXO 23

### GUÍA DE ENTREVISTA

#### DOCENTES

#### CARRERA DE TURISMO

---

**Nombre:** Remberto Loza

**Sexo:** Masculino

Lugar de trabajo: Instituto Tecnológico Superior “Wiñay MarKa”

**1.¿Qué estrategias de aprendizaje imparte para con sus estudiantes en Turismo Comunitario?**

Lo que nosotros hacemos halla es la visitas a los emprendimientos de Turismo Comunitario ellos van como voluntarios sin cobrar nada de eso que hacen una práctica real es una estrategia que nosotros hemos tomado por otro lado si hacemos en el aula trabajos colaborativos trabajos compartidos también para todo esto deben tienen que estar preparados sensibilizados en el área turística que entiendan claramente que el desarrollo de las comunidades y las familias como tal.

**2.¿Qué opina de las estrategias de aprendizaje en su carrera destaca las características que se aspira formar, a los profesionales?**

Lo que es interesante es que allá las prácticas se hace en tiempo real y en situaciones reales donde el estudiante se confronta a esa realidad es diferente hacer una práctica en aula donde fingen sus compañeros ser turistas y el otro guía no es lo mismo en una situación real es diferente por otro lado se hacen visitas a los atractivos a diferentes lugares del departamento en otros departamentos entonces el docente prepara un material previo y los estudiantes analizan ese material y se asignan guías por ejemplo se asignan guías estudiante uno dos o tres van hacer guías en el lugar y donde harán todo el movimiento de ser guías. Por un lado es otra estrategia y también lo que pretendemos con los estudiantes pretendemos que ellos sean emprendedores que hagan sus propios emprendimientos sabemos que la oferta laboral en Bolivia es muy baja por lo tanto donde ellos tienen que generar sus propios emprendimientos no estamos pensando en inversiones de millones no simplemente es partir del potencial que tenga el lugar y la familia la comunidad después de pueden apoyarse con el municipio tienen que ser emprendimientos pequeños donde no se invierta mucho

**3.¿Cuáles son los objetivos para desarrollar un emprendimiento de Turismo comunitario?**

Lo que se pretende es promover su auto gestión que ellos mismos se puedan manejar por el espacio turístico es complicado depender de alguien o de alguna institución pública o privada entonces ellos tienen que empezar ellos tienen que empezar hacer la auto gestionar me refiero que el estudiante como parte de la comunidad tiene que

ser el pilar de motivar todo esto hacer las estrategias de enlace por ejemplo con empresa privada con agencias de viajes con la comunidad con los medios de transporte con la alcaldía misma es todo un trabajo es un objetivo. Por otro lado es empoderar a la comunidad hacer entender que ellos son parte del recurso y como tal pueden generar ingreso y por otro lado como decíamos fortalecer la economía sabemos que ellos se dedican a las actividades muchos de las familias se dedican alguna actividad el Turismo sería una actividad más un boliviano más día si vale el término.

#### **4.¿Cómo realiza el seguimiento a sus estudiantes en el proceso de aprendizaje en la práctica?**

Tal vez las fichas de registros nosotros tenemos fichas modelo donde el estudiante va registrando su nombre la hora de ingreso las actividades que se realizan en el día y los resultados y al final se ponen la evaluación y el análisis por otro lado se hacen observaciones directas en el caso de viaje que se hacen una práctica y el docente puede hacer una apreciación directa en el momento y de igual manera estamos en una situación real con los turistas reales y su docente acompaña entonces hacer observación directamente hay . Por otro lado, se manejan las hojas de observación y sugerencias si fueran en grupos de turistas al final del Tour el turista tiene que manifestar como ha sido el tour si le ha convencido y también si fuera en un restaurante o en un emprendimiento si el dueño que está a cargo mostrar las sugerencias a partir de eso bueno a nosotros nos permite evaluar y corregir los aspectos que estamos fallando

## ANEXO 24

### GUÍA DE ENTREVISTA PRUEBA PILOTO ENCARGADO DE TURISMO Y CULTURAS MUNICIPIO DE HUATAJATA

---

DATOS:

**Nombre:** Ing. Freddy Ulo Secretario General Municipal

**Lugar de ocupación actual:** secretario general del Municipio de Huatajata

1. Según su experiencia en el área de Turismo ¿Cuál debería ser las estrategias en Turismo Comunitario?

Bueno como municipio hemos hecho un diagnóstico en ese sentido la mayoría de las comunidades tiene potencialidades en el sector turístico en esa función se está apoyando inicialmente tenemos cuatro comunidades que están abocados netamente comunidad de Chilaya, que esta que esta cuatro cinco hoteles igual restaurantes y son más emprendimientos personales no tanto comunitarios comunidad de Chilaya chico que también tiene emprendedores museos son igual familiares no estamos aquí ahora estamos hablando de Huatajata tienen igual estamos hablando de emprendimientos locales que están con esos enfoques plasmando como centros recreativos con un enfoque comunitario entonces es por eso que su presupuesto de su POA están invirtiendo en esas actividades y poder generar ingreso en función a la comunidad ese dinero se está invirtiéndose dinero de la comunidad y Huatajata tenemos un centro recreacional va tener unas seis faces estamos con la primera fase de la implementación campo deportivo este año estamos con la cancha de béisbol estamos mejorando la playa que se haga un muelle adecuado y actualmente estamos construyendo un mural que dice huatajata a fin de atraer a los turistas. Generalmente los fines de semana sábado, domingo esta población antes del corona virus estaba población estaba lleno venían a visitarles más que todos por la hermosura del lago y aquí no cobramos ni un peso es un poco libre el tiempo que permanecen es todo el día y más que todo hay un movimiento de recursos a nivel de la comunidad de huatajata es por eso que ellos han optado empoderarse ya vendo esas iniciativas algunos han creado pequeños restaurantes quizás pequeñas con el servicio gastronómica y también a mejorado mucho la parte de la infraestructura a veces estamos utilizando el coliseo que está construido por el gobierno a nivel nacional y están viniendo a esparcir hay tenemos dos canchas tres canchas pero que tiene ese sector más que todo la playa entonces esos son las experiencias viendo esas las comunidades adyacentes cercanas se están igual tomando esa nueva metodología han visto que genera la parte de turismo pero ojala que esta pandemia ya se pueda poner una solución va ver un incremento vemos que va tardar esa es la inquietud pero el enfoque que ya están haciendo las demás comunidades en ese enfoque de turismo comunitario que se vayan a beneficiar la población y también del sector esa esa es su potencialidad no se ha podido aprovechar anteriormente pero se está dando con técnico que ya tenemos a nivel de turismo

se ha dado ese enfoque ese apoyo no para orientarles que tipo de infraestructura deberían buscar.

## **2. ¿Usted conoce los emprendimientos Turísticos en los municipios cercanos de los estudiantes del Instituto tecnológico “Wiñay Marka”?**

Del Instituto Tecnológico Wiñay Marka muy pocos, han salido egresados han salido ya no han encontrado fuentes laborales netamente con enfoque de turismo no pese que nosotros no se la inquietud los objetivos de votar ese tipo de profesionales pero mismo hace en el sector existe Huatajata estaba hace dos tres años estaba saliendo profesionales en este rubro actualmente no tienen esa inquietud generalmente viene gente de las provincias aledañas tampoco he visto no hay mismo nosotros como tenemos la feria del pescado hemos estado comentado con la directora que tipo de emprendimiento podemos mostrar hay uno que ha salido más a nivel gastronómico que es ese muy pequeño un restaurante local ese es más que todo así así de realce ya como profesionales no

## **3. ¿Cuál es el mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo?**

Bueno heee haber generalmente es el turismo es más por ocasión sus padres sean formado un pequeño restaurante y los hijos han continuado más secuencial han visto que genera ingreso tiene restaurante centro recreacional tiene su piscina entonces la gente fines de semana viene a visitar o también a media semana entonces generalmente siempre huatajata ha sido un lugar e distracción turística noo de paseo en balsa ósea digo no estamos organizados adecuadamente vemos cada cual jala por su lado hemos implementado también un plan de desarrollo turístico el nivel municipal pero como le decía hay primero necesidades de servicios básicos como agua potable, como alcantarillado, energía eléctrica, servicios de comunicación creo que son bases para implementar servicios en turismo al futuro igual lo residuos orgánicos, sólidos todo eso hace que si lo vamos a promocionar vamos a tener necesidades más urgentes de contaminación todo eso primero promover primero especialmente las aguas servidas la contaminación al lago eso son no se tiene un turismo bien implementado con conocimiento tenemos aquí la casa Inca Utama es un transnacional que bienes desde ya hace años que está trabajando años pero comentar con ellos está reduciendo la población o los turistas que visitan del exterior más están haciendo el enfoque del turismo interno mencionar hasta están rebajando los precios y decimos que el turismo está llegando muy poco al extremo más el turismo local

## **4. ¿Cuál sería las sugerencias a las Universidades e Institutos Técnicos sobre las estrategias de aprendizaje en Turismo Comunitario?**

Yo tengo una experiencia con Santiago de okola este es en el municipio de provincia Camacho no me acuerdo el municipio está cerca al dragón dormido entonces hay la población ósea no tiene un turismo interno sino preparan épocas mes de junio, julio generalmente viene con un turismo seleccionado es que es de Estados Unidos y ellos esperan esa época su fuente de ingreso de todo el año pero son es la misma vivienda no han preparado otro mejor solo que le han dado más limpieza más higiene lo han adaptado la parte de los baños y lo que el turismo ve es la parte antropológica como piensa como come que

son sus mitos como son sus leyendas entonces son más un tiempo de más de veinte días que se quedan más de tres semanas netamente a convivir con la población y eso genera ingresos y yo veo como una experiencia buena allá no hay digamos tampoco es mucha población vive una población seleccionada se me ocurre como unas treinta personas y cada habitante y conoce más exactamente qué es lo que vive qué es lo que como y como piensa cuál es su pensamiento entonces creo que es una de las experiencias bien bonitas he sido participe de esa visita de esa parte del turismo y ellos están con ese afán y ahora paso ya unos años ya venden tejidos elaboran con sus propios tejidos igual la alimentación lo que come la población esa es la que consume igual en las noches tienes pequeñas reuniones de encuentro ellos les preguntan a los habitantes por que el nombre porque eso una serie de preguntas que le satisface al turista creo que es un emprendimiento a largo plazo. Solo han condicionado la vivienda para el visitante pare el turista y creo que es una de las experiencias que tengo a nivel del altiplano

##### **5. ¿La Unidad de Turismo del municipio como apoya a los emprendimientos en Turismo Comunitario?**

Inicialmente nuestroo nuestro nuestra carta de presentación es la feria del pescado ahí es donde invertimos una buena cantidad de dinero y Huatajata es conocido es eso por esa feria y esa feria es un anzuelo para poder tener más visitantes entonces es más que todo promociona esa feria que hacemos maso menos de un periodo de un mes publicidad vista alas canales y viene gente y dice porque no hacen periodos cortos unas tres meses cuatro meses una vez al año nos hacen alegrar y listo y ahí se cierra y listo quizás se ha optado como municipio organizar digamos hay grupo de artesanos organizar exportar hay ratos terapia ocupacional generalmente la mayoría quiere aportar en la población un setenta por ciento son ancianos a veces con la inquietud de vivir los últimos días uno se desespera y dice ya va llegar mi hora al año y estamos trabajando en eso una terapia ocupacional y en función a la feria de pescado también organizamos la parte gastronómica tenemos ya áreas que se dedican la parte de la venta del pescado con frituras y toda la parte higiene no. Y vamos también hemos elaborado el año pasado ya un circuito de visita de lo que es todo Huatajata con la visita a los museos con la visita a los restaurantes con la visita de áreas arqueológicas que tenemos también miradores y la naturaleza a nivel del municipio puedes visitar ese mirador que puedes visitar de cuatro a seis municipios desde donde puede ver estamos hablando de Ancoraimes estamos hablando de Achacachi estamos hablando de Huarina, Batallas, Puerto peres, Tiquina, Chua entonces de ese mirador podemos ver todos estos municipios es una bonita panorama que tiene puedes ver en la noche la ciudad de el alto entonces es bonito generalmente lo hacemos lo hemos hecho como un circuito turístico igual no también con paseos de botes, lanchas en totora eso es el objetivo darle al turista lo que viene en futuro la potencialidad del municipio es turismo no hay otro superficies actualmente estamos viviendo de curco fundíos y la producción agropecuaria otra de las potencialidades de los creadores de pescados la famosas jaulas flotantes que es ese enfoque que tenemos se ha dado aquí en el municipio pescadores por un día es todo un ciclo de visita a diferentes lugares del enfoque del pescado eso es los objetivos del lago que estamos persiguiendo como municipio no.



## ANEXO 25

### GUÍA DE ENTREVISTA PRUEBA PILOTO AUTORIDAD DEPARTAMENTAL DE LA (ASAMBLEA DEPARTAMENTAL COMISIÓN TURISMO Y CULTURAS)

---

DATOS:

**Nombre:** Carlos Parra (Paris Galan)

**Lugar de ocupación actual:** Asambleísta Departamental

**1. Según su experiencia en el ámbito del Turismo ¿Cuál debería ser las estrategias de aprendizaje en Turismo Comunitario?**

Las estrategias de aprendizaje en esta situación va ver una puesta en valor una revalorización que no se ha llegado a manejar hasta este momento el turismo comunitario no se ha llegado a consolidar nunca salvo contadas excepciones no se han instalado en Bolivia los emprendimientos comunitarios en turismo creo que esto ahora va ser que esto cambien realmente que es lo que yo creo que debería transmitirse como conocimiento como estrategia y que es lo que se debería adquirirse por parte del estudiante o del participante en una formación académica yo creo que la base es fundamentalmente y como dice el título Comunitario debería ser el sustento la base el cimiento tanto de la formación como de la implementación tiene que ser la comunidad con todos sus aspectos el consumo la comunidad es de su aspecto geográfico su espacio geográfico y la comunidad con sus elementos históricos, ancestrales y culturales la comunidad como un todo no es cierto todos los miembros de la comunidad son parte de este turismo todo y los beneficios de un todo deberían reflejarse a una mejora de una calidad de vida yo estaba conversando con la gente de la Isla del Sol por ejemplo Yumani es una comunidad muy visitada por ahí una de las más visitadas en el país hasta ahora sin embargo no existe Turismo Comunitario en Yumani porque cada habitante de la comunidad lleva adelante sus procesos económicos Turísticos de manera totalmente individual e independiente esta generado que la comunidad no se beneficie realmente de la actividad Turístico no se ve en esta comunidad como un ejemplo no se ve el impacto de lo que llamamos Turismo Comunitario no ávido un crecimiento un desarrollo a escala humano de esta comunidad mejora de calidad de vida de los habitantes de las mujeres de los niños de los adolescentes entonces no habido buenas prácticas de Turismo comunitario de una comunidad entonces hay te das cuenta que cuando tu formas profesionales en turismo no estas tomando en cuenta estos aspectos comunidades es un todo es un conjunto de miembros que viven en estrecha comunión entre ellos en comunión con su espacio geográfico y comunión con el medio ambiente y comunión con la flora, fauna su espacio geográfico y en comunión con los que llegan a las comunidades a los visitantes de la comunidad debería concebirse la comunidad la enseñanza el aprendizaje desde ese punto de vista de que la comunidad es indivisible y que todos estos elementos deben hacer uno solo para desarrollar mejoras como se ha pregonado con los anteriores

gobiernos desarrollar un mejor o mejoras vivir un buen vivir eso deberían contemplar un proceso de enseñanza y aprendizaje del Turismo Comunitario

## **2. ¿Cómo cree que debería ser formado un profesional en Turismo para emprender nuevos retos?**

Realmente como debería formarse un profesional en turismo de manera integral yo creo insisto de manera integral el turismo es una actividad en términos generales involucra a muchos elementos de una sociedad puede ser una micro sociedad o una sociedad mediana o una gran sociedad si hablamos de una comunidad será una micro sociedad si hablamos de un municipio será una sociedad mediana y si hablamos del país será una gran sociedad no es cierto es muchos elementos que interactúan en la actividad turística desde el alojamiento el transporte la alimentación los espacios los sitios turísticos que los visitantes vana visitar no el producto turístico en si es una cadena productiva completa que involucra tanto al visitante como al anfitrión al dueño de casa y a los otros elementos que pueden ser internos o externos a la micro mediana empresa o gran sociedad que se proyecta a visitar por eso el profesional en turismo debería formarse de manera integral tomando en cuenta todos estos aspectos en estos aspectos también entran aspectos académicos como los aprendizajes sobre historia geografía economía cultura religión, literatura gastronomía música etc. Entonces realmente la profesión del turismo o del turistologo del administrador en turismo el guía de turismo el operador de turismo etc.

Es una profesión bastante completa por ahí no especializada en un principio luego puede ir especializando no es cierto si vas a hacer turismo de aventura, turismo paisajístico, turismo deportivo tiene una base especializada y si hablas de una formación de un profesional en términos generales yo creo que debe ser integral debe abarcar muchas áreas del aprendizaje de la enseñanza

## **3. ¿Cuál es el mercado de trabajo específicamente de un profesional en Turismo?**

El mercado de trabajo en términos generales también no vamos hablar del tema coyuntural de la pandemia de la cuarentena en términos generales es bastante amplio desde la investigación en turismo y por supuesto se debe hacer que el turismo es una ciencia desde la investigación científica es importante en la investigación del mercadeo para consolidar un una región un lugar un sitio con vocación turística por ejemplo la luego la programación en todos sus aspectos también para crear productos turísticos debes programar y en la programación interviene los factores que yo ya había mencionado transporte, alimentación, hospedaje, sitios turísticos atractivo turístico así etc. Hace a es justo todo esto la reservación las reservas en la oferta turística reservar espacios en transporte alojamiento alimentación en todo que ya hemos mencionado entonces si ves ya son varias áreas que estamos mencionando que un profesional en turismo se puede desempeñar.

La gestión de proyectos por ejemplo entra la visualización de dificultades de potencialidades tanto de la operación turística como de los sitios turísticos por ejemplo esta profesión también está muy ligada a otras áreas de la investigación como ser antropología la arqueología por eso que muchos profesionales en turismo tienen doble formación en la doble carrera universitaria hay varios profesionales que conozco que son turistologos son arqueólogos sociólogos, antropólogos justamente hay una interrelación disciplinaria ese es

otro mercado como también laboral y el mercado de la guianza es un mercado sumamente amplio porque está estrechamente ligado con el visitante a pesar de que los últimos años han proliferado los grupos de visitantes sin acompañante guía no deja de ser el guía uno de los actores importantísimos de la cadena productiva tiene una decena de escenarios en el mercado laboral en los que pueden desenvolverse un profesional en turismo.

#### **4. ¿Cuál sería las sugerencias a las Universidades e Institutos Técnicos sobre la formación profesional de Turismo?**

En mi experiencia así con los diferentes análisis que yo he hecho de la situación actual en las actividades turística o formación profesionales y en Bolivia particularmente no sé si ocurra lo mismo con otras disciplinas con otras áreas por ejemplo de las profesiones ofrecidas por las universidades yo encuentro que hay una suerte de divorcio entre la academia y la practica la realización misma la actividad turística y yo encuentro que las universidades en general se han enfocado en formaciones muy generales muy superficiales al punto de llamarse turistologos expertos en turismo sin hacer énfasis en una especialidad en alguna área del campo laboral como es la operación turística la investigación científica la gestión de proyectos o la misma guianza no existe por ejemplo en Bolivia una universidad un instituto técnico o alguna otro espacio académico donde se formen guías específicamente no hay eso no se asume que un egresado de una universidad sea cual fuese la católica que forma administración turística se asume que esta egresado de esta carrera puede ejercer de profesión de un guía de turismo un profesional de la universidad es turismo se asume que puede ser guía se asumen muchas cosas entonces no hay una especialización de los profesionales las universidades no están ofreciendo curricular diferenciada especializada por lo tanto se está tomando profesionales con conocimientos muy generales y al mismo tiempo muy superficiales cuando deberíamos desde la academia tender a especializar a los profesionales bueno yo quiero ser operador de turismo perfecto entonces me voy a especializar en esa rama y las universidades deberían poner a ofrecer una área de operación turística yo voy hacer gestor de proyectos solamente esa área entonces yo creo que así podríamos resolver varias de las dificultades que se han producido hasta ahora en nuestro país en toda la actividad turística .MMNN

## ANEXO 26

### GUIA DE ENTREVISTAS PARA ESTUDIANTES DE ULTIMO AÑO DE LA CARRERA DE TURISMO

Considerando la importancia de su opinión con respecto a la formación académica de la carrera de turismo le insinuamos responder las siguientes preguntas:

---

#### **DATOS GENERALES:**

Edad:  Sexo: M.  F.  Nivel:

---

**1. ¿Según su opinión, que tipo de formación académica recibió en la carrera de Turismo?**

R.

**2. ¿Qué campo de trabajo le motiva a usted para haber elegido la carrera de Turismo?**

R.

**3. Según su opinión, ¿cuáles serían las actividades turísticas en las comunidades para desarrollar pasantías y realizar de manera práctica la formación profesional?**

R.

**4. Según su opinión, ¿cuál sería la manera práctica de desarrollar su formación profesional en la carrera de turismo?**

R.

**5. Según su criterio, ¿Cuál sería la modalidad de titulación que permita aplicar el turismo comunitario?**

R.

**6. Según usted ¿Cuáles son las prioridades de formación profesional práctica de la carrera de turismo?**

R.

*Gracias por su colaboración.....*

## ANEXO 27

### GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A EMPRESAS PRIVADAS DEL AREA DE TURISMO

Le insinuamos responder las siguientes preguntas:

1. **¿Cuál es el perfil profesional que la empresa considera pertinente para los profesionales titulados o egresados de la Carrera de Turismo de instituciones técnico superiores?**  
R.
2. **¿Según su criterio empresarial, cual debería ser la característica primordial del profesional en Turismo?**  
R.
3. **Según su criterio, ¿Cómo debería -el profesional de turismo- insentivar el turismo comunitario como una oferta turística?**  
R.
4. **¿Cuáles serían los aspectos pertinentes para la capacitación y actualización de sus recursos humanos en lo referente al turismo comunitario?**  
R.
5. **¿Cuál son las directrices de la empresa de turismo para la realización de pasantías?**  
R.
6. **¿Cuáles son las características para desarrollar el turismo comunitario, según la oferta de la empresa de turismo?**  
R.

*Gracias por su colaboración.....*

## ANEXO 28

### GUIA DE ENTREVISTAS PARA ESTUDIANTES DE ÚLTIMO AÑO DE LA CARRERA DE TURISMO

Considerando la importancia de su opinión con respecto a la formación académica de la carrera de turismo le insinuamos responder las siguientes preguntas:

---

#### DATOS GENERALES:

Edad:  Sexo: M.  F.  Nivel:

---

1. **¿Según su opinión, que tipo de formación académica recibió en la carrera de Turismo?**

**R. La carrera de turismo te da una formación académica a nivel técnico superior y estas son teóricas y prácticas muchos docentes si bien son del área no trabajan en el campo por lo que su enseñanza se basa más en libros.**

2. **¿Qué campo de trabajo le motiva a usted para haber elegido la carrera de Turismo?**

**R. Elegí la carrera de Turismo primero porque veía que uno puede viajar a diferentes lugares, pero con el tiempo vi que turismo no solo es viajar implica muchas otras actividades, disciplinas y puedes trabajar en diferentes lugares como privados y públicos, actualmente lo que me motiva a continuar con la carrera ha es más el campo del boletaje aéreo y los tours internacionales esto obviamente no te enseñan en la carrera quizá muchos lo vean como al muy fácil y es todo lo contrario constantemente hay que estar actualizados y más aún con por la situación en la cual estamos pasando aa muy aparte también me interesa la elaboración de proyectos turísticos especialmente los de base turismo comunitaria o los emprendimientos de turismo comunitarios esto porque hay muchas comunidades o municipios que tienen potencial turístico en las cuales no están siendo aprovechadas hay algunos que si les interesa pero no saben cómo hacer y necesitan ayuda es por esas razón que me interesa la parte de proyectos turísticos.**

3. **Según su opinión, ¿cuáles serían las actividades turísticas en las comunidades para desarrollar pasantías y realizar de manera práctica la formación profesional?**

**R. Podría ser elaborar crear o dar continuidad a los proyectos turísticos que tiene la comunidad o ese municipio esto es con la finalidad de beneficiar económicamente implementado actividades turísticas como una alternativa a su principal vocación económica generalmente pueden darse actividades de tracking, observación de flora y fauna, actividades ecológicas ,agroturismo, todo también dependiendo del lugar donde se encuentre la comunidad.**

4. **Según su opinión, ¿la carrera de turismo desarrolla de manera práctica la formación profesional?**

2

R. En si en aspectos de como agencias de viaje si desarrollan hacemos practicas hacemos viajes y vemos la parte de la administración y como está programado un viaje un paquete es ya muy visible y muy notorio en cualquier aspecto que la agencia de viajes o yo mismo que le hice que lo lance mis paquetes propios y ya tiene muy lógico no.

**5. Según su criterio, ¿Cuál sería la modalidad de titulación que permita aplicar el turismo comunitario?**

R. Obviamente es como técnico superior está bien no, tiene que haber su par poder escalar a la Licenciatura si no hay convenios en el Instituto también uno no solo se puede rajar por ser solamente Técnico Superior por ejemplo yo por mi parte acabo de terminar Técnico Superior y si quiero fortalecer más entonces tendría que llegar un nivel de la Licenciatura tiene que tener una ventaja para poder aprovechar si el estudio no solo de tener solamente que decir ya eres técnico y hay muere si no tiene que haber esa modalidades y eso sería la modalidad de proyecto de grado es más notorio y si realmente has trabajado o no has estudiado no no has estudiado pero también con un examen de grado también es ver si te memorizar y con la práctica y hacerlo no es casi lo mismo no entonces ver en una comunidad en un emprendimiento es muy eficaz de poder dar las mejores respuesta para tu titulación

**6. Según usted ¿Cuáles son las prioridades de formación profesional práctica de la carrera de turismo?**

R. Según las prioridades en la que existe en el instituto en el aprendizaje mismo más que todo se ha visto bien flexible lo que es que el área practica que es una gran ventaja de lo que haces viajes ver también como se mueven la economía más que todo la parte administrativa si tiene su ventaja.

Gracias por su colaboración

## ANEXO 29

### **GUIA DE ENTREVISTAS DIRIGIDA A DOCENTES DE LA CARRERA DE TURISMO**

Señor/a Docente le insinuamos responda a las siguientes preguntas de la manera más clara y sincera posible.

#### **DATOS GENERALES:**

---

Edad:  Sexo: M.  F.  Años de experiencia como Docente:

---

#### **1. ¿Cómo interrelaciona la formación teórica y práctica de sus estudiantes?**

R. En realidad todas materias tiene un producto final que deriva de toda la teoría que se avanza Todas las materias tienen un producto final que deriva digamos de toda la teoría que se avanza por ejemplo en la Teoría del Turismo se ven la Historia del origen del turismo los precursores las definiciones los conceptos las clasificaciones y todo lo demás que tiene que ver en turismo al final el producto final base ser la identificación de un atractivo a través de un de una ficha de inventariación por ejemplo cuando se realiza una visita a Kala Uta o Pariti por ejemplo ellos deben llenar una ficha donde identifiquen la categoría el tipo o subtipo que hagan una descripción en el lugar del atractivo como tal después identificar los servicios las comunicaciones y todo los que nos piden en la ficha no y ya se arranca con eso y los estudiantes del primer semestre ya tienen que tener una noción de que es una ficha como se identifica como se categoriza un atractivo desde ya no será una ficha perfecta durante los tres años tiene que perfeccionar el llenado de fichas que para nosotros es importante no es una la parte técnica y específica del área de turismo.

#### **2. ¿Considerando las características de la carrera de turismo, que aspectos se debería tomar en cuenta para hacerla más atractiva para los estudiantes?**

R. Yo pienso que para hacerlo más atractivo como dice la pregunta sería interesante llevar a toda la parte teórica y práctica a un plano real una cosa es por ejemplo hacer práctica supervisadas viajar conocer pero otra cosa es llevar una situación real nosotros por ejemplo tenemos el producto pescador por un día donde nosotros interactuamos con turistas reales los estudiantes van y hacen practicas reales donde están en contacto directo con el turista viendo



las necesidades y ven todo eso sería hacer mucho más de ese tipo de emprendimientos y no solamente iniciativa en Huatajata sino en lugares diferentes de dónde vienen los estudiantes y ellos pueden incorporar iniciativas productivas eso sería interesante tenemos un estudiante que ya terminado y tiene un emprendimiento en Santiago de Okola ellos ya Santiago de Okola por ejemplo se antes se visitaba el dragón dormido se hacía Tracking se hacía camping y el turismo vivencial y ahora al raíz de conocimientos que se ha adquirido en el Instituto el estudiante ha incorporado una ruta descenso en la roca del Dragón ahora está implementando rapel alas delta vuelos de a las delta entonces eso ya son planos reales donde ya el estudiante está empezando a producir pero durante el proceso de aprendizaje ya se puede implementar si un estudiante tiene las características de un espacio de poder implementar algo se le puede apoyar durante el proceso de aprendizaje eso motivaría bastante repito no Santiago de Okola llama mucho la atención a los chicos no enserio ya están emprendiendo eso es lo atractivo porque siempre el estudiante va querer donde y como va generar ingresos porque el final uno estudia para en adelante generar ingresos a partir de sus conocimientos que mejor mostrar practicar ellos ya tengan las iniciativas para emprender juntos no eso me parece no.

### **3. ¿En la actualidad, el pensum de la Carrera cómo aplica el turismo comunitario?**

R. El turismo comunitario en realidad es una materia transversal no que se profundiza más en la materia de sustentabilidad turística de todas maneras es una materia transversal todas la materias que cada uno de los docentes que dictan tiene que tener esa transversalidad por ejemplo en cualquier iniciativa de proyectos digamos de ideas de proyectos en materia de diseño de productos o proyectos de grado si o si tienen que contemplar el tema del turismo comunitario no como una actividad turística sino como un enfoque por ejemplo siempre se va hablando si queremos implementar un proyecto en una comunidad siempre tomar en cuenta a la comunidad como puede integrar las personas de la comunidad en este proyecto no ellos ser parte y beneficiarse hay que tomar en cuenta que todos los recursos naturales culturales en una comunidad es patrimonio de todos no por ejemplo el Lago una fiesta digamos no está bien que solo una persona se beneficie es una materia transversal es un tanto de valores que se inculca para que ellos en adelante puedan generar sus emprendimientos o actividades ideas de proyectos que tengan pero siempre tomando en cuenta a la comunidad respeto al medio ambiente la redistribución equitativa de recursos todo eso es algo transversal y todos y todas deberían tener y tienen en realidad esa profundización de la materia de sostenibilidad turística.

**4. ¿Si no lo hace, la carrera cómo desarrollaría el turismo comunitario dentro del proceso de aprendizaje?**

R. Existen estrategias metodológicas que practiquen esta parte del turismo comunitario que se pueden hacer en cuanto a este tema por ejemplo en los proyectos o trabajos colaborativos los trabajos no tienen que ser individuales no tienen que ser grupales donde se integren los demás estudiantes hay que tomar en cuenta los estudiantes son de diversos espacios no diversas costumbres también tienen diferentes costumbres ellos tienen que tener la capacidad de integrarse.

**5. ¿Cuál debería ser el proceso para aplicar el turismo comunitario en la formación profesional?**

R. Trabajos colaborativos y normalmente no se hacen trabajos individuales hasta los exámenes tiene que ser colaborativos hay estamos desarrollando la capacidad de adaptarse a diferentes situaciones de delegar por ejemplo responsabilidades de asumir responsabilidades eso son estrategias que se van a asumiendo también hay que tomar en cuenta que el turismo comunitario no es una actividad no es un paradigma en realidad es un paraguas que nos permite un desarrollo similar al o complementario al turismo sostenible no entonces es un tanto inmerso que están las estrategias metodológicas principalmente digo de los trabajos colaborativos .

*Gracias por su colaboración.*

**ANEXO 30**  
**GUIA DE ENTREVISTAS DIRIGIDA A EMPRESAS**  
**DEL ÁREA DE TURISMO**

Le insinuamos pueda responder a las preguntas formuladas, de la manera más explícita por favor

- 1. ¿La empresa que usted dirige cuenta entre su personal con profesionales titulados o egresados de la Carrera de Turismo de instituciones técnico superiores?**
  
- 2. El profesional en Turismo que trabaja o trabajo en la institución, realiza o realizo su trabajo de manera:**
  
- 3. Su empresa de turismo ¿considera el desarrollo del turismo comunitario como?**
  
- 4. ¿La empresa de turismo tiene la predisposición de invertir en la capacitación y actualización de sus recursos humanos?**
  
- 5. ¿La empresa de turismo permite la realización de pasantías?**
  
- 6. ¿La empresa considera pertinente ofertar el desarrollo del turismo comunitario?**

*Gracias por su colaboración.*