

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



**Título: Programa Estratégico para la Gestión Municipal de**  
**Servicios Turísticos en la región de Uyuni**  
**(Operadoras de Turismo)**

Proyecto de grado presentado para la obtención del Grado Académico de Licenciatura en  
Turismo

**POR: CARLA XIMENA VARGAS SOTO**

**TUTORA: LIC. DORYS ÁRIAS**

La Paz – Bolivia

Mayo, 2017

***AGRADECIMIENTO:***

Agradezco principalmente a Dios por permitirme llegar hasta esta etapa de mi vida, a mi mamita Silvia por la confianza y apoyo incondicional en todo el desarrollo de este proceso, a mi mejor amiga Susan que sin ninguna obligación me ha ayudado bastante para que todo esto se esté llevando a cabo.

Este proyecto también lo dedico a mi compañero de vida Jhonny y a mi hermosa hija, por ser mis más grandes motivadores.

Y un agradecimiento especial a mi tutora Lic. Arias por todos sus conocimientos y dedicación, llegando a convertirse en una guía y un ejemplo en lo profesional.

***DEDICATORIA:***

Este proyecto y esta etapa de mi vida se la dedico a mi hija Sofía, por haber sido mi mayor motivación y le sirva como muestra que todas las metas que uno se propone se llegarán a cumplir con esfuerzo y dedicación.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**INDICE**

INTRODUCCIÓN .....	12
CAPÍTULO I.....	14
ASPECTOS GENERALES .....	14
1.1 ANTECEDENTES .....	15
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	17
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4. OBJETIVOS.....	20
CAPÍTULO II.....	21
MARCO CONCEPTUAL .....	21
2.1. TURISMO CONCEPTOS Y DEFINICIONES.....	22
2.2. SISTEMATURÍSTICO.....	23
2.3. SERVICIO .....	25
2.3.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.....	25
2.3.1.1. INTANGIBILIDAD.....	25
2.3.1.2. INSEPARABILIDAD.....	26
2.3.1.3. HETEROGENEIDAD.....	26
2.3.1.4. CARÁCTER PERECEDERO .....	26
2.3.2. LAS DIMENSIONES DE LOS SERVICIOS .....	26
2.4. SERVICIOS TURÍSTICOS.....	27
2.4.1. EMPRESAS DE VIAJE Y TURISMO EN TODAS SUS MODALIDADES Y CATEGORÍAS .....	28
2.4.2. SERVICIO DE HOSPEDAJE TURÍSTICO .....	29
2.4.3. SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO EXCLUSIVO,.....	31
2.4.4. GUÍAS DE TURISMO .....	32
2.4.5. SERVICIOS GASTRONÓMICOS TURÍSTICOS .....	33
2.5. PRODUCTO TURÍSTICO .....	34
2.6. CALIDAD.....	36
2.6.1. CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.....	37
2.6.2. PRINCIPIOS DE CALIDAD ENFOCADA AL TURISMO.....	39

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

2.6.3. ESTÁNDARES DE CALIDAD.....	40
2.6.4. NECESIDADES, MOTIVACIONES Y ESPECTATIVAS DEL CLIENTE .....	40
2.7. GESTIÓN .....	43
2.7.1. GESTIÓN DE CALIDAD.....	43
2.7.2. GESTIÓN TURÍSTICA.....	44
2.7.3. GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL.....	45
2.8. PROGRAMA.....	46
2.8.1. CLASES DE PROGRAMA .....	47
2.8.2. FASES DEL PROGRAMA.....	47
2.9. ESTRATEGIA .....	48
CAPÍTULO III .....	50
MARCO LEGAL.....	50
3.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO .....	51
3.2. LEY GENERAL DE TURISMO “BOLIVIA TE ESPERA” N° 292.....	51
3.3. DECRETO SUPREMO 2609, REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY N° 292 .....	54
3.4. LEY N° 031, MARCO DE AUTONOMÍAS Y DESCENTRALIZACIÓN “ANDRÉS IBÁÑEZ” .....	60
CAPÍTULO IV .....	62
SECTOR DE ESTUDIO.....	62
4.1. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS.....	63
4.2. ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS TURÍSTICAS .....	64
4.3. CONDICIONES MEDIOAMBIENTALES .....	65
4.4. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	66
4.5. RECURSOS TURÍSTICOS .....	67
4.5.1. RECURSOS NATURALES .....	67
4.5.2. ATRACTIVOS CULTURALES Y PATRIMONIALES .....	68
4.5.3. ACONTECIMIENTOS Y EVENTOS .....	70
4.6. SERVICIOS TURÍSTICOS .....	72
4.6.1. OPERADORAS DE TURISMO .....	72
4.6.2. SERVICIO DE TRANSPORTE.....	73
4.6.3. INFORMACIÓN TURÍSTICA .....	73

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

4.6.4. SERVICIOS GASTRONÓMICOS TURÍSTICOS .....	74
4.6.5. SERVICIO DE HOSPEDAJE .....	74
CAPÍTULO V .....	75
ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE .....	75
LAS OPERADORAS DE TURISMO .....	75
5.1 OPERADORAS TURÍSTICAS .....	76
5.1.1. PRODUCTOS TURÍSTICOS .....	77
5.1.2. ANÁLISIS DE COSTOS DE OPERACIÓN EN EL SERVICIO TURÍSTICO .....	78
5.1.3. DIAGNÓSTICO DE LAS OPERADORAS DE TURISMO .....	81
5.2 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO .....	82
5.2.1. DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TURISTICO .....	84
5.3 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DE GUÍA .....	85
5.3.1. DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO DE GUÍA EN EL MUNICIPIO DE UYUNI .....	86
5.4 CRUCE DE VARIABLES .....	87
5.4.1 CRUCE DE VARIABLES DEL FODA - OPERADORAS DE TURISMO .....	87
5.4.2 CRUCE DE VARIABLES DEL FODA - TRANSPORTE TURÍSTICO .....	90
5.4.3 CRUCE DE VARIABLES DEL FODA - GUÍAS DE TURISMO .....	93
5.4.4 ESTRATEGIAS PARA EL SERVICIO TURÍSTICO DEL TOUR SALAR .....	96
5.5 ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA DEMANDA TURÍSTICA .....	97
5.5.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA SEGÚN LUGAR DE PROCEDENCIA .....	100
5.5.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA SEGÚN EDAD .....	104
5.5.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL .....	105
5.6. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LOS ENTES DE GESTIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE UYUNI .....	107
5.6.1. GOBIERNO AUTÓNOMO DEPARTAMENTAL DE POTOSÍ .....	108
5.6.2. GESTIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE UYUNI .....	109
5.6.3. ORGANIZACIONES EN EL TURISMO .....	111
CAPÍTULO VI .....	112
MARCO METODOLÓGICO .....	112
6.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	113
6.1.1 INSTRUMENTOS .....	114

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

6.1.2 FASES DE LA INVESTIGACIÓN .....	114
6.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO Y DISEÑO DE LA MUESTRA.....	119
CAPÍTULO VII.....	122
MARCO PRÁCTICO.....	122
7.1 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LAS OPERADORAS DE TURISMO .....	123
7.2. RESULTADO ENCUESTAS DE SATISFACCION A TURISTAS .....	129
CAPÍTULO VIII .....	139
PROPUESTA.....	139
8.1. INTRODUCCIÓN .....	140
8.2. PROGRAMAS .....	142
8.2.1 PROGRAMA 1. CONFORMACIÓN DEL COMITÉ DE CALIDAD .....	142
8.2.2 PROGRAMA 2. .... DISEÑO DE SISTEMAS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.....	155
8.2.3 PROGRAMA 3. CAPACITACIÓN DE GESTIÓN DE LA CALIDAD A LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS .....	164
8.2.4 PROGRAMA 4. .... MEJORAMIENTO DE LOS RECINTOS, INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.....	175
8.2.5 PROGRAMA 5. CALIDEZ .....	184
8.2.6 PROGRAMA 6. SEGUIMIENTO Y MONITOREO .....	192
CAPÍTULO IX .....	219
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	219
9.1. CONCLUSIONES .....	220
9.2. RECOMENDACIONES .....	222
BIBLIOGRAFIA.....	223
ANEXOS .....	226
<b>ANEXO 6 .....</b>	<b>250</b>
<b>EVALUACIÓN A LAS OPERADORAS SOBRE LA CALIDAD DEL PRODUCTO TURÍSTICO UYUNI.....</b>	<b>250</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b>	Sistema turístico según la OMT.....	23
<b>Gráfico 2.</b>	Componentes del Producto Turístico.....	35
<b>Gráfico 3.</b>	Progresiones estadísticas 2013 al 2019.....	100
<b>Gráfico 4.</b>	Representación Gráfica del Flujo Estadístico por Continente2015... ..	101
<b>Gráfico 5.</b>	Número del personal de las Operadoras.....	123
<b>Gráfico 6.</b>	Aspectos a tomar en cuenta para la contratación del personal.....	124
<b>Gráfico 7.</b>	Medios con que se capta pasajeros.....	124
<b>Gráfico 8.</b>	Selección de proveedores y servicios.....	125
<b>Gráfico 9.</b>	Problemas al momento de brindar el servicio.....	126
<b>Gráfico 10.</b>	Registro o métodos de quejas.....	126
<b>Gráfico 11.</b>	Método de reclamos o quejas del servicio.....	127
<b>Gráfico 12.</b>	Predisposición de las operadoras.....	127
<b>Gráfico 13.</b>	Instalaciones físicas de la operadora.....	129
<b>Gráfico 14.</b>	Transportes Turístico.....	130
<b>Gráfico 15.</b>	Percepción Servicio de Alimentación.....	130
<b>Gráfico 16.</b>	Percepción Servicio de Guía.....	131
<b>Gráfico 17.</b>	Percepción Servicio de Chofer.....	132
<b>Gráfico 18.</b>	Percepción Servicio del Counter.....	132
<b>Gráfico 19.</b>	Medidas de Seguridad en el tour Salar.....	133
<b>Gráfico 20.</b>	Primera experiencia de la prestación de servicio.....	134
<b>Gráfico 21.</b>	Servicio Personalizado.....	134
<b>Gráfico 22.</b>	Capacidades del Personal.....	135
<b>Gráfico 23.</b>	Organización del Tour y Formación del Personal.....	136
<b>Gráfico 24.</b>	Expectativa de la calidad.....	136
<b>Gráfico 25.</b>	Estructura del Comité de Calidad.....	145



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b>	Clasificación y Categorización Hotelera.....	30
<b>Tabla 2.</b>	Clasificación de Respuesta de Compra.....	41
<b>Tabla 3.</b>	Gasto de Operación Servicio del tour de un día Salar.....	79
<b>Tabla 4.</b>	Ganancia Por Grupo del Servicio de un día Salar.....	80
<b>Tabla 5.</b>	Flujo de Visitantes extranjeros y Estadía media en los principales Destinos Turísticos.....	97
<b>Tabla 6.</b>	Flujos Estadísticos por Año del Municipio de Uyuni.....	99
<b>Tabla 7.</b>	Flujo Estadístico por Continente.....	101
<b>Tabla 8.</b>	Flujo de Turistas en Países de Europa 2015.....	102
<b>Tabla 9.</b>	Flujo De Turistas En Países De América Latina 2015.....	103
<b>Tabla 10.</b>	Flujo de Visitantes del Continente Asiático 2015.....	104
<b>Tabla 11.</b>	Flujo Turístico por Edad 2015.....	105
<b>Tabla 12.</b>	Ponderación de Variables.....	117
<b>Tabla 13.</b>	Sumatoria de Variables.....	118
<b>Tabla 14.</b>	Programa 1. Conformación del Comité de Calidad.....	143
<b>Tabla 15.</b>	Estructura Financiera del Programa 1. Conformación del Comité de Calidad.....	153
<b>Tabla 16.</b>	Cronograma Programa 1. Conformación del Comité de Calidad.....	154
<b>Tabla 17.</b>	Programa 2. Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos.....	156
<b>Tabla 18.</b>	Estructura Financiera del Programa 2. Actividad 1 Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, Transportista y guías.....	158
<b>Tabla 19.</b>	Estructura Financiera del Programa 2. Actividad 2. Elaboración y Capacitación en el Cuestionario de Calidad.....	159

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>Tabla 20.</b>	Estructura Financiera del Programa 2. Actividad 3. Presentación y Promoción del Instrumento de Evaluación de Calidad.....	160
<b>Tabla 21.</b>	Cronograma Programa 2. Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos.....	161
<b>Tabla 22.</b>	Programa 3. Capacitación en Calidad y Sistema de Gestión de Calidad .....	165
<b>Tabla 23.</b>	Contenido de la Capacitación para Operadores de Turismo.....	164
<b>Tabla 24.</b>	Estructura Financiera del Programa 3. Capacitación para Operadores de Turismo.....	168
<b>Tabla 25.</b>	Contenido de la Capacitación para el Transporte Turístico.....	169
<b>Tabla 26.</b>	Estructura Financiera del Programa 3. Capacitación al Transporte Turístico.....	171
<b>Tabla 27.</b>	Contenido de la Capacitación para Guías de Turismo.....	172
<b>Tabla 28.</b>	Estructura Financiera del Programa 3. Capacitación para guías de turismo.....	173
<b>Tabla 29.</b>	Cronograma Programa 3. Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios Turísticos.....	174
<b>Tabla 30.</b>	Programa 4. Mejoramiento de las empresas turísticas.....	166
<b>Tabla 31.</b>	Requisitos físicos y equipos de operación en la oficina de turismo.....	177
<b>Tabla 32.</b>	Características físicas del Transporte Turístico .....	178
<b>Tabla 33.</b>	Requisitos físicos y equipos de operación en el Guía de Turismo.....	179
<b>Tabla 34.</b>	Estructura Financiera del Programa 4. Mejoramiento de las Empresas Turísticas. Fase 1. Establecimiento de requisitos.....	180

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>Tabla 35.</b>	Estructura Financiera del Programa 4. Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística. Fase 2. Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística.....	181
<b>Tabla 36.</b>	Estructura Financiera del Programa 4. Fase 3 Inspecciones y evaluaciones. Fase 3. Inspecciones y evaluaciones.....	182
<b>Tabla 37.</b>	Cronograma Programa 4. Mejoramiento de la Infraestructura Turística.....	183
<b>Tabla 38.</b>	Programa 5. Calidez.....	185
<b>Tabla 39.</b>	Contenido del taller: Importancia de la Atención al Cliente.....	186
<b>Tabla 40.</b>	Estructura Financiera del Programa 5. Taller 1. Importancia de la Atención al Cliente.....	186
<b>Tabla 41.</b>	Contenido del taller: Elementos clave del servicio al cliente.....	187
<b>Tabla 42.</b>	Estructura Financiera del Programa 5. Taller 2. Elementos clave del servicio al cliente.....	188
<b>Tabla 43.</b>	Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico.....	189
<b>Tabla 44.</b>	Estructura Financiera del Programa 5. Taller 3. Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico.....	189
<b>Tabla 45.</b>	Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos.....	190
<b>Tabla 46.</b>	Estructura Financiera del Programa 5. Taller 4. Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos.....	191
<b>Tabla 47.</b>	Cronograma Programa 5. Calidez.....	191
<b>Tabla 48.</b>	Estructura Financiera del Programa 6. Actividad 1. Seguimiento y Monitoreo.....	193
<b>Tabla 49.</b>	Cronograma Programa 6. Seguimiento y Monitoreo.....	194
<b>Tabla 50.</b>	Cronograma General.....	195

<i>Tabla 51.</i>	Financiamiento General.....	196
<i>Tabla 52.</i>	Proyecto según fuente de financiamiento.....	197

***NDICE DE FIGURAS***

<i>Figura 1.</i>	Formularios de control de calidad .....	161
<i>Figura 2.</i>	Datos del turista.....	162
<i>Figura 3.</i>	Datos de la empresa.....	162
<i>Figura 4.</i>	Experiencia del turista.....	163

## **INTRODUCCIÓN**

El gran potencial turístico en la parte sud oeste de Potosí; El Salar, ha hecho que estos últimos años se enfrente a nuevos mercados y nuevas actividades importantes a nivel mundial, exigiendo a las autoridades más y mejores gestiones realizadas en el campo del turismo para que puedan satisfacer las necesidades de los nuevos clientes y respondan a las demandas de comunicación, transparencia, eficiencia y coordinación.

Históricamente Uyuni fue considerada una ciudad Ferroviaria y comercial, hasta 1996, posteriormente el turismo se ha convertido en la actividad principal del Municipio, gracias a su atractivo natural del Salar, llegando a ser uno de los principales destinos turísticos de Bolivia, el cual, en estos últimos años ha tenido gran promoción a nivel nacional e internacional.

El 2004 el Salar de Uyuni fue lanzado por diferentes medios como la imagen emblemática del turismo en Bolivia, convirtiéndose desde ese momento en uno de los lugares más visitados, al igual que el Lago Titicaca y el Parque Madidi. Para el 2012 el Salar de Uyuni fue elegido por las redes sociales “Icono de la Riqueza Natural” categorizándolo como uno de lugares más majestuosos del mundo en paisaje y desde el 2014 hasta el 2017 fue incluido en una de las más famosas competencias a nivel mundial que es el DAKAR.

A consecuencia se puede percibir dentro el municipio una actividad turística desordenada y con poco control sobre ello por las autoridades, en lo que respecta al Gobierno Autónomo Municipal de Uyuni no está llevando a cabo ningún proyecto específicamente para los servicios turísticos, lo que claramente da a notar la ausencia de medidas de control en el desarrollo de la actividad. Según entrevistas con los presidentes de las Asociaciones de Turismo en el Municipio, manifiestan que el

municipio tiene muy poca relación y coordinación con el sector. Como se puede ver en **Anexo 1**.

De acuerdo a las nuevas políticas de turismo del PLANTUR 2015 – 2020 es necesario impulsar la gestión de calidad por parte de los empresarios privados para que adopten estándares de servicios competitivos a nivel internacional, por lo cual, es necesario planificar mejor la actividad turística en servicios, proponiendo programas que puedan alcanzar resultados positivos para el sector de las operadoras de turismo como para el municipio de Uyuni.

Al resultado que se quiere llegar en primera instancia es, que las empresas operadoras del municipio de Uyuni sean más competentes dentro el mercado nacional e internacional, ofreciendo servicios de calidad, y al mismo tiempo el municipio se convierta en modelo de Gestión Turística Local.

El proyecto está compuesto por programas y a la vez por actividades, empezando por la conformación de un Comité de Calidad, diseño de un instrumento de control de calidad, elaboración de programas de capacitaciones, establecimiento de parámetros para la mejora en la infraestructura y equipamiento turístico, sensibilización en Calidez turística y el correspondiente seguimiento y monitoreo del programa.

El proyecto fue elaborado para fines académicos para obtener la titulación de la Carrera de Turismo, con el propósito de que a futuro sea propuesto al Gobierno Autónomo Municipal de Uyuni, para su financiamiento y ejecución.

# CAPÍTULO I

## ASPECTOS GENERALES

---



## **1.1 ANTECEDENTES**

Muchos autores consideran al turismo un fenómeno social, cultural y económico a consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera del lugar habitual de residencia, compuestas por empresas dedicadas a la comercialización de servicios turísticos, generando ingresos y empleo en las comunidades locales.

Dada su gran importancia en la economía es que muchos países empezaron a gestionar sus comunidades turísticamente, a fin de tener un mejor control en los servicios y actividades que realizan a favor del municipio.

La gestión turística es ahora una de las estrategias de los gobiernos del primer mundo, como es el caso de España en “Modelos en Gestión Turística local” y México en su “Manual para la planificación y gestión del desarrollo turístico Municipal” entre otros, al igual gran parte de América Latina como Argentina, Chile, Colombia y Perú han visto la importancia de gestionar y promover el turismo de manera local, el cual se refleja en varios documentos en gestión municipal local que tienen elaborados.

Actualmente el turismo tiene rol protagónico a nivel nacional convirtiéndose para el 2013 en la quinta actividad económica en la captación de divisas alcanzando a \$us 614,2 millones (Según el Instituto Nacional de Estadística - Dosiers), entre el 2015 al 2017 según la Organización Mundial de Turismo (OMT) y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) señala que Bolivia recibió 882 mil turistas extranjeros que generaron un movimiento económico de 692,6 millones de dólares, un promedio de 785,3 dólares por turistas, representando el 2,8 % del Producto Interno Bruto PIB y un 2,4% del total de empleos del sector industrial<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> [www.boliviaviajes.org](http://www.boliviaviajes.org) – abril 2017



Datos oficiales del Ministerio de Culturas en la edición del periódico el Deber, indica que llegaron a Bolivia 1.295.729 turistas extranjeros y que uno de los destinos más visitados fue el Salar de Uyuni.

A nivel nacional el destino Salar de Uyuni y la Reserva Eduardo Avaroa registra mayor número de visitantes extranjeros, en documentos del Viceministerio de Turismo, Uyuni ocupa el cuarto lugar dentro de los más visitados con una cifra de 75.981 y la REA con 80.966. Lo que se puede concluir a que esta parte del sud oeste de Bolivia está causando gran interés hacia nuevas demandas turísticas.

La gran variedad de atractivos han hecho que varias comunidades, tengan una vocación turística, convirtiéndose en destinos, lo cual ha dado paso a sus gobiernos locales a realizar algunos proyectos en gestión turística como el caso de Copacabana el “Proyecto de ordenamiento de la actividad turística en el Municipio de Copacabana entre el 2009 y 2010”, Rurrenabaque “Gestión Turística Municipal y Comunitaria” financiado por la Agencia de la GIZ (Deutsche el Mejoramiento de la Competitividad (SGMC)” y Uyuni “Sistema de Gestión” implementado por CAF-Banco de Desarrollo de América Latina en alianza con el Viceministerio de Turismo y el Gobierno Autónomo Municipal de Uyuni el 2014.

El Municipio de Uyuni representa un gran movimiento turístico, según estadísticas de la Secretaria de Turismo de la Gobernación de Potosí, en 98.119 turistas registrados en el año 2015, con un crecimiento del 10% al año anterior, lo que da a notar que existió en este último año mayor interés de los extranjeros en conocer este atractivo.

Como centro de operaciones el municipio enfrenta dificultades en el sector de servicios turísticos, problemas que no están siendo resueltos por las autoridades del gobierno municipal, y que a futuro puede ser contraproducente para el avance turístico local

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El Municipio de Uyuni ha tenido un crecimiento a pasos agigantados, ya son más de 130 empresas operadoras de turismo, según entrevistas con la Secretaría de Turismo de la Gobernación de Potosí, el responsable manifiesta que en estos últimos años el incremento en empresas de turismo fue muy significativo. Ver **Anexo N°2**.

Al incrementarse la demanda también se incrementa las disconformidades y reclamos de los servicios turísticos de algunas empresas operadoras lo cual muestra que el desarrollo del turismo no va acorde a las nuevas necesidades y exigencias de los turistas actuales, y el municipio aún no está proponiendo estrategias para un destino con vocación turística.

Este crecimiento fue tan repentino que no dio tiempo a las autoridades municipales a establecer un seguimiento y control, esto puede demostrar la carencia de proyectos que ayuden al sector turístico especialmente a los servicios.

Uyuni, a pesar de ser un destino principal de Bolivia y ser el centro de operaciones para conocer el Salar, no se está gestionando adecuadamente el turismo local, se ha podido observar que a muchas empresas les falta experiencia en lo que es brindar servicios de calidad, al igual que el recurso humano con quien trabaja, de no llegar a cubrir los requerimientos en sus instalaciones y equipamientos en oficinas y vehículos.

Dado que el turismo es una de las actividades con mucho potencial en el municipio de Uyuni, esta requiere de una planificación integral; por lo que, como primera instancia se propondrán algunas estrategias de gestión para uno de los sectores más grandes y significativos del turismo, recomendando a que se prosiga con los demás sectores y así mejorar la calidad de una manera integral.

Las estrategias propuestas serán en primera instancia para el servicio turístico del tour de un día Salar y ofrecer una solución a esas disconformidades de la actual demanda turística.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El turismo es una de las actividades principales en el Municipio para el ingreso económico de la población y con el potencial turístico del Salar, es por esto que es necesario contribuir al desarrollo del turismo de la mejor manera posible.

La gran promoción turística a nivel internacional ha dado paso a una serie de cambios en la demanda, ya que cada vez son más exigentes con respecto a servicios y en las experiencias que esperan tener, esto ocasiona que no todas las empresas operadoras puedan satisfacer esta demanda actual.

Como se mencionó anteriormente, el tour de un día Salar es uno de los más comunes realizados por todas las empresas operadoras de turismo, este tour se caracteriza por pasar más tiempo y disfrutar gran parte del Salar.

Frente a todos estos cambios en el turismo de la región es que el presente proyecto pretende ayudar al Municipio proponiendo estrategias que ayuden a mejorar la calidad en la actividad turística con el fin de optimizar el servicio y la imagen como destino.

Al respecto muy poco se hizo en relación a la gestión de la calidad de los servicios turísticos. Por parte del Municipio no se está llevando proyectos de estas características, ya que solo apoyan con actividades de promoción y difusión sin tomar en cuenta la calidad del servicio que brindan las operadoras.

Por lo tanto, el proyecto está diseñado para contribuir en la gestión de la calidad turística del Municipio sirviendo como una guía para mejorar los servicios, mediante actividades que contribuyan al crecimiento del turismo en la región.

## **SOCIAL**

Desde el punto de vista social el proyecto contribuirá a despertar la conciencia sobre la importancia de la calidad en los servicios turísticos en el Municipio de Uyuni buscando una mejor calidad de vida en la población y de las personas involucradas en la actividad, tanto en turistas como en los operadores de servicios, ofreciendo un mejor servicio y ayudando al crecimiento municipal.

## **CULTURAL**

El proyecto ayudará a introducir una cultura de calidad en la población sobre los servicios turísticos, brindando conocimiento a las nuevas generaciones de la importancia en brindar un servicio de calidad que vaya acorde a las nuevas tendencias y expectativas de los turistas.

Las operadoras, al tener un mejor servicio de calidad tendrán la necesidad de crear una cultura organizacional la cual deberá capacitarse de manera constante.

## **POLÍTICA**

Los resultados del proyecto servirán como instrumento para una regulación adecuada de las actividades turísticas realizadas por las operadoras de turismo del Municipio de Uyuni, planteando estrategias relacionadas al tema de calidad en los programas que ofrecen.

## **ECONÓMICA**

La gestión de la calidad generará en la población beneficios económicos como: generación de empleo, rentas locales, disminución de pobreza, ingresos de divisas, oportunidades a los empresarios locales para crear más negocios, además de estimular la expansión de otras actividades comerciales, a un turismo en base a una buena planificación y gestión.

Así mismo contribuirá a la producción de servicios y competitividad a través de una nueva imagen de calidad del destino Uyuni en sus productos turísticos.

#### **1.4. OBJETIVOS**

##### **1.4.1. GENERAL**

- Diseñar un programa estratégico para la gestión municipal de servicios turísticos a través de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad.

##### **1.4.2. ESPECÍFICOS**

- Analizar la situación actual de la prestación de los servicios turísticos ofertados por los operadores .
- Elaborar el diagnóstico, estableciendo las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas, en la realización de los servicios.
- Identificar el nivel de satisfacción de los turistas del producto turístico Salar.
- Diseñar programas estratégicos municipales la gestión de los servicios de las operadoras del producto Salar incorporando el Sistema de Gestión de Calidad

## CAPÍTULO II

# MARCO CONCEPTUAL

---



## **2.1. TURISMO CONCEPTOS Y DEFINICIONES**

Existen muchas definiciones y conceptos de lo que es turismo, uno de los precursores en su conceptualización a través del consenso internacional de la Naciones Unidas es la Organización Mundial del Turismo OMT, definiéndolo como “Un fenómeno social, cultural y económico, relacionado con el movimiento de las personas a lugares fuera de su lugar de residencia habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año y mínimo de 24 horas (pernoctando en el destino); principalmente con fines de ocio, negocios/profesionales, entre otros”. (OMT, 1994:11)

El turismo tiene una relevancia desde el punto de vista económico, cultural y medio ambiental muy importante, entre los autores que da a notar son:

Milio y Cabo enfatizan que la actividad turística “Integra la producción, distribución y consumo de bienes y servicios para satisfacer al cliente y que requieren empresas que se dediquen a realizar las actividades que lo hagan posible”. (2000:6). „

Como indica Briceño, “El turismo para muchos países constituye una actividad de importancia desde el punto de vista económico por su capacidad de generar actividades conexas y complementarias de tipo productivo, divisas y además empleo directo e indirecto. Por estas razones el turismo es considerado una herramienta de desarrollo integral con significado económico, contenido social y dimensiones políticas, propias.” (2008:11)

A nivel local según el Manual de Gestión Turística, “El turismo es considerado como una actividad propia de la sociedad moderna, a consecuencia de la necesidad de conocer nuevos sitios, encontrándose con distintas sociedades, realizando actividades y demandando servicios en base a un precio y a los equipamientos creados para dar respuesta a sus necesidades.” (2005:10)

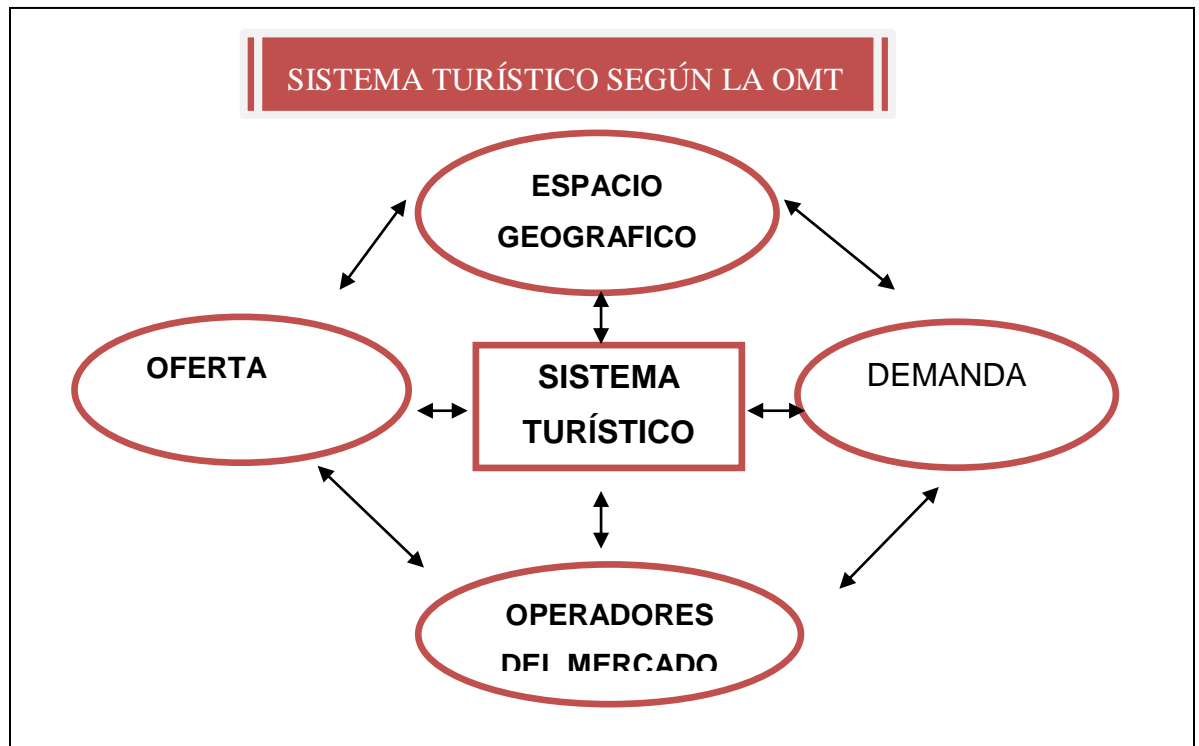
## 2.2. SISTEMATURÍSTICO

Se entiende por sistema turístico al conjunto de elementos integrados, designados a realizar cooperativamente una función determinada (Árias, 2006:91).

A este concepto se puede complementar con el de Cuervo (Citado por Acerenza, 1995:168) “El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se genera en virtud de ciertos desplazamientos humanos”

Según la Organización Mundial de Turismo, el modelo del sistema turístico está formado por cuatro elementos básicos los cuales interactúan entre sí, como se muestra en el gráfico. (1998:47)

**Gráfico 1.** SISTEMA TURÍSTICO SEGÚN LA OMT



**Fuente:** Organización Mundial de Turismo OMT (1998), Introducción al Turismo, pág.



**La demanda.-** Formada por el conjunto de consumidores reales y potenciales de bienes y servicios turísticos los cuales poseen necesidades y deseos que hay que satisfacer.

**La oferta.-** Compuesta por el los recursos turísticos naturales, culturales (montañas, la gente, etc.), los servicios (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, información turística, transporte, etc.), equipamientos (hospitales, parques, policía, etc.) y las infraestructuras (carretera, agua, luz, electricidad., etc.)

**El espacio geográfico.-** Base física donde se desarrolla el encuentro de la oferta y la demanda y lugar dónde se sitúa la población residente, el entorno que tiene lugar todas las relaciones, el contacto físico y las situaciones varias.

**Los operadores del mercado.-** Son aquellas empresas públicas y privadas que facilitan la interrelación entre la oferta y demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte, los organismos públicos que mediante su trabajo profesional se ocupa de la ordenación y promoción de la actividad.

Así mismo dentro de este conjunto se pueden identificar los siguientes subconjuntos:

- Transporte
- Alojamiento
- Servicios de alimentación
- Centros de amenidades y diversión
- Establecimientos comerciales
- Servicios complementarios tales como agencias de viajes, guías de turismo, empresas que rentan movilidades, etc

Todo esto hace notar que el turismo no puede dejar de ser un sistema articulado de relaciones, tanto de los atractivos como de todas las facilidades que se debe tener para disfrutar de los mismos.

## **2.3. SERVICIO**

Hoy en día una de las principales tendencias en todo el mundo es el crecimiento de los servicios. El crecimiento del sector turístico dio paso a la creación de operadoras turísticas que diversifican el servicio turístico para una máxima experiencia.

Kotler y Bloom definen que “Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no da resultado la propiedad de nada. Su producción puede estar, o no, vinculada a un producto físico”. (1974:74)

“El servicio se puede definir como una serie de prestaciones que el cliente recibe, unidas a los componentes básicos del producto.” (Millo, 2000:116)

### **2.3.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

Según Kotler, Bowen y Makens; (1997: 81) las cuatro características de los servicios son:

#### **2.3.1.1. INTANGIBILIDAD**

Son los servicios que no pueden verse, degustarse, sentirse, oírse ni olerse antes de su adquisición.

En el caso de las agencias de viajes y operadoras son las experiencias del paquete o producto turístico, los recuerdos, los paisajes,

Para reducir la incertidumbre causada por la intangibilidad los compradores buscan una evidencia tangible que les proporcione información y confianza sobre el servicio, como ser que el servicio empieza a hora, brinde información real, que el personal de contacto sepa satisfacer sus dudas, etc.

### **2.3.1.2. INSEPARABILIDAD**

En la mayoría de los servicios turísticos, tanto el proveedor de servicios como el cliente deben estar presentes para que se lleve a cabo la transacción y ambos deben comprender el sistema de entrega del servicio. Los empleados que establecen el contacto con los clientes forman parte del producto, como también el cliente.

### **2.3.1.3. HETEROGENEIDAD**

Los servicios son muy variables. Su calidad depende de quién los proporciona, de cuando y donde se ofrecen, se producen y consumen de forma simultánea, lo cual limita el control de calidad puesto que la consistencia del producto depende de las habilidades y el desempeño del proveedor de servicios en el momento de intercambio.

### **2.3.1.4. CARÁCTER PERECEDERO**

Los servicios no pueden almacenarse, para que los servicios aumenten al máximo las ganancias se debe manejar la capacidad y la demanda.

## **2.3.2. LAS DIMENSIONES DE LOS SERVICIOS**

Los servicios poseen características especiales, las cuales son tomadas en consideración por los clientes para formarse un juicio respecto a la calidad del mismo. Weil (2003:10)

Estas características son integradas en 5 dimensiones generales, las cuales se describen a continuación:

**a) Elementos tangibles:** representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio.

**b) Fiabilidad:** implica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante.

c) **Capacidad de respuesta:** representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.

d) **Seguridad (Garantía):** son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los mismos para inspirar confianza y credibilidad. En ciertos servicios, la seguridad representa el sentimiento de que el cliente está protegido en sus actividades y/o en las transacciones que realiza mediante el servicio.

e) **Empatía:** es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes.

#### **2.4. SERVICIOS TURÍSTICOS**

Según el Manual de Gestión Turística a Nivel Local, (2005:13) “Los servicios turísticos, son definidos como: los sectores dirigidos a atender las demandas de las personas, turistas, estos se caracterizan en ser actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada, con el objeto de responder a las exigencias y necesidades de la demanda, en lo que respecta al desplazamiento, alojamiento, alimentación, ocio y recreación, esta responsabilidad corresponde a diferentes tipos de empresas entre grandes y pequeñas”.

Según la Ley General de Turismo Bolivia te espera Ley 292 define a los prestadores de servicios turísticos como “Todas aquellas formas de organización económica comunitaria, pública y privada, referidas a servicios de hospedaje, intermediación, traslado, transporte, información, asistencia, servicio de guía, o cualquier otro servicio conexo o complementario al turismo, que se encuentren debidamente registrados y autorizados”<sup>2</sup>

Dentro de esto lo clasifica:

---

<sup>2</sup> Artículo 6. (Definiciones, inciso i)

- Empresas operadoras de turismo receptivo,
- Establecimientos de hospedaje turístico en todas sus modalidades y categorías,
- Empresas de viaje y turismo en todas sus modalidades y categorías,
- Empresas de transporte turístico exclusivo,
- Empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales de turismo,
- Guías de turismo
- Servicios gastronómicos turísticos.

#### **2.4.1. EMPRESAS DE VIAJE Y TURISMO EN TODAS SUS MODALIDADES Y CATEGORÍAS**

Arias (2006:92) define como “Aquellas que actúan como intermediarios entre las personas que requieren desplazarse y prestadores de servicios turísticos específicos proporcionando orientación y asesoría en los casos correspondientes.”

Como función principal es de ser intermediario entre el prestador de servicio y el turista y son de gran importancia ya que se constituyen en promotoras del turismo.

Según la nueva Ley 292, mediante los módulos de categorización propuestos se clasifican en:

**Agencias de Viajes.-** Empresas dedicadas comercialmente a las actividades de intermediación de servicios turísticos nacionales e internacionales principalmente la realización de operaciones de turismo emisivo.

**Mayoristas y Representaciones.-** Son aquellas que representan a otras empresas nacionales o extranjeras bajo convenios y contratos específicos y que se dedican a ofertar, vender, proyectar, elaborar y organizar toda clase de servicios, productos, programas y paquetes turísticos para vender exclusivamente a través de agencias de viajes formalmente constituidas.

**Operadoras de Turismo.-** Son aquellas dedicadas a la prestación de servicios de turismo organizado para el mercado receptivo e interno dentro del territorio nacional.

**Consolidadoras.-** empresas dedicadas a la comercialización por mayor de boletos de transporte aéreo, los cuales son vendidos a los usuarios a través de agencias de viajes.

Las empresas Operadoras de Turismo Receptivo según La Organización Mundial del Turismo, (OMT, 1998:55) expresa: “Son aquellos agentes que participan en la Actividad Turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de la oferta de alojamiento, etc.)”.

Estos expertos se localizan en el lugar que se prestarán los servicios turísticos (país, región, zona), actúan como representantes de las agencias emisoras en los mercados de origen ante los usuarios de servicios de su entorno geográfico y se encargan de gestionar todas sus peticiones.

Un Operador de Turismo tendría que tener conocimientos de todo tipo de actividades turísticas y del mercado turístico. También poseer la habilidad para comunicar, orientar e informar al cliente sobre todas las opciones con que cuenta para realizar unas vacaciones inolvidables.

#### **2.4.2. SERVICIO DE HOSPEDAJE TURÍSTICO**

Son todos aquellos establecimientos que se dedican a prestar servicios básicos de alojamiento de forma habitual, mediante un precio con o sin servicios complementarios. (Arias, 2006:95)

Según artículos del D.S. 2609 define como “emprendimientos que cuentan edificaciones construidas y adaptadas, destinadas a prestar servicios de alojamiento

temporal y servicios complementarios mediante un contrato eventual o permanente mediante acuerdo expreso o tácito de hospedaje a cambio de una tarifa reenumerad<sup>3</sup>

Existe una lista amplia de clasificación hotelera y categorías, esto depende de los criterios particulares de cada país, según las leyes bolivianas, mediante los módulos de clasificación y categorización propuesto son:

**Tabla 1. CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN HOTELERA**

CLASE HOTEL	CATEGORÍA
1. Hoteles	1 a 5 estrellas
2. Apart Hoteles	3, 4 y 5 estrellas
3. Resort	3, 4 y 5 estrellas
4. Hotel Boutique	4 y 5 estrellas, (Temático y patrimonial)
CLASE HOSPEDAJE	CATEGORIA
5. Hostales y/o Residenciales	1, 2 y 3 estrellas
6. Alojamientos	Categoría A y B
7. Hostería (Hostelling y	Categoría única
8. Lodge	Categoría única
9. Hotel Rural	Categoría única
10. Áreas de Camping	Categoría única

**Fuente:** Módulos de Categorización de Prestadores de Servicios Turísticos

<sup>3</sup>D.S. 2609, Artículo 8, inciso a)

### 2.4.3. SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO EXCLUSIVO,

Se define como el medio de acceso al destino desde el lugar de origen, además de constituirse el medio de movimiento dentro el destino. (Arias, 2006:99)

Se clasifican en:

- Transporte terrestre
- Transporte aéreo
- Transporte marítimo
- Transporte férreo

La Ley N° 292, define como “Empresas que proporcionan servicios de transporte turístico programados no regulares. Estas proporcionarán servicios por vía aérea, terrestre, férrea, lacustre o fluvia<sup>4</sup>.

Según la propuesta del Reglamento Específico de Prestadores de Servicios Turísticos, de la nueva Ley, a este tipo de servicio lo clasifica y define<sup>5</sup>:

**Empresas Turísticas de Transporte Terrestre:** Se considera como "Transporte Terrestre Turístico", a la movilización de personas que tengan la condición de turistas de conformidad con la denominación otorgada por la Organización Mundial de Turismo, en vehículos de transporte terrestre debidamente habilitados, desde y hacia los establecimientos o sitios de interés turístico, con objetivos específicos de recreación, descanso o sano esparcimiento, mediante el pago acordado libremente por las partes, que contemplará el arriendo del vehículo con chofer y la prestación del servicio. El contrato de transporte terrestre turístico vincula exclusiva y directamente al Contratante y a las personas naturales o jurídicas, que cuenten con los permisos otorgados.

---

<sup>4</sup>D.S. 2609, c)

<sup>5</sup> Reglamento Específico de Prestadores de Servicios Turísticos , Artículo N° 24



**Empresas de Transporte Aéreo:** Se considera como "Transporte Aéreo Turístico", a la movilización de personas que tengan la condición de turistas en aviones o avionetas, desde y hacia los sitios de interés turístico en aviones con objetivos específicos de recreación, descanso o sano esparcimiento, mediante el pago acordado libremente por las partes.

**Empresas turísticas de Transporte Fluvial:** Transporte de turistas desde y hacia los sitios de interés turístico, a través de ríos con una profundidad adecuada con objetivos específicos de recreación, descanso o sano esparcimiento, mediante el pago acordado libremente por las partes.

**Empresas turísticas de Transporte Férreo:** Se considera como "Transporte Férreo Turístico", a la movilización de personas que tengan la condición de turistas, en trenes debidamente habilitados, desde y hacia los establecimientos o sitios de interés turístico, con objetivos específicos de recreación, descanso o sano esparcimiento, mediante el pago acordado libremente por las partes. (Capítulo IV Ampliación de categoría)

#### **2.4.4. GUÍAS DE TURISMO**

En algunos lugares consideran como intérpretes. Turísticamente es "Personal con conocimiento profesional de dos o más idiomas, así como de lugares turísticos, sus servicios normalmente se integran en las excursiones, circuitos turísticos etc. Aunque también puede solicitarse aisladamente, en el caso de paquetes de viaje individuales o de negocio. (Arias, 2006:94)

Según la propuesta del Reglamento Específico de Prestadores de servicios turísticos, artículo 24, inciso d) clasifica por siguiente orden:(capítulo V Ampliación de categoría)

- Guía Nacional.- autorizado a conducir a turistas en todo el territorio nacional

- Guía Comunitario.- conducen grupos de personas nacionales e internacionales dentro las áreas graficas del cual proviene, los cuales tengan conocimientos culturales, socioeconómicos, sociales, etc. De su comunidad.
- Guía Fijo o de sitio.- son los que ejercen su actividad en determinadas edificaciones e infraestructuras, como museos, iglesias, conventos, etc.
- Guía especializado.- Profesionales titulados que tienen experiencia en determinado tema (turismo de aventura, turismo cultural, etc.) y acreditados en guiar en zonas específicas como parques nacionales, montaña, selva, etc.

#### **2.4.5. SERVICIOS GASTRONÓMICOS TURÍSTICOS**

Según la propuesta del Reglamento Específico de Prestadores de servicios turísticos artículo 24, inciso d) define como establecimientos que brindan servicio de alimentos y bebidas preparados en el mismo local, que difunden la cultura nacional e internacional a través de la gastronomía, música, baile, y del entretenimiento, generando un verdadero turismo responsable, sustentable y sostenible, se clasifica en: (capitulo III Ampliación de categoría)

- Restaurantes de un tenedor.- de condiciones sencillas, el cual ofrecerá platillos de no más de tres diferentes tiempos
- Restaurantes de dos tenedores.- su carta o menú ofrecerá entre tres o cuatro tiempos
- Restaurantes de tres tenedores.- conocidos como restaurante de segunda clase, su menú contara con más de seis tiempos.
- Restaurantes de cuatro tenedores.- conocidos como full Service, su carta o menú presentara de cinco a siete tiempos.
- Restaurantes de cinco tenedores.- conocidos como restaurantes de lujo y con servicio personalizado.

## **2.5. PRODUCTO TURÍSTICO**

En general un producto es todo bien que se ofrece en el mercado para su adquisición, uso y consumo, para satisfacer una necesidad de un cliente. Turísticamente Millio (2000:59) “Define a la combinación de bienes y servicios de recursos e infraestructuras ordenados de forma que ofrezca beneficios al cliente, satisfaciendo sus motivaciones y expectativas, que estén disponibles para ser consumidos por los turistas”.

El producto turístico tiene componentes:

- Parte tangibles.- la constituye el producto global en si tal como es ofrecido por los productores.
- Parte intangibles.- es la percepción y expectativas que los consumidores tienen de los productos.

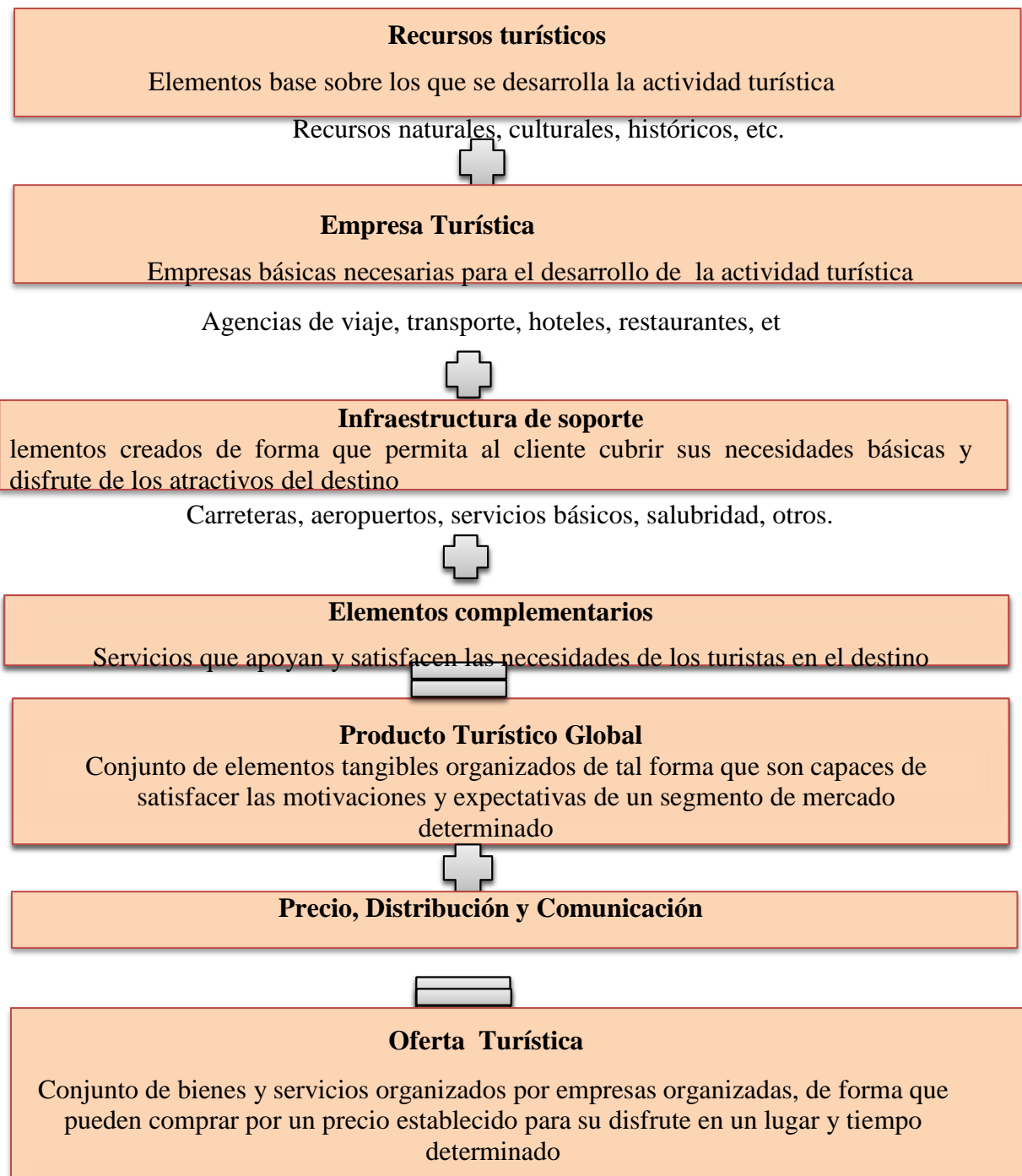
La interacción y la combinación entre todos estos componentes, posibilitan el desarrollo de la actividad turística.

El producto turístico es el conjunto de:

- Valor elemental.- es el servicio, o beneficio principal, satisfaciendo las necesidades del público objetivo
- Producto visible.- es todo aquello que se puede comprobar o dar a conocer en un tiempo determinado y por un precio.
- Valor añadido.- es todo aquello que se puede incluir al producto para hacerlo más interesante y atractivo al público, llegando a diferenciar del resto de la competencia.

Los componentes que lo forman son (Millio, 2000:60):

**Gráfico 2. COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO**



**Fuente:** Comercialización de Productos y Servicios Turísticos, (Milio y Cabo: 2000)

## **2.6. CALIDAD**

El enfoque de la calidad surgió en la época de los años 50, en ciertas industrias, con el objetivo de lograr mejores productos, por lo que el término de calidad fue definida por muchos autores, los cuales llegan a coincidir en que la calidad es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.

El término calidad con el pasar de los años ha ido sufriendo muchas transformaciones hasta llegar a lo que es la calidad Total y la mejora continua, dentro de los autores más destacados precursores de lo que es la calidad esta: Juran 1951, Deming 1989 y Crosby 1987

Según Deming (1989), (Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, 2010:19) “Un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado.”

Ramírez (1990:32) define como Calidad de Servicio al “Conjunto de actividades que ofrece un proveedor con el fin de que el usuario o cliente, obtenga el producto por el que paga en el momento y lugar adecuado. En este sentido, un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional más poderoso que los descuentos, la publicidad o la venta personal”.

Desde el punto de vista de la visión del negocio enfocado en la satisfacción del cliente, la calidad de servicio es el resultado de un proceso de evaluación realizado por el cliente, quien compara sus expectativas previas con el servicio recibido. Por consiguiente, compara el servicio esperado con el percibido. (Ramírez, 1990:35)

El término calidad es amplio, para su mejor comprensión es estudiada desde dos puntos de vistas. (IBNORCA, 2010:21)

- **Empresarial.-** como conjunto de propiedades inherentes a un objeto o producto, para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.
- **Del cliente.-** la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

Desde el punto de vista del servicio tras definir por muchos autores de lo que significa la calidad percibida, Mediaville definen como “Al conjunto de actuaciones concretas (normas, sistema de certificación, protocolos, actuaciones, procesos) medibles capaces de ser percibidas tanto por el emisor como por el posible receptor, logrando así prever el grado de satisfacción del cliente con el servicio”. (2012:67)

La calidad de los servicios es muy diferente a la calidad en el producto puesto que el servicio se caracteriza por: la dificultad de medir, almacenar e inspeccionar, no se puede anticipar su resultado, no tiene vida, su duración es muy corta, depende mucho de las personas y su interrelación. El servicio es juzgado por el cliente en el instante en que lo está recibiendo.

### **2.6.1. CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**

La calidad de los servicios turísticos es parte de una oferta que se complementa en la cadena productiva del destino.

Según la Organización Mundial de Turismo entiende la calidad en turismo como "El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable y de conformidad con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la

transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural" (OMT Definición preparada y modificada por el comité de apoyo a la calidad en su sexta reunión Cuba 9 y 10 de mayo 2003)".

La calidad puede ser aplicado a:

- Entorno al que se desarrolla
- Las empresas de servicios de alojamiento, transporte, alimentación, etc.
- Los profesionales dedicados atender a los visitantes
- Las condiciones de vida de la población

“Un significado más vinculado a la calidad de los servicios y a la actividad turística, es hacer las cosas lo mejor posible, dando al cliente o turista lo que espera” (Manual de Gestión Turística a Nivel Local, 2005:30).

Los conceptos calidad de servicio en el ámbito turístico son subjetivos y variables en el tiempo y espacio. Pues no es igual el concepto de calidad para un viajero que realiza su primer viaje que para un viajero habitual, como tampoco será igual el concepto de calidad para un chino que para un francés. En concordancia con todo lo anterior y centrado en el área de los servicios turísticos, es posible afirmar que para lograr la calidad de servicio en el ámbito turístico, es necesario implementar una orientación hacia los clientes, ellos son los que evalúan y deciden si pagarán por un servicio.

Existen organizaciones a nivel internacional que controlan y regulan a los servicios con respecto a la calidad, a nivel nacional es la Organización Internacional de Normalización con las normas ISO, velando el funcionamiento sistemático de la calidad, mediante un conjunto de normas ISO 9000, 9004, 9001; 2000.

### **2.6.2. PRINCIPIOS DE CALIDAD ENFOCADA AL TURISMO**

Llegando a la conclusión de varios estudios que se realizó en turismo, la Calidad turística responde a una serie de principios, de los cuales se puede mencionar: (IBNORCA, 2010:25)

- La empresa se sustenta en una cultura de calidad que fundamenta todas las acciones futuras.
- La calidad está enfocada al cliente y desde el cliente. El cliente es la razón de ser de la calidad.
- La calidad ha de ser medible. No puede ser intuitiva, sino que ha de tener una representación clara y matemática para poder ver las variaciones que sufre.
- Con la calidad se ha de evitar la sorpresa. La calidad está fundamentada en procesos que tratan de dar seguridad tanto al trabajador como al cliente. El trabajador ha de saber qué hacer en cada momento y el cliente que un servicio va a ser siempre igual y sin sorpresas.
- Ha de ser flexible. Lo anterior no evita que en ocasiones se puedan dar circunstancias o variaciones en un proceso, por lo que los trabajadores han de tener cierta libertad para gestionar sus relaciones con el cliente, siempre sin olvidar la cultura de calidad de la empresa.
- La calidad ha de estar enfocada al resultado, no al proceso. La calidad es el resultado.
- La estructura organizacional no siempre debería ser piramidal, sino en red.
- Esto permite que fluya la información, que exista valor añadido al crearse un sistema en el que todos participan.



### **2.6.3. ESTÁNDARES DE CALIDAD**

Los estándares no son más que requisitos o niveles mínimo y máximo deseados, o aceptables. Según Urquieta (2012) conceptualiza como “La definición clara de un modelo, criterio, regla de medida o de los requisitos mínimos aceptables para la operación de procesos específicos, con el fin de asegurar la calidad en la prestación de los servicios”.

Estos puntos de referencia sirven para fijar un mínimo necesario de condiciones para que los rasgos y características de un producto o servicio sean capaces de satisfacer eficientemente las necesidades de los consumidores, deben ser monitoreados y evaluados periódicamente y se debe cuidar en su aplicación que no sean influenciados por los responsables de la gestión o ejecución de la actividad. (Ministerio de Protección Social, Republica de Colombia)

El diseño de los estándares planteados son el resultado de un proceso en el que se equilibra lo real (situación actual) y lo ideal (metas alcanzar), basándose su composición en las expectativas de la demanda, las capacidades de los prestadores y el contexto de la tipología del producto o servicio.

El objetivo de estandarizar el servicio es la productividad, utilidad y sobretodo la imagen de las empresas turísticas y destinos

### **2.6.4. NECESIDADES, MOTIVACIONES Y ESPECTATIVAS DEL CLIENTE**

Uno de los objetivos de la calidad es la satisfacción de los clientes para lo cual es necesario estudiar sus necesidades y expectativas.

El cliente es un componente vital dentro del mercado turístico, las cuales tienen necesidades y expectativas reales buscando en todo momento la calidad, eficacia y el servicio personalizado. Por lo que es necesario estudiar estos conceptos.

Las necesidades según Milio y Cabo (2000:66) “Son la sensación de la falta de algo unida al deseo que desaparezca y retorne el equilibrio”, esta necesidad como respuesta da el impulso de compra”.

Según Maslow (2014:131) “Las necesidades se dividen en: fisiológicas, de seguridad, sociales o pertenencia a un grupo, psicológicas y autorrealización. Pero es evidente que cada persona responde a estos impulsos de acuerdo a las características personales y de su entorno.

El mismo papel juega las motivaciones del cliente, tiene la característica en reaccionar de la misma manera que las necesidades hasta llegar a la compra, se pueden clasificar en: motivaciones físicas, culturales, sociales, cambio de actividad y de lugar geográfico, de estatus y prestigio, de diversión y esparcimiento. (Milio y Cabo 2000:67)

Esta respuesta de compra se clasifica en dos tipos:

**Tabla 2. CLASIFICACIÓN DE RESPUESTA DE COMPRA**

COMPRAS DE TIPO RACIONAL	COMPRAS DE TIPO IMPULSIVO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compras previstas definidas</li> <li>• Compras previstas indefinidas</li> <li>• Compras modificadas de las previstas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compras impulsivas planificadas</li> <li>• Compras impulsivas recordadas</li> <li>• Compras impulsivas sugeridas</li> </ul>

**Fuente:** Comercialización de Productos y Servicios Turísticos, Milio y Cabo, (2000)

### **Compras de tipo racional**

Entre estas podemos encontrar:

- Compras previstas definidas.- En las que el consumidor se lleva exactamente lo que tenía previsto comprar al llegar al punto de venta.

- Compras previstas indefinidas.- En las que el consumidor conoce sus necesidades básicas pero no valora demasiado las marcas entre productos similares
- Compras modificadas de las previstas.- Se dan cuando el consumidor no encuentra el producto que busca o encuentra uno similar que le ofrezca otros atractivos y decide hacer la sustitución.

### **Compras del tipo impulsivo**

Entre estas encontramos:

- Compras impulsivas planificadas.- que se acentúa no en el momento en el que se piensa que habría que comprarlo, sino esperando encontrar una mejor ocasión.
- Compras impulsivas recordadas.- en las que el consumidor confía o espera que el vendedor le ayude ofreciéndole una gama de productos que sea idónea a sus necesidades.
- Compras impulsivas sugeridas.- Son las que se realiza por la tendencia que los consumidores tienen a “probar”.

Las expectativas tienen la característica de ser subjetiva y al mismo tiempo dinámica, esto por las modificaciones que a lo largo podría tener el servicio

Dolors (2004:39), son “Aquellas predicciones que el cliente se forma antes de adquirir un producto o servicio, las define en dos situaciones”:

- Cuando es la primera vez que el cliente se relaciona con el proveedor del servicio

- Cuando el cliente ya se ha relacionado en alguna ocasión con el servicio

**Ayudados de dos factores:** Factor externo (las promesas de la empresa, comunicación boca - oído) y el factor interno (experiencia del cliente)

## **2.7. GESTIÓN**

Según conceptos administrativos, la gestión se refiere al conjunto de acciones u operaciones relacionadas con la administración y dirección de una organización, a un proceso participativo de direcciones y decisiones para beneficio común.

Muchos autores especialistas en administración utilizan en término gestión para dar la idea de proceso participativo donde se dirige y decide para beneficio común.

La gestión generalmente está asociada a las acciones y decisiones, según el Manual de Gestión Turística a Nivel Local (2005:232), se habla de la gestión como “Garantía de la eficiencia y competitividad lo cual significa: hacer las cosas bien, en el momento oportuno, tardando el tiempo justo y haciendo mejor que los demás.”

### **2.7.1. GESTIÓN DE CALIDAD**

La gestión de la calidad según IBNORCA (2010:4) es un “Modelo de administración eficaz y eficiente que busca mejorar el funcionamiento de una organización con respecto a la calidad y la mejora continua del producto o servicio del aspecto organizacional, gerencial, donde todos deberían estar comprometidos con los nuevos objetivos empresariales, ya que es una estrategia y una ventaja al mismo tiempo”.

La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en una organización busca consolidar un producto o servicio eficaz y eficiente para los usuarios y alcanzar el objetivo de la calidad mediante la satisfacción del cliente.

El Sistema de Gestión de la Calidad, “Se caracterizan por la nueva adopción del enfoque **basado en procesos**, en el desarrollo, implementación y mejora de un producto o servicio, el cual establece que se tiene que identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuyendo a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos”. (IBNORCA, 2010:20)

### **2.7.2. GESTIÓN TURÍSTICA**

Según el Manual de Gestión Turística a Nivel Local (2005:72), gestionar significa “Administrar los medios económicos y técnicos disponibles de manera efectiva, con el fin de lograr cumplir los objetivos del plan, englobando varias funciones: política y planificación, coordinación con otros organismos oficiales, fijación y aplicación de estándares para instalaciones y servicios de turismo, mercadotecnia, educación y capacitación, mantenimiento de la vitalidad del sector, vigilancia y respuesta pronta a las situaciones en crisis”.

“La gestión es la capacidad de hacer que todo funcione y funcione bien, es la última etapa del proceso de planificación pero la que da verdadero sentido al esfuerzo realizado, llevando el proyecto de desarrollo turístico de lo teórico a lo real.” (Manual de Gestión Turística a Nivel Local 2005:72)

Gestionar significa administrar los medios económicos y técnicos disponibles de manera efectiva, con el fin de lograr el cumplimiento de los objetivos del plan.

Una gestión eficaz del sector turístico desde la OMT (1999:145) es la coordinación de la administración local, junto con el sector privado y las ONGs.

### **2.7.3. GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL**

La creciente realidad de América latina, exige a sus gobiernos locales, fundamentalmente a los municipios nuevos roles y nuevos estilos de gestión, que respondan a las demandas de comunicación, transparencia, eficiencia y coordinación de nuevas herramientas que apoyen al mejoramiento y al cambio.

La Organización Mundial de Turismo da a entender por municipal a un “Productor y dinamizador, agente que desarrolla y proyecta iniciativas e interrelaciones entre las diferentes administraciones, los empresarios locales y los operadores externos, a las vez representa y coordina las iniciativa con la comunidad, esto implica que formula propuestas desde dentro, identificando a la comunidad como actor”. (1999:60)

La gestión en el municipio se convierte en el puente entre la actividad turística y la comunidad. El canal de entendimiento y armonización entre los distintos objetivos. Al no ser solido existe una desconexión el cual significa que los beneficios de la actividad turística no lleguen a la población local y la falta de control de los impactos negativos del turismo. (Manual de Gestión Turística a Nivel Local, 2005:37)

- Para esto la municipalidad debe liderar el proceso de desarrollo turístico en la comunidad.
- La municipalidad debe buscar el acuerdo entre todos los agentes sociales.
- La municipalidad, la comunidad y los empresarios socios en la empresa común debe desarrollar el turismo.

La municipalidad debe intentar asumir las funciones que le corresponde por ley, relacionados con los principios del turismo sostenible para el impulso del desarrollo turístico local.

Para una gestión turística municipal es necesario tomar cuenta una serie de instrumentos, sin los cuales será difícil asumir el reto, entre los más importantes están: (Manual de Gestión Turística a Nivel Local, 2005:236)

- Seguimiento y control de las etapas de planificación turística
- Coordinación entre todos los agentes locales
- Participación popular
- Apoyo al sector empresarial
- Mantenimiento y actualización del sistema de información turística
- Capacitación de los recursos humanos
- Control de la calidad
- Financiamiento

## **2.8. PROGRAMA**

Para muchos autores un programa es considerado un medio para alcanzar objetivos, metas, mediante procedimientos y reglas de mediano a corto plazo.

Según Ramírez (1994:164) define como “un plan concreto de organización, que permite conseguir un objetivo de tal forma que el plan integre lo que tengamos que hacer frente a lo que tiene que ocurrir trazando diferentes alternativas desde una perspectiva de costo – eficacia. Por medio de los programas, se puede realizar una mejor utilización de los recursos disponibles mediante una distribución escalonada en el tiempo.”

“El programa es un plan específico, en el que se concreta metas, políticas, procedimientos y reglas así como todo aquel conjunto de elementos necesarios para seguir un curso de acción determinado, tendente a lograr objetivos específicos. Es un

plan concreto, fechado generalmente a corto o mediano plazo, y que se refiere a una actividad o conjunto de actividades específicas.” (Parra y Calero, 2006:96)

En el Manual de Gestión Turística a Nivel Local, define el programa como la “Forma de ejecutar la estrategia, abarcando aspectos variados en lo ambiental, social, medioambiental, etc.”. (2005:70)

### **2.8.1. CLASES DE PROGRAMA**

Ramírez (1994:166) hace una clasificación en función a las actividades y tareas del directivo:

- **Programa de actividades normales.-** se caracteriza por la continuidad y permanencia en el tiempo, hacia el trabajo cotidiano fundamentado en manuales de normas de trabajo.
- **Programa de actividades especiales.-** son excepcionales y limitados en el tiempo se refiere a mejoras o innovaciones que deben definirse y que por lo tanto precisan de adaptar los procesos de trabajo tradicionales a los cambios que se suceden.

### **2.8.2. FASES DEL PROGRAMA**

En la elaboración de los programas es necesario guiarse mediante algunas secuencias y Ramírez señala las siguientes: (1994:165)

1. Definir todas las actividades para alcanzar el objetivo en el marco de la prestación de servicios.
2. Realizar una clasificación de tareas, indicando cuales son las prioritarias.
3. Analizar los problemas en potencia, señalando las acciones preventivas y coyunturales.
4. Designar fecha para cada fase del proceso.
5. Representar gráficamente todo el proceso.



## **2.9. ESTRATEGIA**

Estrategia es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación, además comprende una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos.

Alfred D. Chandler, Jr. en el libro *La Estrategia en el Panorama del Negocio* de PANKAJ, (2000:1) define la estrategia como la “Determinación de las metas y objetivos básicos a largo plazo de una empresa, así como la adopción de líneas de acción y la asignación de los recursos necesarios para llevar a cabo metas”.

La planeación estratégica debe apoyarse en una multiplicidad de planes situados en la parte inferior de la estructura de la organización. Para llevar adelante la planeación estratégica, la empresa requiere subdivisiones graduales de los planes hasta llegar al nivel de ejecución de tareas y operaciones cotidianas. De este modo la planeación estratégica requiere planes tácticos y cada uno de estos exige planes operacionales que combinan actividades para obtener efectos sinérgicos. Chiavenato (2001:145)

La estrategia es básicamente una actividad racional que implica identificar las oportunidades y amenazas del ambiente donde opera la empresa, así como evaluar las limitaciones y fortalezas de la empresa, su capacidad real o potencial para anticiparse a las necesidades y demandas del mercado o competir en condiciones de riesgo con las empresas rivales.

La estrategia constituye un enfoque integrado que relaciona las ventajas de la empresa con los desafíos del ambiente, para asegurar la consecución de los objetivos básicos de aquella. La estrategia se preocupa por "qué hacer" y no por "cómo hacer".

La estrategia es solo un medio de trabajo, una idea sobre cómo llegar a donde queremos. Según la Manual de Gestión Turística a Nivel Local “La estrategia constituye el centro del proceso de planificación, pues recoge los resultados previos, y establece a partir del análisis la realidad presente, el camino a seguir en el futuro” (2005:66)

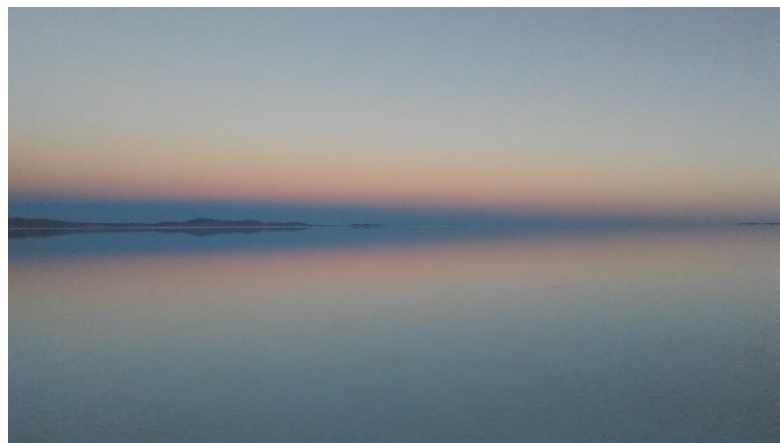
Turísticamente la estrategia define las reglas básicas de un modelo turístico futuro, o lo que es igual una alternativa de desarrollo que creemos la mejor, por varias razones:

- Porque se adapta a las características de nuestro municipio y a la situación de nuestro entorno.
- Porque está apoyado en decisiones concretas.

## CAPÍTULO III

# MARCO LEGAL

---



La actividad turística en Bolivia según el D.S. N° 0429 “Modificaciones de la estructura de ministros”, incorpora en la estructura del Ministerio de Culturas al Viceministerio de la Industria del Turismo, bajo la denominación de Viceministerio de Turismo, con atribuciones en el marco de las competencias asignadas por la Constitución Política del Estado, manifestando que en el Artículo 298 de la nueva Constitución, es competencia a nivel central la generación de Políticas Generales de Turismo.

### **3.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO**

La Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia establece un modelo de desarrollo económico orientado a mejorar la calidad de vida y el “Vivir Bien” de los bolivianos, define el tipo de actividad del turismo y da competencias a los Gobiernos Departamentales y Municipales autónomos en elaborar políticas de turismo local, supervisión y control del funcionamiento de los servicios turísticos preservando la integridad de los consumidores y usuarios.

Como dice en el **Artículo 337**. El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para que tome en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente.

**Artículo 75. Inciso 2.** Tienen derecho a la información fidedigna sobre las características y contenido de los productos que consuman y servicios que utilicen.

**Artículo 302. I.** Da competencias exclusivas a los Gobiernos Municipales Autónomos en Políticas de turismo local y Políticas que garanticen la defensa de los consumidores y usuarios en el ámbito municipal, entre los relacionados con el proyecto

### **3.2. LEY GENERAL DE TURISMO “BOLIVIA TE ESPERA” N° 292**

La Ley de Turismo N° 292, “Bolivia Te Espera”, está basada bajo los principios fundamentales de planificar, orientar, promover y fomentar el desarrollo del turismo, en beneficio de todos los actores y sectores involucrados, cimentados en la

legalidad de la regulación, categorización, estandarización en servicios, capacitación, seguridad, información, etc. que permitan la sostenibilidad del turismo, mediante la implementación del Sistema de Registro, Categorización y Certificación de Prestadores de Servicios Turísticos.

Dentro las Políticas Generales de Turismo, del **Artículo 11**. Da facultad y competencia a las entidades territoriales autónomas de definir políticas en la actividad, relacionando esta con la ley N° 031 Marco de Autonomía y Descentralización “Andrés Babiñez.

La presente Ley según el **Artículo 1**. tiene por objeto establecer políticas generales en 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 de los modelos de gestión existente, fortaleciendo el turismo de base comunitaria, en el marco de las competencias exclusivas asignadas al nivel central del Estado por la Constitución y aplicadas a todas las actividades públicas, privadas, mixtas y comunitarias relacionadas al turismo. (**Artículo 2:4**)

Uno de los objetivos del **Artículo 3**. Es de Implementar mecanismos de regulación a la actividad turística, en base a sus derechos y obligaciones tanto de los turistas como de los prestadores de servicios turísticos.

**Artículo 7**. Derechos de las y los turistas. Las y los turistas tienen los siguientes derechos. Entre los más importantes:

- b) Exigir que los servicios turísticos cumplan en los términos, condiciones y precios ofertados, salvo caso fortuito debidamente justificado o fuerza mayor.
- c) Formular quejas y reclamos referentes a los servicios turísticos recibidos ante las autoridades competentes.

- d) Denunciar ante autoridades competentes cualquier atropello contra su persona o sus bienes durante su estadía.
- f) Ser informado oportunamente por el prestador de servicios turísticos, cuando se produzcan de manera justificada cambios de precios, tarifas o condiciones de los servicios contratados.
- i) Contar con seguridad turística dentro del territorio del Estado Plurinacional de Bolivia, a través de las autoridades competentes en procura de posibilitar entre otros fines, el libre tránsito de las y los turistas en el territorio nacional. Con respecto a los Derechos de los prestadores de servicios turísticos según el Artículo 9. Son:
  - a) Recibir apoyo e incentivos de las entidades territoriales autónomas en la promoción de sus servicios
  - b) Recibir capacitación en materia turística.

Con la obligación de que los prestadores de servicios turísticos cumplan las disposiciones, establecidas por las entidades territoriales autónomas, en materia de turismo en el marco de sus competencias. Según el **Artículo 10**.

El Sistema propuesto de Registro, Categorización y Certificación de Prestadores de Servicios Turísticos, según el **Artículo 18**. Estará conformado por normas, mecanismos e instrumentos destinados a cumplir los objetivos e implementar las directrices del Plan Nacional de Turismo, bajo responsabilidad de la autoridad competente en turismo, conformado a la vez por el subsistema de Registro, de Categorización y de Certificación, el cual contará con información actualizada proporcionada por las entidades territoriales Autónomas en el marco de sus responsabilidades de ley.

Responsabilidades de las Entidades Territoriales Autónomas del **Artículo 21**. Los Gobiernos Autónomos Municipales tienen la responsabilidad de supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos que, además de remitir información actualizada de los prestadores de servicios turísticos establecidos en el municipio, ya que el nivel central del Estado según las competencias asignadas en la

Constitución y en la Ley 031 de Autonomías y descentralización Andrés Ibáñez, tiene la responsabilidad de autorizar y supervisar el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos, llevar un registro a nivel nacional, categorizar y clasificar a todos los prestadores de servicios turísticos y certificar la calidad de todos los prestadores de servicios turísticos.

**Artículo 26. Coordinación. I.** La Autoridad Competente en Turismo y las entidades territoriales autónomas, promoverán la conformación de Consejos de Coordinación Sectorial en materia de turismo, como una instancia consultiva de proposición y concertación entre los diferentes niveles del Estado, conforme a la Ley N° 031 de 19 de julio de 2010, Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Ibáñez”. La conformación de los Consejos Sectoriales estará sujeta a reglamentación expresa y podrá contar con la participación de los actores del sector.

### **3.3. DECRETO SUPREMO 2609, REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY N° 292**

Bajo el D.S. 2609, se aprueba el Reglamento General a la Ley N° 292, del 25 de septiembre de 2012, con el objeto de reglamentar la Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera” para el registro categorización y certificación para servicios afines y prestadores de servicios turísticos, la licencia turística, la información turística, la oferta, demanda y calidad turística.

Además establecerá mediante Resolución Ministerial la Tasa Administrativa de Regulación Turística, de conformidad a lo establecido en el Ley N° 292 y se elaborará el Reglamento Ambiental para Actividades Turísticas – RAAT con el Servicio Nacional de Áreas Protegidas.

Otorgando requisitos, responsabilidades y obligaciones a los prestadores de Servicios Turísticos como dice el Artículo 5 y 7 del presente reglamento, cita que para el desarrollo de sus actividades deberán estar previamente registrados, categorizados y certificados en el marco del Sistema de Registro, Categorización y Certificación provisto

por la Autoridad Competente en Turismo para el ejercicio de su actividades en el SRCC, a través de las entidades territoriales autónomas cuando su operación se circunscriba a su jurisdicción y ante la Autoridad Competente en Turismo, cuando su actividad abarque más de un departamento. (**Artículo 12**).

**Artículo 13.** Remisión de información actualizada.

I. En el marco de lo dispuesto en la Ley N° 292, las entidades territoriales autónomas remitirán a la Autoridad Competente en Turismo información actualizada, destinada a retroalimentar el Sistema de Registro, Categorización y Certificación consistente en:

a. Detalle de los Prestadores de Servicios Turísticos autorizados para su funcionamiento dentro de su jurisdicción. b. Detalle de las inspecciones técnicas realizadas a los Prestadores de Servicios Turísticos.

c. Reclamos presentados por los usuarios de servicios turísticos y las sanciones emergentes de los mismos sí correspondieren. d. Otros en el marco de lo dispuesto en el presente Reglamento y la Ley N° 292.

II. La Autoridad Competente en Turismo, otorgará a las entidades territoriales autónomas el acceso a la plataforma del SRCC a través de la asignación de un código específico.

III. Los formatos, plazos y procedimientos de remisión de información serán establecidos por la Autoridad Competente en Turismo y aprobados mediante Resolución Ministerial por el Ministerio de Culturas y Turismo.

**Artículo 14.** Registro único de turismo. En el marco de lo establecido en la Ley N° 292, para poder acceder al Registro Único de Turismo, los Prestadores de Servicios Turísticos deberán: a. Cuando operen dentro de un municipio, registrarse ante el gobierno autónomo municipal a través de la plataforma informática en el marco del SRCC, provisto por la Autoridad Competente en Turismo



b. Cuando operen a nivel departamental, registrarse ante el gobierno autónomo departamental a través de la plataforma informática en el marco del SRCC, provisto por la Autoridad Competente en Turismo c. Cuando operen en más de un departamento, registrarse directamente ante la Autoridad Competente en Turismo.

**Artículo 15.** Licencia turística otorgada por la autoridad competente en turismo.

II. Los requisitos para la obtención de la Licencia Turística serán establecidos por la Autoridad Competente en Turismo y aprobados mediante Resolución Ministerial por el Ministerio de Culturas y Turismo.

III. La vigencia de la Licencia Turística estará sujeta al cumplimiento del pago de la Tasa Administrativa de Regulación Turística, que será reglamentada mediante Resolución Ministerial por el Ministerio de Culturas y Turismo.

**Artículo 16.** Licencia turística otorgada por las entidades territoriales autónomas.

I. Cuando el Prestador de Servicios Turísticos realice su actividad en un solo departamento, el gobierno autónomo departamental le otorgará un documento que acredite la autorización para ejercer su actividad.

II. Cuando el Prestador de Servicios Turísticos realice su actividad dentro del municipio, el gobierno autónomo municipal le otorgará un documento que acredite la autorización para ejercer su actividad.

**Artículo 18.** Información requerida.

I. En el marco de la Ley N° 292, las entidades territoriales autónomas remitirán a la Autoridad Competente en Turismo, información respecto al registro de sus Prestadores de Servicios Turísticos autorizados en su jurisdicción.

II. Los procedimientos referidos al envío de la información, serán establecidos por la Autoridad Competente en Turismo y aprobados mediante Resolución Ministerial por el Ministerio de Culturas y Turismo.

**Artículo 19.** Guía nacional de prestadores de servicios turísticos.

I. La Autoridad Competente en Turismo, elaborará la Guía Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, misma que servirá para la promoción y difusión a nivel nacional e internacional.

II. Los Prestadores de Servicios Turísticos que figuren en la Guía Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos tendrán acceso y/o participarán de las acciones promocionales, de fortalecimiento o apoyo institucional y en los planes de asistencia técnica, que realice la Autoridad Competente en Turismo, con la finalidad de fomentar y fortalecer el desarrollo integral del turismo nacional.

**Artículo 20.** Categorización.

I. En el marco de lo dispuesto en la Ley N° 292, el Prestador de Servicios Turísticos al momento de su registro deberá brindar una declaración jurada en la que conste su categoría y clasificación.

II. Los requerimientos sobre las condiciones de la infraestructura, equipamiento, servicios, seguridad, auxilio y otros necesarios para el ejercicio de una actividad turística, así como su categorización y clasificación serán establecidas por la Autoridad Competente en Turismo y aprobado mediante Resolución Ministerial por el Ministerio de Culturas y Turismo.

**Artículo 21.** Control de la información. Declarada la categoría y clasificación por el Prestador de Servicios Turísticos, las entidades territoriales autónomas en coordinación con la Autoridad Competente en Turismo controlarán la validez y fiabilidad de las condiciones declaradas.

**Artículo 22.** Inspecciones administrativas. La Autoridad Competente en Turismo tiene la facultad de disponer inspecciones administrativas a los Prestadores de Servicios Turísticos que desarrollen actividades turísticas en más de un departamento, a efectos de

verificar el cumplimiento de las condiciones y obligaciones que correspondan a la categoría o clasificación otorgada, las mismas se encontrarán establecidas en Módulos Técnicos aprobados mediante Resolución Ministerial por el Ministerio de Culturas y Turismo.

**Artículo 23.** Prohibición.

III. El gobierno autónomo departamental de oficio o a petición, previo proceso administrativo, podrá clausurar el establecimiento cuando opere solo en su jurisdicción hasta que adecue su categoría y/o clasificación a los parámetros establecidos en la normativa vigente, en caso de ser necesario se podrá recurrir al auxilio de la fuerza pública.

**Artículo 24.** Placa de funcionamiento. La placa de funcionamiento será otorgada por la Autoridad Competente en Turismo, previo cumplimiento de los requisitos de registro, categorización y clasificación, la cual deberá exhibirse en un lugar visible del establecimiento.

**Artículo 25.** Certificación. La Autoridad Competente en Turismo establecerá los requisitos y condiciones para la implementación del Subsistema de Certificación, así como el procedimiento para la obtención, renovación y cancelación de la certificación que será aprobado mediante Resolución Ministerial por el Ministerio de Culturas y Turismo.

**Artículo 26.** Certificación de la calidad. La Autoridad Competente en Turismo, certificará la calidad de todos los prestadores de servicios turísticos siempre y cuando cumplan con los requisitos y condiciones previstos en la Resolución Ministerial correspondiente.

**Artículo 27.** Promoción de la cultura de calidad.

I. La Autoridad Competente en Turismo promoverá la cultura de prestación de servicios turísticos de calidad, a través de la realización de cursos y programas de capacitación en la materia.

II. Para el cumplimiento del Parágrafo precedente, la Autoridad Competente en Turismo, podrá suscribir acuerdos de cooperación interinstitucional con organismos especializados en el área de Certificación de Calidad e instituciones académicas.

**Artículo 28.** Sello de calidad turística. El Sello de Calidad Turística es el instrumento que acredita los estándares previstos en el Artículo 26 del presente Reglamento, el cual será otorgado por la Autoridad Competente en Turismo.

**Artículo 29.** Socialización. La Autoridad Competente en Turismo, socializará la lista de los Prestadores de Servicios Turísticos que hubieren obtenido el Sello de Calidad Turística a través de la Guía Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos.

**Artículo 30.-** Supervisión. La Autoridad Competente en Turismo, supervisará y fiscalizará a los Prestadores de Servicios Turísticos a nivel nacional con el objeto de verificar el buen uso del Sello de Calidad Turística y el cumplimiento de los estándares de calidad ofrecidos.

**Artículo 32.** Parte diario.

I. Los establecimientos de hospedaje, operadoras de turismo y agencias de viaje remitirán a la Autoridad Competente en Turismo, a través de la plataforma informática del SRCC para fines estadísticos, información diaria de sus operaciones.

II. La información solicitada en el Parágrafo anterior, será proporcionada a la Fuerza Especial de Lucha contra el Crimen – FELCC, Fuerza Especial de Lucha contra el Narcotráfico – FELCN, Organización Internacional de Policía Criminal – INTERPOL, Policía Turística, Dirección Nacional de Bomberos y la Dirección General de Migración – DIGEMIG, para el ejercicio específico de sus funciones.

**Artículo 33.** Remisión de información. Las entidades territoriales autónomas, en el marco del Sistema de Información sobre Oferta, Demanda, y calidad de Actividades Turísticas, remitirán a la Autoridad Competente en Turismo información confiable, representativa, oportuna y actual sobre el comportamiento, las tendencias, dinámicas, características y particularidades de sus mercados turísticos, sus modalidades de oferta, demanda y calidad, tanto nacional como internacional, como actual y potencial.

### **3.4. LEY N° 031, MARCO DE AUTONOMÍAS Y DESCENTRALIZACIÓN “ANDRÉS IBÁÑEZ”**

Dentro la Ley N° 031, está el establecer y desarrollar un sistema de Categorización, Registro y Certificación de prestadores de Servicios Turísticos definiendo mediante reglamentación las responsabilidades de las entidades Territoriales Autónomas en la administración de registros y la correspondiente certificación, además de velar por la defensa de los derechos de los usuarios de los servicios turísticos y de los prestadores de servicios turísticos, según **Artículo 95**, Parágrafo I, numeral 3 y 4

III. De acuerdo a la competencia del Numeral 17, Parágrafo I, del Artículo 302, de la Constitución Política del Estado los gobiernos municipales autónomos tendrán las siguientes competencias exclusivas:

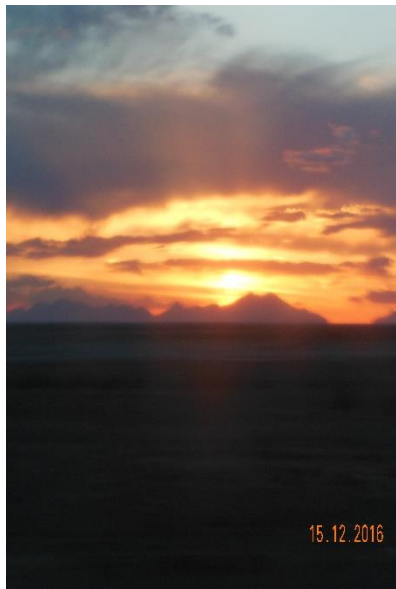
1. Elaborar e implementar el Plan Municipal de Turismo.
2. Formular políticas de turismo local
3. Realizar inversiones en infraestructura pública de apoyo al turismo.
4. Supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal, preservando la integridad de la política y estrategias nacionales de turismo.
5. Establecer y ejecutar programas y proyectos que promuevan emprendimientos turísticos comunitarios.

Las entidades territoriales autónomas departamentales, regionales, municipales e indígenas, originario campesinas, podrán efectuar acuerdos y convenios aprobados por sus órganos deliberativos, para la ejecución de programas y proyectos concurrentes en el ámbito de sus competencias.

## CAPÍTULO IV

### SECTOR DE ESTUDIO

---



#### **4.1. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS**

Uyuni fue fundada el 11 de julio de 1889, bajo la presidencia de Aniceto Arce, característico por poseer un gran contenido histórico, considerada ciudad ferroviaria por ese entonces, debido a la única actividad económica de la población, hasta 1996, que se cambió la actividad económica hacia el Turismo.

Etimológicamente según López Vidal (historiador uyunense), la palabra UYUNI quiere decir en español “que tiene un canchón”; Uyu = canchón y Ni = subfijo empleado muy frecuente dentro del idioma del quechua.

Uyuni tiene dos méritos de gran importancia “Hija Predilecta de Bolivia”, ratificada por Hernán Siles Suazo en 1983 y la declaratoria de “Ciudad Benemérita”, bajo la presidencia del Dr. Víctor Paz Estensoro.

El municipio de Uyuni se encuentra ubicado entre los meridianos 66 ° 15´ a 67 ° 15´ de Longitud Oeste y 19 ° 20´ a 21 ° 00´ de Latitud Sud. La capital, Uyuni, se encuentra entre los meridianos 66 ° 52´ de Longitud Oeste y 20 ° 18´ de Latitud Sud, a una altura que oscila desde 3.665 a más de 5.000 metros sobre el nivel del mar (msnm).

La extensión territorial según el Atlas Estadístico de Municipios 2005, la sección municipal de Uyuni cuenta con 5.322 Km<sup>2</sup>.

La jurisdicción municipal de Uyuni en su perímetro territorial limita con el municipio de Salinas de García Mendoza al norte, al sur Municipio Colcha “K” y el municipio de Atocha, al este con el Municipio de Urmiri, municipio de Tomave y el municipio de Cotagaita, al oeste con el Municipio Colcha “K”.



El Municipio de Uyuni primera sección municipal de la provincia Antonio Quijarro del departamento de Potosí, conforme al censo de 2012 por el Instituto Nacional de Estadística, cuenta con 29.518 habitantes, de los cuales 70 % corresponden al área urbana y 30 % radican en el área rural, con una tasa de crecimiento de 3.28 anual.

Los principales idiomas según en que el poblador uyunense aprendió a hablar son:

Español 64,19%.

Quechua 35,79%.

Extranjero 0,02%.

#### **4.2. ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS TURÍSTICAS**

En 1980 gracias a la información boca a boca empiezan a surgir la actividad turística, para 1996 el Salar ya es conocido como un atractivo potencial de manera formal con las primeras excursiones y con las primeras empresas de servicios turísticos, convirtiéndose desde esos años en la principal actividad económica de la población.

Las primeras empresas turísticas fueron los hospedajes de categoría alojamiento, algunas empresas operadoras de turismo entre estas podemos mencionar Incahusi, Colque Tours, Pamela, Cordillera, dentro las más antiguas, también había restaurantes pero no dedicadas al turismo, el transporte con que se trabajaba siempre fue vagonetas 4X4 de doble tracción debido a las características accidentadas de los caminos. Se podría decir que el turismo en esta región en esas épocas fue muy improvisado.

Con el pasar del tiempo el Municipio ha ido adquiriendo una vocación turística, ahora se puede encontrar hoteles de categoría de tres estrellas, gran cantidad

de empresas operadoras, restaurantes exclusivamente para turistas, pizzerías, renta car, café internet, lavanderías de ropa y otros negocios enfocados al turismo, convirtiéndose de esta manera Uyuni en el centro de operaciones.

Económicamente los ingresos que se tiene por turismo tienen un fuerte impacto en otros pequeños negocios como ser en el comercio, servicios de comunicación, salud, valores, finanzas, etc.

Ahora a nivel nacional el Salar de Uyuni es uno de los lugares con más afluencia turística, esto por el recurso natural con el que cuenta y por la competencia del DAKAR, esta actividad turística movió un aproximado de 245 mil personas y género al menos 460 millones de bolivianos en 3 días de competencia, datos que están en función a la información que reportaron los establecimientos de hospedaje legales, temporales y las áreas de camping. Solamente en la localidad de Uyuni llegaron 120 mil personas entre el día previo y el día de la competencia.

#### **4.3. CONDICIONES MEDIOAMBIENTALES**

El clima en el Municipio de Uyuni es seco y frío con aires enrarecido y diáfano, haciendo que la insolación y la irradiación sean altas, la humedad sea baja, la temperatura es alta expuesta al sol y baja en la sombra.

Los vientos en la región son muy intensos casi todo el año, pueden alcanzar velocidades que superan los 90 Km/hr, la dirección que más predomina es de Noreste al Sudeste durante los meses de agosto a diciembre.

La humedad relativa promedio registrado es de 32,6% en la estación meteorológica de Uyuni.

Por sus características medioambientales el Municipio se especializa en el cultivo de la quinua y la crianza de llama, muchas comunidades viven de esas

actividades, en el área urbana las condiciones medioambientales son diferentes, la prioridad del municipio es combatir el impacto de los desechos producidos por el diario vivir, se podría decir que desde el 2013 se está tratando el tema de la basura como prioridad, mediante proyectos en reciclaje y el tratamiento de desechos sólidos, gran motivador para las autoridades fue la competencia del DAKAR, promoviendo y concientizando a la población sobre el tema de la basura en las calles.

Entre los impactos más sobresalientes en el Municipio se pueden mencionar:

- Tránsito desordenada de vehículos tanto en la ciudad como en el resto del Municipio logrando destrucción de la escasa vegetación con que se cuenta, esto por la gran cantidad de vehículos turísticos y no turísticos (taxis).
- Acumulación y mala disposición final de la basura, frente a la inexistencia de un sistema de acumulación y manejo de residuos.

Con respecto al atractivo entre lo más común esta:

- Deterioro ambiental por desechos de visitantes al atractivo debido al mal manejo de la basura en el recorrido.
- Degradación de suelos por el constante flujo de movilidades en el atractivo.
- Impacto visual del atractivo por la contaminación de basura en las carreteras y atractivos.

#### **4.4. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

A través de la Política Nacional de Desarrollo Turístico y el Plan Nacional de Turismo 2012 - 2016, Uyuni es considerado uno de los destinos turísticos con mayor flujo, promocionándolo como ícono e imagen emblemática de nuestro país a nivel internacional.

La oferta del destino turístico lleva a un sin número de acciones y actividades en promoción y difusión del atractivo, una de las estrategias por parte de los gobiernos centrales fue la creación de la página web Bolivia te espera para el impulso del turismo en la región.

El Municipio actualmente trabaja en lo que es la promoción del Salar de Uyuni exclusivamente en promoción impresa mediante afiches y propagandas en turismo.

La competencia del DAKAR también sirvió de promoción para hacer conocer uno de los atractivos naturales de Bolivia, que es el Salar, ya que gracias a esta competencia muchos países se enteraron de que en Sudamérica existe uno de los desiertos de sal más grandes del mundo.

En estos últimos años se ha visto el incremento de la demanda asiática, especialmente japonesa, debido a la promoción boca a boca que se tiene del atractivo resultado del impacto que genera el salar con agua.

#### **4.5. RECURSOS TURÍSTICOS**

El Municipio de Uyuni es la puerta de acceso al Salar, uno de los atractivos turísticos más representativos que genera gran actividad turística en la región.

No se cuenta con inventariación de atractivos del Municipio, pero existen algunos libros que describen las experiencias y vivencias de lugares importantes de la región.

##### **4.5.1. RECURSOS NATURALES**

- **El Salar**

Se halla a una altura de 3,750 msnm. Con una superficie de 10.582 km<sup>2</sup>. Posee la reserva de litio más importante del mundo además de importantes yacimientos de ulexita, boro y sal. Está formado por 11 capas de tierra y salitre con espesores que

varían entre 2 y 20 metros, la capa de la superficie tiene aproximadamente 50 cm. de grosor. La profundidad exacta aún no se ha podido determinar, tan solo, que es el resultado de la evaporación del lago “Tauca”, que se secó hace 10,000 años.

En las riberas del salar se encuentran vestigios arqueológicos, centros ceremoniales y fortalezas que datan miles de años antes de Cristo. Los recorridos que se pueden realizar dentro del salar son: caminatas en las islas, visitas a los hoteles de sal, a los lugares de extracción de los bloques de sal, los ojos de sal, y la realización de todo tipo de treking y actividades deportivas.

El paisaje que ofrece tanto el extenso salar, como sus orillas, son de extraordinaria belleza. Las mejores horas para observar y apreciar detenidamente los cambios de color que se pierden en el horizonte es por la mañana muy temprano de 6:00 a 8:30 y por las tardes desde las 17:00 hasta las 19:00 y en temporada de lluvia internándose en el salar, da la impresión de estar dentro de un lago blanco que se une con el cielo, la superficie presenta formaciones poligonales producto de la estructura salina.

Los puntos de orientación más importantes son tres cerros consecutivos llamados “Trillizos”, el primero se llama “Sopayo Picacho”, el segundo “ChilchillWay” y el tercero cerró “ChillchiyWay”. Otros puntos de referencia que sirven de orientación son el volcán Tunupa, el cerro Sillajway y el volcán Ollagüe.

#### **4.5.2. ATRACTIVOS CULTURALES Y PATRIMONIALES**

- **Ciudad de Uyuni**

Tiene vital importancia dentro de la comunicación férrea del país, constituyendo un nudo que concentra los tramos hacia Oruro, Chile y Argentina. Es conocida también como el “Puerto Seco de Bolivia” por el intenso tráfico que tiene desde su fundación. Ganó un lugar de privilegio dentro del ámbito nacional durante la Guerra del Chaco, que le permitió ganar el reconocimiento de “Hija Predilecta de Bolivia”, por la abnegada labor que cumplieron sus mujeres mientras duró el conflicto con el Paraguay.

Uyuni es una ciudad contemporánea, de construcciones recientes en la que predominan las edificaciones populares de calles amplias con casas de adobe y techos de calamina.

En esta ciudad se realiza también una feria anual de camélidos, donde existen expositores de todas las localidades para mostrar la calidad de llamas, alpacas y vicuñas que se crían y comercializar artesanías hecha con materia prima de la región, también desde el 2013 se realizó la primería feria de la quinua.

- **Cementerio de Trenes**

El cementerio de trenes está ubicado al sudoeste de la ciudad de Uyuni, en el sector que servía para aparcamiento y maniobra de los trenes. En este cementerio se hallan locomotoras a vapor y vagones de las primeras épocas del ferrocarril hasta de principios del siglo XX. Estos trenes fueron de gran importancia para el transporte de los minerales hacia los puertos de Chile para su posterior comercialización en los mercados mundiales, existen también vagones que se emplearon para el transporte de pasajeros. Entre estos restos, se pueden observar maquinarias de diversas procedencias principalmente francesas e inglesas. En la actualidad se halla en proceso de desmantelamiento, parte de los repuestos y restos fueron ya vendidos por la capitalizadora Cruz Blanca para las fundiciones.

Originalmente este espacio era empleado para realizar maniobras técnicas de los trenes.

- **Reloj de Uyuni**

En el año 1926 a la cabeza del párroco Luis Buitrago, se da la idea de construir un Reloj, actividad que fue llevada a cabo por varios años a través del "Centro Dramático Infantil", mediante subvenciones que provenían del Tesoro Municipal.

El reloj llegó en febrero de la Casa de importación Oscar & Meyer de Hamburgo (de Alemania). La obra arquitectónica, el trazo elegante y sencillo fueron

ejecutando por el Ing. Lucien Dupont. La construcción de la torre es de cemento armado.

Para el montaje del reloj importado, se presentaron varias propuestas tanto de Antofagasta, Potosí, Oruro y La Paz, pero sus exigencias económicas eran demasiado altas para el presupuesto de la comunidad, por lo cual se tuvo que decidir por una contratación de un poblador uyunense, el Sr. Don. Miguel Vargas Guarachi ayudado por su hijo el Sr. Víctor Vargas Solís, los cuales pudieron dejar el Reloj público, armado y funcionando.

El Sr. Vargas garantizó su trabajo y el normal funcionamiento del reloj el histórico 20 de Abril de 1930, conforme está inscrito en el interior de la torre.

- **Museo Arqueológico y Antropológico de los Andes Meridionales**

Establecido en 1994, ubicado en la misma población en el cual se puede encontrar desde libros hasta “chullpas” (cuerpos momificados), que seguramente se encontraron en la región, lo que implica que antes de la civilización actual otras culturas explotaban el salar, para uso personal o familiar.

Además de observar hermosos tejidos al parecer de la época preincaica, también se expone cráneos con deformación tabular, encontrados en el altiplano sur, que datan entre 1000-1300 años antes de Cristo y piezas arqueológicas que demuestran parte de la historia de la región altiplánica.

#### **4.5.3 ACONTECIMIENTOS Y EVENTOS**

Uyuni es rica en historia y en acontecimientos, los pobladores en un 90 % son católicos, por lo que celebran muchas fiestas católicas durante el año. Entre las fiestas más importantes cronológicamente son:

- **Año Nuevo**

Aunque es una fiesta celebrada a nivel mundial, es muy peculiar la celebración en Uyuni y sectores cercanos de esta región, ya que lo reciben entre fraternidades, realizando un mini carnaval a partir de la media noche, donde los integrantes de las fraternidades salen a bailar con banda y recorren bailando todo el pueblo.

- **Carnavales**

El carnaval de Uyuni es uno de sus mayores atractivos, estos son 11 días de celebración, tiene la característica de tener agrupaciones de fraternidades y de comparsas, se les llama fraternidades a las agrupaciones de la ciudad y comparsas a las agrupaciones del campo.

Generalmente las fraternidades son las que realizan fiestas de elecciones de Reinas del Carnaval, de disfraces, de gala, de comadres, de compadres, despedida del carnaval. Estas fraternidades se organizan muy bien todo el año, en vestimenta, fiestas, canciones, etc. cada fraternidad tiene más de 25 integrantes, para esa época se ve gran llegada de residentes uyunenses de todo el país.

- **11 de julio**

Una fiesta importante, ya que se celebra un año más de su fundación, generalmente se celebra con grupos de moda toda la noche, a pesar del frío. Muy característico de esta fiesta, para combatir el frío se ingiere ponches de leche, te con canela y singani, también se realizan desfiles durante el día y desfile de teas en las cuales participan todas las instituciones públicas.

- **6 de agosto**

Fiestas patrias, al igual que en otros departamentos lo celebran con desfiles durante el día y durante la noche (desfiles de tea), en el cual participan todas las organizaciones e instituciones públicas y privadas.



- **A la Virgen de Urkupiña**

Es una de las más grandes fiestas celebradas en Uyuni, realizadas en el mes de agosto, dura 4 días, generalmente la celebración empieza el jueves con una entrada folklórica, el cual participan algunas organizaciones con sus respectivas fraternidades, aparte de divertirse en la entrada, también lo hacen en sus respectivos locales con grupos en vivo que estén de moda, es así durante los 4 días.

- **Al Cristo de Bonbori**

Es una fiesta religiosa que dura un fin de semana, esta fiesta es realizada en el mes de agosto, es importante porque mucha gente tiene fe en este cristo.

También se realizan al año varias ferias en el sector ganadero, (llama y sus derivados) y agricultura (sobre todo lo que es la quinua)

## **4.6. SERVICIOS TURÍSTICOS**

### **4.6.1. OPERADORAS DE TURISMO**

Según registros de la Secretaria de turismo hasta el momento existen 131 empresas operadoras de turismo todas legalmente constituidas, las cuales operan toda la parte del sud oeste de Potosí.

Las empresas en su gran mayoría se concentran entre las calles Arce y Ferroviaria (calles céntricas), realizan sus funciones en pequeñas oficinas alquiladas.

Son especializadas en vender y operar recorridos en el Salar y atractivos de la Reserva Eduardo Avaroa, ofreciendo tours desde un día, dos, tres hasta siete dependiendo de los requerimientos del turista.

#### **4.6.2. SERVICIO DE TRANSPORTE**

Las empresas de transporte en el Municipio son 13, estas con frecuencia interdepartamentales hacia Oruro, La Paz, Cochabamba, Sucre y Potosí y frecuencias provinciales a Llica, Tahua, San Cristóbal.

Existe una empresa de transporte turístico “Todo Turismo”, dedicadas al dar un servicio exclusivo y diferente al resto, específicamente para la demanda turística.

La gran afluencia de turistas y la carretera asfaltada Huancarani – Colchani, han hecho que cada año mejore es servicio de transporte, incorporando buses con mayor comodidad “bus cama”.

Otro medio de acceso es el transporte férreo, mediante la empresa “Ferroviaria Andina”, con la frecuencia Oruro - Uyuni - Tupiza – Villazón, de tres clases, popular, normal y ejecutivo.

Desde el 2012 se habilito el Aeropuerto Joya Andina con dos empresas que operan la ruta La Paz – Uyuni, Amazonas y Transporte Aéreo Militar TAM ahora incorporándose la empresa Boliviana de Aviación BOA, ahora con frecuencias diarias.

#### **4.6.3. INFORMACIÓN TURÍSTICA**

El Municipio cuenta con una oficina de información turística dependiente de la Secretaria de Turismo de la Gobernación del departamento de Potosí, en cual se da toda la información básica de lo que son los atractivos a nivel nacional, departamental y del municipio, mediante afiches, trípticos, mapas.

El Centro de Información turística es atendido por una persona encargada debidamente capacitada en idiomas para la correspondiente información solicitada, la atención es de lunes a viernes en horarios de 09:00 a 12:00 y 14:00 a 18:00, también se puede extender reclamos de algunas irregularidades de los servicios o acontecimientos relacionados con los turistas.

#### **4.6.4. SERVICIOS GASTRONÓMICOS TURÍSTICOS**

La oferta gastronómica es muy amplia y con un constante crecimiento, existen 37 restaurantes en la localidad, de los cuales son 19 exclusivos para turistas, entre los más conocidos está la Pizzería Arco Iris, restaurante 16 de julio, restaurante 11 de julio, restaurante La Loco, el restaurante Litium, restaurante Wipala, etc. la mayoría de estos restaurantes turísticos están cerca del famoso Reloj, ubicado al centro de Uyuni, punto de referencia donde se concentran las personas que visitan la población, con un amplio menú, especial para extranjeros, como ser pizzas, espagueti, omelets, jugos de fruta, desayuno continental, americano, etc.

#### **4.6.5. SERVICIO DE HOSPEDAJE**

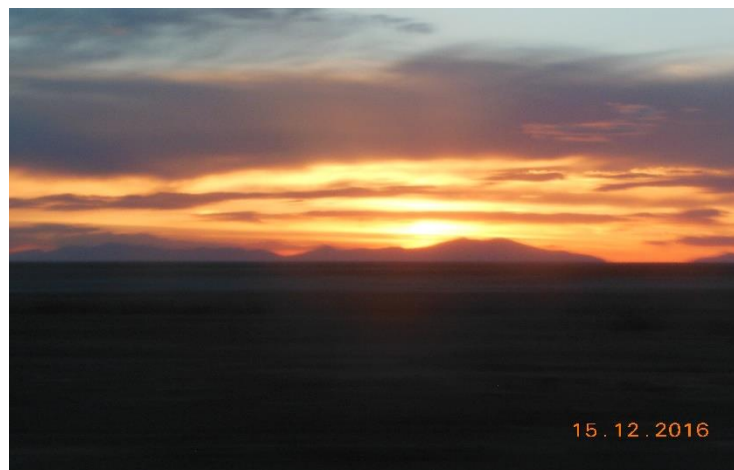
En la localidad de Uyuni existen 45 establecimientos de hospedaje, entre las categorías de Hotel, Residencial y Alojamientos. Ver **Anexo 3**

Los precios tienden a variar cada año, dependiendo de la temporada alta del turismo y a la categoría con que cuenta, hasta el momento la mayor categoría en hoteles es de 3 estrellas, un promedio en precios de 300 Bs. una habitación simple y 400 a 450 Bs. habitación doble y matrimonial, en una residencial el precio está entre 100 a 150 Bs. por persona y en alojamientos entre 80 y 100 Bs. por persona.

Existe una organización específicamente del rubro de la hotelería La Cámara Hotelera de Uyuni, la cual mediante la institución han tratado de estandarizar los precios.

## CAPÍTULO V ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LAS OPERADORAS DE TURISMO

---



## 5.1 OPERADORAS TURÍSTICAS

De acuerdo a los registros de la Secretaria de Turismo de la Gobernación del Departamento de Potosí son 154 operadoras legalmente constituidas. Ver **Anexo4**

Este sector se encuentra organizado en asociaciones: Cámara Regional de Turismo, Asociación de Agencias de Viajes y Asociación de Operadores Turísticos, esta última alberga a la mayoría de las operadoras.

El turismo en Uyuni empezó aproximadamente en 1980 con la formación de pequeñas empresas dedicadas hacer recorridos en el Salar oficializando esta actividad en 1996, en esta época los servicios se establecieron de manera improvisada, precaria, empírica, libre de permisos, licencias de funcionamiento, proyectos ambientales, etc., con personal poco capacitado, manejando las empresas de turismo como negocios de índole familiar e informal.

A pesar que son los que brindan más fuentes de trabajo en el Municipio, el empleo que proporcionan es eventual y de baja remuneración, sin ningún tipo de beneficios de ley, situación que es justificada por la oferta de precios muy bajos.

Al ser empresas que se caracterizan por trabajar por temporadas, también evaden impuestos, declarando como empresas sin movimiento, solo algunos pagan impuestos en temporada alta, a pesar que trabajan todo el año.

La comercialización de sus servicios se realiza de la siguiente forma: de manera directa en las paradas de los buses que llegan de La Paz, Oruro, Potosí, mediante intermediarios provenientes de otros departamentos, generalmente de agencias de viajes de La Paz y mediante reservas directas desde una página web, aunque muy pocas cuentan con una, lo que utilizan son las redes sociales como el Facebook.

Para los recorridos programados pocas operadoras cuentan con equipos de seguridad como botiquín en sus movilidades, oxígeno y GPS, esto en caso se accidentes o desorientaciones que ayudarían mucho para mejorar la calidad en los servicios.

### **5.1.1. PRODUCTOS TURÍSTICOS**

El Municipio es la puerta de acceso al Salar y en base a eso existen variedad de productos turísticos, dando posibilidad en hacer turismo de diferentes tipos como ser de aventura, escalada de montaña, turismo comunitario. Uno de los circuitos más comunes que realizan las operadoras es el servicio de recorrido al salar (tour de un día).

Para la realización de este producto la operadora brinda los servicios de información, transporte, alimentación y guía.

Para la mejor comprensión se describirá el producto Tour Salar.

**Programa de un día:** El tour empieza 10:30 de la mañana, visitando el cementerio de Trenes ubicado a orillas de la ciudad, posteriormente se sale hacia la población de Colchani a 20 Km. de Uyuni, donde el turista puede ver como se procesa la sal, además de gran variedad de artesanías propios del lugar, luego se ingresa al salar, en él se ve claramente la extracción de sal en los montones que los pobladores van formando, en el recorrido se visita el primer hotel de Sal “Playa Blanca” ahora museo, luego la Isla Incahuasi, también se puede ver Ojos de Sal donde se puede extraer cristales, en algunas excursiones también se puede visitar el Volcán Tunupa y la población de Coquesa dependiendo del programa. El tour finaliza casi por la noche, después de apreciar la puesta de Sol.

En temporada de lluvias, de diciembre a marzo, el recorrido tiene algunas variaciones ya que no se puede ingresar a la Isla Incahuasi pero se puede apreciar el

salar desde otra perspectiva, con reflejo en el agua, esta época es más demandado por los turistas asiáticos.

Otro de los programas que más se vende en temporada de lluvia es el tour de Estrellas y el Tour Amanecer el cual consiste en ver las constelaciones y la salida del sol en reflejo con el agua en medio del Salar

En el tour de un día puede haber algunas variaciones dependiendo de lo que desee conocer el turista, donde se pueden visitar otros atractivos cercanos como ser al Volcán Tunupa, poblaciones como Coquesa, Chantani museos de fósiles, las cuevas de la Galaxias (rocas petrificada).

Dada la proximidad de otros atractivos también existen programas de dos días de tour, de tres días incluido la visita a la Reserva Eduardo Avaroa, y de más días hasta la población de Tupiza incorporando en estos recorridos otros atractivos característicos de la región.

Los tours se realizan en movilidades 4x4, Toyota LandCruicer, los cuales transportan entre 6 o 7 pasajeros.

Gran parte de las operadora organizan tour compartido en el cual solo lleva chofer/guía (una sola persona) para la realización de todo el servicio, el mismo se encarga de conducir, explicar los diferentes atractivos que visitan y atenderles en su alimentación.

### **5.1.2. ANÁLISIS DE COSTOS DE OPERACIÓN EN EL SERVICIO TURÍSTICO**

Según las características del servicio el costo de operación del tour de un día es de 1605 bs. Como se puede apreciar en el cuadro.

**Tabla 3. GASTO DE OPERACIÓN SERVICIO DEL TOUR DE 1 DÍA SALAR, EXPRESASO EN Bs.**

TIPO DE GASTO	MONTO
Combustible (litro	100* según programa
Alimentación y bebidas para 7 a 8 personas	200 *tipo de menu
Gastos mantenimiento de la movilidad (promedio)	100 *tipo de Mantenimiento
Pago al chofer por el	150
Imprevistos	100
<b>TOTAL</b>	<b>650</b>

**Fuente:** Elaboración propia

\*variable

En el servicio compartido no lleva guía y en caso que lo requieran, la tarifa promedio es de 40 \$us por día en temporada baja y 45 a 50 \$us por día en temporada alta, en idioma inglés. (\*Varia según el idioma)

La ganancia está calculada por la cantidad de grupo y no así por mes, ya que de acuerdo a la temporada y los clientes que tienen varía el número de grupo por día, según un sondeo en temporada alta mandan entre 3 a 4 grupos por día y en temporada baja un grupo por día.



**Tabla 4. GANANCIA POR GRUPO DEL SERVICIO DE 1 DÍA SALAR, EXPRESADO EN Bs.**

<b>TIPO DE TOUR</b>	<b>PRECIO VENDIDO POR PAX (7pax = grupo)</b>	<b>TOTAL</b>	<b>COSTO OPERACION</b>	<b>TOTAL GANANCIA (por grupo)</b>
<b>1 dia Salar</b>	<b>150</b>	<b>1050</b>	<b>650</b>	<b>400</b>

**Fuente:**

Elaboración

propia

### 5.1.3. DIAGNÓSTICO DE LAS OPERADORAS DE TURISMO

#### OPORTUNIDADES

1. El Municipio apoya en la promoción de los servicios turísticos en Uyuni mediante promoción impresa.
2. El Municipio cuenta con INFOTUR para brindar información de los servicios turísticos en Uyuni.
3. Un objetivo de las autoridades municipales de Uyuni es gestionar adecuadamente la actividad turística.
4. Se cuenta con recursos económicos para emprender nuevos proyectos en la actividad turística del municipio.
5. Uno de los objetivos principales del Municipio es que sea conocido por brindar servicios turísticos de calidad.

#### AMENAZAS

1. La falta de proyectos en el Municipio pone en riesgo el desarrollo turístico.
2. Ausencia de capacitaciones sobre calidad al sector, sobre todo en el personal de contacto.
3. La falta de control del Municipio en el servicio turístico que brindan las operadoras hace que no puedan tomar medidas correctivas al respecto.
4. Ausencia de estadísticas turísticas, esto debido a la falta de registros de las operadoras con respecto a los servicios que realizan.
5. El poco conocimiento de las agencias sobre los tours hace que la información hacia el cliente no sea confiable.

#### FORTALEZAS

1. Surgen más empresas operadoras en el municipio debido a que cada año aumenta la actividad turística.
2. El sector de las Operadoras están organizadas en asociaciones de turismo.
3. El Municipio cuenta con recursos económicos suficientes para invertir en proyectos enfocados a la mejora de la calidad en los servicios turísticos.
4. Años pasados el municipio dio capacitación al sector del turismo.
5. Es amplia la difusión de los servicios turísticos en el Municipio.

#### DEBILIDADES

1. Dificultad en identificar a la Operadora que realiza un buen servicio
2. Falta de registros del personal con que trabajan las operadoras como ser counters, conductores, guías entre otros.
3. Carencia de un seguimiento y evaluación de las capacitaciones y de las concientizaciones realizadas en estos últimos años.
4. Dificultad de control sobre los servicios que contratan los turistas, ya que no hay la garantía de que sean capacitados y especializados en la actividad.
5. Falta de promoción a los servicios y atractivos turísticos del Municipio.

## **5.2 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO**

El transporte turístico en el Municipio es el que dio origen a la actividad turística, actualmente es uno de los actores importantes para que el servicio turístico salga conforme a las expectativas del turista.

Al inicio, para ingresar a los atractivos como el Salar solo se contrataba transporte 4x4 por lo accidentado de los caminos y en ese entonces muy pocos contaban con ese tipo de movilidad, así nació el turismo en esta región, mucho más de aventura eran las excursiones hacia la Reserva Eduardo Avaroa por que llevaba muchos más días el recorrido, donde tenían que llevar todo los insumos necesarios para poder sobrevivir, inclusive cocineras ya que en ese entonces no había ningún tipo de servicios en las comunidades. Para ese entonces muy pocas eran las operadoras de turismo y sus tarifas eran altas a comparación de ahora.

Actualmente gran parte de la población cuenta con vagonetas 4X4 de marca Toyota desde los modelos del año 1994 en adelante, y es una de las principales fuentes de trabajo en el Municipio, debido al aumento de la demanda en estos últimos años.

El transporte turístico al igual que las operadoras representa un número amplio, muchos empezaron a trabajar de choferes, viendo la rentabilidad que esto genera compraron movilidades y ahora trabajan como propietario, chofer y hasta de guía dentro la actividad turística.

Por la gran cantidad de personas que se dedican al transporte turístico, hace algunos años atrás se organizaron y formaron una asociación de transportistas turísticos, “Sindicato 11 de Julio”, actualmente desintegrada por falta de coordinación y problemas internos, ahora este sector no se encuentra representado.

Para mejor organización y control, en conjunto con el SERNAP - Reserva Eduardo Avaroa se ha optado por afiliar al transporte turístico a las empresas

operadoras, con el fin de tener un control sobre ellos con respecto al ingreso a la reserva y frenar el trabajo desleal que realizaba el transporte anteriormente, al estar afiliado se le otorga un holograma por parte de la reserva y un sticker con el logotipo de la operadora por parte de la empresa.

Como en todo servicio, el aspecto visual es de gran importancia, por lo que la movilidad debe estar debidamente limpia y sin ningún tipo de fallas mecánicas, al igual que el aspecto personal del chofer y el trato correcto cordial y educado hacia los pasajeros, además de tener experiencia y conocimiento del recorrido.

Cabe mencionar que el servicio se centra en la movilidad y en el chofer, por lo que depende en gran porcentaje para que este sea de calidad ya que en el recorrido el chofer es quien tiene contacto directo con los turistas y dependiendo de cómo realice el tour es que se califica la calidad del servicio.

Dentro las tareas que este realiza está el de acomodar las pertenencias con que se viaja, explicar los atractivos que se visita, atenderles en la hora de almuerzo y estar a la disposición de los pasajeros durante todo el día.

Viendo la rentabilidad es que ahora los bancos dan la facilidad en créditos para la adquisición y mejoramiento de las movilidades.

### **5.2.1. DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TURISTICO**

#### **FORTALEZAS**

1. Modernización en el transporte turístico debido a nuevas demandas.
2. Incremento del empleo en el sector turístico dentro de lo que es el transporte.
3. Conciencia de los del sector en que es necesario brindar un buen servicio.
4. El sector es controlado mediante la afiliación de las movilidades a una operadora.
5. Conciencia por parte de las autoridades municipales en incentivar a la mejora de las movilidades y a la calidad de sus servicios.

#### **DEBILIDADES**

1. Los conductores no tienen ningún respaldo que muestre que tienen experiencia en turismo y prestan un servicio de calidad.
2. Falta de inspección periódica por parte del Municipio al sector de transporte turístico.
3. No existe ninguna asociación de conductores de turismo o transporte turístico que les represente.
4. No se cuenta con un registro de conductores que prestan servicio turístico en el municipio de Uyuni.
5. Ausencia de normativas municipales para el control de servicio de transporte turístico dentro el municipio.

#### **OPORTUNIDADES**

1. Facilidad de créditos para el sector en la adquisición y renovación de movilidades.
2. Uno de los objetivos principales del municipio es que sea conocido por brindar servicio de calidad.
3. Predisposición de las autoridades municipales para el establecimiento de estrategias en el sector del transporte turístico.
4. Interés del sector en mejorar la calidad del servicio de transporte y del trato del conductor hacia el turista.
5. Predisposición por parte de las autoridades municipales para la elaboración de un programa en talleres a favor de la mejora de la calidad del servicio en cuanto se refiere al trato con los clientes.

#### **AMENAZAS**

1. Los conductores carecen de capacitación relacionada en la atención al cliente.
2. Gran demanda de movilidades dedicadas al turismo provoca competencia desleal en precios.
3. falta de control en movilidades y conductores no da lugar a que se pueda hacer una denuncia o reclamo en caso haya realizado en mal servicio.
4. Gran parte de los proyectos en turismo en el Municipio y en la gobernación no toman en cuenta al transporte y Conductor como parte principal del servicio de calidad.
5. Las nuevas demandas del turismo hacen que el personal que presta el servicio de transporte sea más capacitado.

### **5.3 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DE GUÍA**

El trabajo del guía es demasiado importante dentro del servicio ya que representa la imagen de la empresa como del país, depende de lo que sepa hacer e informar en el servicio para que este sea calificado con calidad.

En el Municipio, a pesar de que existe la Carrera de Turismo de la Universidad Tomas Frías, no todos se dedican a trabajar de guías, por lo que no llega a cubrir con toda la demanda de temporada alta, gran parte de los guías que salen tropiezan en la parte del idioma.

Debido a esta situación es que muchas agencias mandan sus grupos con guías de otros departamentos y en algunos casos la operadoras contrata guías de otros departamentos que sepan perfectamente otros idiomas como el inglés, francés, japonés y alemán.

Actualmente el servicio de guía es exclusivo, solo para turistas que estén en las posibilidades de pagar por el servicio, la tarifa media de un guía en inglés – español es de 35 -40 dólares por día y la tarifa aumenta en otros idiomas como el Alemán, Japonés, entre otros.

En caso de que el servicio turístico necesite guía, él es el encargado de proporcionarles información fidedigna y actualizada de los atractivos que se visitará, coordinar todo respecto al servicio e inclusive auxiliarles en caso de alguna emergencia o inconveniente que se tenga durante el tour.

### **5.3.1. DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO DE GUÍA EN EL MUNICIPIO DE UYUNI**

#### **FORTALEZA**

1. A través de la gobernación ya se puede sacar credencial para guía en el Municipio.
2. Existe la experiencia de guías locales para el apoyo a las capacitaciones.
3. El Municipio cuenta con recursos para generar nuevas estrategias como incentivo de mejora de la calidad del servicio de los guías turísticos.
4. Cada año se realiza una evaluación para la adquisición de credencial como guías locales.
5. Para sacar el credencial de guía uno de los requisitos principales es haber estudiado la carrera de turismo

#### **OPORTUNIDADES**

1. Existe la posibilidad de que se pueda capacitar y especializar a los guías de turismo mediante alianzas con la carrera de turismo y lingüística de la Universidad Tomas Frías.
2. Las nuevas demandas turísticas hacen que los guías sean más especializados en la actividad que realizan
3. El Municipio está en la posibilidad de proponer estrategias para que la contratación de guías sea de manera más formal.
4. Las autoridades municipales están conscientes de la necesidad de controlar la actividad de los guías
5. El municipio cuenta con recursos económicos e interés por mejorar la calidad del servicio de los guías

#### **DEBILIDADES**

1. Poca confianza en guías locales, debido a la falta de especialización en idiomas por lo que mandan guía con esas características para el desarrollo del servicio.
2. Los guías locales no están representados bajo ninguna asociación.
3. No se da cursos de capacitación ni especialización a los guías a pesar que existe la carrera de turismo y lingüística a nivel licenciatura.
4. Falta de control la actividad y el profesionalismo de los guías que trabajan en el municipio.
5. Falta de registros municipales de guías, con respecto a capacidades y aptitudes.

#### **AMENAZAS**

1. Falta de control a guías, resultando ser una amenaza para la imagen como destino turístico.
2. Los guías que vienen de otros departamentos trabajan de manera informal, no se encuentran registrados en ninguna operadora por lo que no se sabe la experiencia laboral con que cuentan.
3. Ausencia de estrategias municipales para capacitación a guías.
4. Aumento de la competencia laboral en el sector ya que vienen a trabajar al Municipio guías de otros departamentos.
5. falta de evaluación a la experiencia laboral del guía, resultando ser un riesgo del servicio.

#### **5.4 CRUCE DE VARIABLES**

Identifica la situación actual de la operadoras de turismo:

##### **5.4.1 CRUCE DE VARIABLES DEL FODA - OPERADORAS DE TURISMO**

###### **FORTALEZA VS AMENAZAS**

	F1	F2	F3	F4	F5	
A1	2	1	3	2	2	10
<b>A2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>14</b>
A3	2	2	3	1	1	9
A4	1	2	3	2	2	10
A5	2	2	2	1	1	8
	10	11	<b>13</b>	9	9	

A2. Ausencia de capacitaciones en calidad turística al sector, sobre todo en el personal de contacto.

F3. El Municipio cuenta con recursos económicos suficientes para invertir en proyectos enfocados a la mejora de la calidad en los servicios turísticos.

#### **ESTRATEGIA 1: OPERADORAS DE TURISMO**

Capacitación a las operadoras de turismo para mejorar la calidad de servicio.



**DEBILIDADES VS OPORTUNIDADES**

	D1	D2	D3	D4	<b>D5</b>	
O1	1	2	1	1	<b>3</b>	8
O2	1	2	3	2	<b>3</b>	11
O3	2	2	2	2	<b>2</b>	10
O4	3	3	1	2	<b>3</b>	9
<b>O5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
	10	12	10	10	<b>13</b>	

O5. Uno de los objetivos principales del Municipio es que sea conocido por brindar servicios turísticos de calidad.

D5. Falta de promoción tanto de los servicios como de los atractivos turísticos del municipio.

**ESTRATEGIA 2: OPERADORAS DE TURISMO**

Creación de una plataforma de promoción de las empresas de turismo, servicios y atractivos turísticos del Municipio de Uyuni.

**DEBILIDADES VS AMENAZAS**

	D1	D2	D3	<b>D4</b>	D5	
A1	1	1	2	3	1	8
A2	3	2	2	3	2	12
<b>A3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>13</b>
A4	3	3	1	2	1	10
A5	1	1	3	3	3	11
	11	10	11	<b>14</b>	10	

A3. La falta de control del Municipio en el servicio turístico que brindan las operadoras hace que no puedan tomar medidas correctivas al respecto.

D4. Dificultad de control sobre los servicios que contratan los turistas, ya que no hay la garantía de que sean capacitados y especializados en la actividad.

**ESTRATEGIA 3: OPERADORAS DE TURISMO**

Controlar mediante una plataforma virtual a las empresas de turismo tomando en cuenta la opinión del turista.

**5.4.2 CRUCE DE VARIABLES DEL FODA - TRANSPORTE TURÍSTICO**

**FORTALEZA VS AMENAZAS**

	F1	F2	<b>F3</b>	F4	F5	
A1	2	2	<b>3</b>	2	1	10
A2	1	2	<b>3</b>	3	1	10
A3	2	3	<b>3</b>	3	3	14
A4	1	1	<b>2</b>	2	3	9
<b>A5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
	9	10	<b>15</b>	13	11	

A5. Las nuevas demandas del turismo hacen que el personal que presta el servicio de transporte sea más capacitado.

F3. Muchos del sector están conscientes que el turismo está en su auge y hay que brindar un buen servicio.

**ESTRATEGIA 1: TRANSPORTE**

Capacitaciones a los conductores con el fin de mejorar el servicio que ofrecen.

**DEBILIDADES VS OPORTUNIDADES**

	<b>D1</b>	D2	D3	D4	D5	
O1	3	2	1	1	2	9
<b>O2</b>	3	3	3	3	1	13
O3	3	1	2	2	2	11
O4	3	3	2	1	3	12
O5	2	1	2	2	3	10
	<b>15</b>	10	10	9	11	

O2. Uno de los objetivos principales del Municipio es que sea conocido por brindar servicios turísticos de calidad

D1. Los conductores no tienen ningún respaldo que muestre que tienen experiencia en turismo y prestan un servicio de calidad.

**ESTRATEGIA 2: TRANSPORTE**

Creación de una plataforma de promoción donde se incluya al servicio de transporte del Municipio de Uyuni.

**DEBILIDADES VS AMENAZAS**

	D1	D2	D3	<b>D4</b>	D5	
A1	1	2	2	<b>3</b>	1	9
A2	2	3	2	<b>3</b>	1	11
<b>A3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
A4	1	3	2	<b>2</b>	2	10
A5	3	1	1	<b>3</b>	2	10
	10	12	10	<b>14</b>	9	

A3. La falta de control de las movilidades y conductores en el Municipio no da lugar a que se pueda hacer una denuncia o reclamo en caso haya realizado un mal servicio.

D4. No se cuenta con un registro de conductores que prestan servicio turístico en el Municipio de Uyuni.

**ESTRATEGIA 3: TRANSPORTE**

Control municipal mediante la creación de un registro de transportistas capacitados que prestan servicio turístico en el municipio de Uyuni.

### 5.4.3 CRUCE DE VARIABLES DEL FODA - GUÍAS DE TURISMO

#### FORTALEZA VS AMENAZAS

	F1	F2	<b>F3</b>	F4	F5	
A1	3	2	<b>3</b>	2	1	11
A2	1	1	<b>3</b>	2	3	10
<b>A3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
A4	1	2	<b>2</b>	1	2	8
A5	1	3	<b>3</b>	1	2	10
	9	11	<b>14</b>	9	11	

A3. Ausencia de estrategias municipales para la mejora de los servicios de guías.

F3 El Municipio cuenta con recursos para generar nuevas estrategias como incentivo de mejora la calidad del servicio de los guías turísticos.

#### **ESTRATEGIA 1: GUÍAS DE TURISMO**

Capacitaciones a los guías turísticos con el fin de mejorar el servicio que ofrecen.

**DEBILIDADES VS OPORTUNIDADES**

	D1	D2	D3	D4	<b>D5</b>	
O1	3	2	1	2	<b>3</b>	11
O2	1	1	2	2	<b>3</b>	9
O3	2	1	2	2	<b>3</b>	10
O4	2	3	2	3	<b>3</b>	13
<b>O5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>14</b>
	11	10	10	10	<b>15</b>	

O5. El Municipio cuenta con recursos económicos e interés por mejorar la calidad del servicio de los guías

D5. Falta de registros municipales de guías, con respecto a capacidades y aptitudes.

**ESTRATEGIA 2: GUÍAS DE TURISMO**

Creación de una plataforma de promoción donde se incluya al servicio de los guías turísticos del Municipio de Uyuni.

**DEBILIDADES VS AMENAZAS**

	D1	D2	D3	<b>D4</b>	D5	
<b>A1</b>	3	2	2	1	2	<b>10</b>
A2	3	3	2	3	1	12
A3	1	1	2	2	3	9
A4	3	3	3	1	3	14
A5	3	1	2	2	1	9
	13	9	11	<b>8</b>	10	

A1. La falta de control del Municipio a guías resulta ser una amenaza para la imagen como destino turístico.

D4. Falta de control la actividad y el profesionalismo de los guías que trabajan en el Municipio.

**ESTRATEGIA 3: GUÍAS DE TURISMO**

Control Municipal mediante la creación de un registro de guías turísticos capacitados que prestan servicio turístico en el Municipio de Uyuni.



#### **5.4.4 ESTRATEGIAS PARA EL SERVICIO TURÍSTICO DEL TOUR SALAR**

##### **ESTRATEGIA 1: OPERADORAS DE TURISMO**

Capacitación a las operadoras de turismo para mejorar la calidad de servicio.

##### **ESTRATEGIA 2: OPERADORAS DE TURISMO**

Creación de una plataforma de promoción de las empresas de turismo, servicios y atractivos turísticos del municipio de Uyuni.

##### **ESTRATEGIA 3: OPERADORAS DE TURISMO**

Controlar mediante una plataforma virtual a las empresas de turismo tomando en cuenta la opinión del turista.

##### **ESTRATEGIA 1: TRANSPORTE**

Capacitaciones a los conductores con el fin de mejorar el servicio que ofrecen.

##### **ESTRATEGIA 2: TRANSPORTE**

Creación de una plataforma de promoción donde se incluya al servicio de transporte del municipio de Uyuni.

##### **ESTRATEGIA 3: TRANSPORTE**

Control municipal mediante la creación de un registro de transportistas capacitados que prestan servicio turístico en el municipio de Uyuni.

##### **ESTRATEGIA 1: GUÍAS DE TURISMO**

Capacitaciones a los guías turísticos con el fin de mejorar el servicio que ofrecen.

##### **ESTRATEGIA 2: GUÍAS DE TURISMO**

Creación de una plataforma de promoción donde se incluya al servicio de los guías turísticos del municipio de Uyuni.

### **ESTRATEGIA 3: GUÍAS DE TURISMO**

Control municipal mediante la creación de un registro de guías turísticos capacitados que prestan servicio turístico en el municipio de Uyuni.

#### **5.5 ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA DEMANDA TURÍSTICA**

La demanda turística se incrementó notablemente, fruto de los últimos acontecimientos que se fueron dando, apoyados por las correspondientes autoridades, según el Plan Nacional de Turismo 2012–2016 identifica con mayor afluencia turística el destino Salar de Uyuni con un crecimiento constante de 6.3% anual.

**Tabla 5. FLUJO DE VISITANTES EXTRANJEROS Y ESTADÍA MEDIA EN LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS**

<b>DESTINO</b>	<b>VISITANTES</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>ESTADIA MEDIA/DÍA</b>
<b>1. Cordillera Real</b>			
Caminos Precolombinos	219	0,02	2,5
Sorata	3744	0,34	3,1
Chacaltaya	1629	0,15	3,1
Picos y Nevados	797	0,07	3,5
<b>2. Lago Titicaca</b>			
Copacabana	73592	8,8	2,6
Desaguadero	137416	0,08	1
Isla del Sol y la Luna	48865	3,2	1,6
Tiwanaku	18783	1,8	1,5
Lago Titicaca	8243	0,9	1,9
<b>3. Madidi - Rurrenabaque</b>			
Madidi	7067	0,2	3,6
Pilón Lajas	227	0,03	1,5
Rurrenabaque	16751	1,5	4,6
<b>4. Oruro</b>			
Oruro	14961	2,4	4,5
Sajama	4886	0,4	2,3
Aguas Termales	567	0,05	1
<b>5. Potosí Colonial</b>			
Centros Mineros	235	0,02	5,5

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Potosí	15219	4,5	3,9
Toro Toro	3942	0,13	2,8
<b>6. Salar de Uyuni</b>			
Incahuasi	210	0,02	3,5
Reserva Eduardo Avaroa	80966	0,02	1,5
Uyuni	75981	7,2	3,6
<b>7. Samaipata y Valles</b>			
Amboró	1832	0,2	2,5
Roboré	353	0,03	5,3
Samaipata	1321	1,18	3,2
Vallegrande	4565	0,5	5,7

**Fuente:** Viceministerio de Turismo, Destinos, Museos, Áreas Protegidas

Para el análisis de la demanda del proyecto se han tenido inconvenientes por la falta de estadísticas específicamente de las personas que ingresan al salar durante todo el año, a pesar de que existe un registro en la Isla Incahuasi por parte de la mancomunidad Llica – Tahua no cuentan con una base estadística elaborada, además que no se tiene acceso durante todo el año, en temporada de lluvia no se visita el atractivo. Las estadísticas por parte de la Reserva Eduardo Avaroa no se está tomando en cuenta debido a que en temporada alta de japoneses no acostumbran hacer tour de tres días, esta demanda solo vienen a conocer el Salar, por lo que se ha optado en analizar las estadísticas proporcionadas por la Gobernación de Turismo del Municipio de Uyuni, obtenidos de las partes diarias de los establecimientos de hospedaje de los últimos tres años (2013 al 2015).

Tomando en cuenta estas estadísticas se puede ver claramente un incremento en el flujo turístico en estos tres últimos años. Como se muestra en el siguiente cuadro.

**Tabla 6. FLUJOS ESTADÍSTICOS POR AÑO DEL MUNICIPIO DE UYUNI**

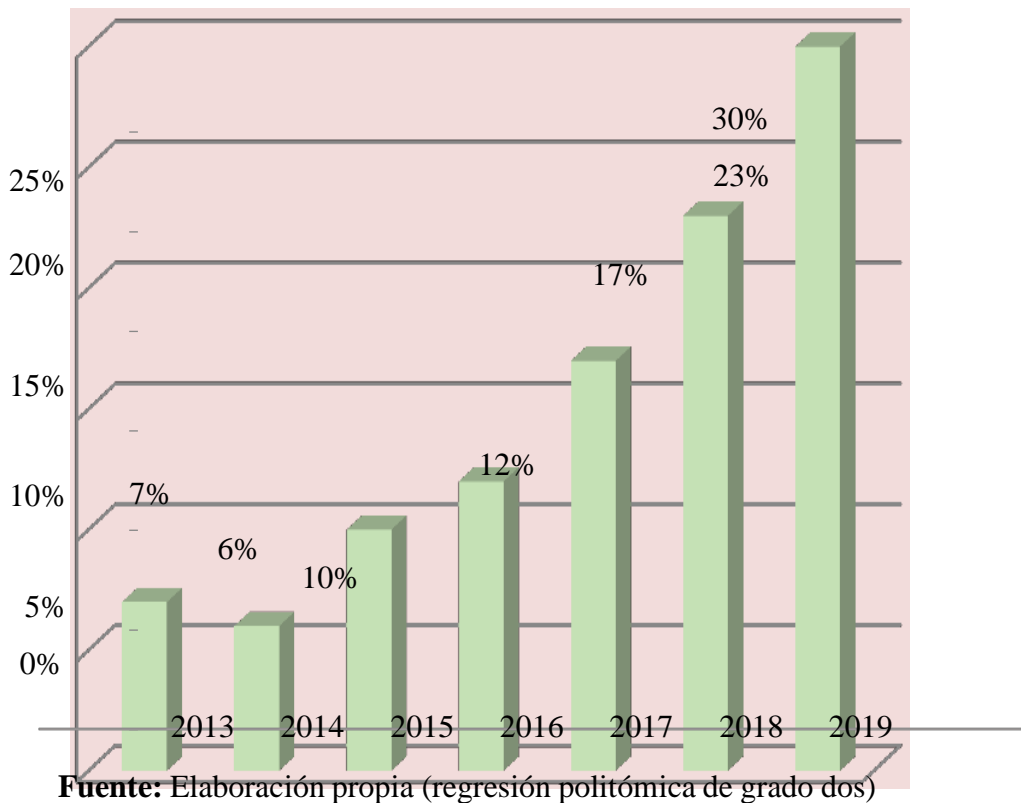
<b>MES</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>ENERO</b>	8030	10316	10452
<b>FEBRERO</b>	8066	8432	9843
<b>MARZO</b>	8700	8407	8673
<b>ABRIL</b>	5817	7678	7939
<b>MAYO</b>	5820	7161	8721
<b>JUNIO</b>	5373	4512	4829
<b>JULIO</b>	7754	2961	7678
<b>AGOSTO</b>	6968	6298	7833
<b>SEPTIEMBRE</b>	6572	6443	6445
<b>OCTUBRE</b>	6686	7156	7622
<b>NOVIEMBRE</b>	6652	7382	8752
<b>DICIEMBRE</b>	7090	8746	9332
<b>TOTAL</b>	<b>83528</b>	<b>85492</b>	<b>98119</b>

**Fuente:** Secretaria de Turismo del municipio de Uyuni 2013 - 2011

Las cifras demuestran que el movimiento turístico ha ido ascendiendo año tras año, además se identifica la temporada alta entre el mes de noviembre a marzo.

Existen varias motivaciones para visitar el destino, sin embargo la gran mayoría de la demanda es originada por el atractivo natural del Salar de modo que si se llega a gestionar de mejor manera el destino, según proyecciones realizadas hasta el 2019 el crecimiento de la demanda será alta, llegando a incrementar hasta en un 23 a 30% de la demanda actual.

**Gráfico 3. PROGRESIONES ESTADÍSTICAS 2013 AL 2019**



### 5.5.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA SEGÚN LUGAR DE PROCEDENCIA

Según los datos extraídos de las estadísticas de la Secretaria de Turismo muestran que los que más visitan este atractivo son los de nacionalidad europea y americana representando grandes flujos de turistas,

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

con 51,7%, del continente europeo y un 27,9%, del continente América.

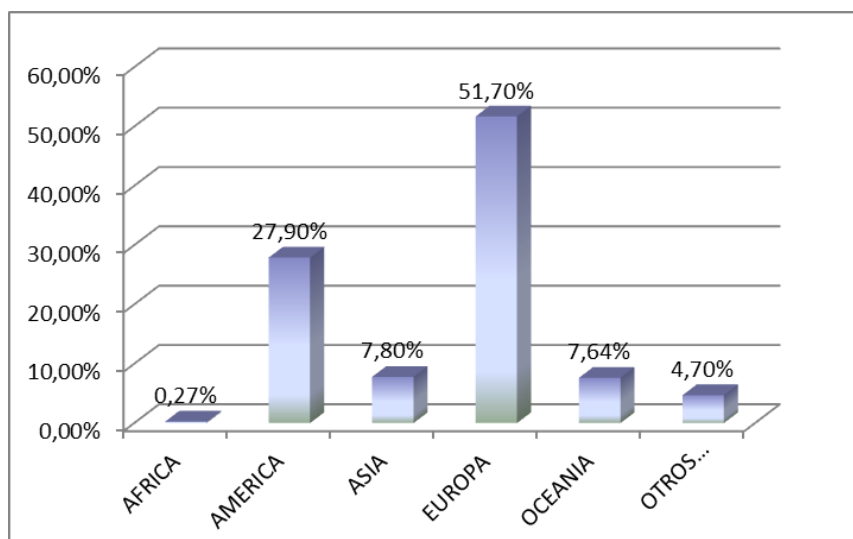
También cabe notar que se ha incrementado las visitas provenientes del continente asiático que por ahora representa un 7,80%.

**Tabla 7. FLUJO ESTADÍSTICO POR CONTINENTE**

DATOS POR CONTINENTE		%
ÁFRIC	28	0,27%
AMÉRICA	27370	27,90%
ASIA	7728	7,80%
EUROP	50593	51,70%
OCEANÍA	7497	7,64%
OTROS PAÍSES	4647	4,70%
<b>TOTAL</b>	<b>98119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Secretaria de Turismo del municipio de Uyuni 2013 - 2015

**Gráfico 4 . REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL FLUJO ESTADÍSTICO  
POR  
CONTINENTE 2015**



**Fuente:** Elaboración propia

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Para entender mejor el flujo turístico en esta región se hará una breve descripción de los continentes con más flujo turístico del 2011.

**Tabla 8. FLUJO DE TURISTAS EN PAISES DE EUROPA 2015**

DATOS POR PAISES 2015		
CONTINENTE	PAISES	Nº DE INGRESOS
EUROPA	FRANCIA	10854
	ESPAÑA	9036
	PORTUGAL	45
	ALEMANIA	4699
	ITALIA	756
	AUSTRIA	50
	REPUBLICA CHECA	34
	POLONIA	46
	TURQUÍA	10
	NORUEGA	45
	SUECIA	589
	HOLANDA	4662
	FINLANDIA	18
	DINAMARCA	254
	SUIZA	3691
	IRLANDA	365
	BÉLGICA	5981
RUSIA	8	
INGLATERRA	9450	
<b>TOTAL</b>		<b>50593</b>

**Fuente:** Secretaria de Turismo del municipio de Uyuni 2013 - 2015

Como se muestra en la tabla el continente europeo las cifras con mayor representación, proviene de los países de Francia, España e Inglaterra con más representación turística motivados por conocer la parte sud oeste del país.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 9. FLUJO DE TURISTAS EN PAISES DE AMERICA LATINA 2015**

DATOS 2015 POR PAISES		
CONTINENTE	PAISES	Nº DE INGRESOS
	BOLIVIA	497
	ARGENTINA	395
	CHIL	5159
	PE	4
	BRASIL	702
	PARAGUAY	3
	ECUADOR	28
	VENEZUELA	3
	URUGUAY	6
	COLOMBIA	2
	COSTA RICA	8
	MÉXICO	106
	EEU	290
CANADÁ	138	
TOTAL		2737

**Fuente:** Secretaria de Turismo del municipio de Uyuni 2013 - 2015

El continente americano también muestra un gran porcentaje de flujo turístico provenientes de los países de Brasil y Chile. Claro que también hay países que tienen interés por conocer el atractivo del Salar y la Reserva Eduardo Avaroa como es el caso de Estados Unidos, México, Argentina, Canadá. También se puede observar que se incrementó el turismo interno ya que se muestra una cifra bastante alta de bolivianos en estos últimos años.



**Tabla 10. FLUJO DE VISITANTES DEL CONTINENTE ASIÁTICO 2015**

<b>DATOS POR PAISES 2015</b>		
<b>CONTINENTE</b>	<b>PAISES</b>	<b>Nº DE INGRESOS</b>
<b>ASIA</b>	ISRAEL	<b>1988</b>
	JAPON	<b>2875</b>
	CHINA	<b>1966</b>
	COREA	<b>899</b>
<b>TOTAL</b>		<b>7728</b>

**Fuente:** Secretaria de Turismo del municipio de Uyuni 2013 - 2015

Al presente se ha visto una gran cantidad de turistas provenientes del continente asiático las cuales están reflejadas en los datos estadísticos, como se puede ver, que los que más visitan esta región son de Japón.

La temporada que se puede ver gran cantidad de turistas japoneses es en temporada de lluvia, los cuales su interés principal es conocer el Salar con agua.

### **5.5.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA SEGÚN EDAD**

Por las características del recorrido de la región, la demanda turística según por edad, se caracteriza por ser medianamente joven, las estadísticas de la Secretaria de Turismo del Municipio define que gran porcentaje tienen entre los 21 a 40 años, seguido de 41 a 60 años, dentro de los más representativos.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 11. FLUJO TURÍSTICO POR EDAD 2015**

MES	EDAD				TOTAL
	20	21 a 40	41 a 60	61 a Ad	
<b>ENERO</b>	1037	730	177	328	<b>10452</b>
<b>FEBRERO</b>	64	679	213	271	<b>9843</b>
<b>MARZO</b>	55	585	169	560	<b>8673</b>
<b>ABRIL</b>	42	597	104	500	<b>7939</b>
<b>MAYO</b>	54	412	340	650	<b>8721</b>
<b>JUNIO</b>	32	313	110	270	<b>4829</b>
<b>JULIO</b>	54	397	258	568	<b>7678</b>
<b>AGOSTO</b>	44	463	245	305	<b>7833</b>
<b>SEPTIEM</b>	37	407	143	566	<b>6445</b>
<b>OCTUBRE</b>	27	460	192	827	<b>7622</b>
<b>NOVIEMB</b>	25	484	292	733	<b>8752</b>
<b>DICIEMB</b>	66	577	253	362	<b>9332</b>
<b>TOTALES</b>	6080	61082	25017	5940	98119

**Fuente:** Secretaria de Turismo del municipio de Uyuni

### 5.5.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL

Es muy importante conocer la demanda potencial para el desarrollo de la actividad turística en el destino, conocer sus necesidades, expectativas ayudara a proponer mejores estrategias para el sector.

Según la actividad diaria se ha visto el surgimiento de una nueva temporada alta en el destino denominado por el sector “temporada de japoneses”, en comparación con años anteriores según transportistas y guías va aumentando los turistas japonés que desean conocer el salar.

Lastimosamente esta área carece de información estadística de ingresos de pasajeros por nacionalidad de años anteriores, y las estadísticas que hay no coinciden

entre instituciones. Pero con la experiencias del sector las nuevas demandas provienen del continente asiático gran parte del Japón aún con cifras pequeñas pero que varias empresas ansían trabajar con este tipo de turista por las características que tienen.

Según estudios realizados por algunos países de América Latina sobre el perfil del turista, identifica al turista japonés como uno de los más cotizados por su educación y por el nivel de gasto que genera favoritos de algunos países.<sup>6</sup>

Entre las principales características esta en ser uno de los turistas del mundo más exigente en el servicio ya que paga por la comodidad, seguridad, higiene y puntualidad además de que en sus viajes gastan por encima de la media.

El turista japonés que visita esta región es motivado por el paisaje que tiene el Salar de Uyuni y que ahora es muy promocionado en su país, utilizados en spots publicitarios, generalmente ellos visitan en temporada de lluvias ya que lo que en realidad buscan estar enmarcados en paisajes diferentes y esto se consigue con el Salar inundado .

Generalmente los japoneses que visitan esta región son entre los 25 y 35 años de edad, y muchos de ellos recién casados, en algunos servicios se ha visto que ellos vienen de luna de miel a sacarse fotos con indumentarias de su matrimonio (vestido y trajes de novios) o pareja de jóvenes que vienen a disfrutar del Salar muy poco se ve grupos grandes.

Toman servicios privados debido a que no le gusta estar en espacios muy llenos al contrario de otras demandas disfrutan más el atractivo solos o en pareja.

Debido a la dificultad del idioma y por temas de seguridad es que toman los servicios con guía en idioma japonés o inglés en algunas ocasiones.

El japonés no es arriesgado él sabe a dónde está yendo por lo que llega al destino con todo organizado desde su país y con un solo objetivo de llegar y conocer el

---

<sup>6</sup> [http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/mercados\\_emisores\\_japon.pdf](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/mercados_emisores_japon.pdf), “Perfiles de los mercados turísticos Emisores a Bogota” - <http://www.gestiopolis.com/aproximacion-perfil-turistas-rusos-chinos-japoneses-visitantes-cuba/> “Aproximación al perfil de los Turistas Rusos, Chinos y Japoneses que visitan Cuba”

salar, inclusive muchos solo se queda una noche. Ahora hay esa facilidad por las conexiones aéreas que existe con vuelos desde Tokio con La Paz llegando a Uyuni.

Las empresas que trabajan con ellos saben que son exclusivos por lo que es necesario brindarles un servicio más personalizado y de calidad.

#### **5.6. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LOS ENTES DE GESTIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE UYUNI**

Según Arias, (2005:52) “Comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuanto fuera necesario el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema turístico, así, como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico”

Como entes o instituciones que regulan la actividad turística en esta región están:

- **Secretaría de Turismo**, dependiente del Gobierno Autónomo Departamental de Potosí, encargado de regular la actividad turística del sector sudoeste de Potosí, mediante el fomento de proyectos, programas, planes del turismo en la región, velando que toda la actividad turística que se realiza sea segura y sostenible, entre sus responsabilidades están el hacer cumplir todos los aspectos que estén plasmados en las leyes y los reglamentos de cada sector.
- **Unidad de Turismo** – Gobierno Autónomo de Uyuni, su función principal es la de promover al Municipio en el aspecto cultural, mediante ferias, eventos culturales en general y capacitaciones, teniendo casi nada de participación en los sectores específicos del turismo, en el caso del sector de las operadoras de turismo en coordinación con la Secretaría de Turismo solo se lleva a cabo capacitaciones.
- **Migraciones**, dependiente del gobierno, tiene el objetivo controlar y llevar un registro de los individuos extranjeros que ingresan al país como ciudadanos bolivianos que salen de nuestro país.

- **Policía Turística**, juntamente con tránsito, se encargan de controlar mediante hojas de salida la actividad del turismo, esto en caso de que pueda ocurrir cualquier accidente dentro el recorrido, además velar la seguridad e integridad de cada persona, haciendo cumplir los derechos y obligaciones de cada ciudadano nacional como extranjero
- **Reserva Nacional Eduardo Avaroa – SERNAP**, tiene el objeto de regular la actividad turística vinculada con la realización de actividades, prestación de servicios turísticos, desarrollo de infraestructura, equipamiento, dentro los límites del área protegida, llevando un registro de cada persona que ingresa en el área, apoyado por la Ley y el correspondiente Reglamento de Operación Turística de la Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa.
- **Universidad Tomas Frías –Carrera de Turismo**, tiene la particularidad de formar profesionales específicamente en el área de Turismo, con diferentes capacidades para poder desempeñar una labor responsable y consiente en la actividad, y dejar a un lado lo empírico.

#### **5.6.1. GOBIERNO AUTÓNOMO DEPARTAMENTAL DE POTOSÍ**

Representada en el territorio por la Secretaria de Turismo, es el ente encargado de regular la actividad turística en el territorio de Uyuni, entre sus facultades esta:

- Gestionar el desarrollo turístico sostenible del área, para la generación de mayores y mejores empleos con el mejoramiento de la calidad de vida.
- Preservar, proteger, promocionar, valorizar el Patrimonio Cultural tangible e intangible en coordinación con el Municipio de Uyuni, aprovechando el potencial patrimonial y natural con el que cuenta
- Ejecutar y administrar políticas, planes, programas, proyectos de promoción y desarrollo turístico y cultural emanados del ente rector en estrecha coordinación con el Gobierno Municipal de Uyuni.

Dentro los proyectos ejecutados la Gobernación del Departamento de Potosí y el Gobierno Central esta ya se realizaron:

- Carretera Uyuni-Huancarani- Córdor K, con el apoyo de la CAF
- Juntamente con el Municipio se realizó el Centro de Información Turística inaugurado el 2011
- Mejoramiento de los servicios básicos en Uyuni y Lagunas de Colores, también apoyadas por la CAF.

Existen también proyectos que están en revisiones para llevarse a cabo y son de turismo comunitario.

- Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Salar de Uyuni”.

Administrativamente la Secretaria de Turismo cuenta con una oficina en el municipio, a esto entre 2 a 3 personas como personal administrativo:

- 1 técnico en Turismo, encargado de regular la actividad turística realizada en todo el municipio
- 1 Secretaria
- 1 persona en atención al cliente

#### **5.6.2. GESTIÓN DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE UYUNI**

La planificación turística del municipio es realizado bajo el marco normativo del Sistema de Planificación Integral del Estado (SPIE), con participación de los actores sociales según corresponda, los cuales estarán encargados de elaborar, aprobar y ejecutar el Programa Operativo Anual (POA), los Planes Territoriales de Desarrollo General Para Vivir Bien (PTDG) y los Planes Territoriales de Desarrollo Integral para

Vivir Bien (PTDI). Esto en coordinación con las autoridades de la Gobernación departamental para lograr objetivos comunes y tener una sola visión de desarrollo.

El Municipio cuenta con un Unidad específicamente en el área de Turismo y Cultura, el cual es el encargado de velar y promocionar los atractivos del municipio, organizar ferias, eventos que ayuden a la difusión de la actividad turística del municipio.

Según el Plan de Desarrollo Municipal del 2012 - 2016 identifica al turismo como la primera vocación económica, estableciendo como objetivo principal velar por la satisfacción de las necesidades de los turistas, mejorando la producción de bienes y servicios para el beneficio de todos, en ayuda a esto es que cada año se brinda :

- Feria la Ruta de la Quinoa
- Feria de Camélidos del sur de Potosí
- Feria del Turismo
- Capacitación en Turismo
- Promoción e Información Turística

Dentro los proyectos de gran importancia fomentados por el municipio de Uyuni, según el Plan de Desarrollo Municipal del 2012 - 2016 fueron **“Museo Ferroviario y Centro de Interpretación”**, proyecto presentado desde la gestión 2010 con una inversión de 10 millones de bolivianos, el cual se inaugurará para el 2016

**“Sistema de Gestión para el Mejoramiento de la Competitividad (SGMC)”** en el sector hotelero, desde el 2014 conjunto con el viceministerio de turismo, la CAF (Banco de Desarrollo de América Latina) y el Gobierno Municipal de Uyuni, con un financiamiento por la CAF de \$us. 50.000, proyecto que fue concluido en noviembre del 2015, con el compromiso de realizar la segunda fase con la certificación de calidad ISO.

Otro proyecto en favor a la recreación del municipio y el turismo es un “**Parque Temático**”, en lo que es el actual cementerio de trenes, proyecto que está en proceso de construcción.

### **5.6.3. ORGANIZACIONES EN EL TURISMO**

En vista al crecimiento de la actividad turística en el Municipio se ha visto conveniente cada sector agruparse en organizaciones.

El sector hotelero está asociado a la Cámara Hotelera, organización compuesta con más de 40 asociados a cabeza del señor Germán Gutiérrez.

El sector de las Operadoras de turismo, en él existe tres organizaciones, la Cámara de Turismo, Asociación de Agencias de Viajes y Turismo y la Cámara de Operadores Turísticos, actualmente todas con un objetivo común, velar por sus derechos como empresarios privados.

El sector de transporte turístico, anteriormente existía la asociación de Transportistas en Turismo 11 de julio, el cual por problemas internos, se desintegro, y ahora no cuentan con ningún socio.



## CAPÍTULO VI

# MARCO METODOLÓGICO

---



## **6.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Teniendo en cuenta las características del proyecto, en primera instancia se realizará una observación general de la situación actual del sector estudiado, luego se plasmará todo lo observado en un documento para posteriormente analizar e identificar las debilidades y hacer las respectivas propuestas dando solución a los problemas.

Para ello se toma en cuenta, las técnicas de:

- La observación directa, al objeto de investigación, es decir a las operadoras turísticas del Municipio de Uyuni
- Encuestas, dirigidas a los protagonistas de la actividad (clientes o turistas que toman los servicios para realizar el circuito del salar y lagunas de colores) y a las operadoras.
- Entrevistas a las autoridades encargadas de controlar la actividad turística de la región, en este caso a funcionarios de la Secretaria de Turismo del municipio de Uyuni y funcionarios de la Unidad de Turismo de la Gobernación de Potosí
- Entrevistas a los representantes de las asociaciones de turismo, representantes en transporte turístico y representantes de barrios, con el objeto de analizar la situación actual en gestión, la regulación, el control y la intervención en la actividad turística del municipio.

Se realizará encuestas a las operadoras de turismo con el objetivo de analizar su desenvolvimiento en la actividad, buscando características específicas del servicio que realiza, las encuestas serán de 10 preguntas cerradas.

Posteriormente se realizarán encuestas a los turistas diseñados bajo las cinco dimensiones del SERVPERF, con el objetivo de evaluar el servicio turístico que realizan las operadoras desde el punto de vista del cliente, las encuestas tendrán 7 preguntas cerradas.

### **6.1.1 INSTRUMENTOS**

Los instrumentos que utilizare para recabar información serán:

- Fichas bibliográficas
- Formatos de cuestionario
- Guías de entrevistas
- Guías de cuestionario

La sistematización de las entrevistas y cuestionarios se realizará mediante un cruce de información con el objeto de extraer los principales problemas y debilidades del sector estudiado, para luego proponer las estrategias correspondientes

La investigación se dividirá en fases, las cuales tendrán sus correspondientes acciones, con los respectivos métodos e instrumentos a utilizar, todo esto en base a los objetivos de la investigación.

### **6.1.2 FASES DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1ra Fase – Recolección de Datos**

Compuesta por la investigación documental y la investigación de campo, para la obtención de información primaria y secundaria respectivamente.

Este procedimiento nos permitirá realizar una recolección más certera de los datos que se necesitan para poder organizarlos y posteriormente analizarlos.

La búsqueda de la información documental se realizará en centros de acopio de información como la prefectura de la localidad de Uyuni, la biblioteca de la localidad, la prefectura de Turismo de la localidad de Uyuni, Viceministerio de Turismo, Servicio Nacional de Áreas Protegidas, Universidad Tomas Frías, carrera de Turismo Sede Uyuni, Policía Nacional, Migración, e Internet, toda esta información nos servirá para la descripción de la unidad de estudio.

En esta primera fase el centro de acción está determinado por el desplazamiento al área de estudio, es decir con visitas frecuentes a la localidad de Uyuni a lo largo de todo el proceso, permitiendo la observación analítica de manera directa del objeto de estudio y así concebir la idea principal del proyecto, además de la información de primera mano de las autoridades correspondientes.

Posteriormente se realizará un estudio del servicio del tour de un día Salar mediante cuestionarios a los turistas después de haber realizado el servicio, del cual utilizaremos los datos para poder calificar la calidad real y más adelante poder dar solución.

## **2da Fase – Sistematización**

Se dará a través de la organización, clasificación y ordenamiento de los datos recolectados de la investigación, dando prioridad a los datos que tengan relación directa con lo estudiado para luego pasar al análisis y la estructuración de cuadros y fichas pertinentes, esto nos ayudará a conocer el estado actual del problema identificado, pretendiendo responder a los objetivos de investigación.

En esta fase realizaremos las entrevistas y encuestas pertinentes a los actores de la actividad, identificando las debilidades de la actividad y del objeto de estudio.

Se propone realizar encuestas a las Operadoras de turismo del municipio, con el objetivo de conocer su actividad y la predisposición que ellos tienen para emprender el proyecto, además de plantear estrategias que les ayuden en el correspondiente desarrollo de sus actividades.

También, se realizarán encuestas a los turistas después de haber recibido el servicio, con el objetivo de calificar la calidad actual del tour de un día Salar, mediante la encuesta de calidad SERVPERF.

### **3ra Fase - Diagnóstico FODA**

Consta de la identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas específicamente, encontrando solución a los problemas principales identificados, para luego plasmarlo dentro de la matriz del FODA, en el cual se cruzaran las variables y se definirá estrategias, con los respectivos métodos e instrumentos, todo en base a los objetivos de investigación.

### **PROCEDIMIENTO PARA ELABORAR UN ANÁLISIS FODA**

El procedimiento que aquí se propone para desarrollar el análisis FODA incluye los siguientes pasos:

1. Identificación de los criterios de análisis.
2. Determinación de las condiciones reales de actuación en relación a las variables internas y externas del análisis.
3. Asignación de una ponderación para cada una de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, listadas (matriz).
4. Cálculo de los resultados
5. Determinación del balance estratégico
6. Graficación y análisis de los resultados
7. Obtener conclusiones

La matriz FODA se realiza en base al cruce de variables tanto de:

- Fortaleza vs Amenaza
- Debilidad vs Oportunidad
- Amenaza vs Debilidad

Tomando el cruce de cada variable y dando una ponderación de:

**Tabla 12. PONDERACIÓN DE VARIABLES**

PARAMETRO	PONDERACION
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

**Fuente:** Elaboración Propia

Lo cual genera una jerarquización, de la misma que se deberá realizar una sumatoria general, es en base a esto que los resultados de las sumatorias a tomar en cuenta de cada variable son los más altos para determinar las variables a ponderar para identificar la estrategia a realizar.

**Tabla 13. SUMATORIA DE VARIABLES**

	F	F	F	F	F	D	D	D	D	D	Sumator
O1											
O2											
O3											
O4											
O5											
A1											
A2											
A3											
A4											
A5											
<b>Sumato</b>											

**Fuente:** Elaboración Propia

#### **4ta Fase - Propuesta**

Elaboración del Informe final, dando lugar a la elaboración de la propuesta. Esta propuesta, cumplirá con los requisitos establecidos para su formulación, donde se establecerán las estrategias para mejorar el servicio turístico de las Operadoras, estrategias que se llevara a cabo mediante el Municipio de Uyuni.

## 6.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO Y DISEÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se tomara en cuenta la siguiente formula

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + (N * e^2)}$$

Z = Nivel de confiabilidad 95% = 1.96

p= probabilidad de éxito 50% = 0.5

q= probabilidad de fracaso 50% = 0.5

N= Universo

e= Error 10%= 0.1

### DETERMINACION DE LA MUESTRA:

### EMPRESAS OPERADORAS TRABAJAN REGULARMENTE EN EL TOUR UYUNI Y LAGUNAS DE COLORES

Las empresas turísticas inscritas como operadoras son más de 131, pero se ha podido evidenciar que muchos de esos no trabajan de manera regular, un porcentaje trabajan a puerta cerrada mediante correos electrónicos, por lo que se ha visto conveniente realizar el levantamiento de datos de todas las operadoras que realizan frecuentemente (diario) el tour Salar, las cuales son 71 operadoras de turismo.

**Anexo 6.**



Encuesta a operadoras

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 71}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + (71 * 0.1^2)}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 71}{3.84 * 0.5 * 0.5 + (71 * 0.01)}$$

$$n = \frac{68.18}{0.96 + 0.71}$$

$$n = \frac{68.18}{1.67}$$

$$n = 40.8$$

Por tanto se aplicó 41 encuestas a las empresas operadoras.

## DETERMINACIÓN DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Para la determinación de la muestra nos basaremos en turistas que hacen el tour de un día Salar, según estadísticas del 2015, provenientes de la Secretaria de Turismo del municipio de Uyuni. **Anexo 7.** Muestra encuesta a turistas

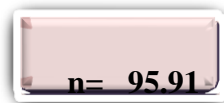
**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 98,119}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + (98,119 * 0.1^2)}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 98,119}{3.84 * 0.5 * 0.5 + (98,119 * 0.01)}$$

$$n = \frac{94194,24}{0.96 + (981,19)}$$

$$n = \frac{94194,24}{982,15}$$



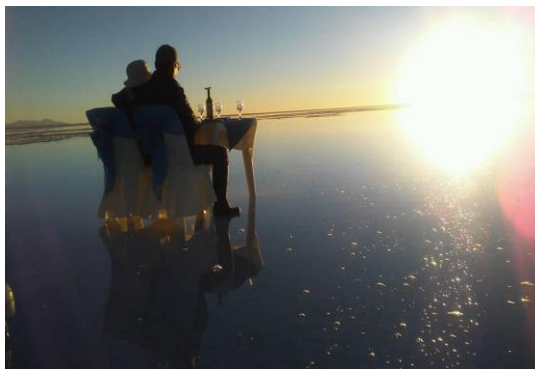
**n= 95.91**

Por lo tanto se aplicó 96 encuestas a turistas nacionales y extranjeros.

## CAPÍTULO VII

# MARCO PRÁCTICO

---

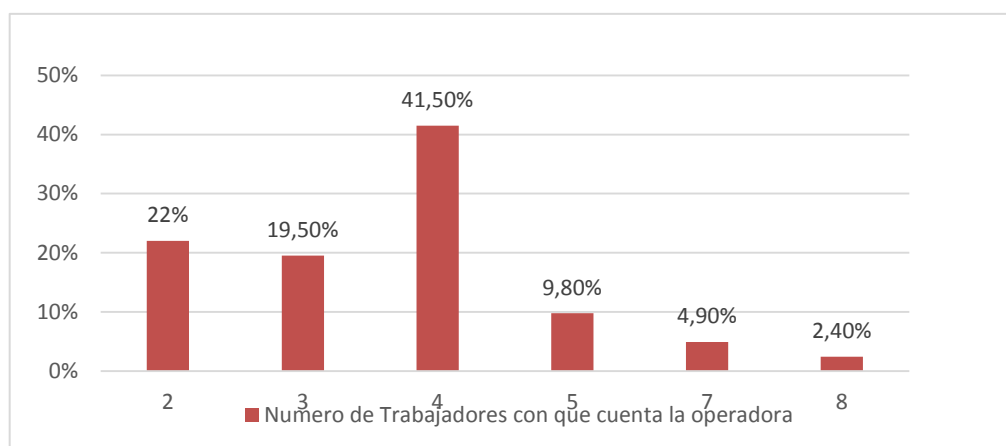


## 7.1 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LAS OPERADORAS DE TURISMO

A continuación se presentan los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas para la investigación:

### 1. ¿Número de trabajadores con que cuenta la operadora?

*Gráfico 5.* Número del personal de las Operadoras



**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

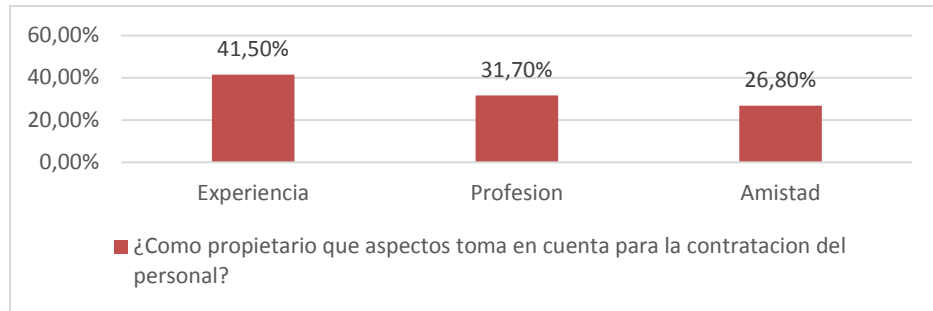
**R.** Según los resultados de la encuestas, gran parte de las operadoras, el 41% cuentan con cuatro trabajadores por operadora y e; 2,40% con ocho trabajadores, para el desarrollo de sus actividades normales, por lo que llega a la conclusión que gran mayoría son empresas pequeñas.



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**2. ¿Cómo propietario, que aspectos toma en cuenta para la contratación del personal?**

**Gráfico 6.** Aspectos a tomar en cuenta para la contratación del personal

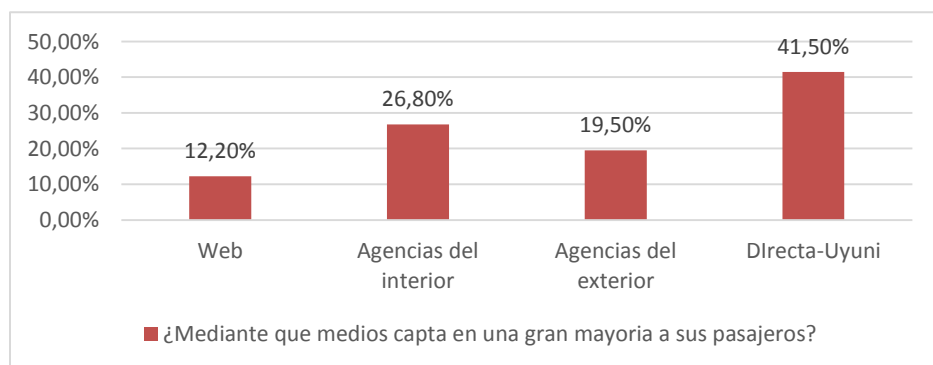


**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**R.** El grafico nos muestra que para contratar el personal en su operadora el 41,50% toma como referencia la experiencia laboral con que cuentan, el 26,80% la amistad, esto debido a que muchas de estas empresas son familiares por lo que a eso contratan personas conocidas o de su entorno familiar. Lo que llama la atención es que del total de las operadoras solo un 31,70% evalúan lo profesional en la contratación del personal.

**3. ¿Qué medio utiliza para captar a sus clientes?**

**Gráfico 7.** Medios con que se capta pasajeros



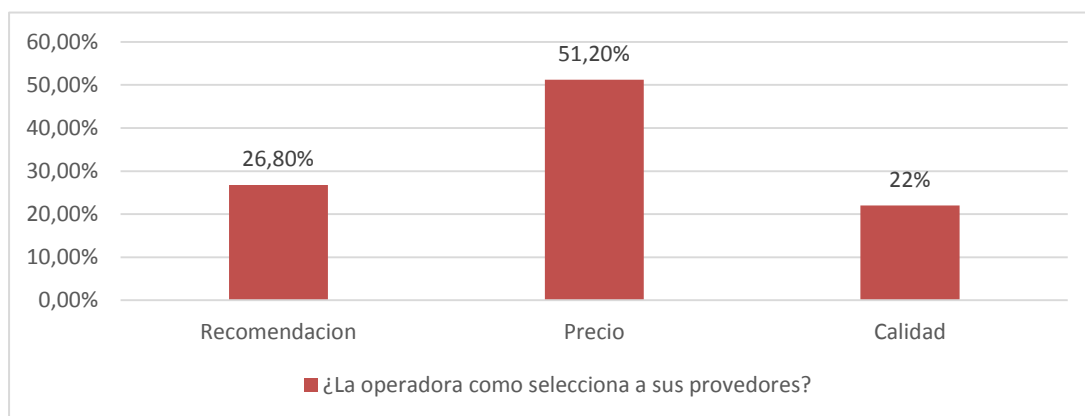
**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

## PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI

**R.** Los resultados muestran que el 41% captan a sus pasajeros de manera directa, es decir al momento de que llegan a Uyuni, lo cual se puede evidenciar en la terminal y estación de trenes ofreciendo sus paquetes turísticos a precios muchos más bajos, solo un 12,20% son mediante páginas web, llegando a la conclusión que son muy pocas las operadoras que cuentan con una buena comercialización por medios webs y contactos con agencias del exterior.

### 4. ¿Qué indicadores o factores toma en cuenta para seleccionar a sus proveedores?

**Gráfico 8.** Selección de proveedores y servicios



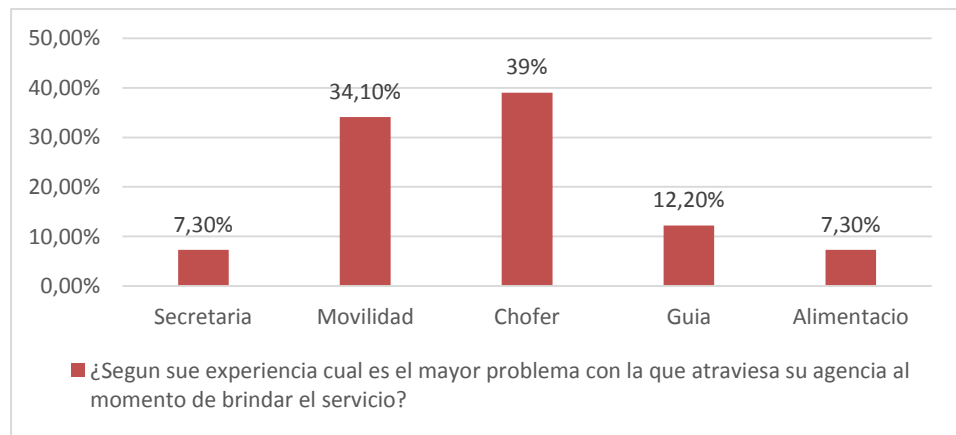
**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**R.** Se puede evidenciar que las operadoras para seleccionar a sus proveedores y servicios (transporte, hospedaje, guía) el 51,20% le importa más el precio que la calidad del servicio que contratan, por lo que solo el 22% hace una calificación previa de la calidad de sus proveedores.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**5. ¿Según su experiencia cual es el mayor problema con la que atraviesa su agencia al momento de brindar el servicio?**

**Gráfico 9.** Problemas al momento de brindar el servicio

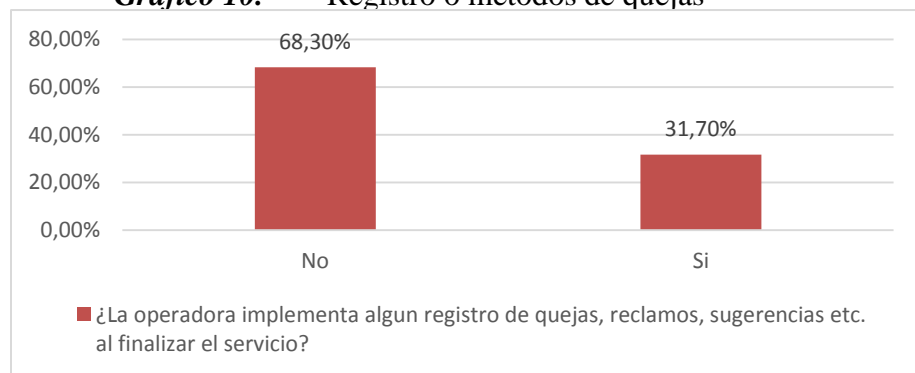


**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**R.** Según las operadoras aseguran que se tiene gran parte de los problemas con el chofer 39% ya que influye mucho la experiencia en el recorrido, también se muestra que un 12,20% son problemas con el guía.

**6. ¿La operadora implementa algún registro de quejas, reclamos, sugerencias etc. al finalizar el servicio?**

**Gráfico 10.** Registro o métodos de quejas



**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

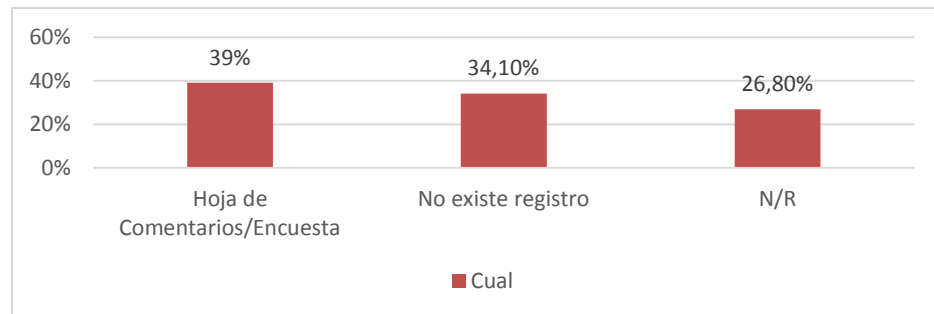


**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**R.** Según la encuesta gran mayoría de las operadoras no tienen un registro o métodos de quejas o reclamos, y si lo tienen no lo realizan frecuentemente, ya que solo el 31,7% es consecutivo en ese aspecto.

**7. ¿Qué método utiliza frecuentemente?**

**Gráfico 11.** Método de reclamos o quejas del servicio

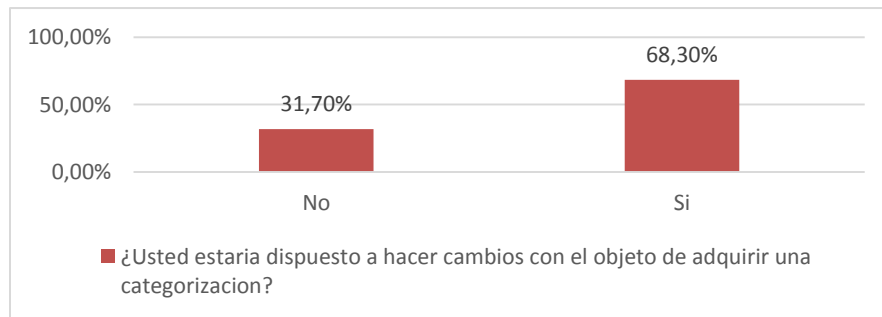


**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**R.** Del 31,7% que si cuenta con un sistema de evaluar la calidad en el servicio el 39% es mediante hojas de comentario (encuesta), el 34,10% lo hace preguntandole personalmente al pasajero sin registrarlo en ninguna parte y el 26,80% no sabía responder como, lo cual se evidencia que para gran parte de las operadoras no es muy importante calificar sus servicios ni controlar la calidad.

**8. ¿Usted estaría dispuesto a hacer cambios con el objeto de adquirir una categorización? ¿Por qué?**

**Gráfico 12.** Predisposición de las operadoras



**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta



## **PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**R.** Los resultados muestran que el 68,30% tienen la predisposición para mejorar sus empresas, poder categorizarse, están conscientes que a futuro esto les ayudaría mucho en mejorar sus servicios, en su imagen, etc.

### **CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS A LAS ENCUESTAS A OPERADORAS DE TURISMO**

Según los resultados obtenidos se concluye que la mayoría de las empresas operadoras que funcionan en Uyuni son pequeñas, con respecto al personal se puede evidenciar que las empresas contratan a la gran mayoría tomando en cuenta la experiencia laboral y la amistad dejando a un lado el nivel profesional.

La forma de captar a su clientela es en gran parte de forma directa por lo que se puede observar que muy pocas operadoras cuentan con una promoción eficiente, con respecto a los proveedores de servicios como transporte, alimentación, hospedaje entre otros, las operadoras toman muy en cuenta el precio dejando a un lado la calidad del servicio como un factor determinante para la satisfacción del turista.

Los resultados muestran que el principal problema de las operadoras de turismo en cuanto a sus proveedores de servicio es el transporte con respecto al deficiente conocimiento y preparación que tienen.

Con respecto al sistema de control de calidad que manejan las operadoras de turismo se puede comprobar que la gran mayoría no cuentan con un registro mínimo de quejas o reclamos, o no son utilizados de forma correcta, por lo que se concluye que no existe un sistema eficiente del control de calidad en las operadoras. Sin embargo una gran mayoría tiene una predisposición positiva a mejorar sus empresas, poder tener una categorización con el fin de mejorar la calidad de sus servicios.



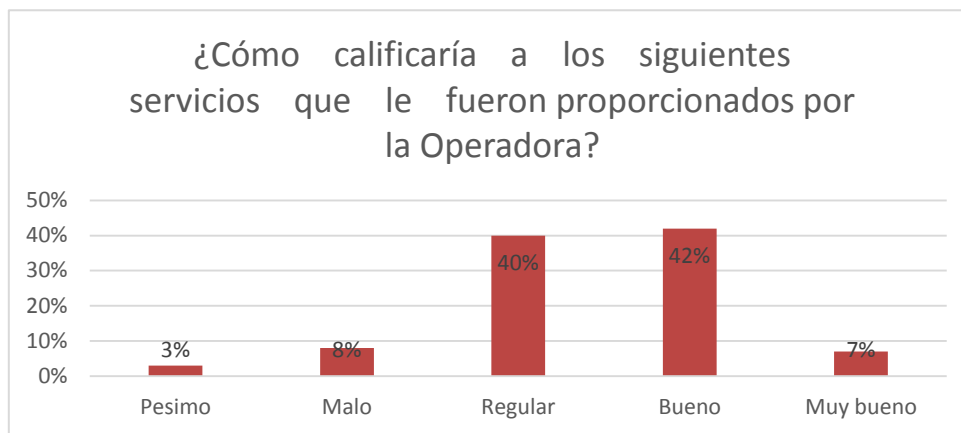
**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**7.2. RESULTADO ENCUESTAS DE SATISFACCION A TURISTAS**

Teniendo en cuenta que el proyecto trata de proponer estrategias para mejorar el servicio turístico del tour al Salar, se ha realizado encuestas a los turistas con el objetivo de calificar el servicio, por lo que se ha utilizado el modelo del SERVPEF de percepción, en la estructura de sus preguntas.

**1. ¿Cómo calificaría a los siguientes servicios que le fueron proporcionados por la Operadora?**

*Gráfico 13.* Instalaciones físicas de la operadora



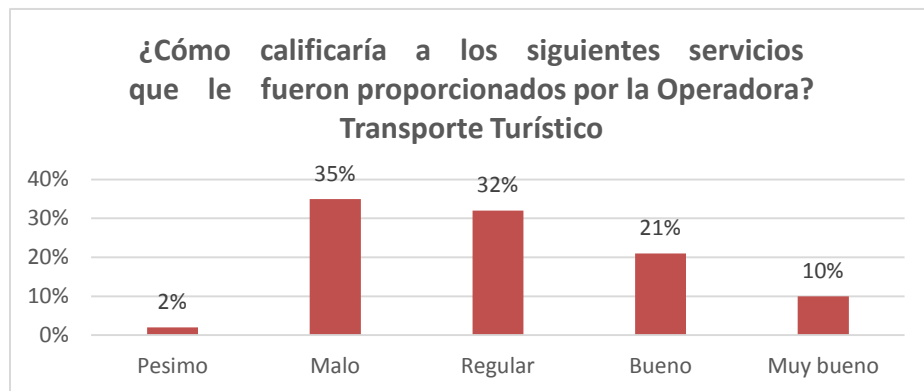
**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**R.** Con respecto a la calificación de percepción a las instalaciones físicas, se calificó entre bueno y regular entre las más representativas, como se ve en la gráfica, el 42% lo califican como bueno, lo que quiere decir que se llevaron buena impresión con las oficinas con que cuentan, puesto que solo fue un 3% que se llevó una pésima experiencia.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**2. ¿Cómo calificaría a los siguientes servicios que le fueron proporcionados por la Operadora?**

*Gráfico 14.* Transportes Turístico

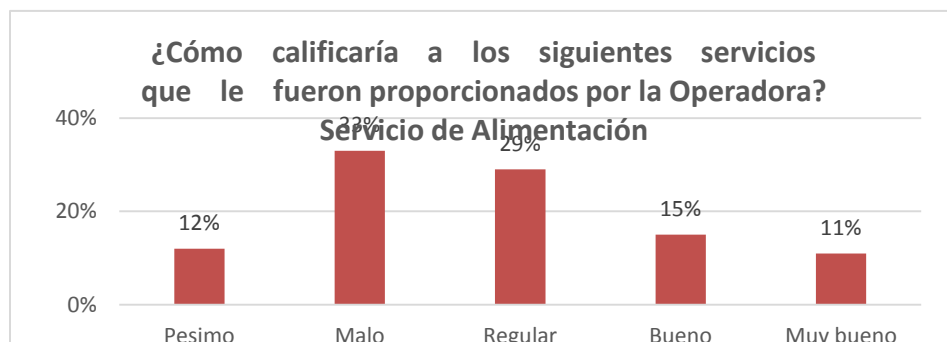


**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**R.** La percepción que se tuvo con el transporte turístico entre las respuestas más representativas fueron malo y regular. Como muestra los resultados el 35% de los turistas que hicieron el tour al Salar tuvieron una mala experiencia con respecto al transporte turístico que se les proporciono, esto puede influir desde el tipo o modelo de movilidad, desperfectos mecánicos entre los más comunes.

**3. ¿Cómo calificaría a los siguientes servicios que le fueron proporcionados por la Operadora?**

*Gráfico 15.* Percepción Servicio de Alimentación



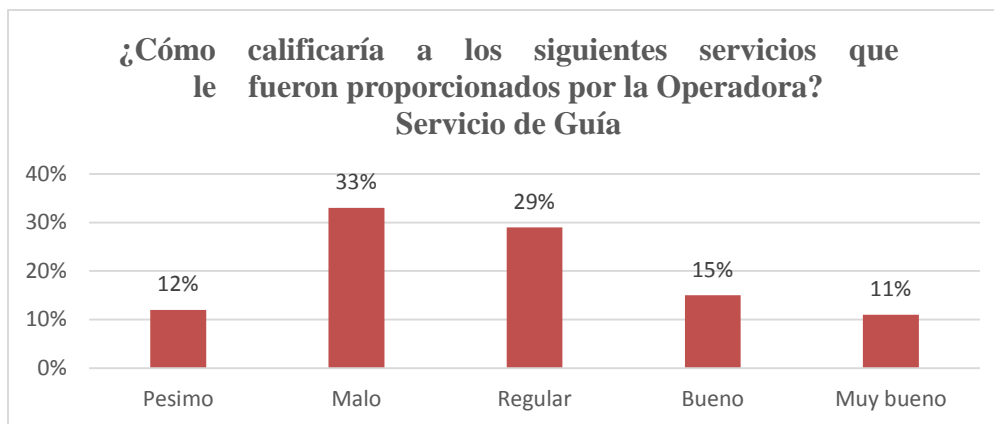
**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**R.** En general se tuvo buena percepción con el servicio de alimentación que se les proporciono en el tour al Salar, entre las calificaciones más representativas están entre bueno y muy bueno. Como se muestra en los resultados el 55% califica al servicio como muy bueno esto quiere decir que se les pudo satisfacer a los pasajeros y el 1% calificaron como pésimo, teniendo posiblemente algún problema con el menú.

**4. ¿Cómo calificaría a los siguientes servicios que le fueron proporcionados por la Operadora?**

*Gráfico 16.* Percepción Servicio de Guía



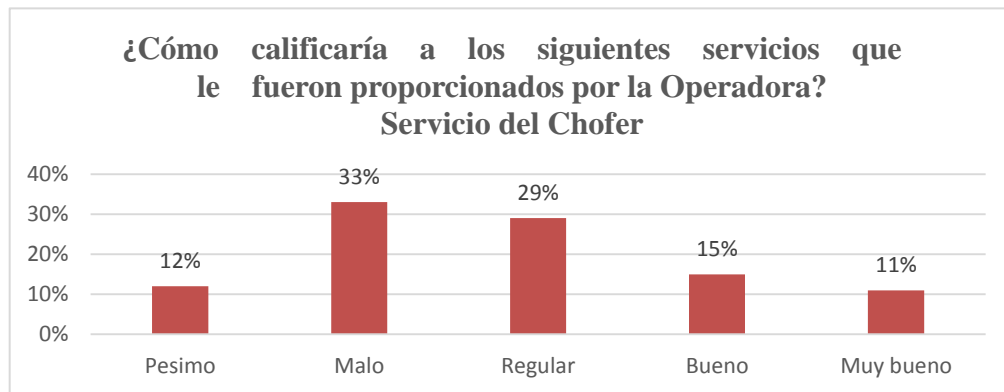
**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**R.** En general el servicio de guía que se proporciona en el tour al Salar califica como malo y regular, lo que quiere decir que no se está satisfaciendo adecuadamente este servicio, el cual es muy importante. Como se muestra en la gráfica un 39% califica como malo esto puede influir gran parte por el idioma, y solo el 3% pudo quedarse satisfecho con el guía.

PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI

5. ¿Cómo calificaría a los siguientes servicios que le fueron proporcionados por la Operadora?

Gráfico 17. Percepción servicio del Chofer

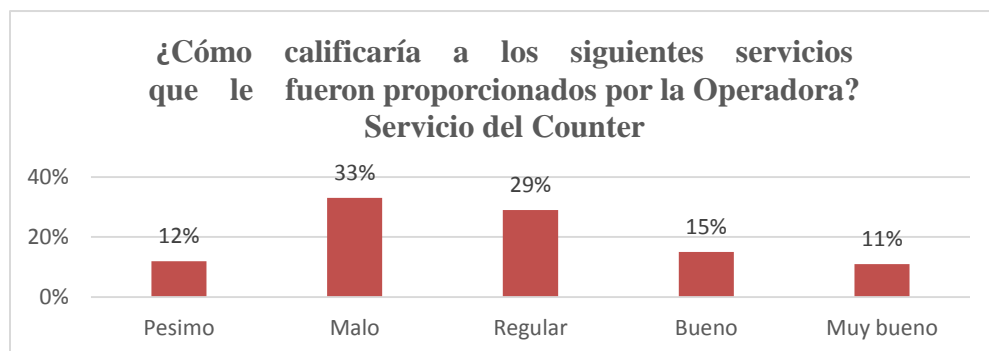


Fuente: Elaboración propia, resultado de la encuesta

R. En lo que se refiere al chofer en general el servicio lo califican como malo y regular, siendo el más representativo por 35% el malo y un 5% como pésimo, lo que quiere decir que no se está satisfaciendo correctamente este requerimiento, esta calificación puede que haya influido por el grado de capacitación y experiencia del chofer.

6. ¿Cómo calificaría a los siguientes servicios que le fueron proporcionados por la Operadora?

Gráfico 18. Percepción servicio del Counter



Fuente: Elaboración propia, resultado de la encuesta.

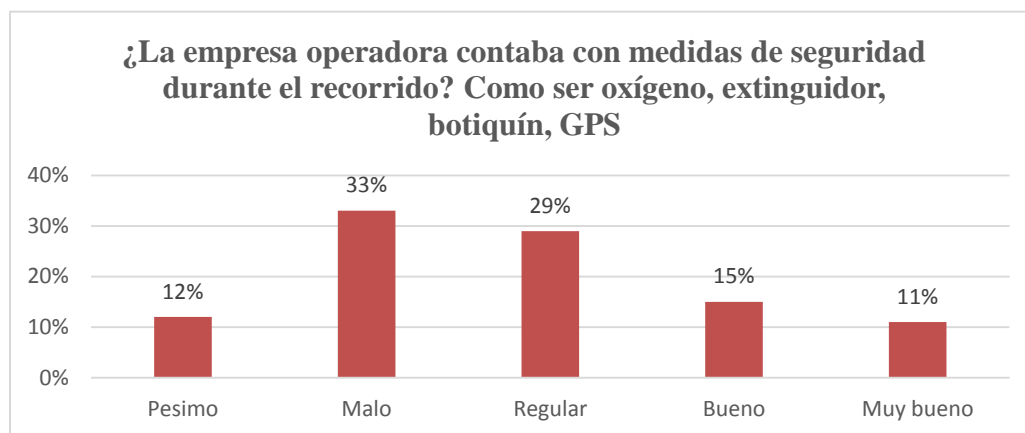


**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**R.** En general el servicio y la atención que proporciona el counter califica entre regular y bueno como se puede ver en la gráfica, calificando un 42% como regular, solo el 1% no quedó satisfecho con el servicio de la secretaria, esto puede haber influido el idioma o la información proporcionada.

**7. ¿La empresa operadora contaba con medidas de seguridad durante el recorrido? Como ser oxígeno, extinguidor, botiquín, GPS?**

*Gráfico 19.* Medidas de Seguridad en el tour Salar



**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

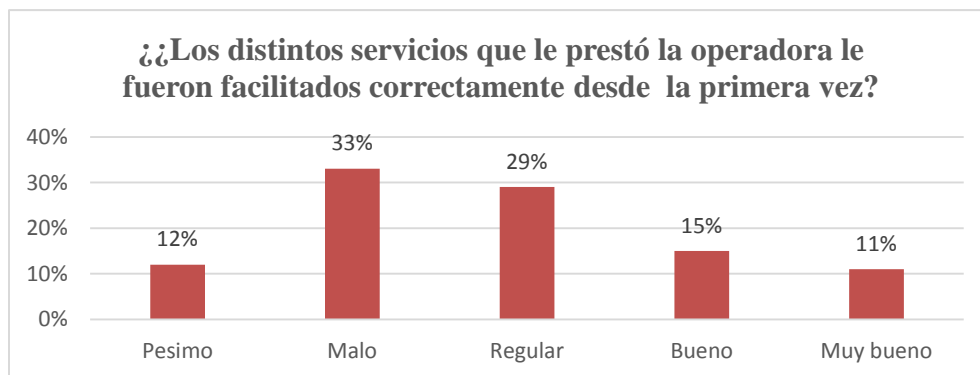
**R.** En lo que se refiere a las medidas de seguridad, en general no llega a satisfacer a los clientes, como se ve en el grafico califica como malo en un 45%, determinando que no se siente seguro con el servicio en caso que ocurriera algún accidente, existe un 15% que califica como pésimo, esto puede ser a que estas medidas de seguridad no son visibles y muchos no saben si tienen los instrumentos necesarios o no.



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**8. ¿Los distintos servicios que le prestó la operadora le fueron facilitados correctamente desde la primera vez?**

*Gráfico 20.* Primera experiencia de la prestación de servicio

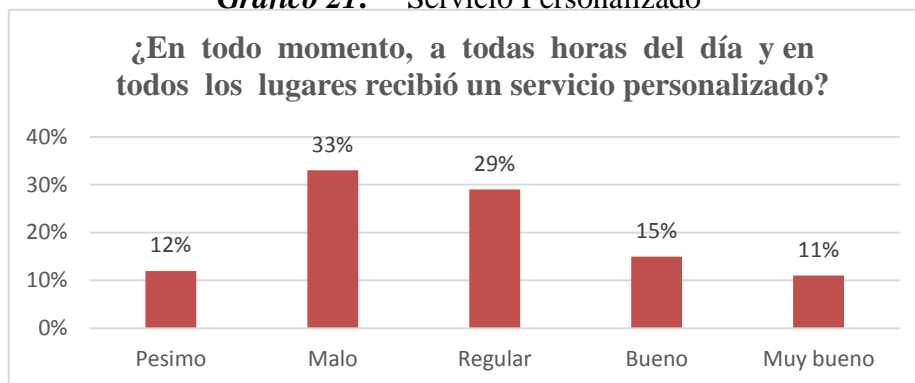


**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta

**R.** Con respecto a la primera experiencia del servicio se puede determinar que con los servicios que dan las operadoras de turismo no causa satisfacción en la primera vez, como se ve en el gráfico, el 30% lo califica como regular y un 9% califica como malo, lo que significa que existe un porcentaje significativo que no se puede satisfacer.

**9. ¿En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares recibió un servicio personalizado?**

*Gráfico 21.* Servicio Personalizado



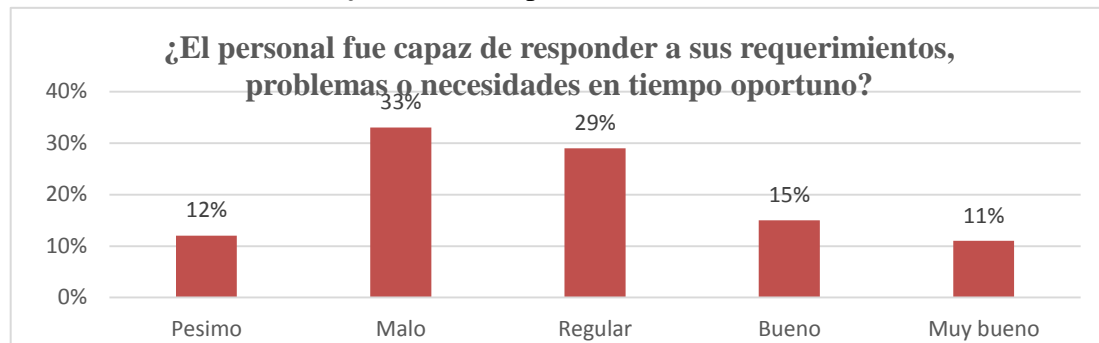
**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**R.** El resultado muestra que gran parte de las operadoras no proveen un servicio personalizado en el tour Salar, como se ve en la gráfica el 33% califica como regular, es decir que no les llega a satisfacer completamente y el 11% no perciben nada de personalizado el tour.

**10. ¿El personal fue capaz de responder a sus requerimientos, problemas o necesidades en tiempo oportuno?**

**Gráfico 22.** Capacidades del Personal



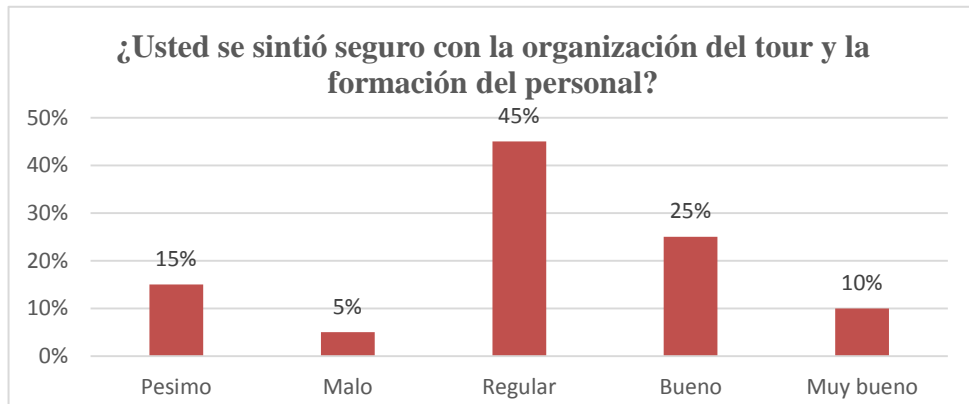
**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**R.** En lo que se refiere a las capacidades del personal los resultados muestran que en general el personal no cuenta con capacidades y aptitudes capaz de satisfacer la necesidades de los cliente, como se ve en el cuadro el 33% no percibe esas capacidades, solo el 11% tuvo una muy buena experiencia con el personal durante el tour.



**11. ¿Usted se sintió seguro con la organización del tour y la formación del personal?**

**Gráfica 23.** Organización del Tour y Formación del Personal

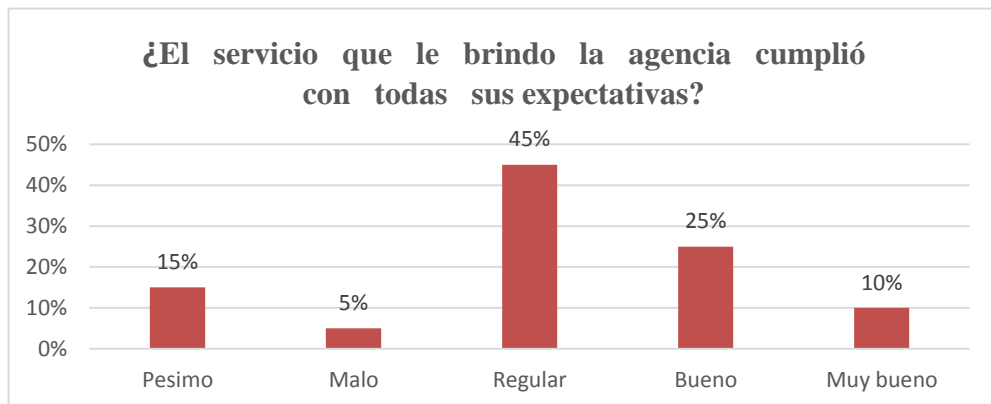


**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

**R.** Con respecto a la percepción del cliente con respecto a la organización del tour y la formación del personal gran parte de los encuestados califica como regular en un 33%, esto se puede deber a retrasos, información, idiomas entre otras, solo un 10% se encuentra satisfecho con respecto a la organización del tour.

**12. ¿El servicio que le brindo la agencia cumplió con todas sus expectativas?**

**Gráfica 24.** Expectativa de la calidad



**Fuente:** Elaboración propia, resultado de la encuesta.

## **PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**R.** En lo que se refiere a la expectativa de la calidad como se ve en la gráfica se puede determinar, como es que el cliente se siente satisfecho con el servicio. Es decir cómo se cumplió las expectativas con relación a la calidad del servicio. Según los resultados se puede ver que un 45 % de los turistas consideran que la calidad del servicio en general es regular puesto que la experiencia no fue completamente satisfactoria, además que se ve que un 5 % califa el servicio como malo tomando en cuenta el servicio de la operadora, el transporte y el guía en general.

### **CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS A LAS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN A TURISTAS**

Según los resultados obtenidos con respecto a la percepción de las instalaciones físicas donde funcionan las operadoras se puede observar que la mayoría se siente cómodo calificándolas como buenas, con respecto a los servicios que se ofrecen tomando en cuenta el transporte un porcentaje alto indicó que el servicio es malo o regular, en lo que concierne al servicio de alimentación la mayoría calificó este servicio entre bueno y muy bueno, en cuanto al servicio de guía la mayoría calificó el servicio entre malo y regular lo que significa que el cliente no está satisfecho con este servicio al igual que sucede con el chofer.

En cuanto al servicio del counter en la operadora de turismo, se puede ver que los clientes calificaron este entre regular y bueno tomando en cuenta que este servicio debería ser de mayor calidad por representar el primer contacto con el cliente.

La seguridad durante el tour no fue percibida de la mejor manera ya que solo el 2% calificó este como muy bueno al igual que la percepción de un servicio personalizado que representa el 13% de los encuestados, que indicó que era muy bueno.

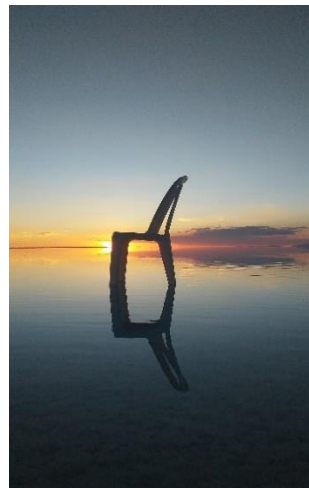
## **PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Con respecto a la capacidad del personal de responder los requerimientos del cliente se concluye que el personal no cuenta con las herramientas necesarias para satisfacer las necesidades del cliente ya que solo el 11% indica haber tenido una muy buena experiencia en el tour.

El 10% indica que se siente satisfecho con la organización del tour, un porcentaje muy bajo, lo que muestra que se deben mejorar los servicios, para terminar los turistas expresan que en general, la satisfacción de sus expectativas en el tour fue regular.

## CAPÍTULO VIII PROPUESTA

---



## **8.1. INTRODUCCIÓN**

La realidad del turismo en el Municipio de Uyuni, en lo que respecta a servicios exige a que las autoridades tenga nuevos roles y nuevos estilos de gestión apoyando al mejoramiento y al cambio de la actividad turística realizado en su jurisdicción logrando que esto sea beneficioso para todos los habitantes.

Con el proyecto se pretende que el municipio se convierta en gestor activo de la actividad turística en Uyuni mediante la elaboración de programas con actividades estratégicas que ayuden a la calidad del servicio, en primera instancia el proyecto será como una primera fase para la gestión de calidad de los servicios turísticos ya que solo propondremos estrategias para el sector de empresas operadoras, enseñándoles ciertas capacidades a los propietarios en temas de calidad y Sistema de Gestión de calidad para que a futuro puedan implementar y ser certificadas como una empresa con Calidad Turística.

También se pretende dar herramientas e instrumentos para poder medir la calidad de los servicios y sea beneficioso para todos, siguiendo parámetros previamente elaboradas.

La propuesta está compuesta por seis programas centrales:

El primer programa consiste en la conformación de un equipo de trabajo denominado Comité de Calidad dependiente del municipio el cual está formado por personas representativas del sector, encargado de socializar, analizar, guiar, y proponer medidas para mejorar la calidad de los servicios turísticos del municipio. El comité será de carácter técnico con la responsabilidad de liderar, realizar un seguimiento y evaluar los procesos de mejoramiento de los servicios de las empresas operadoras de turismo.

## **PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Como segundo programa se propone la creación de un instrumento de medición de la calidad mediante una Página Web, en la que los clientes puedan calificar el servicio que se les brindó, este instrumento será accesible para todos los que quieran calificar o recibir información de alguna operadora en particular. Todo el contenido de la página servirá al mismo tiempo como fuente de información para que el Comité de Calidad evalúe el desempeño de las operadoras.

El tercer programa consiste en la realización de talleres de capacitación referentes la calidad y Sistemas de Gestión de Calidad, con el objetivo que los propietarios adquieran capacidades en identificar procesos claves para la mejora del servicio, y puedan poner solución a ciertas disconformidades. Esta capacitación será para propietarios de empresas operadoras, propietarios y choferes del transporte turístico y para Guías, empezará por instruir lo que es calidad y la importancia dentro la actividad turística, luego se pasará a talleres referente lo que es el Sistema de Gestión de Calidad enseñándoles la identificación de procesos dentro del servicio que realiza. Con este tipo de talleres se pretende que a futuro haya empresas certificadas dentro el municipio.

El cuarto programa propone el mejoramiento de la infraestructura de las empresas turísticas, el cual se caracteriza en plantear algunos parámetros en la infraestructura de las oficinas de turismo y equipos de operaciones con los que deberían contar el transporte y los guías para proporcionar un servicio cómodo, seguro y de calidad; es en base a esto que se elabora un sistema de control e inspección, buscando la colaboración de instituciones públicas para las actividades correspondientes.

El quinto programa se refiere a la Calidez Turística, el cual consiste en brindar capacitaciones en atención al cliente dirigido a todo el recurso humano involucrado (propietarios, counters, guías y choferes). El taller tiene el objetivo de reforzar y

## **PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

mejorar las aptitudes del personal de las operadoras de turismo, en cuanto al trato al cliente se refiere.

El sexto programa, Seguimiento y Monitoreo, se encargará de generar procedimientos para verificar la eficacia del proyecto en cuanto al manejo de recursos humanos, materiales, tiempos, presupuestos y objetivos planteados se refiere.

### **8.2. PROGRAMAS**

#### **8.2.1 PROGRAMA 1. CONFORMACIÓN DEL COMITÉ DE CALIDAD**

El Comité de Calidad se caracteriza por ser un equipo de trabajo conformado por representantes del sector turístico y representantes del municipio dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de Uyuni, el cual se encargará de proponer y controlar las medidas relacionadas con la calidad en beneficio del sector.

Tendrá una estructura organizacional a la cabeza de un director de la calidad, un Administrador de la Calidad y vocales representante de los diferentes sectores involucrados en turismo.

#### **Objetivo**

Conformar un Comité de Calidad creando un equipo multidisciplinario con personas representativas cuyos roles estén orientados a analizar y controlar la calidad de los servicios turísticos de las Operadoras en el Municipio de Uyuni, proponiendo acciones necesarias para la satisfacción de los turistas.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 14.** Programa 1. Conformación del Comité de Calidad

Programa 1	Sub programa	Duración
<b>Conformación del Comité de Calidad</b>	Reunión del Municipio con representantes de la empresas Operadoras, transportistas y guías	1 mes
	Conformación del Comité de Calidad	1 mes

**Fuente:** Elaboración propia

Actividad 1.	Reunión del Municipio con representantes de las empresas del sector turístico
-----------------	---

Esta primera actividad se caracterizará por realizar una reunión organizada por el Municipio de Uyuni (Unidad de Turismo) convocando a todo los del sector turístico.

**1ra. Reunión.**

Se convocará mediante medios de comunicación y circulares a los representantes de empresas operadoras, representante del transporte turístico, representante de guías del municipio, con el fin de presentar de manera formal el proyecto que se pretende realizar.

Esta primera reunión será de carácter informativo se planteará la idea de conformar un Comité de Calidad el cual tendrá como función llevar en su integridad el proyecto en Gestión Municipal para los Servicios Turístico y en explicar y describir en que consiste el resto de los programas propuestos.



## PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI

### Actividad 2

#### Conformación del Comité de Calidad

En esta segunda actividad mediante consenso se elegirá a los miembros que represente al sector turístico dentro del Comité de Calidad, bajo perfiles propuestos.

El Comité de Calidad dependerá administrativamente de la Unidad de Turismo del Municipio de Uyuni, se les proporcionará un ambiente de trabajo dentro la institución pública y trabajarán en coordinación con los responsables de turismo del Gobierno Autónomo Municipal. Este equipo de trabajo deberá tener funciones y responsabilidades con la institución pública y con los del sector

El Comité de calidad específicamente se encargará de velar por la calidad turística en el municipio con la labor de coordinar mediante la socialización entre el sector público y privado, estará a la cabeza del Director/a de la Calidad, seguido del Administrador de la Calidad y Vocales representantes del sector turístico, todo el comité conformado deberá tener disponibilidad y capacidad de trabajar a favor del municipio y del turismo.

Dentro sus funciones y responsabilidades del comité son:

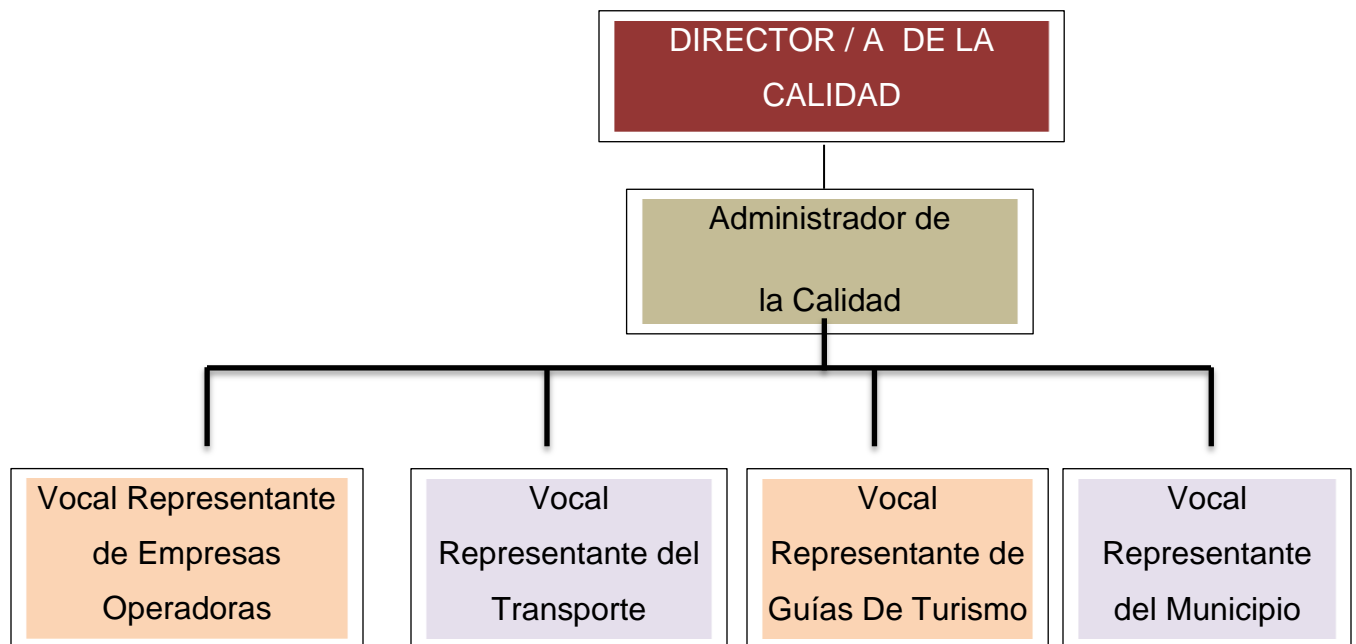
- Analizar los problemas que afectan la calidad del servicio turístico ofrecido por las operadoras en el municipio de Uyuni,
- Dirigir y efectuar el seguimiento de las acciones para solucionar los problemas en las operadoras, en el transporte y en el servicio de guía.

## PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI

- Establecer soluciones a cualquier problema que se tenga relacionado con la calidad en el servicio turístico
- Impulsar el cumplimiento de las disposiciones establecidas por el Comité de Calidad.
- El Comité de Calidad será el encargado de realizar el seguimiento y evaluación del proyecto a llevarse a cabo.

### ORGANIGRAMA DEL COMITÉ DE CALIDAD

*Gráfico 25.* Estructura del Comité de Calidad



**Fuente:** Elaboración propia

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**MANUAL DE FUNCIONES DEL COMITÉ DE CALIDAD**

**1. Identificación del Puesto**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>DIRECTOR/A DE LA CALIDAD</b>
Área	Administrativa
Depende de:	Unidad de Turismo
Supervisa a:	Secretario/a y Administración de la Documentación Vocales representantes del sector turístico

**2. Misión**

Administrar y apoyar la realización en su integridad del programa propuesto (primera fase a operadoras de turismo)
--

**3. Funciones y Responsabilidades**

Responder a todas las solicitudes realizadas por el sector turístico y por el municipio, además del resto de los cargos administrativos del comité.
Participar en todas las reuniones con el sector turístico del municipio.
Ser representante del sector turístico del municipio a nivel nacional.
Coordinar y hacer seguimiento en su integridad del proyecto propuesto y de otros proyectos que beneficie al sector
Mantener reuniones de conciliación con dueños de Operadoras del Municipio
Mantener reuniones de conciliación con el sector de Transporte Turístico
Mantener reuniones de conciliación con Guías del Municipio
Realizar viajes en caso se requiera que este directamente relacionado con el proyecto.
Autorizar viáticos para el resto del comité en cuanto se requiera y esté relacionado con el proyecto
Gestionar recursos económicos para la realización del resto de los programas propuestos



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Elaborar el presupuesto anual del año siguiente.

#### **4. Requisitos del puesto**

Formación básica	Licenciado en Turismo
Formación Especializada	Tener cursos de capacitación en turismo
Experiencia del trabajo	5 años de experiencia en la actividad turística en el Municipio

#### **1. Identificación del Puesto**

Nombre del puesto	ADMINISTRADOR DE LA CALIDAD
Área	Administrativa
Depende de:	<b>Director/a de la Calidad</b>

#### **2. Misión**

Velar por que la relación de trabajo entre Vocales y el Director de la Calidad sea de manera eficiente en la ejecución del proyecto propuesto

#### **3. Funciones y Responsabilidades**

1	Documentar, registrar e informar a los miembros del comité sobre el desempeño del proyecto
2	Registrar toda la documentación de despacho y recepción
3	Velar por que se cumpla el orden del día programado
4	Tomar nota en el libro de actas de todas las reuniones a llevarse acabo
5	Comunicar al resto del comité las reuniones que se llevará a cabo.
6	Realizar viajes en caso se requiera que esté relacionado con el proyecto
7	Representar al comité en cuanto se requiera

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

8	Coordinar las acciones y actividades programadas
---	--

**4. Requisitos del puesto**

Formación básica	Educación primaria y secundaria
Formación especializada	Tener cursos de capacitación en turismo
Experiencia del trabajo	5 años de experiencia en la actividad turística en el municipio

**1. Identificación del Puesto**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>VOCAL EMPRESAS OPERADORAS DE TURISMO</b>
Área	Administrativa
Depende de:	Administrador de la Calidad

**2. Misión**

Representar al sector de Operadoras de turismo
--

**3. Funciones y Responsabilidades**

1	Representar a los de su sector
2	Participar de manera obligatoria en las reuniones del comité
3	Participar activamente en el análisis y la discusión en asuntos a tratar en las reuniones
4	Informar los asuntos y avances al que se ha llegado con el comité a su sector.
5	Proponer asuntos de mejora en beneficio de su sector, como rechazar en cuanto no lo vea beneficioso.
6	Motivar a los de su sector para que participen en actividades programadas del proyecto.
7	A través del Administrador de la Calidad sugerir temas que sean necesarios para el tratamiento o revisión

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

8	Firmar el libro de actas después de cada reunión con el comité.
---	---

**4. Requisitos del puesto**

Formación básica	Educación primaria y secundaria
Formación especializada	Tener cursos de capacitación en turismo
Experiencia del trabajo	Ser representante legal de su empresa con 5 años de experiencia en la actividad turística en el municipio

**1. Identificación del Puesto**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>VOCAL TRANSPORTE TURISTICO</b>
Área	Administrativa
Depende de:	Administrador de la Calidad

**2. Misión**

Representar al sector del Transporte Turístico del Municipio de Uyuni
---

**3. Funciones y Responsabilidades**

<b>1</b>	Representar a los de su sector
<b>2</b>	Participar de manera obligatoria en las reuniones del comité
<b>3</b>	Participar activamente en el análisis y la discusión en asuntos a tratar en las reuniones
<b>4</b>	Informar los asuntos y avances al que se ha llegado con el comité a su sector.
<b>5</b>	Proponer asuntos de mejora en beneficio de su sector, como rechazar en cuanto no lo vea beneficioso.
<b>6</b>	Motivar a los de su sector para que participen en actividades programadas del proyecto.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>7</b>	A través del Administrador de la Calidad sugerir temas que sean necesarios para el tratamiento o revisión
<b>8</b>	Firmar el libro de actas después de cada reunión con el comité.

**4. Requisitos del puesto**

Formación básica	Educación primaria y secundaria
Formación especializada	Tener cursos de capacitación en turismo
Experiencia del trabajo	Propietario de vehículo con 5 años de experiencia en la ruta Salar y Lagunas de colores

**1. Identificación del Puesto**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>VOCAL GUÍA DE TURISMO DEL MUNICIPIO DE UYUNI</b>
<b>Área</b>	Administrativa
<b>Depende de:</b>	Administrador de la Calidad

**2. Misión**

Representar al sector Guías de Turismo del Municipio de Uyuni
---

**3. Funciones y Responsabilidades**

<b>1</b>	Representar a los de su sector
<b>2</b>	Participar de manera obligatoria en las reuniones del comité
<b>3</b>	Participar activamente en el análisis y la discusión en asuntos a tratar en las reuniones
<b>4</b>	Informar los asuntos y avances al que se ha llegado con el comité a su sector.
<b>5</b>	Proponer asuntos de mejora en beneficio de su sector, como rechazar en cuanto no lo vea beneficioso.
<b>6</b>	Motivar a los de su sector para que participen en actividades programadas del proyecto.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>7</b>	A través del Administrador de la Calidad sugerir temas que sean necesarios para el tratamiento o revisión
<b>8</b>	Firmar el libro de actas después de cada reunión con el comité.

**4. Requisitos del puesto**

Formación básica	Licenciado en Turismo
Formación especializada	Tener cursos de capacitación en turismo
Experiencia del trabajo	5 años de experiencia en la ruta Salar y Lagunas de colores

**1. Identificación del Puesto**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>VOCAL REPRESENTANTE DEL MUNICIPIO</b>
<b>Área</b>	Administrativa
<b>Depende de:</b>	Administrador de la Calidad

**2. Misión**

Velar por la imagen turística del Municipio
---

**3. Funciones y Responsabilidades**

<b>1</b>	Representar al municipio
<b>2</b>	Participar de manera obligatoria en las reuniones del comité
<b>3</b>	Participar activamente en el análisis y la discusión en asuntos a tratar en las reuniones
<b>4</b>	Informar los asuntos y avances al que se ha llegado con el comité a su sector.
<b>5</b>	Proponer asuntos de mejora en beneficio de su sector, como rechazar en cuanto no lo vea beneficioso.





**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>6</b>	Motivar a los de su sector para que participen en actividades programadas del proyecto.
<b>7</b>	A través del Administrador de la Calidad sugerir temas que sean necesarios para el tratamiento o revisión
<b>8</b>	Firmar el libro de actas después de cada reunión con el comité.

**4. Requisitos del puesto**

Formación básica	Educación primaria y secundaria
Formación especializada	
Experiencia del trabajo	No cumplir funciones actuales dentro el Municipio Haber trabajado mínimamente 5 años en cualquier sector de Turismo

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 15.** Estructura Financiera del Programa 1. Conformación del Comité de Calidad

<b>Presupuesto programa 1. Conformación del Comité de Calidad</b>					
<i>Actividades 1 y 2 Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías-Conformación del Comité de Calidad.</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b><i>B. Inversiones</i></b>					
B.1 Computadora core i5	3000	5	15000	2155	X
B.2 Laptop core i5	5000	3	15000	2155	X
B.3 Impresora	1300	3	3900	560	X
B.4 Escritorio	350	6	2100	302	X
B.5 Sillas	150	25	3750	539	X
B.6 Mesas de trabajo	250	6	1500	216	X
B.7 Pizarra	200	3	600	86	X
B.8 Data show	700	3	2100	302	X
B.9 Movilidad	110000	1	110000	15805	X
B.10 TV	3000	2	6000	862	X
B. 11 Celulares Corporativos	1500	10	15000	2155	X
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos de impresión de información	30	10	300	43	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Alquiler de espacio de oficina	4000	12	48000	6897	x
D.2 Teléfonos e Internet	1000	12	12000	1724	x
D.3 Servicios Básicos	400	12	4800	690	x
D.4 Material de Escritorio	1500	12	18000	2586	x
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>258050</b>	<b>37076</b>	

**Fuente:** Elaboración Pr

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 16. Cronograma Programa 1. Conformación del Comité de Calidad**

<i>Periodo de implementación del Proyecto (1 año)</i>	<i>Año 1</i>											
<i>Actividades</i>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1. Reunión del Municipio con representantes legales de la empresas Operadoras, transportistas y guías												
2. Conformación del Comité de Calidad												

**Fuente:** Elaboración Propia

### **8.2.2 PROGRAMA 2. DISEÑO DE SISTEMAS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**

El sistema de control de calidad que se está proponiendo consiste en elaborar un documento electrónico que se utilice para medir la calidad de los servicios de las operadoras del Municipio de Uyuni mediante un cuestionario propuesto accesible para todos aquellos que tomaron el servicio con alguna operadora del municipio, almacenando información actualizada del sector.

Este documento formará parte de un sitio web disponible. El cual aparte de medir la calidad del servicio también será una fuente de información y promoción del municipio con respecto a los servicios turísticos, el cual contendrá información histórica, registro de todos los servicios turísticos del municipio y un ranking para la recomendación de las empresas.

Este portal web será actualizado de manera permanente y será manejado desde la Unidad de Turismo del Municipio de Uyuni en coordinación con el Comité de Calidad.

#### **Objetivo**

Elaborar un instrumento que permita el control de calidad de los servicios turísticos ofrecidos por las operadoras en el Municipio de Uyuni.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 17** Programa 2. Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos

Programa 2.	Sub programa	Duración
<b>Diseño de sistemas de control de calidad de los servicios turísticos</b>	Reunión del Municipio con representantes de la empresas	<b>1 día</b>
	Capacitación	<b>1 día</b>
	<b>Presentación y promoción</b>	<b>12 meses</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Instrumento**

El instrumento propuesto para el control de calidad de los servicios turísticos es el **cuestionario de calidad**. El portal web que se diseñará, contará con un registro donde los turistas podrán evaluar el servicio para así tomar en cuenta el trabajo en conjunto de operadoras, guías y transportistas, siendo la base para poder controlar de manera completa a las operadoras y que también los mismos administrativos de las operadoras puedan controlar el trabajo de su personal en lo que se refiere al préstamo del servicio.

Al final del llenado del formulario también se podrá compartir la experiencia en las redes sociales logrando llegar a un mayor público.

Todos los clientes que hayan realizado el tour mediante una operadora turística en el municipio de Uyuni podrán calificar el servicio recibido ingresando a la página web del municipio, además de poder realizar comentarios de su experiencia.

Mediante el formulario se obtendrá la siguiente información:

- Datos Personales
- Datos de la Empresa

## PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI

- Cuéntanos tu experiencia
- Calificación del servicio

También se realizarán preguntas de las dimensiones de la calidad:

- Elementos Tangibles
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía

La calificación se podrá realizar de manera constante.

### Actividad 1.

Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías

La reunión organizada por el Municipio de Uyuni dirigida a los representantes de empresas operadoras, representante del transporte turístico, representante de guías del Municipio y representantes del Municipio tendrá el objetivo de informar todas las características sobre el cuestionario de calidad que se encuentra en la página web del Municipio, dando a conocer su importancia como instrumento para conocer mejor la opinión del turista y así tomar las medidas necesarias para mejorar la calidad en de los servicios turísticos.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 18.** Estructura Financiera del Programa 2. **Actividad 1** Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías

<b>Presupuesto programa 2. Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos</b>					
<i>Actividad 1 Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de información	30	10	300	43	
<b>TOTAL</b>			300	43	

**Fuente:** Elaboración Propia

Actividad 2.	Elaboración y capacitación en el cuestionario de calidad
--------------	--

Se realizará el diseño de la página web, además se elaborará el cuestionario con la colaboración de los sectores interesados, se explicará cómo es que el instrumento funciona en la página web y su importancia para mejorar la calidad en el servicio, tomando en cuenta que los turistas tendrán la facilidad para ingresar a la página web y calificar el servicio recibido y de esta forma generar la información constante con toda la información necesaria, también se les explicará cómo pueden ver el tipo de calificación con respecto a la calidad del servicio de los turistas.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 19.** Estructura Financiera del Programa 2. Actividad 2. Elaboración y Capacitación en el Cuestionario de Calidad

<b>Presupuesto programa 2. Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos</b>					
<i>Actividad 2 Elaboración y Capacitación en el Cuestionario de Calidad</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento Gobierno Municipal</i>
<b><i>I. A. Personal</i></b>					
A.1 Capacitador profesional en Turismo con MBA	5000	2	10000	1437	x
A.2 Profesional Especialista en Páginas Web	5000	2	10000	1437	x
<b><i>B. Inversiones</i></b>					
B.1 Computadora core i7	5000	1	5000	718	x
B.2 Escritorio	350	2	700	101	x
B.3 Sillas	150	2	300	43	x
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos de diseño y funcionamiento de la página web	7000	1	7000	1006	x
C.2 Gastos de impresión de material de capacitación	50	450	22500	3233	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Material de Escritorio	400	2	800	115	
<b>TOTAL</b>			<b>56300</b>	<b>8089</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Actividad 3.	Presentación y promoción del instrumento de evaluación de calidad
--------------	---

La presentación se realizará de manera masiva promocionándolo tanto en redes sociales además de utilizar medios masivos de comunicación. La promoción del instrumento de evaluación de calidad se realizará de manera constante, pero cabe recalcar que en un principio se debe tomar en cuenta que en los primeros seis meses el servicio será ofrecido con mayor énfasis hasta lograr que los turistas tengan la costumbre de poder realizar el tipo de calificación del servicio como parte del mismo y así se pueda tener un mejor control del tipo de servicio realizado por parte de las operadoras.

**Tabla 20.** Estructura Financiera del Programa 2.

Actividad 3. Presentación y Promoción del Instrumento de Evaluación de Calidad

<b>Presupuesto programa 2. Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos</b>					
<i>Actividad 3 Presentación y Promoción del Instrumento de Evaluación de Calidad</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de Promoción del instrumento de Evaluación (medios masivos de comunicación, redes sociales, prensa)	25000	12	300000	43103	x
C.2 Gastos de Promoción Impresa (Afiches, Volantes)	5000	12	60000	8621	X
C.3 Gastos de Presentación del instrumento a la población en general	10000	1	10000	1437	X
<b>TOTAL</b>			<b>370000</b>	<b>53161</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 21.** Cronograma Programa 2. Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos

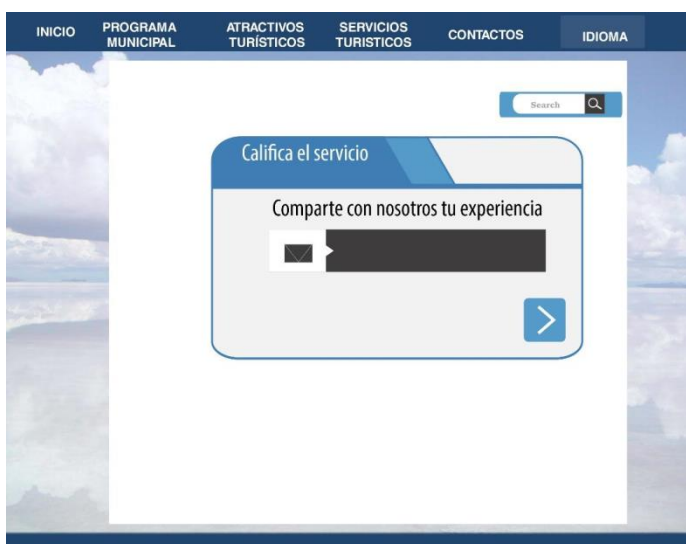
<i>Periodo de implementación del Proyecto (1 año)</i>	<i>Año 1</i>											
<i>Actividades</i>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1. Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías												
2. Elaboración y Capacitación en el Cuestionario de Calidad												
3. Presentación y Promoción del Instrumento de Evaluación de Calidad												

**Fuente:** Elaboración Propia

**CUESTIONARIO DE CALIDAD**

A continuación se puede observar el diseño del cuestionario de calidad:

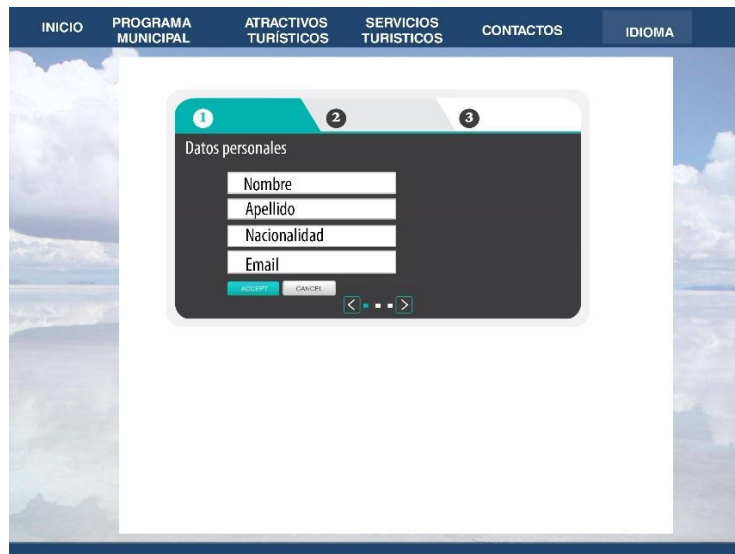
**Figura 1.** Cuestionario de control de calidad



**Fuente:** Elaboración Propia

# PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI

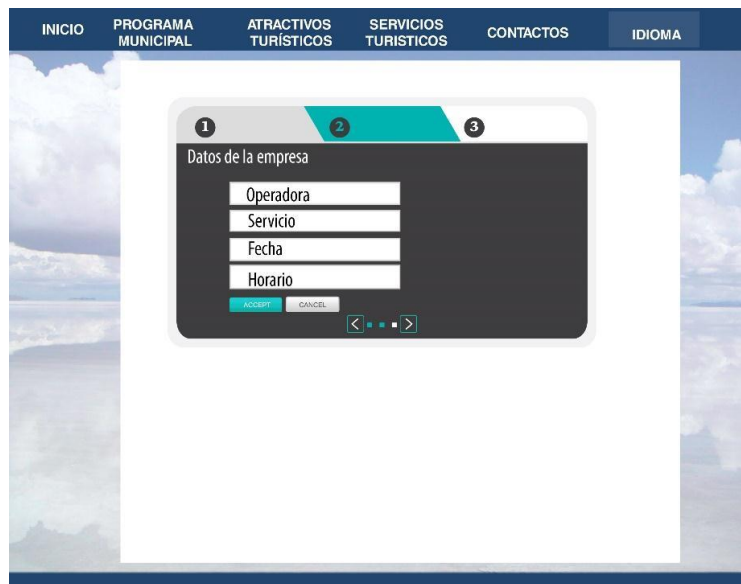
**Figura 2.** Datos del turista



The screenshot displays a mobile application interface with a dark blue navigation bar at the top containing the following menu items: INICIO, PROGRAMA MUNICIPAL, ATRACTIVOS TURÍSTICOS, SERVICIOS TURÍSTICOS, CONTACTOS, and IDIOMA. The main content area features a white background with a dark blue header for the form titled 'Datos personales'. The form includes four input fields: 'Nombre', 'Apellido', 'Nacionalidad', and 'Email'. Below the fields are two buttons: 'ACCEPT' (highlighted in teal) and 'CANCEL'. A small navigation bar at the top of the form shows three steps, with step 1 highlighted in teal. The background of the application is a scenic view of a lake under a cloudy sky.

**Fuente:** Elaboración Propia

**Figura 3.** Datos de la empresa

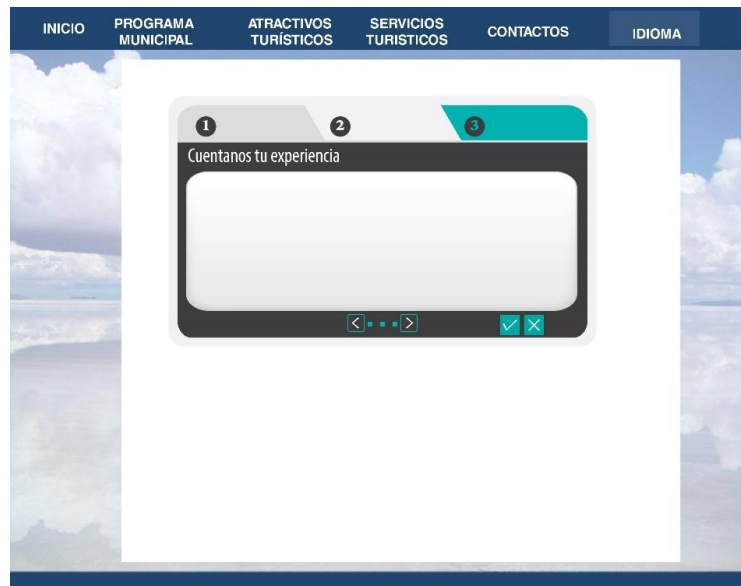


The screenshot displays a mobile application interface with a dark blue navigation bar at the top containing the following menu items: INICIO, PROGRAMA MUNICIPAL, ATRACTIVOS TURÍSTICOS, SERVICIOS TURÍSTICOS, CONTACTOS, and IDIOMA. The main content area features a white background with a dark blue header for the form titled 'Datos de la empresa'. The form includes four input fields: 'Operadora', 'Servicio', 'Fecha', and 'Horario'. Below the fields are two buttons: 'ACCEPT' (highlighted in teal) and 'CANCEL'. A small navigation bar at the top of the form shows three steps, with step 2 highlighted in teal. The background of the application is a scenic view of a lake under a cloudy sky.

**Fuente:** Elaboración Propia

**Figura 4.** Experiencia del turista

## PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI



**Fuente:** Elaboración Propia

A continuación se muestran las afirmaciones propuestas para medir las dimensiones de calidad en el servicio:

- El servicio ofrecido por la Operador Turística cumplió con lo previsto y acordado
- La atención durante el servicio fue esmerada e individual
- El servicio se brindó en el tiempo asignado y las demandas fueron atendidas con rapidez
- El personal cuenta con las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio
- El contacto y acercamiento con la operadora turística fue accesible
- La elección de la Operadora Turística fue la correcta
- El trato realizado por el personal de la Operador Turística fue cortés
- Recibió un servicio esmerado e individualizado
- El servicio turístico ofrecido por la operadora es responsable

### **8.2.3 PROGRAMA 3. CAPACITACIÓN DE GESTIÓN DE LA CALIDAD A LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

La capacitación se realizará mediante talleres, estos serán organizados por el municipio en coordinación con las operadoras turísticas. Para la realización de los talleres se convocará a profesionales en Turismo y especialistas en Sistema de Gestión de la Calidad

Los talleres en esta primera fase del proyecto estará dirigido a propietarios de empresas operadoras, propietarios y choferes de vehículo y guías de turismo, cada módulo estará calculado por horas y programará varias veces en un mes, con el objetivo de que todos los del sector participen y se les brindará todo el material necesario para los talleres.

Estos talleres se programarán en temporada baja para que no afecte el desarrollo del trabajo.

Al finalizar todos los módulos se proporcionará certificado como “Participante Activo en la Implementación de Calidad en el Municipio de Uyuni”.

#### **Objetivo**

Capacitar a las empresas de servicios turísticos con el fin de brindar los conocimientos básicos relacionados con la Calidad y Sistema de Gestión de Calidad, enseñándoles las herramientas necesarias para mejorar la calidad de sus productos y servicios.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 22.** Programa 3. Capacitación en Calidad y Sistema de Gestión de Calidad

Programa 3.	Sub programa	Duración
<b>Capacitación en Calidad y Sistema de Gestión de Calidad</b>	Capacitación para Operadores de Turismo	<b>1 mes</b>
	Capacitación para el transporte turístico	<b>1 semana</b>
	Capacitación para guías de Turismo	<b>1 semana</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

<b>Actividad 1.</b>	<b>Capacitación para Operadores de Turismo</b>
---------------------	--

La capacitación para el sector de operadoras estará compuesto por cuatro módulos cada uno con el total de 32 horas dividido en 4 días y se llevará a cabo en un mes, esto debido a que se repetirá tres veces en el mes.

Para llevar a cabo se contratará profesionales en Turismo y Especialistas en Sistema de Gestión de la Calidad

A continuación se observa el contenido de los talleres para las operadoras turísticas:

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 23.** Contenido de la Capacitación para Operadores de Turismo

<b>Sub Programa</b>	<b>Módulo</b>	<b>Duración</b>	<b>Publico meta</b>	<b>Recurso Humano</b>
Capacitación para Operadores de Turismo	Introducción en Calidad y Sistema de Gestión de Calidad	1 mes	Propietarios de Operadoras de Turismo	Licenciado en Turismo
	Implementación de Sistema de Gestión de Calidad Requisitos para los tour operadores	1 mes	Propietarios de Operadoras de Turismo	Especialistas en SGC
	Requisito de Diseño de paquetes Turísticos	1 mes	Propietarios de Operadoras de Turismo	Especialistas en SGC
	Capacitación en herramientas de control de calidad (medición)	1 mes	Propietarios de Operadoras de Turismo	Especialistas en SGC

Fuente: Elaboración propia

**Contenido de los módulos:**

**Introducción a la Calidad y Sistema de Gestión de Calidad**

- Brevemente se desarrollará los objetivos generales del programa
- Se enseñará que es la Calidad mediante conceptos y definiciones,
- La importancia de la calidad en el sector

## **PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

- Los beneficios de la calidad en las empresas turísticas
- Se realizará un análisis del sector y los problemas actuales
- Se enseñará que son los Sistemas de Gestión de Calidad, conceptos y definiciones.
- El SGC y la relación e importancia con el turismo
- El SGC relacionado y aplicado en el Tour de 1 día Salar de Uyuni

### **Implementación de Sistema de Gestión de Calidad – Requisitos para los tour operadores**

- Análisis de la situación del tour de 1 día Salar de Uyuni
- Establecimiento de requisitos generales de calidad en gestión y competencias que deben cumplir los tour operadores como
- Requisito de organización administrativa de la Operadora
- Requisitos en equipamiento
- Requisito en selección y evaluación de proveedores
- Requisitos para la venta y post venta.

### **Requisito de Diseño de paquetes turísticos**

- Análisis del paquete turístico de 1 día Salar de Uyuni
- Identificar las características del producto
- Definición de procedimientos de diseño los paquetes turísticos mediante procesos
- Control de calidad en cada proceso del paquete turístico.



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Capacitación en herramientas de control de calidad**

- Identificación de herramientas para medir la calidad
- Implementar soluciones con la aplicación de las herramientas ya identificadas.
- Explicar la mejora continua
- Aplicar la mejora continua en el paquete y producto Salar de Uyuni.

**Tabla 24.** Estructura Financiera del Programa 3. Capacitación para Operadores de Turismo

<b>Presupuesto programa 3. Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios Turísticos</b>					
<i>Actividad 1 Capacitación para Operadoras de Turismo</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.cambio 6,95</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b><i>I. A. Personal</i></b>					
A.1 Profesional en Turismo	3000	1	4000	432	x
A2 Profesional especialista en Sistema de Gestión de Calidad	4000	4	16000	2302	x
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos de impresión de cartillas de capacitación y certificados	25	150	3750	540	x
C.2 Gastos viaje y viáticos (especialista)	2000	1	2000	288	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Material de Escritorio	300	1	300	43	x
<b>TOTAL</b>			<b>26050</b>	<b>3605</b>	

**Fuente:** Elaboración propia

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Actividad 2.**

**Capacitación para Chofes del Transporte Turístico**

La capacitación para el sector del Transporte Turístico estará dirigido para propietarios y choferes que trabajan brindando servicio turístico, estará compuesto por un módulo de 12 horas, dividido en 3 días, se repetirá tres veces en el mes.

Para llevar a cabo se contratará profesionales en Turismo y un profesional en ingeniería Ambiental.

A continuación se observa el contenido de los talleres.

**Tabla 25.** Contenido de la Capacitación para el Transporte Turístico

<b>Sub Programa</b>	<b>Contenido</b>	<b>Público meta</b>	<b>Recurso Humano</b>
<b>Capacitación para el Transporte Turístico</b>	Introducción a la calidad y su relación con el turismo	Propietarios y Chofes del transporte turístico	<b>Licenciado en Turismo</b>
	Identificación de los procesos en el servicio de transporte	Propietarios y Chofes del transporte turístico	<b>Licenciado en Turismo</b>
	Reducción de Impactos medioambientales en el servicio	Propietarios y Chofes del transporte turístico	<b>Ingeniero ambiental y especialista SGC</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

## **PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

### **Introducción a la Calidad y Sistema de Gestión de Calidad**

- Brevemente se desarrollará los objetivos generales del programa
- Se enseñará que es la Calidad mediante conceptos y definiciones,
- La importancia de la calidad en el sector del transporte turístico
- Los beneficios de la calidad dentro el servicio
- Se realizará un análisis problemas actuales del sector

### **Identificación de los procesos en el servicio de transporte**

- Análisis de la situación del tour de 1 día Salar de Uyuni
- Identificación de procesos en el servicio
- Establecimiento de requisitos generales de calidad en gestión y competencias que deben cumplir el transporte
- Requisitos en equipamiento
- Solución de problemas e imprevistos

### **Reducción de Impactos medioambientales en el servicio**

- Definiciones en medio ambiente, impactos relacionado con la calidad y el servicio de transporte
- Mediadas medio ambientales
- Implementación de estrategias para reducir los impactos en el tour de 1 día Salar de Uyuni.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 26.** Estructura Financiera del Programa 3. Capacitación al Transporte Turístico

<b>Presupuesto programa 3. Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios Turísticos</b>					
<i>Actividad 2 Capacitación al Transporte Turístico</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.9,95</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b><i>I. A. Personal</i></b>					
A.1 Profesional en Turismo	3000	1	3000	432	X
A.2 Profesional en Ingeniería Ambiental	4000	1	4000	1151	X
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos de impresión de cartillas de capacitación y certificados	25	150	3750	539	x
C.2 Gastos viaje y viáticos (Ingeniero)	2000	1	2000	288	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Material de Escritorio	300	1	300	43	x
D.2 Alquiler de Espacio para las capacitaciones	700	1	700	101	x
<b>TOTAL</b>			<b>13750</b>	<b>2554</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia

Actividad 3.

Capacitación para guías de Turismo

La capacitación para el sector de Guías de estará compuesto por un módulo de 8 horas, dividido en 2 días y se llevará a cabo en un mes, esto debido a que se repetirá tres veces en el mes.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Para llevar a cabo se contratará un Especialistas en Sistema de Gestión de la Calidad. A continuación se observa el contenido de los talleres para los Guías de Turismo:

**Tabla 27.** Contenido de la Capacitación para Guías de Turismo

<b>Sub Programa</b>	<b>Contenido</b>	<b>Público meta</b>	<b>Recurso Humano</b>
<b>Capacitación para guías de turismo</b>	Introducción al Sistema de Gestión de Calidad en el servicio del guía	Guías de turismo	<b>Especialistas en SGC</b>
	Identificación y análisis de las principales de los procesos del en el servicio de guía	Guías de turismo	<b>Especialistas en SGC</b>
	<b>Requisitos mínimos de calidad dentro del servicio turístico que desempeña</b>	Guías de turismo	<b>Especialistas en SGC</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

**Introducción en Sistema de Gestión de Calidad en el servicio del guía**

- Introducción sobre el Sistema de Gestión de calidad.
- Relación del SGC y el Turismo.
- Identificación de beneficios de brindar un servicio de mejora continua.

**Identificación y análisis de los procesos del servicio de guía**

- Identificará los procesos en el tour de 1 día Salar de Uyuni

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Requisitos mínimos de calidad dentro del servicio turístico que desempeña**

- Se identificarán las estrategias y medidas necesarias para dar solución.
- Definición de requisitos mínimos que se debería cumplir en el servicio.

**Tabla 28.** Estructura Financiera del Programa 3. Capacitación para guías de turismo

<b>Presupuesto programa 3. Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios Turísticos</b>					
<i>Actividad 3 Capacitación para guías de turismo</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b><i>I. A. Personal</i></b>					
A.1 Profesional especialista en Sistema de Gestión de Calidad	4000	1	4000	575	x
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos de impresión de cartillas de capacitación y certificados	25	150	3750	539	x
C.2 Gastos viaje y viáticos	2000	1	2000	287	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Material de Escritorio	300	1	300	43	x
D.2 Alquiler de Espacio para las capacitaciones	700	1	700	101	x
<b>TOTAL</b>			<b>10750</b>	<b>1545</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 29. Cronograma Programa 3. Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios Turísticos**

<i>Periodo de implementación del Proyecto (1 año)</i>	<i>Año 1</i>											
<i>Actividades</i>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1. Capacitación para Operadoras de Turismo												
2. Capacitación para Choferes del transporte turístico												
3. Capacitación para guías de turismo												

**Fuente:** Elaboración Propia

#### **8.2.4 PROGRAMA 4. MEJORAMIENTO DE LOS RECINTOS, INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.**

Bajo la coordinación del Gobierno Municipal y representantes del sector turístico se establecerá requisitos en infraestructura y equipamiento en lo que involucra los servicios turístico los cuales servirán de parámetros para las inspecciones y evaluaciones que se pretende realizar.

Se plantearán algunas características y requisitos que deberán contar las oficinas de turismo, el transporte turístico y el guía de turismo para mejorar el servicio las cuales deberán ser conciliadas y aprobadas por todos los del sector, el cual como resultado será un documento que servirá de instrumento para las inspecciones y evaluaciones propuestas.

En lo que son las evaluaciones e inspecciones, serán programadas y realizadas por el Comité de Calidad con la cooperación de instituciones públicas como ser la Policía en caso de inspección Vehicular y la Secretaria de Turismo de la Gobernación en caso de las inspecciones a las operadoras de turismo.

Para la realización del programa se solicitará asesoría legal del Gobierno Autónomo Municipal de Uyuni.

Este programa estará dividido en tres fases.

##### **Objetivo**

Renovar el servicio turístico del municipio de Uyuni a través del mejoramiento de la infraestructura turística en oficinas de operadoras turísticas y también de los equipos de operación con que se realiza el tour de un día Salar, para brindar comodidad y seguridad a los clientes.



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 30.** Programa 4. Mejoramiento de las empresas turísticas

Programa	Fases	Duración	Publico meta
<b>Mejoramiento en la Infraestructura Turística</b>	Establecimiento de requisitos	2 meses	<b>Operadoras transporte y guías</b>
	Regulación en mejoramiento de la Infraestructura turística	6 meses	<b>Operadoras transporte y guías</b>
	Inspecciones al sector turístico	4 veces (cada 3)	<b>Operadoras transporte y guías</b>

Fuente: Elaboración propia

A continuación se describen las fases del programa de mejoramiento de empresas turísticas:

<b>1ra FASE</b>	<b>Establecimiento de requisito</b>
-----------------	-------------------------------------

El Gobierno Autónomo Municipal de Uyuni en coordinación con la Unidad de Turismo, Secretaria de Turismo del Gobierno Departamental de Potosí y el Comité de Calidad llamará a una reunión a operadoras de turismo, propietarios y choferes del transporte turístico y guías de turismo a analizará los Módulos de Categorización establecido por el Gobierno Central, adaptándolas a las características de la actividad en la región para que luego se cree un instrumento de medición de calidad y posteriormente bajo resolución se establezca dentro las empresas y los servicios. Estas características algunas serán de carácter obligatorio y otra opcional.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

No se están tomando características legales ya que a la constitución de la empresa estas ya deberían estar cubiertas.

**Tabla 31.** Requisitos físicos y equipos de operación en la oficina de turismo

1. CARACTERÍSTICAS DE INFRAESTRUCTURA	
Contar con un ambiente (oficina) exclusivo para el uso que se especifica	Obligatorio
Ingreso debidamente señalado	Obligatorio
Las instalaciones deben estar limpias, iluminadas y en buenas condiciones	Obligatorio
Contar con espacio suficiente para el personal de la empresa	Obligatorio
Contar con un espacio de atención al cliente	Obligatorio
Baños para el personal y para los clientes, este puede ser compartido, tomando en cuenta normas de higiene	Obligatorio
Contar con un lugar o muestrario donde se difundan sus servicios a la vista del cliente	Obligatorio
Parqueo exclusive	Opcional
2. CARACTERÍSTICAS DE EQUIPAMIENTO	
Mobiliario	Obligatorio
Equipos y sistemas de computación	Obligatorio
Material de escritorio y trabajo	Obligatorio
Equipo de primeros auxilios	Obligatorio
Señalización para la salida de emergencia	Opcional
La marca país en todo el material de promoción (Impreso y digital)	Obligatorio
Muestrario de paquetes ofrecidos con precios y tiempo de ofertas	Obligatorio
La marca país correctamente usada en todo el material de promoción (Impreso y digital)	Obligatorio
Equipamiento necesario para la operación turística de acuerdo a los servicios que ofrecen (en caso de subalquilar equipos estos deben estar en buen estado)	Opcional
Equipamiento necesario para precautelar la seguridad del cliente en el marco de las buenas practicas turísticas.	Obligatorio
3. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Servicios, paquetes y productos turísticos debidamente impresos o digitalizados puestos en un lugar visible, con información de precios, duración de oferta, y condiciones del servicio	Obligatorio
Seguro contra accidentes personales para los pasajeros durante el servicio, otorgado por una entidad aseguradora establecida en el país y con cobertura a nivel nacional. (en caso de que el cliente cuente con un seguro desde su país de origen no será necesario este requisito, debiendo la empresa asegurarse de la existencia del mismo)	Obligatorio
Contrato u orden de servicios especificando las reglas, condiciones del servicio para entregar al cliente a la hora de pre pago o pago	Obligatorio
Servicio de atención de emergencias las 24 horas: Línea telefónica disponible para atender las emergencias de los clientes	Obligatorio
Sistema de contacto digital página web, correo electrónico	Obligatorio
Personal capacitado y con amplio conocimiento de los productos turísticos ofertados	Obligatorio

**Fuente:** Módulos Técnicos

**Tabla 32.** Características físicas del Transporte Turístico

2.3 CARACTERÍSTICAS EN VEHICULOS	
El vehículos con los que cuente la empresa deben estar en perfecto estado mecánico, faroles delanteras y traseras en funcionando, , cinturones de seguridad para todos los pasajeros,	Obligatorio
No debe exceder la capacidad de los asientos diseñados por fabrica	Obligatorio
Calefacción y/o aire acondicionado en cada vehículo en funcionamiento	Obligatorio
Cinturón de seguridad para cada uno de sus ocupantes, incluido el conductor	Obligatorio
Ventanas eléctricas en funcionamiento	Obligatorio
Asientos reclinables	Obligatorio
Distancia mínima de 75 centímetros entre asientos	Opcional
Herramientas y una gata para el cambio de llantas	Obligatorio
Rueda o llanta de auxilio	Obligatorio
Triángulos de seguridad	Obligatorio
Sistema de comunicación externa con frecuencia propia	Opcional

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Porta equipaje interno y externo cubierto	Obligatorio
Botiquín de primeros auxilios para cada vehículo	Obligatorio
Basurero portátil	Obligatorio
Extintor para cada vehículo (tipo CO2 anhídrido de Carbónico).	Obligatorio
Vehículo limpio internamente y externamente	Obligatorio

2. EQUIPAMIENTO Y CARACTERÍSTICAS DEL CHOFER	
Licencia de conducir del chofer	Obligatorio
Utilizar chaleco con cinta reflectante	Opcional
Linterna	Opcional
Deberá lucir higiénicamente limpio y presentable	Obligatorio

**Fuente:** Módulos Técnicos

**Tabla 33.** Requisitos físicos y equipos de operación en el Guía de Turismo

1. REQUISITOS FÍSICOS DEL GUÍA DE TURISMO	
El guía deberá estar correctamente vestido, con una prenda que lo identifique con la empresa en la que trabaja	Obligatorio
Deberá lucir higiénicamente limpio y presentable	Obligatorio
Tener indumentarias personales como ser lentes de sol, bloqueador solar,	Opcional
2. EQUIPOS DE OPERACIÓN DEL GUÍA DE TURISMO	
Portar credencial de identificación.	Obligatorio
Portar mapa para el recorrido.	Opcional
Deberá portar una linterna	Opcional

**Fuente:** Elaboración propia

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 34.** Estructura Financiera del Programa 4. Mejoramiento de las Empresas Turísticas. Fase 1. Establecimiento de requisitos

<b>Presupuesto programa 4. Mejoramiento de los recintos, infraestructura y equipamiento</b>					
<i>Fase 1 Establecimiento de requisitos</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de información	150	20	3000	431	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Material de Escritorio	500	10	5000	718	x
<b>TOTAL</b>			<b>8000</b>	<b>1149</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia

<b>2da FASE</b>	<b>Regulación en mejoramiento de la Infraestructura turística</b>
-----------------	---

En esta segunda fase se elaborará una norma municipal (ordenanza municipal), que regule las operaciones turísticas mediante el cumplimiento de requisitos físicos y de operación en las oficinas de turismo, transporte y guías, en él se determinará el tiempo necesario para el correspondiente equipamiento y luego proseguir con las inspecciones.

En esta fase los propietarios de las operadoras se encargarán de dar a conocer a los dueños de las movilidades todos los requisitos que fueron aprobados.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 35.** Estructura Financiera del Programa 4. Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística. Fase 2. Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística

<b>Presupuesto programa 4. Mejoramiento en la infraestructura turística</b>					
<i>Fase 2 Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b><i>I. A. Personal</i></b>					
A.1 Licenciado en Derecho especialista en Derecho Turístico	5000	2	10000	1437	x
A.2 Licenciado en Turismo	5000	2	10000	1437	x
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos viaje y viáticos	2000	2	4000	575	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Material de Escritorio	500	1	500	72	x
<b>TOTAL</b>			<b>24500</b>	<b>3520</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia

<b>3ra FASE</b>	<b>Inspecciones y evaluaciones</b>
-----------------	------------------------------------

Una vez cumplido el tiempo para el equipamiento se proseguirá con las inspecciones y evaluaciones, las cuales serán programadas anticipadamente por el Comité de Calidad.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

Para las inspecciones y evaluaciones se requerirá el apoyo de las Secretaría de Turismo de la Gobernación de Potosí y de la Policía Boliviana sección Transito, será un trabajo compartido que se pretende realizar.

En el caso de la inspección las operadoras y Guías de Turismo se realizará por el Comité de Calidad y la Secretaria de Turismo de la Gobernación de Potosí.

Pasado el tiempo de la primera inspección se realizará un cronograma donde se Fijarán las fechas de las próximas inspecciones.

Para cada inspección y evaluación se utilizarán los instrumentos de control anteriormente elaborado y aprobado por el sector.

**Tabla 36.** Estructura Financiera del Programa 4. Fase 3 Inspecciones y evaluaciones. Fase 3. Inspecciones y evaluaciones

<b>Presupuesto programa 4. Mejoramiento en la infraestructura turística</b>					
<i>Fase 3 Inspecciones y evaluaciones</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento Gobierno Municipal</i>
<b>C. Gastos Operacionales</b>					
C.1 Viáticos personal de tránsito y gobernación	300	12	3600	517,241	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Material de Escritorio	2000	1	2000	287	x
<b>TOTAL</b>			<b>5600</b>	<b>805</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 37. Cronograma Programa 4. Mejoramiento de la Infraestructura Turística**

<i>Periodo de implementación del Proyecto (1 año)</i>	<i>Año 1</i>											
<i>Actividades</i>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1. Establecimiento de requisitos												
2. Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística												
3. Inspecciones y evaluaciones												

**Fuente:** Elaboración Propia



### **8.2.5 PROGRAMA 5. CALIDEZ**

El programa está dirigido a todo el sector turístico, que tiene contacto directo con el cliente o turista, con el fin de mostrar y concientizar sobre la importancia de dar un buen trato al turista y el impacto que esto genera a futuro.

Este programa se caracterizará en ser corto ya que se realizarán cuatro talleres en cuatro días, cada día durará 8 horas mínimas, serán talleres financiados por la municipalidad y con la participación de especialistas en turismo, administración y marketing, al finalizar todos los talleres se les otorgarán certificados de participación.

#### **Objetivo**

Mostrar y concientizar sobre la importancia de dar un buen trato al turista a través de talleres dirigidos a los prestadores de servicios turísticos en el Municipio de Uyuni.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 38.** Programa 5. Calidez

<b>Programa</b>	<b>Talleres</b>	<b>Duración</b>	<b>Público meta</b>	<b>Recurso Humano</b>
Taller en Atención al Cliente	Importancia de la Atención al Cliente	1 día	Counters, choferes, guías,	Especialistas en marketing y
	Elementos clave del servicio al cliente	1 día	Counters, choferes, guías,	Especialistas en marketing y turismo
	Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico	1 día	Counters, choferes, guías,	Especialistas en marketing y turismo
	Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos	1 día	Counters, choferes, guías,	Especialistas en marketing y turismo

**Fuente:** Elaboración Propia

**Taller 1.** Importancia de la Atención al Cliente

El taller de atención al cliente está orientado al personal que tiene contacto directo con el turista. En este primer taller como parte introductoria se expondrán conceptos básicos de lo que implica la atención al cliente y la importancia que esto tiene en los servicios turísticos.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 39.** Contenido del taller: Importancia de la Atención al Cliente

TALLER	OBJETIVO	CONTENIDO
Importancia de la Atención al Cliente	Ofrecer conceptos básicos de lo que trata la atención al cliente relacionado con la calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que es un servicio de excelencia.</li> <li>• Que es un cliente.</li> <li>• Que es el servicio al cliente</li> <li>• Calidad en la atención al</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 40.** Estructura Financiera del Programa 5. Taller 1. Importancia de la Atención al Cliente

<b>Presupuesto programa 5. Sensibilización en la Calidez Turística</b>					
<i>Taller 1 Importancia de la Atención al Cliente</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b><i>I. A. Personal</i></b>					
A.1 Licenciado en Turismo con especialidad en Marketing	5000	2	10000	1437	x
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos de impresión de información	50	450	22500	3233	x
C.2 Viajes y viáticos	2000	2	4000	575	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Alquiler de espacio para las capacitaciones	1000	1	1000	144	x
D.2 Material de Escritorio	1000	1	1000	144	x
<b>TOTAL</b>			<b>38500</b>	<b>5532</b>	

**Fuente:** Elaboración propia



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Taller 2.** Elementos clave del servicio al cliente

En este segundo taller se analizará el servicio turístico actual por parte de las operadoras, transporte, counters y guías, identificando sus componentes y procedimientos para luego proponer estrategias y medidas para mejorar el servicio turístico actual.

**Tabla 41.** Contenido del taller: Elementos clave del servicio al cliente

<b>TALLER</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>CONTENIDO</b>
Elementos clave del servicio al cliente	Identificar los elementos que intervienen en la prestación del servicio turístico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Servicio turístico</li><li>• Infraestructura</li><li>• Procedimientos en el servicio turístico</li><li>• Recurso humano</li></ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 42.** Estructura Financiera del Programa 5. Taller 2. Elementos clave del servicio al cliente

<b>Presupuesto programa 5. Sensibilización en la Calidez Turística</b>					
<i>Taller 2 Elementos clave del servicio al cliente</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b><i>1. A. Personal</i></b>					
A.1 Licenciado en Turismo con especialidad en Marketing	5000	2	10000	1437	X
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos de impresión de información	50	450	22500	3233	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Alquiler de espacio para las capacitaciones	1000	1	1000	144	x
D.2 Material de Escritorio	1000	1	1000	144	x
<b>TOTAL</b>			<b>34500</b>	<b>4957</b>	

**Fuente:** Elaboración propia

**Taller 3.** Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico

Las habilidades sociales son de gran importancia dentro del servicio turístico. El presente taller se desarrollará para fortalecer las habilidades sociales de los prestadores de servicios turísticos.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 43.** Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico

TALLER	OBJETIVO	CONTENIDO
Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico	Enseñar los principales tipos de habilidades sociales que intervienen en el servicio turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empatía</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 44.** Estructura Financiera del Programa 5. Taller 3. Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico

<b>Presupuesto programa 5. Sensibilización en la Calidez Turística</b>					
<i>Taller 3 Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
<i>Gobierno Municipal</i>					
<b><i>I. A. Personal</i></b>					
A.1 Licenciado en Turismo con especialidad en Marketing	5000	2	10000	1437	X
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos de impresión de información	50	450	22500	3233	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Alquiler de espacio para las capacitaciones	1000	1	1000	144	x
D.2 Material de Escritorio	1000	1	1000	144	x
<b>TOTAL</b>			<b>34500</b>	<b>4957</b>	

**Fuente:** Elaboración propia



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Taller 4.** Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos

De acuerdo a las características del turismo, es muy importante desarrollar habilidades sociales verbales, conocer cuáles son, y como se deben mejorar para la satisfacción del cliente, ya que la gran mayoría del servicio turístico depende de la comunicación verbal.

**Tabla 45.** Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos

<b>TALLER</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>CONTENIDO</b>
Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos	Dar a conocer algunas técnicas para que la comunicación verbal con el cliente optima, de tal manera que pueda que pueda convencer al cliente o turista	<ul style="list-style-type: none"><li>• Características de la comunicación verbal</li><li>• Tratamiento de quejas y reclamos</li></ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 46.** Estructura Financiera del Programa 5. Taller 4. Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos

<b>Presupuesto programa 5. Sensibilización en la Calidez Turística</b>					
<i>Taller 4 Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>I. A. Personal</b>					
A.1 Licenciado en Turismo con especialidad en Marketing	5000	2	10000	1437	X
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de información	50	450	22500	3233	X
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Alquiler de espacio para las capacitaciones	1000	1	1000	144	X
D.2 Material de Escritorio	1000	1	1000	144	X
<b>TOTAL</b>			<b>34500</b>	<b>4957</b>	

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 47.** Cronograma Programa 5. Calidez

<i>Periodo de implementación del Proyecto (1 año)</i>	<i>Año 1</i>											
	<i>Mes 1</i>	<i>Mes 2</i>	<i>Mes 3</i>	<i>Mes 4</i>	<i>Mes 5</i>	<i>Mes 6</i>	<i>Mes 7</i>	<i>Mes 8</i>	<i>Mes 9</i>	<i>Mes 10</i>	<i>Mes 11</i>	<i>Mes 12</i>
1. Importancia de la Atención al Cliente												
2. Elementos clave del servicio al cliente												
3. Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico												
4. Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos												

**Fuente:** Elaboración propia



### **8.2.6 PROGRAMA 6. SEGUIMIENTO Y MONITOREO**

El Programa de Seguimiento y Monitoreo estará a cargo del Comité de Calidad según los métodos y procedimientos establecidos para el control del proyecto.

Para dar cumplimiento a este programa, se contará con un representante del IBNORCA y con un grupo de profesionales quienes se encargarán del seguimiento al cumplimiento de cada uno de los programas propuestos y a la verificación de los monitoreos requeridos para verificar el cumplimiento de los objetivos del proyecto, en base a los resultados de las estadísticas de la página web

Los objetivos específicos de la del Comité de Calidad son:

1. Hacer seguimiento al cumplimiento de todas las actividades propuestas durante la etapa del proyecto.
2. Verificar el cumplimiento de los requerimientos solicitados en lo que se refiere a recursos humanos y materiales.
3. Revisar, actualizar y ajustar los programas según los requerimientos durante el proceso.
4. Elaborar y presentar los informes periódicos ante el Municipio de Uyuni y las Operadoras Turísticas.
5. Verificar la efectividad de cada una de las actividades propuestas.

#### **Objetivo**

Generar procedimientos para verificar la eficacia del proyecto en cuanto al manejo de recursos humanos, materiales, tiempos, presupuestos y objetivos planteados se refiere.

Los objetivos específicos de la del Comité de Calidad son:

1. Hacer seguimiento al cumplimiento de todas las actividades propuestas durante la etapa del proyecto.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

2. Verificar el cumplimiento de los requerimientos solicitados en lo que se refiere a recursos humanos y materiales.
3. Revisar, actualizar y ajustar los programas según los requerimientos durante el proceso.
4. Elaborar y presentar los informes periódicos ante el Municipio de Uyuni y las Operadoras Turísticas.
5. Verificar la efectividad de cada una de las actividades propuestas.

**Tabla 48.** Estructura Financiera del Programa 6. Actividad 1. Seguimiento y Monitoreo

<b>Presupuesto programa 6. Seguimiento y Monitoreo</b>						
<i>Actividad 1 Seguimiento y Monitoreo</i>						
<b>GASTOS</b>						
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>	
					<i>Gobierno Municipal</i>	<i>Empresas Operadoras</i>
<b><i>I. A. Personal</i></b>						
A.1 Representante de IBNORCA	4000	12	48000	6897	x	
A.2 Licenciado en Turismo con especialidad en Marketing	4000	12	48000	6897	x	
A.3 Licenciado en Derecho especialista en Derecho Turístico	4000	12	48000	6897	x	
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>						
C.1 Viajes y viáticos	2000	4	8000	1149	x	
<b><i>D. Costos de administración</i></b>						
D.4 Material de Escritorio	150	12	1800	259	x	
<b>TOTAL</b>			<b>153800</b>	<b>22098</b>		

**Fuente:** Elaboración propio

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 49. Cronograma Programa 6. Seguimiento y Monitoreo**

<i>Periodo de implementación del Proyecto (1 año)</i>	<i>Año 1</i>											
<i>Actividades</i>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1. Seguimiento y Monitoreo												

**Fuente:** Elaboración propia

### 8.2.7 IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

La implementación del proyecto se realizará en base a los cronogramas anteriormente presentados, tomando en cuenta cada uno de los cinco programas descritos.

Los tiempos que se tomaron en cuenta corren desde la temporada baja, puesto que hay una menor visita al Salar, lo cual generara una asistencia completa por parte de las operadoras y sus trabajadores.

Cabe resaltar que en el cronograma individual de cada actividad se tomó en cuenta realizar dos fechas distintas para las capacitaciones de los transportistas y guías así tendrán la libertad de participar sin tener un perjuicio laboral.

La implementación seguirá el siguiente cronograma:

**ROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 50. Cronograma General**

Periodo de implemanetación del Proyecto (1 año)		Año 1											
Programas	Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Conformación del Comité de Calidad	Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras												
	Conformación del Comité de Calidad												
Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos	Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías												
	Elaboración y Capacitación en el Cuestionario de Calidad												
	Presentación y Promoción del Instrumento de Evaluación de Calidad												
Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios	Capacitación para Operadoras de Turismo												
	Capacitación para Choferes del transporte turístico												
	Capacitación para guías de turismo												
Mejoramiento de los recintos, infraestructura y equipamiento	Establecimiento de requisitos												
	Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística												
	Inspecciones y evaluaciones												
Calidez	Importancia de la Atención al Cliente												
	Elementos clave del servicio al cliente												
	Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico												
	Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos												
Seguimiento y Monitoreo	Seguimiento y Monitoreo												

**Fuente:** Elaboración propia

### 8.2.8. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para la realización el financiamiento del proyecto se tomó en cuenta el equipamiento necesario para realizar las reuniones informativas con las operadoras y sus trabajadores, además se considera que parte del costo del programa también está financiado por ellos lo cual cubrirá parte del presupuesto general, en el siguiente grafico se tomó en cuenta los costos de manera general, lo cual refleja tanto los costos de los seis programas.

**Tabla 51.** Financiamiento General

<i>Periodo de implemanetación del Proyecto (1 año)</i>		<i>Costos en Bolivianos</i>		<i>Costo en Dólares (6,90)</i>	
<i>Programas</i>	<i>Actividades</i>	<i>Sub Progra mas</i>	<i>Program as</i>	<i>Sub progra mas</i>	<i>Progr amas</i>
Conformación del Comité de Calidad	Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras Conformación del Comité de Calidad	258050		37076	
<b>TOTAL PROG. 1</b>			<b>258050</b>		<b>37076</b>
Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos	Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías	300		43	
	Elaboración y Capacitación en el Cuestionario de Calidad	56300		8089	
	Presentación y Promoción del Instrumento de Evaluación de Calidad	370000		53161	
<b>TOTAL PROG.2</b>			<b>426600</b>		<b>61293</b>
Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios	Capacitación para Operadoras de Turismo	26050		3605	
	Capacitación para Choferes del transporte turístico	13750		2554	
	Capacitación para guías de turismo	10750		1545	
<b>TOTAL PROG.3</b>			<b>50550</b>		<b>7704</b>
Mejoramiento de los recintos, infraestructura y equipamiento	Establecimiento de requisitos	8000		1149	
	Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística	24500		3520	
	Inspecciones y evaluaciones	5600		805	
<b>TOTAL PROG.4</b>			<b>38100</b>		<b>5474</b>
Calidez	Importancia de la Atención al Cliente	38500		5532	
	Elementos clave del servicio al cliente	34500		4957	
	Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico	34500		4957	
	Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos	34500		4957	
<b>TOTAL PROG.5</b>			<b>142000</b>		<b>20403</b>
Seguimiento y Monitoreo	Seguimiento y Monitoreo	153800		22098	
<b>TOTAL PROG. 6</b>			<b>153800</b>		<b>22098</b>
<b>TOTAL PROYECTO</b>			<b>1069100</b>		<b>154048</b>

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**Tabla 52.** Proyecto según fuente de financiamiento

<i>Programas</i>	<i>Actividades</i>	<i>Gobierno Municipal</i>
Conformación del Comité de Calidad	Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras	X
	Conformación del Comité de Calidad	X
Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos	Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías	
	Elaboración y Capacitación en el Cuestionario de Calidad	X
	Presentación y Promoción del Instrumento de Evaluación de Calidad	X
Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios	Capacitación para Operadoras de Turismo	X
	Capacitación para Choferes del transporte turístico	X
	Capacitación para guías de turismo	X
Mejoramiento de los recintos, infraestructura y equipamiento	Establecimiento de requisitos	X
	Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística	X
	Inspecciones y evaluaciones	X
Calidez	Importancia de la Atención al Cliente	X
	Elementos clave del servicio al cliente	X
	Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico	X
	Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos	X
Seguimiento y Monitoreo	Seguimiento y Monitoreo	X

**Fuente:** Elaboración Propia

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI <b>Seguimiento y Monitoreo</b>	
<b>PROGRAMA 1.</b>	<b>CONFORMACIÓN DE COMITÉ DE CALIDAD</b>
<b>OBJETIVO</b>	
Conformar un Comité de Calidad creando un equipo de trabajo multidisciplinario con personas representativas cuyos roles estén orientados a analizar y controlar la calidad de los servicios turísticos de las Operadoras en el Municipio de Uyuni, proponiendo acciones necesarias para la satisfacción de los turistas.	
<b>ACTIVIDAD 1</b>	Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías
<b>METAS</b>	Realizar una reunión organizada por el Municipio de Uyuni con representantes de empresas operadoras, representante del transporte turístico y representante de los guías.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
1. Comunicar la situación actual de las operadoras turísticas en el Municipio de Uyuni. 2. Plantear la conformación un Comité de Calidad para evaluar el desarrollo turístico y organizar una serie de actividades que ayuden a mejorar de la calidad de los servicios turísticos.	
<b>ACTIVIDAD 2</b>	Conformación del Comité de Calidad
<b>METAS</b>	Establecer un Comité de Calidad que dirija las acciones relacionadas a mejorar la calidad de los servicios turísticos en el Municipio de Uyuni.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
1. Conformar el Comité de Calidad mediante la elección de un equipo de trabajo, compuesto por los siguientes cargos: DIRECTOR /A DE LA CALIDAD ADMINISTRADOR DE LA DOCUMENTACIÓN REPRESENTANTES EMPRESAS OPERADORAS REPRESENTANTES DEL TRANSPORTE TURÍSTICO REPRESENTANTES DE GUÍAS DE TURISMO REPRESENTANTES DEL MUNICIPIO EN GENERAL 2. Definir las responsabilidades y funciones de cada integrante del Comité de Calidad. 3. Registro de toda la actividad en el libro de actas del municipio. 4. Verificar el cumplimiento de las funciones y responsabilidades establecidas.	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>RECURSOS</b>											
Se contará con un ambiente equipado y con todos los recursos materiales financiados por el Municipio de Uyuni.											
<b>CRONOGRAMA</b>											
<i>Año 1</i>											
1. Reunión del Municipio con representantes legales de la empresas Operadoras, transportistas y guías											
2. Conformación del Comité de Calidad											



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI</b>					
<b>Seguimiento v Monitoreo</b>					
<b>RESPONSABLE</b>			Comité de Calidad		
<b>PERSONAL REQUERIDO</b>			Representantes de Municipio		
<b>COSTOS</b>					
<b>Presupuesto programa 1. Conformación del Comité de Calidad</b>					
<i>Actividades 1 y 2 Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías-Conformación del Comité de Calidad.</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>B. Inversiones</b>					
B.1 Computadora core i5	3000	5	15000	2155	x
B.2 Laptop core i5	5000	3	15000	2155	x
B.3 Impresora	1300	3	3900	560	x
B.4 Escritorio	350	6	2100	302	x
B.5 Sillas	150	25	3750	539	x
B.6 Mesas de trabajo	250	6	1500	216	x
B.7 Pizarra	200	3	600	86	x
B.8 Data show	700	3	2100	302	x
B.9 Movilidad	110000	1	110000	15805	x
B.10 TV	3000	2	6000	862	x
B. 11 Celulares Corporativos	1500	10	15000	2155	x
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de información	30	10	300	43	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Alquiler de espacio de oficina	4000	12	48000	6897	x
D.2 Teléfonos e Internet	1000	12	12000	1724	x
D.3 Servicios Básicos	400	12	4800	690	x
D.4 Material de Escritorio	1500	12	18000	2586	x
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>258050</b>	<b>37076</b>	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI Seguimiento y Monitoreo</b>	
<b>PROGRAMA 2.</b>	<b>DISEÑO DE SISTEMAS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS</b>
<b>OBJETIVO</b>	
Elaborar un instrumento que permita el control de calidad de los servicios turísticos ofrecidos por las operadoras en el Municipio de Uyuni.	
<b>ACTIVIDAD 1</b>	Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías
<b>METAS</b>	Realizar una reunión organizada por el Municipio de Uyuni con representantes de empresas operadoras, representante del transporte turístico y representante de los guías.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
1. Informar las características e importancia del cuestionario de calidad que se encuentra en la página web del Municipio.	
<b>ACTIVIDAD 2</b>	Elaboración y capacitación en el cuestionario de calidad
<b>METAS</b>	1. Elaborar el cuestionario de calidad. 2. Realizar la capacitación del cuestionario de calidad a los sectores involucrados.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<p>1. Diseño y funcionamiento de la página web.                  2. Elaboración del cuestionario de calidad.                  3. Capacitación a los sectores involucrados en el cuestionario de calidad en los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura y funcionamiento del cuestionario de calidad.</li> <li>- Funcionamiento del cuestionario de calidad en la página web y su importancia para mejorar la calidad en el servicio.</li> <li>- Interacción del cliente y el cuestionario de calidad mediante la página web.</li> <li>- Calificación del servicio por parte del cliente mediante la página web.</li> <li>- Generación de Información mediante el cuestionario de calidad.</li> <li>- Tipos de calificación con respecto a la calidad del servicio de los turistas.</li> </ul>	
<b>ACTIVIDAD 3</b>	Presentación y promoción del instrumento de evaluación de calidad
<b>METAS</b>	1. Presentar el instrumento de evaluación de calidad a la población en general.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
<p>1. Realización de la presentación de manera masiva en medios de comunicación y redes sociales.                  2. Promoción tanto en redes sociales como en medios de comunicación de manera constante.</p> <p>Actividad 1. Se contará con un ambiente equipado y con todos los recursos materiales financiados por el municipio de Uyuni.</p> <p>Actividad 2. Ambiente totalmente equipado, recurso humano, material de capacitación, papelería, equipos.</p> <p>Actividad 3. Recurso humano, material impreso, material de promoción.</p>	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI</b>												
<b>Seguimiento y Monitoreo</b>												
<b>CRONOGRAMA</b>												
<i>Periodo de implementación del</i>	<i>Año 1</i>											
<i>Actividades</i>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes	Mes	Mes
1. Reunión del Municipio con representantes de las empresas												
2. Elaboración y Capacitación en el												
3. Presentación y Promoción del												
<b>RESPONSABLES</b>	Municipio de Uyuni											
<b>PERSONAL REQUERIDO</b>	Representantes del Municipio											
<b>COSTOS</b>												

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>Presupuesto programa 2. Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos</b>					
<i>Actividad 1 Reunión del Municipio con representantes de las empresas operadoras, transportistas y guías</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de información	30	10	300	43	x
<i>Actividad 2 Elaboración y Capacitación en el Cuestionario de Calidad</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>I. A. Personal</b>					
A.1 Capacitador profesional en Turismo con MBA	5000	2	10000	1437	x
A.2 Profesional Especialista en Páginas Web	5000	2	10000	1437	x
<b>B. Inversiones</b>					
B.1 Computadora core i7	5000	1	5000	718	x
B.2 Escritorio	350	2	700	101	x
B.3 Sillas	150	2	300	43	x
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de diseño y funcionamiento de la página web	7000	1	7000	1006	x
C.2 Gastos de impresión de material de capacitación	50	450	22500	3233	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Material de Escritorio	400	2	800	115	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI					
<b>Seguimiento v Monitoreo</b>					
<b>COSTOS</b>					
<i>Actividad 3 Presentación y Promoción del Instrumento de Evaluación de Calidad</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento o Gobierno Municipal</i>
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de Promoción del instrumento de Evaluación (medios masivos de comunicación, redes sociales, prensa)	25000	12	300000	43103	x
C.2 Gastos de Promoción Impresa (Afiches, Volantes)	5000	12	60000	8621	x
C.3 Gastos de Presentación del instrumento a la población en general	10000	1	10000	1437	x
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>426600</b>	<b>61293</b>	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI</b>	
<b>Seguimiento v Monitoreo</b>	
<b>PROGRAMA 3.</b>	<b>CAPACITACIÓN DE GESTIÓN DE LA CALIDAD A LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS</b>
<b>OBJETIVO</b>	
Capacitar a las empresas de servicios turísticos con el fin de brindar los conocimientos básicos relacionados con el Sistema de Gestión de Calidad, enseñándoles las herramientas necesarias para mejorar la calidad de sus productos y servicios.	
<b>ACTIVIDAD 1</b>	Capacitación para Operadores de Turismo
<b>METAS</b>	Concientizar a las operadoras turísticas mediante la capacitación sobre la importancia de la calidad en el servicio turístico y como pueden aplicarlo en sus fuentes laborales a través de talleres.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
1. Organizar talleres dirigidos al personal de las operadoras turísticas tomando en cuenta los siguiente temas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción en Sistema de Gestión de Calidad</li> <li>- Implementación de Sistema de Gestión de Calidad – Requisitos para los tour operadores</li> <li>- Requisito de Diseño de paquetes turísticos</li> <li>- Herramientas de control de calidad</li> </ul> 2. Certificar a los participantes del taller	
<b>ACTIVIDAD 2</b>	Capacitación para Chofes del transporte turístico
<b>METAS</b>	Concientizar al personal del servicio de transporte turístico mediante la capacitación sobre la importancia de la calidad en el servicio turístico y como pueden aplicarlo en sus fuentes laborales a través de talleres.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
1. Organizar talleres dirigidos al personal del transporte turístico tomando en cuenta los siguiente temas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción en Sistema de Gestión de Calidad relacionado con el transporte</li> <li>- Identificación de los procesos en el servicio de transporte</li> <li>- Reducción de Impactos medioambientales en el servicio</li> <li>- Implementación de estrategias de calidad en los procesos de los servicios de transporte</li> </ul> 2. Certificar a los participantes del taller	
<b>ACTIVIDAD 3</b>	Capacitación para guías de Turismo

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>METAS</b>	Concientizar al personal del servicio de guía turístico mediante la capacitación sobre la importancia de la calidad en el servicio turístico y como pueden aplicarlo en sus fuentes laborales a través de talleres.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
<p>1. Organizar talleres dirigidos al personal del transporte turístico tomando en cuenta los siguiente temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción en Sistema de Gestión de Calidad en el servicio del guía</li> <li>- Identificación y análisis de las principales funciones y procesos del guía en el servicio</li> <li>- Requisitos mínimos de calidad dentro del servicio turístico que desempeña</li> <li>- Criterios de Calidad antes, durante y después del servicio</li> </ul> <p>2. Certificar a los participantes del taller</p>	

<b>PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI</b>													
<b>Seguimiento y Monitoreo</b>													
<b>RECURSOS</b>	Actividad 1,2 y 3 .Ambiente totalmente equipado, recurso humano, material de capacitación, papelería, equipos.												
<b>CRONOGRAMA</b>													
<i>Periodo de implementación del Proyecto (1 año)</i>	<i>Año 1</i>												
<i>Actividades</i>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes10	Mes11	12	
1. Capacitación para Operadoras de Turismo													
2. Capacitación para Choferes del transporte turístico													
3. Capacitación para guías de turismo													
<b>RESPONSABLES</b>	Municipio de Uyuni												
<b>PERSONAL REQUERIDO</b>	Representantes del Municipio												



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>COSTOS</b>					
<b>Presupuesto programa 3. Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios</b>					
<i>Actividad 1 Capacitación para Operadoras de Turismo</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en</i>	<i>Costo total en</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>I. A. Personal</b>					
A.1 Profesional en Turismo	3000	1	4000	432	x
A2 Profesional especialista en Sistema de	4000	4	16000	2302	x
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de cartillas de capacitación y certificados	25	150	3750	540	x
C.2 Gastos viaje y viáticos (especialista)	2000	1	2000	288	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Material de Escritorio	300	1	300	43	x
<b>Presupuesto programa 3. Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios</b>					
<i>Actividad 2 Capacitación al Transporte Turístico</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario</i>	<i>Número de</i>	<i>Costo total en</i>	<i>Costo total en</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>I. A. Personal</b>					
A.1 Profesional en Turismo	3000	1	3000	432	
A.2 Profesional en Ingeniería Ambiental	4000	1	4000	1151	
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de cartillas de capacitación y certificados	25	150	3750	539	x
C.2 Gastos viaje y viáticos (Ingeniero)	2000	1	2000	288	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Material de Escritorio	300	1	300	43	x

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

D.2 Alquiler de Espacio para las capacitaciones	700	1	700	101	x
---	-----	---	-----	-----	---

<b>Presupuesto programa 3. Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios Turísticos</b>					
<i>Actividad 3 Capacitación para guías de turismo</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b><i>I. A. Personal</i></b>					
A.1 Profesional especialista en Sistema de Gestión de Calidad	4000	1	4000	575	x
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>					
C.1 Gastos de impresión de cartillas de capacitación y certificados	25	150	3750	539	x
C.2 Gastos viaje y viáticos	2000	1	2000	287	x
<b><i>D. Costos de administración</i></b>					
D.1 Material de Escritorio	300	1	300	43	x
D.2 Alquiler de Espacio para las capacitaciones	700	1	700	101	x
<b>TOTAL</b>			50550	7704	

<b>PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI</b>	
<b>Seguimiento y Monitoreo</b>	
<b>PROGRAMA 4.</b>	<b>MEJORAMIENTO DE LOS RECINTOS, INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO</b>
<b>OBJETIVO</b>	
Renovar el servicio turístico del municipio de Uyuni a través del mejoramiento de la infraestructura turística en oficinas de operadoras turísticas y también de los equipos de operación con que se realiza el tour de un día Salar, para brindar comodidad y seguridad a los clientes.	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>FASE 1</b>	Se plantearán los requisitos que deberían cumplir las oficinas de las operadoras, vehículos de transporte y elementos tangibles que manejan los guías.
<b>METAS</b>	<p>1. Establecer los requisitos físicos y equipos de operación en las oficinas de turismo, en el transporte turístico y en el guía turístico, previo al análisis de las características del turismo en la región y bajo coordinación entre los representantes de los sectores y el Comité de Calidad ya establecido.</p> <p>2. Establecer una ordenanza municipal para la implementación del programa.</p>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
<p>1. El equipo del Comité de Calidad mediante reunión establecerán los requisitos a cumplir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Requisitos físicos de las oficinas de turismo</li> <li>- Equipos de operación en las oficinas de turismo</li> <li>- Requisitos físicos en el transporte turístico</li> <li>- Equipos de operación en el transporte turístico</li> <li>- Requisitos físicos del Guía de Turismo</li> <li>- Equipos de operación del Guía de Turismo</li> </ul>	
<b>FASE 2</b>	Regulación en mejoramiento de la Infraestructura turística
<b>METAS</b>	<p>Contar con una norma municipal de regulación de operaciones turísticas.</p> <p>Contar con el instrumento con que se realizarán las inspecciones.</p> <p>Lograr que las operadoras turísticas y los servicios de transporte y guía cumplan con los requisitos establecidos.</p>
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
1. Elaborar la norma municipal que regule las operaciones turísticas mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos.	
<b>FASE 3</b>	Inspecciones y evaluaciones
<b>METAS</b>	1. Presentar el instrumento de evaluación de calidad a la población en general.

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN  
MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI												
<b>Seguimiento y Monitoreo</b>												
<b>RECURSOS</b>	Fase 1 Ambiente totalmente equipado, recurso humano, papelería, equipos. Fase 2 Recurso humano, ambiente equipado. Fase 3 Recurso humano, papelería, equipos, ambiente equipado											
<b>CRONOGRAMA</b>												
<b>Periodo de implementación del Proyecto (1 año)</b>												
<i>Año 1</i>												
<i>Actividades</i>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1. Establecimiento de requisitos												
2. Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística												
3. Inspecciones y evaluaciones												
<b>RESPONSABLES</b>	Municipio de Uyuni											
<b>PERSONAL REQUERIDO</b>	Representantes del Municipio											
<b>COSTOS</b>												

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>Presupuesto programa 4. Mejoramiento de los recintos, infraestructura y equipamiento</b>					
<i>Fase 1 Establecimiento de requisitos</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento Gobierno o Municipal</i>
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de información	150	20	3000	431	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Material de Escritorio	500	10	5000	718	x
<i>Fase 2 Regulación en mejoramiento de la infraestructura turística</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento Gobierno o Municipal</i>
<b>I. A. Personal</b>					
A.1 Licenciado en Derecho especialista en Derecho Turístico	5000	2	10000	1437	x
A.2 Licenciado en Turismo	5000	2	10000	1437	x
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos viaje y viáticos	2000	2	4000	575	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Material de Escritorio	500	1	500	72	x

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<i>Fase 3 Inspecciones y evaluaciones</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>C. Gastos Operacionales</b>					
C.1 Viáticos personal de tránsito y gobernación	300	12	3600	517	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Material de Escritorio	2000	1	2000	287	x
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>38100</b>	<b>5474</b>	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL  
DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI <b>Seguimiento y Monitoreo</b>	
<b>PROGRAMA 5.</b>	<b>SENSIBILIZACIÓN EN LA CALIDEZ TURÍSTICA</b>
<b>OBJETIVO</b>	
Mostrar y concientizar sobre la importancia de dar un buen trato al turista a través de talleres dirigidos a los prestadores de servicios turísticos en el Municipio de Uyuni.	
<b>TALLER 1</b>	Importancia de la Atención al Cliente
<b>METAS</b>	Concientizar a los participantes sobre la importancia de la
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>Organizar un taller de para el personal que tiene contacto directo con el cliente.</li> <li>Ofrecer conceptos básicos de lo que trata la atención al cliente relacionado con la calidad tomando en cuenta el siguiente contenido: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Que es un servicio de excelencia.</li> <li>- Que es el servicio al cliente</li> <li>- Que es un cliente</li> <li>- Calidad en atención al cliente</li> </ul> </li> </ol>	
<b>TALLER 2</b>	Elementos clave del servicio al cliente
<b>METAS</b>	Hacer conocer a los participantes los elementos clave del servicio al cliente a través de un análisis de la situación actual del servicio y proponer estrategias para mejorar el
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>Organizar un taller de para el personal que tiene contacto directo con el cliente.</li> <li>Identificar los elementos que intervienen en la prestación del servicio turístico tomando en cuenta el siguiente contenido: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio turístico</li> <li>- Infraestructura</li> <li>- Procedimientos en el servicio turístico</li> </ul> </li> </ol>	
<b>TALLER 3</b>	Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico
<b>METAS</b>	1. Fortalecer las habilidades sociales de los prestadores de servicios turísticos.
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>Organizar un taller de para el personal que tiene contacto directo con el cliente.</li> <li>Enseñar los principales tipos de habilidades sociales que intervienen en el servicio turístico tomando en cuenta el siguiente contenido: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de respuesta</li> </ul> </li> </ol>	

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL  
DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI</b>												
<b>Seguimiento y Monitoreo</b>												
<b>TALLER 4</b>	Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos.											
<b>METAS</b>	1. Fortalecer las habilidades sociales verbales de los prestadores de servicios turísticos.											
<b>ACCIONES A DESARROLLAR</b>												
1. Organizar un taller de para el personal que tiene contacto directo con el cliente. 2. Dar a conocer algunas técnicas para que la comunicación verbal con el cliente tomando en cuenta el siguiente contenido: - Características de la comunicación verbal - Tratamiento de quejas y reclamos 3. Certificar al personal que haya concluido el taller de manera satisfactoria.												
<b>RECURSOS</b>	Taller 1, 2,3 y 4 Ambiente totalmente equipado, recurso humano, papelería, equipos, material de capacitación.											
<b>CRONOGRAMA</b>												
<i>Periodo de implementación del Proyecto (1 año)</i>	<i>Año 1</i>											
<i>Actividades</i>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes	Mes	Mes
1. Importancia de la Atención al Cliente												
2. Elementos clave del servicio al cliente												
3. Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico												
4. Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos												
<b>RESPONSABLES</b>	Municipio de Uyuni											



**ROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>PERSONAL REQUERIDO</b>		Representantes del Municipio		
<b>COSTOS</b>				
<b>Presupuesto programa 5. Sensibilización en la Calidez Turística</b>				
<i>Taller 1 Importancia de la Atención al Cliente</i>				
<b>GASTOS</b>				
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total e \$us.</i>
<b><i>I. A. Personal</i></b>				
A.1 Licenciado en Turismo con especialidad en Marketing	5000	2	10000	1437
<b><i>C. Costos operacionales</i></b>				
C.1 Gastos de impresión de información	50	450	22500	3233
C.2 Viajes y viaticos	2000	2	4000	575
<b><i>D. Costos de administración</i></b>				
D.1 Alquiler de espacio para las capacitaciones	1000	1	1000	144
D.2 Material de Escritorio	1000	1	1000	144

**ROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>COSTOS</b>					
<b>Taller 2 Elementos clave del servicio al cliente</b>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>I. A. Personal</b>					
A.1 Licenciado en Turismo con especialidad en Marketing	5000	2	10000	1437	
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de información	50	450	22500	3233	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Alquiler de espacio para las capacitaciones	1000	1	1000	144	x
D.2 Material de Escritorio	1000	1	1000	144	x
<b>Taller 3 Habilidades sociales en la prestación del servicio turístico</b>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unidades</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>I. A. Personal</b>					
A.1 Licenciado en Turismo con especialidad en Marketing	5000	2	10000	1437	
<b>C. Costos operacionales</b>					

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

C.1 Gastos de impresión de información	50	450	22500	3233	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Alquiler de espacio para las capacitaciones	1000	1	1000	144	X
D.2 Material de Escritorio	1000	1	1000	144	X
<i>Taller 4 Habilidades sociales verbales en la prestación de servicios turísticos</i>					
<b>GASTOS</b>					
<i>Partida</i>	<i>Costo unitario en Bs.</i>	<i>Número de unida</i>	<i>Costo total en Bs.</i>	<i>Costo total en \$us.</i>	<i>Financiamiento</i>
					<i>Gobierno Municipal</i>
<b>I. A. Personal</b>					
A.1 Licenciado en Turismo con especialidad en Marketing	5000	2	10000	1437	x
<b>C. Costos operacionales</b>					
C.1 Gastos de impresión de información	50	450	22500	3233	x
<b>D. Costos de administración</b>					
D.1 Alquiler de espacio para las capacitaciones	1000	1	1000	144	x
D.2 Material de Escritorio	1000	1	1000	144	X
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>142000</b>	<b>20403</b>	

# CAPÍTULO IX

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

---



## **9.1. CONCLUSIONES**

El origen del presente proyecto se fundamentó en la necesidad de mejorar la calidad en la actividad turística en particular en los servicios y la imagen del destino turístico Salar, proponiendo un Programa Estratégico a nivel municipal y de esta forma contribuir en la gestión de la calidad turística.

Es por esto que el objetivo general consistió en: Diseñar un programa estratégico que gestione la calidad de los servicios de los operadores del Municipio de Uyuni, y los objetivos específicos que contribuyeron alcanzar el objetivo general se refirieron en torno a: Analizar la situación actual de la prestación de los servicios turísticos ofertados por la operadoras, elaborar el diagnóstico FODA en lo que respecta la realización de los servicios, identificar el nivel de satisfacción de los turistas del producto Salar y finalmente diseñar ejes programáticos municipales para mejorar la gestión de calidad de los servicios turísticos.

Con base en la investigación realizada se elaboró la propuesta Programa Estratégico para la Gestión Municipal de servicios turísticos en la región de Uyuni, el mismo consta de seis programas:

1. Conformación del Comité de Calidad
2. Diseño de Sistemas de Control de Calidad de los Servicios Turísticos
3. Capacitación de Gestión de la Calidad a las Empresas de Servicios Turísticos
4. Mejoramiento de los Recintos, Infraestructura y Equipamiento
5. Calidez
6. Seguimiento y Monitoreo

Se ha realizado una propuesta con estrategias que aportaran en gran medida al Municipio de Uyuni para gestionar la calidad de los servicios ofrecidos por los operadores turísticos.

De las encuestas realizadas se extraen las siguientes conclusiones:

- ✓ Lo que más llama la atención es que actualmente los servicios que dan las agencias de viajes hacia el Salar no cubre las expectativas de los clientes o turistas, a causa en gran mayoría de choferes, el medio de transporte y el servicio poco personalizado que brindan.
- ✓ La demanda que llega al salar ha cambiado en gran mayoría vienen turistas con más exigencias en calidad como es el mercado asiático.
- ✓ A pesar que las operadoras de turismo están conscientes de la importancia de brindar un servicio de calidad muy pocas toman acciones con respecto a esta necesidad, gran mayoría de las empresas siguen dando el mismo servicio de antes.
- ✓ Para que el servicio sea completamente de calidad influye de una manera determinante el recurso humano con el que se cuenta, en la región de Uyuni el recurso humano que brinda los servicios no está debidamente capacitado,
- ✓ Las operadoras muy poco hacen un control de calidad del servicio, se conforman en que no haya reclamos.

## **9.2. RECOMENDACIONES**

- ✓ Es muy importante que el personal en turismo sea capacitado de manera permanente para que la calidad del servicio pueda mejorar de manera constante.
- ✓ Se recomienda que el presente proyecto sea considerado como prueba piloto en la localidad de Uyuni para ser evaluado por parte de las operadoras de turismo y así llevarlo a cabo.
- ✓ Se aconseja considerar una segunda parte del proyecto donde se tome en cuenta tours de más de un día y donde se toma en cuenta servicios como ser en el sector de hotelería y el servicio de alimentación
- ✓ Se sugiere que el Municipio de Uyuni realice un directorio completo de todas las operadoras y así también mejorar las estadísticas de los visitantes y determinar el grado de satisfacción.
- ✓ Se recomienda que el Comité de Calidad invite a IBNORCA a participar activamente en el diseño y realización de los talleres

## BIBLIOGRAFIA

ÁRIAS PÉREZ, Doris (2006); “Teoría del Turismo- Análisis Comparativo”. Primera Edición La Paz – Bolivia.

ACERENZA A., Miguel (1995); “Administración del Turismo” Tomo I. Primera Edición Trillas.

CHIAVENATO I. (2008) Administración teoría proceso y práctica, México D.F. [Mc-Graw Hill](#), 3ra edición.

DOLORS, Pamies (2004), La Calidad del Servicio a la fidelidad del cliente; ed. España.

D.S. N° 0429 Modificaciones de la estructura de ministros.

D.S. 29894 Organización del Órgano Ejecutivo.

HERNÁNDEZ R., FERNÁNDEZ C. y BAPTISTA P. (2005). Metodología de la Investigación. [México, México D. F.: Mc-Graw Hill](#).

Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, Conceptos y Definiciones (2010), ISO8402.

Ley General de Turismo N° 292 “Bolivia te Espera, Viceministerio de Turismo 2012.

Ley 2074 “Ley de promoción y desarrollo de la actividad turística en Bolivia”.

Ley N° 031, Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Ibáñez”.

MASLOW, Abraham Harold (2014), “Motivación y Personalidad”, Editorial Díaz de Santos.

MEDIAVILLA, Saldaña Lázaro; Parámetros para la valoración de la Calidad en la empresa de Turismo activo, a través del diseño de un instrumento multidimensional; Universidad Camilo José Cela; [https://www5.uva.es/agora/revista/7/agora7-8\\_mediavilla\\_4.pdf](https://www5.uva.es/agora/revista/7/agora7-8_mediavilla_4.pdf).

“Metodología de cálculo de Costos de Calidad y no Calidad”, <http://mps1.minproteccionsocial.gov.co/evtmedica/linea%207/3.1estandares.html>.



MILIO Balanzá, Isabel; CABO Nadal, Mónica (2000), “Comercialización de Productos y Servicios Turísticos”. Editores España.

Organización Mundial de Turismo OMT (1998), Introducción al Turismo, Copyright Madrid España.

Organización Mundial de Turismo OMT (1999); Guía para Administraciones Locales; Desarrollo Turístico Sostenible; Copyright Madrid España.

Organización Mundial de Turismo OMT (1999); Agenda para Planificadores Locales; Turismo Sostenible y Gestión Municipal; Copyright Madrid España.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2003), Definición preparada y modificada por el Comité de Apoyo a la Calidad en su sexta reunión.  
[http://congresos.seguridadturistica.org/ponencias/COMPETITIVIDAD/01,](http://congresos.seguridadturistica.org/ponencias/COMPETITIVIDAD/01_AguedaFernandezyMarianoCalgaro.pdf)  
AguedaFernandezyMarianoCalgaro.pdf.

Pla de Desarrollo Municipal (2015), Gobierno Autónomo Municipio de Uyuni.

PARRA, Eduardo; CALERO, Francisco, (2006), Gestión y Dirección de empresas turísticas; Ed. Mc Graw Hill España.

PANKAJ, Ghemawat, (2000) La Estrategia en el Panorama del Negocio; Ed. Person Education, México.

RAMIREZ Cavassa Cesar, (1990), Calidad total en las empresas turísticas, Ed. Trillas.

RAMIREZ, Cesar, (1994), La Modernización y administración de empresas turísticas; Ed Trillas México Df. 1ra Edición.

Reglamento de Ley de Turismo Específico: Sistema de registro, categorización y certificación de Prestadores de Servicios Turísticos.

Reglamento Empresas Operadoras de Turismo Receptivo y de las Empresas de Viajes y Turismo, Resolución Ministerial N° 133/01 La Paz; Capítulo I Del Ámbito de Aplicación y Competencia.

Viceministerio de Turismo (2005), Manual de Gestión Turística a Nivel Local. La Paz – Bolivia.

Viceministerio de Turismo, Plan Nacional de Turismo, PLANTUR 2015 – 2020

“Uyuni se anuncia al mundo con música, color deporte y moda”, Boletín Turístico, 29  
de octubre del 2004,  
<http://www.bolivia.com/Noticias/AutoNoticias/DetalleNoticia23374.asp>  
“Uyuni se anuncia al mundo con música, color deporte y moda”, Boletín Turístico, 29  
de octubre del 2004,  
<http://www.bolivia.com/Noticias/AutoNoticias/DetalleNoticia23374.asp>

# ANEXOS

---



## **ANEXO 1.**

### **CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS – UYUNI**

La presente entrevista es con fines de investigación para el Proyecto de Grado “Programa Estratégico para la Gestión de Servicios Turísticos en la localidad de Uyuni”

#### **DIRIGIDAS A LAS DIFERENTES ORGANIZACIONES DE TURISMO**

**ASOCIACION:** C – OPETUR (Cámara de Operadores de Turismo)

**NOMBRE DEL REPRESENTANTE:** Dionisia Flores

**CARGO:** Presidente

**1. ¿Números de integrantes con que cuenta la asociación?**

Somos los que más afiliados tenemos, actualmente somos 55 afiliados legales y está formado por una directiva, formada por un presidente, encargado de actas, encargado de tesorería.

**2. ¿Cuál es el objetivo de formar la asociación? Y ¿Desde qué año está funcionando como tal?**

Legalmente desde el 2013, año en el que salió nuestra personería jurídica, las causas fueron, las constantes injusticias como micro empresarios, los favoritismos dentro la misma organización a la que pertenecíamos y las faltas de acciones a algunas situaciones que no nos favorecían.

Ahora como objetivo principal es de podernos colaborar unos con otros dentro de la actividad turística. Nosotros como asociación nos abocamos a temas legales, como la regularización de los papeles con la gobernación, Fundaempresa, pólizas, convenios con instituciones para que se pueda agilizar y facilitar cierta documentación

**3. ¿Cómo asociación, cuál es su opinión sobre la actividad realizada por parte de las operadoras?**

Nosotros como asociación tratamos de concientizar en que no lo rematen sus tours, y hemos tratado de poner un precio neto entre nosotros para que no ofrezcan menos, pero lastimosamente no todos acatan eso, siempre hay alguno que por su desesperación de formar grupo lo venden su tour en un precio más bajo y eso nos enteramos por los mismos turistas, pero todos se tapan o simplemente lo niegan, no existe ningún control con eso.

A causa de eso los mismos turistas cuando vienen ya saben cuánto cuesta un tour y ellos mismos te dicen que le hagamos descuentos o rebajas.

Con respecto al servicio, no se puede hacer nada, ya que somos empresas privadas, y cada uno sabe qué y cómo hacer su servicio.

Lastimosamente, por unos cuantos todos nos hacemos ver mal

**4. Según Usted, ¿qué medidas se debería tomar para que la actividad turística se gestione de manera adecuada?**

Debería haber una reglamentación, y mayor control, para que como micro empresarios podamos crecer, ya son años que mantenemos los precios a pesar que todo está subiendo, nosotros no podemos subir mucho nuestros precios, por la competencia desleal y la falta de conciencia de algunos operadores.

**5. Como asociación, ¿Qué solicitaría a las autoridades para que mejora la actividad turística de la región?**

Como micro empresarios que somos solicitamos a que nuestras actualizaciones no sean tan burocráticos, que pongan más personal en la gobernación para que esto se agilice, muchas veces cuando se tiene algún problema, no se puede contar con el técnico de la secretaria por que esta fuera por inspección o como recién paso, se está cambiando de personal y el personal que entra no sabe y tienen que estar consultando a Potosí, en eso nos hacen perder tiempo.

Ahora dan capacitación, pero nosotros no somos invitados formalmente, muchos ni se llegan a enterar, a eso se debe la falta de participación, existe un grupo de empresarios que son licenciados en turismo, pero por falta de cursos no se pueden actualizar o especializar en el campo

### **CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS – UYUNI**

La presente entrevista es con fines de investigación para el Proyecto de Grado “Programa Estratégico para la Gestión de Servicios Turísticos en la localidad de Uyuni”

#### **DIRIGIDAS A LAS DIFERENTES ORGANIZACIONES DE TURISMO**

**ASOCIACIÓN:** CADETUR (Cámara de Turismo)

**DEL REPRESENTANTE:** Rosa Pérez      **CARGO:** Presidenta

**1. ¿Números de integrantes con que cuenta la asociación?**

Actualmente somos pocos, contamos con 11 agencias de Turismo

**2. ¿Cuál es el objetivo de formar la asociación? Y ¿Desde que año está funcionando como tal?**

Nosotros somos los pioneros en turismo, legalmente estamos desde 1999, donde empezó a crecer el turismo, hubo a abrirse más las agencias. Nosotros nos colaborábamos para sacar nuestros papeles, nuestras licencias.

**3. ¿Cómo asociación, cuál es su opinión sobre la actividad realizada por parte de las operadoras?**

Desde que se empezó el turismo en esta región, muchos no cambiaron en la forma de operar, como que no se van actualizando en algunas cosas.

**4. Según Usted, ¿qué medidas se debería tomar para que la actividad turística se gestione de manera adecuada?**

Debería haber un mayor control a todas las agencias, ya que por algunos todos nos hacemos ver mal, el control debería ser desde sus oficinas, desde el momento en que venden sus paquetes, empezar por el precio, ya que nosotros sabemos que venden a muy bajo precio.

**5. Como asociación, ¿Qué solicitaría a las autoridades para que mejora la actividad turística de la región?**

Mayor control, normas para que podamos cambiar y actualizar nuestros servicios, mas capacitación y sobre todo sensibilización para con la actividad.

### **CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS – UYUNI**

La presente entrevista es con fines de investigación para el Proyecto de Grado “Programa Estratégico para la Gestión de Servicios Turísticos en la localidad de Uyuni”

#### **DIRIGIDAS A LAS DIFERENTES ORGANIZACIONES DE TURISMO**

**ASOCIACIÓN:** ASAVITUR (Asociación de Agencias de viajes de Turismo)

**NOMBRE DEL REPRESENTANTE:** Álvaro Contreras

**CARGO:** Encargado

**1. ¿Números de integrantes con que cuenta la asociación?**

Actualmente pocos, somos aproximadamente 20 agencias de Turismo

**2. ¿Cuál es el objetivo de formar la asociación? Y ¿Desde que año está funcionando como tal?**

Es de colaborarnos en algunas situaciones, problemas, pero actualmente por la poca cantidad de afiliados no nos estamos pudiendo reunir.

**3. ¿Cómo asociación, cuál es su opinión sobre la actividad realizada por parte de las operadoras?**

Yo soy relativamente nuevo en el campo, pero he podido observar la baja calidad del servicio que algunas agencias u operadoras hacen en sus tours. Ya sean en las movilidades, personales, como que no toman conciencia del turismo y la imagen que están proyectando, lastimosamente este es un problema para empresas que queremos hacer las cosas bien, ya que muchos turistas vienen ya sabiendo como es el tour, los precios y al momento de querer cobrarles más para darles un mejor servicio no se puede. Inclusive hasta la calidad de turistas es baja en esta región.

**4. Según Usted, ¿qué medidas se debería tomar para que la actividad turística se gestione de manera adecuada?**

Control en precios, es más se debería estandarizar en precios, ya que la oferta de servicios son muy bajos, me refiero al precio.

**5. Como asociación, ¿Qué solicitaría a las autoridades para que mejora la actividad turística de la región?**

Que pongan más personal, ya que con un solo funcionario no se puede hacer un control adecuado y constante, anteriormente, ya hubo un problema, el de que algunas operadoras estaban

llevando en minibuses a los pasajeros con tours de 1 día salar, con un mal servicio y a bajo precio y nadie decía nada, es más nadie controlaba, hasta que nosotros como asociaciones y como personas que queremos hacer bien las cosas reclamamos.

Personalmente, me encuentro muy indignado con el turismo en esta región, como profesional en turismo y empresario, muchas personal manejan esta actividad de manera muy precaria y muy doméstica, sin nada de conciencia de lo que están haciendo, tratando mal a sus pasajeros, sin ningún respeto y consideración, manejándoles como si fueran objetos, encajándolos a una movilidad con capacidad de 6 pasajeros hasta 8 personas, con mala movilidad, un chofer que se toma y maneja ebrio, pal colmo sin ninguna información del recorrido o falta saber si la información que se le da es real. De esta manera es que muchas empresas están manejando sus servicios, hasta me atrevería decir que sin ninguna calidad.

Aunque muchas empresas no lo admitan, esto uno se entera por las redes sociales, como es el TRIP ADVISOR, ahí es donde en muchas ocasiones recomiendan y cuentan la realidad del servicio, las barbaridades que les hacen, a través de estos medios es que todos quedamos mal, no solo como empresarios sino también como destinos.

A causa de estas irregularidades es que no podemos crecer como empresa.

Yo quisiera como empresario, decir que las autoridades analicen esta situación y tomen medidas al respecto.



**ANEXO 2.**

**CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS – UYUNI**

La presente entrevista es con fines de investigación para el Proyecto de Grado “Programa Estratégico para la Gestión de Servicios Turísticos en la localidad de Uyuni”

**GOBIERNO DEPARTAMENTAL DE POTOSI**

**SECRETARIA DE TURISMO**

**NOMBRE:** Heriberto Arroyo

**PROFESION:** Licenciado en turismo

**CARGO:** Técnico Región Sud oeste

**1. ¿Cuáles son las funciones que desempeña la unidad, con respecto a la actividad turística de la región?**

Es de regular la actividad turística de todos los sectores hotelero, agencias, además de coordinar con el municipio para el desarrollo de algunas actividades dentro el sector, como ser capacitaciones, ferias, etc.

**2. ¿Existe algún proyecto que se esté llevando a cabo con respecto a la calidad en servicios turísticos?**

**NO**, por ahora no se está abordando el tema en ningún proyecto. Pero los anteriores años se estuvo dando algunos talleres en seguridad y medio ambiente dirigidos específicamente a las operadoras, esto fue el 2012

**3. ¿En qué sector turístico se tiene más problema en el momento de que se quiera implementar o sugerir algo?**

En todos los sectores, pero el sector que más problemas tiene es el de las operadoras, ya que cuando se llama a capacitaciones o talleres muy pocos asisten, esto paso recientemente antes del DAKAR con un proyecto de CODESPA, dirigido a micro empresas en especial al turismo con el tema de atención al cliente, ahí se pudo ver que muy pocas agencias participaron, lo peor es que tampoco mandan a sus empleados para que se capaciten.

**4. ¿Con respecto a la calidad de los servicios turísticos de los operadores? ¿Cómo usted lo calificaría?**

1= muy malo    2= malo                    3= regularmente    4= bueno    5= muy bueno

**5. ¿Existe algún reglamento o norma específica para la regulación de los servicios turísticos?**

**NO**, aunque esté aprobada la nueva Ley la 292, se está elaborando los reglamentos específicos de cada sector, lo malo es que no nos informaron en qué fase se encuentra.

Por ahora estamos utilizando los reglamentos específicos de la ley 2074, que todavía se encuentra vigentes

**6. ¿Existe algún sistema en el que se evalúe la conformidad o des conformidad de los servicios turísticos de esta región? y ¿Como lo gestiona?**

Por ahora solo el libro de quejas el cual está a disposición de todos, si la falta es grave directamente se hace la denuncia a la secretaria de turismo y nosotros actuamos sobre el tema, este libro está en la oficina de Información Turística, Infotur, ahí es donde pueden los turistas plasmar su des conformidad

Las sanciones se toman curso con la reglamentación de la 2074, en el cual explica el grado de falta y el tipo de sanción

**7. ¿Podría citar algunos de los problemas más frecuentes con que tropiezan los turistas, en este último tiempo, con respecto a los servicios de las operadoras de turismo?**

Los problemas son varios y constantes, los más frecuentes son:

- Las operadoras no cumplen con lo que ofrecen con el menú, con el recorrido, con los horarios
- El chofer ingirió bebidas alcohólicas (tour 3 días)
- En este último tiempo y se pudo ver en temporada alta de japoneses, las agencias recogen pasajeros, les llevan al salar y les dejan, la misma movilidad vuelve a Uyuni y recoge a otros pasajeros y así asen todo el día, esto implica que solo les dan transporte ya ni siquiera les dan el servicio que se debería dar y les retornan a Uyuni de la misma manera, en algunas ocasiones hasta se olvidan de recogerlos
- Lo mismo pasa con los tours de 1 y 3 días, les llevan en un solo grupo y los que tienen tours de 3 días al finalizar el día les pasan a otra movilidad sin consultarles o avisarles previamente, y terminan haciendo el tour con otro grupo o invertido a los que tienen tours de 1 día les hacen retornar a Uyuni en otra movilidad o en los peores casos ni los retornan.

**8. ¿Según su punto de vista cree conveniente que se categorice a las empresas operadoras de turismo? ¿Por Qué?**

**SI**, sería de gran ayuda para el turismo de la región, y lo debería hacer el Gobierno Municipal, con una norma, ya que se juega la imagen del lugar, trayendo con esto mayores ingresos en el sector a demás mejor calidad en turistas, ya no así los denominados mochileros, que ahora ellos te exigen rebajas.

- 9. ¿Estaría dispuesto la unidad de turismo conjuntamente con todas las empresas privadas en promover y negociar el financiamiento de la elaboración de normas técnicas e implementación de un sistema de gestión de la calidad de los servicios turísticos?**

Si, por que es una competencia a nivel municipal, además que contribuirá a que la actividad turística sea mejor desarrollada y controlada, pero como ya te había dicho anteriormente, con la ley 292 se está dando potestad a los Gobiernos Municipales para que regulen la actividad turística, por lo que ellos como dueños de casa deberían empezar a normalizar la actividad turística de Uyuni, a eso nosotros como Gobernación apoyaremos.

Gracias por la colaboración

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**ANEXO 3.**

**ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE EN TODAS LAS CATEGORIAS**

<b>Nº</b>	<b>TIPO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>DIRECCION</b>
1	Apart Hotel	La MaisonMartinet	3*	Av. Potosi Nº 16
2	Hotel	Samay Wasy	3*	Av. Potosi / Av. 14
3	Hotel	Jardines	2*	Av. Potosi / Colombia
4	Hotel	Julia	2*	Av. Ferroviaria/ Arce Nº 314
5	Hotel	Palace	1*	Av. Arce / Av. Ferroviaria
6	Hotel	Dairson	1*	Av. Ferroviaria / Arce Nº2
7	Hotel	Avenida	1*	Av. Ferroviaria / Arce Nº11
8	Hotel	Mana	1*	Av. Potosí/ Camacho y Santa Cruz
9	Hotel	Toñito	1*	Av. Ferroviaria / Avaroa y Ayacucho Nº 60
10	Hotel	Inti (Sucursal)	1*	Av. Ferroviaria/ Camacho y sta. Cruz Nº 186
11	Hotel	Joya Andina	-	Av. Cabrera/ Camacho y Sucre Nº473
12	Hotel	Kory Wasy	1*	Av. Potosí/Arce y Sucre
13	Hotel	Kutimuy	1*	Av. Potosi / Avaroa
14	Hotel	Los Girasoles		Av. Sta. Cruz / Potosí y Colon Nº155
15	Hotel	Huila Khota		Av. Ferroviaria/ Arce y Bolivar
16	Hostal	La Magia	3*	C. Colon /Sucre y Camacho Nº 432
17	Hostal	Tambo Aymara Srl.	3*	C. Camacho / colon y cabrera
18	Hostelling	Salar de Uyuni		C. Sucre y Potosi
19	Hostal	Marith	2*	Av. Potosí/ Ayacucho y 7ma Nº 61
20	Hostal	Sajama	2*	Av. Potosí/ Arce y Bolivar Nº23
21	Hostal	El Viajero	2*	C. Cabrera / Arce y Sucre Nº 334
22	Hostal	Vieli	1*	C. Sucre/Colon y cabrera

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

				N° 157
23	Hostal	Mosoj	1*	Av. Potosi / Arce
24	Hostal	Cactu	1*	Av. Arce / Potosí y Ferroviaria N°46
25	Hostal	La Predilecta		C. Sucre /Cabrera y Peru
26	Hostal	Oro Blanco	1*	Av. Ferroviaria / Arce y Sucre
27	Hostal	Inti		Av. Arce y Peru N° 394
28	Hostal	Sumay Rijchari	1*	C. Sucre y Calvimontes
29	Residencial	La Cabaña	2*	C. Bolivar/Potosí y Ferroviaria
30	Residencial	El Chavito		Av. Ferroviaria
31	Residencial	Wara del Salar	1*	C. Bolivar /Potosí y Ferroviaria N° 84
32	Residencial	Mariscal Sucre		C. Sucre / Potosí y Colón N°529
33	Casa de Huespedes	Piedra Blanca	Unica	Av. Arce / Potosí y Ferroviaria N°27
34	Casa de Huespedes	La Petite Porte	Unica	Av. Ferroviaria / Colombia y Loa N° 742
35	Alojamiento	El Salvador	A	Av. Arce/ Cabrera y Peru N°346
36	Alojamiento	La Roca	A	C. Bolivar /Potosí y Colon
37	Alojamiento	Portales de Uyuni	B	C. Cabrera / Bolivar y Avaroa N°117
38	Alojamiento	Yameli	B	Av. Potosí / 7ma y Octavio N° 87
39	Alojamiento	Paisano		C. Avaroa / Potosí y Ferroviaria N° 446
40	Alojamiento	San Cayetano	A	Av. Arce N° 58
41	Alojamiento	Tambo Popular		C.Sta Cruz / Colón y Potosí
42	Alojamiento	6 de Febrero	A	Av. Arce / Av. Potosí y Ferroviaria
43	Alojamiento	Bienvenido		Av. Arce / Cabrera y Peru
44	Alojamiento	Evo	A	C. Cabrera / Sta. Cruz

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

<b>HOTELES EN EL SALAR DE UYUNI</b>				
<b>N°</b>	<b>TIPO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>DIRECCION</b>
1	Hotel	Luna Salada	4*	A 22km de la ciudad de Uyuni
2	Hotel	Cristal Samaña		A 21km de la ciudad de Uyuni
3	Hotel	Palacio de Sal		A 21km de la ciudad de Uyuni
4	Hotel	Playa Blanca	1*	A 21km de la ciudad de Uyuni

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

**ANEXO 4.**

**OPERADORAS DE TURISMO  
MUNICIPIO DE UYUNI**

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>CELULAR</b>	<b>E-MAIL</b>
1	AMANECER SRL	AV. ARCE S/N ENTRE FERROVIARIA Y COLON	6933093		
2	ANGLO VISION TRAVEL	CALLE JOSEFINA ENTRE PANDO Y COMISTE		74238416	anglovision_travel@hotmail.com
3	ANDEAN GOLDEN ADVENTURE TOUR OPERATOR	AV. FERROVIARIA N°16	6225175	6225304	golden_abb@hotmail.com
4	ANDES SALT EXPEDITIONS TOUR OPERATOR	AV. POTOSI N° 71	6225304		turismo_uyuni@hotmail.com
5	ANDES TRAVEL OFFICE SRL	C. CAMACHO N° 222	6932297		<a href="mailto:ivers.traete@hotmail.com">ivers.traete@hotmail.com</a>
6	ANDREA TOURS	AV. ARCE N° 27	6932638		<a href="mailto:andreatour@hotmail.com">andreatour@hotmail.com</a>
7	ATACAMA MISTICA S.R.L	AV. FERROVIARIA - SUCRE Y AV. ARCE		72425795	bristours@hotmail.com
8	AVI TOURS	AV. ARCE ESQ. PERU LADO HOSTAL ZAMARA		72434178	
9	ASBU TOURING	C. CABRERA N°777			
10	AL EXTREMO TOURS	AV. FERROVIARIA			

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

		A S/N			
11	BELLITO TRAVEL TOUR	CLL. CAMACHO ESQ. PERU		72531999	uyuni@colquetours.com
12	BLUE LINE SERVICE	AV. FERROVIARI A N° 2-4	6933546		
13	BOLIVIA CAMEL TRAVEL ADVENTURE SRL	AV. FERROVIARI A N° 3	6933067	73870384	
14	BOLIVIA SALT TOUR OPERATOR	AV. POTOSI N° 85		72552870	
15	BETTO TOURS				
16	BRISA TOURS	AV. FERROVIARI A S/N	6932164		exp_alkaya@hotmail.com
17	CALLPA TOURS	FINAL CLL. CABRERA S/N		72434178	
18	CECY TOURS	CLL. AVAROA N° 645		74915510	<a href="mailto:cecyturismobolivia@hotmail.com">cecyturismobolivia@hotmail.com</a>
19	CISNE TOURS	AV. FERROVIARI A S/N			
20	COPACABANA TRAVEL S.R.L.	AV. ARCE S/N	6932940		
21	COLIBRI AGENCE D' AVENTURE DANAS LE MONDE S.R.L.	AV. FERROVIARI A ENTRE ARCEY BOLIVAR		74019441-72056588	colibri@ceibo.entel.net.bo
22	CRUZZANI TRAVEL	COMUNIDAD DE COLCHANI	72432794		
23	CHARANGUITO TOURS				
24	CHARITO CIELO TOURS				
25	CULPINA K	AV. ARCE N°			



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

		42			
26	DAYANA TOURS	AV. FERROVIARI A	6933034		
27	ECOANDES TRAVEL E. T. B. S.R.L.	AV. POTOSI S/N			
28	EXPEDICIONES EL CAMINANTE	AV. FERROVIARI A S/N	72432175		hodakamountaine xpedition@hotmail.com
29	EL CRISTAL	AV. ARCE Nº 55	6932974	6932804	
30	EL DESIERTO TOURS SRL	AV. FERROVIARI A S/N	26933087		
31	ERUPCION Y EXPEDICIONES	AV. POTOSI S/N		67948145	
32	ESMERALDA TOURS	AV. FERROVIARI A S/N	6932687	6933194	
33	EURO TOURS SRL	AVENIDA ARCE S/N		6933067	
34	EXPEDICIONES ALKAYA	AV. FERROVIARI A S/N	73885077	6932164	exp_alkaya@hotmail.com
35	EXPEDICIONES ATLANTIDA	AV. ARCE Nº 458	72402829	6932164	susana.lctuyunibol@hotmail.com
36	EXPEDICIONES CASTILLA	AV. ARCE			
37	EXPEDICIONES COLLAHUASY SRL	AV. AVAROA			
38	EXPEDICIONES COLLCA	C. SUCRE			
39	EXPEDICIONES COQUEZA TOURS	AV. POTOSI S/N	72440413		jose_valda@hotmail.com
40	EXPEDICIONES TRES GIGANTES				
41	EXPEDICIONES CORDILLERA	CLL. CABRERA S/N	72509280		

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

42	EXPEDICIONES DALI	AV. FERROVIARIA	72423211	6933299	
43	EXPEDICIONES EMPEXA	AV. FERROVIARIA S/N	6932364		rositas_expedition@hotmail.com
44	EXPEDICIONES ESTRELLA DEL SUR	CLL. BOLIVAR / CABRERA N° 159	6932678		
45	EXPEDICIONES GAVIOTA DE RUBEN CASTRO QUISPE	AV. CABRERA N° 566	73831038	72487225	
46	EXPEDICIONES HURACAN	CLL. BOLIVAR S/N	72430885	74222019	<u>yashinanita_85@hotmail.com</u>
47	EXPEDICIONES INCAHUASY SRL	CLL. SUCRES/N	6932423		<u>jhenel@hotmail.com</u>
48	EXPEDICIONES LATITUDES ADVENTURE TREKKIG-4WD	AV. FERROVIARIA / AV. ARCE N° S/N			
49	EXPEDICIONES LAZCAR	AV. ARCE S/N	72425487		<u>lazcar@hotmail.com</u>
50	EXPEDICIONES LIPEZ	AV. FERROVIARIA N° 255	6932388		<u>lipez90@hotmail.com</u>
51	EXPEDICIONES MANUEL	AV. FERROVIARIA S/N	6933304		cordilleratravel_987@hotmail.com
52	EXPEDICIONES NUEVA AVENTURA				
53	EXPEDICIONES PAMELA TOURS	CLL. SUCRE N° 681	6932498		
54	EXPEDICIONES SALAR DE UYUNI	AV. POTOSI S/N			
55	EXPEDICIONES COLCHANI				

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

56	EXPEDICIONES SAJAMA	PASAJE CABRERA 6 DE AGOSTO N° 352		72430759-73477199	expediciones_sajama@hotmail.com
57	EXPEDICIONES SILOLI TOURS	AV. FERROVIARIA S/N / AV. ARCE Y SUCRE	72439221		
58	EXPEDICIONES SUMAJ JALLPHA LTDA	AV. ARCE / POTOSI / FERROVIARIA S/N	6933084		
59	EXPEDICIONES VERTICAL DE BOLIVIA	AV. ARCE S/N	6932123		
60	EXPEDICIONES ZAMAR TOURS	AV. ARCE N° 394	6932289	6992388	
61	EXPEDITIONS WHITE SKY	CLL. SANTA CRUZ S/N			
62	EXPEDICIONES JOYAS DEL SUR	AAV. ARCE S/N			
63	EXPEDICIONES MAMMUT				
64	EXPEDICIONES MONTE BLANCO SRL	AV. FERROVIARIA ESQ. AV. ARCE	6933259		<a href="mailto:expedicionespuntoblaco@hotmail.com">expedicionespuntoblaco@hotmail.com</a>
65	EXPEDICIONES INTI RAYMI LTDA.	?			
66	FELY TOURS	CLL. CAMACHO N° S/N	67948146		
67	FOR EINER AND ADVENTUR	AV ARCE S/N	6932922	72360278	
68	FREMEN TOURS ANDES Y AMAZONIA EXPEDICIONES	CALLE SUCRE S/N			
69	FULL	AV.	72417153		<a href="mailto:maria_7lana@hotmail.com">maria_7lana@hotmail.com</a>

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

	AVENTURE	FERROVIARI A N°7			<a href="mailto:mail.com">mail.com</a>
70	GISELLE TOURS	CLL. COLON / AV ARCE Y SUCRE N° 365			
71	HEAVELIY LAND	AV. SANTA CRUZ N° 155			
72	HODAKA MOUNTAIN EXPEDITION	AV. ARCE GELERIA URCUPIÑA S/N			expedicionescolla@hotmail.com
73	HUAYNUMA TOURS	AV. ARCE N°27	72413728	6932428	
74	HILDA TOURS	AV 7MA S/N ZONA CAMPERO		6933152	hildatours@hotmail.com
75	HIDALGO TOURS (SUCURSAL)	AV. POTOSI			
76	INTI RAYMI LTDA	AV. FERROVIARI A N° 8			
77	ISLA TOURS	AV. FERROVIARI A S/N			
78	JHANETH TOURS SRL	AV. FERROVIARI A S/N	72429376		
79	JHOEVA TOURS	AV. FERROVIARI A ESQ. SUCRE S/N	72423137		
80	JHOVANA TOURS	AV. ARCE S/N	72417521		-
81	JOYAS DEL SUR DE BOLIVIA	AV. FERROVIARI A N° S/N	6932444	73888698	<a href="mailto:psp_uyuni@yahoo.com">psp_uyuni@yahoo.com</a>
82	JOKER EXPEDICIONES				-
83	JULIET TOURS LIMITADA	AV. FERROVIARI A N° S/N			-
84	KANTUTA	AV.	6933084		

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

	TOURS S.R.L.	FERROBIARI A S/N			
85	KNOW BOLIVIA TOURS	AV. POTOSI N°26 EDIFICIO SHOPIN CENTRAL			
86	LAGO MINCHIN	AV. ARCE N° 948	71215055		
87	LANDSCAPE ECOLOGICAL OPERATOR	AV. POTOSI N° 85	72552870		
88	LAQAYA TOURS SRL	CLL. CALVIMONT E N° 53	72422140		-
89	LAURA TRAVEL	AV.ARCE S/N			
90	LICANCABUR	CLL. SUCRE / POTOSI	76502563	76418646	-
91	LOST CITY TOUR	AV. ARCE S/N	6932940		-
92	LUNA SALADA SRL	CARRETERA A LOCALIDAD COLCHANI S/N	72429716	70544767	
93	MAGIC LAND TRAVEL	AV. ARCE S/N			
94	MARGARITA TOURS				
95	MARA	CLL.CABRER A N° 450	693295	72425474	<a href="mailto:mana@yahoo.es">mana@yahoo.es</a>
96	MUNDICONTA CT EXPEDITIONS	AV FERROVIARI A 2-5			-
97	MTB TOURS SRL.	CLL. URUGUAY N° 529			-
98	NATIONAL EXPEDITION "NEW SISTEM HUANCHACA"				-

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

99	NATOUR AND SALT FIELD TRIPS SRL	CLL. OBRERO N° 2	6933287		<a href="mailto:natour@hotmail.com">natour@hotmail.com</a>
100	NEW WORLD TOURS SRL	AV. FERROVIARI A S/N ENTRE ARCE Y SUCRE			
101	NUEVA AVENTURA	AV. POTOSI S/N	6933119	72403195	<a href="mailto:david_tourguide@hotmail.com">david_tourguide@hotmail.com</a>
102	NOMADA ESPERIENCE	AV ARCE ENTRE POTOSI Y FERROVIARI A	68622730	76116004	<a href="mailto:nomada_experiencia_bo@hotmail.com">nomada_experiencia_bo@hotmail.com</a>
103	OASIS ODYSSEY TOURS	AV. FERROVIARI A S/N	6932308		<a href="mailto:oasistour_2002@hotmail.com">oasistour_2002@hotmail.com</a>
104	OLIVOS TOURS	AV. FERROVIARI A S/N	6932423		<a href="mailto:jhenel@hotmail.com">jhenel@hotmail.com</a>
105	PAMELA UYUNI	CLL. SUCRE			-
106	PERLA DE BOLIVIA	AV. ARCE N°346	6932764	72435504	<a href="mailto:perla_boliviaturismos@hotmail.com">perla_boliviaturismos@hotmail.com</a>
107	PIEDRA CORAL TOURS				-
108	PLAYA BLANCA	CLL. QUIJARRO			
109	PUCARA TOURS LTDA	CLL. POTOSI			-
110	QUECHUA CONNECTION 4WD S.R.L.	AV. FERROVIARI A	6932289	6932388	
111	QHAPAQ ÑAN BOLIVIA TURISMO Y CULTURAL				
112	RED PLANET EXPEDITION	AV. SUCRE / POTOSI / FERROVIARI A S/N			

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

113	RELI TOURS	AV. FERROVIARI A / POTOSI S/N	6932922	72360278	<a href="mailto:laura_24@hotmail.com">laura_24@hotmail.com</a>
114	RIPLEY TOURS	AV. ARCE S/N	72417153		<a href="mailto:maria_7lena@hotmail.com">maria_7lena@hotmail.com</a>
115	ROSITA'S EXPEDITION	AV. FERROVIARI A N°13	72414100	6932364	rositasexpeditions @hotmail.com
116	SALILUNA TRAVEL S.R.L.	AV. POTOSI N° 636		71230137- 71577001	gerencia@saliluna .travel
117	SAJAMA TRAVELER	AV. POTOSI N° 23 ENTRE BOLIVAR ARCE	6933399		
118	SALAR CAMEL EXPERIENCE	AV. FERROVIARI A	72429376		
119	SALTY DESERT AVENTOURS				
120	SALAR PAULA TRAVEL TOURS	AV. FERROVIARI A S/N	72417521		
121	SERVICIOS TURISTICOS KORY WASY	AV. POTOSI N° 350	72531999		
122	SANDRA TRAVEL	C. SUCRE S/N	72422140		
123	SOL DE MAÑANA	AV. FERROVIARI A S/N	72429716	70544767	
124	SUMAJ JALLPHA	AV. ARCE Y FERROVIARI A	6932778	6932426	-
125	TATI-LAURA	CLL. CABRERA N° 334	72421226		-
126	THIAGO TOURS				-
127	TIERRA HERMOSA	AV. ARCE S/N	6932661		-
128	TITO TOURS	AV. FERROVIARI A S/N	6933119	72403195	<a href="mailto:david_tourguide@hotmail.com">david_tourguide@hotmail.com</a>

**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

129	TODO TURISMO S.R.L	CLL. CABRERA N° 158	6932308		
130	TOÑITO TOURS	C. QUIJARRO			
131	TOUR OPERATOR PAMELLA UYUNI		6932764	72435504	<a href="mailto:perla_bolivatours@hotmail.com">perla_bolivatours @hotmail.com</a>
132	TOUR UYUNI	AV. FERROVIRIA S/N hotel avenida			
133	TOURS CAROLINA DEL NORTE	AV. POTOSI N° 1032	6933085		<a href="mailto:puheto@hotmail.com">puheto@hotmail.c om</a>
134	TOURS Y BOL	AV. ARCE S/N	6933399		-
135	TRANS ANDINO TOURS	AV. ARCE S/N			
136	TRANS DIASMANTE				
137	TUNUPA TOURS LIMITADA	AV. FERROBIARI A S/N	6932099		<a href="mailto:tunupa_tous@hotmail.com">tunupa_tous@hot mail.com</a>
138	TURISBAAL	CLL. COLOMBIA N° 475 OTRA DIRECCION AV. ARCE N° 335			
139	TURISMO COLQUE S.R.L.	AV. POTOSI N° 54	6932199	6933031	<a href="mailto:uyuni@colquetours.com">uyuni@colquetour s.com</a>
140	TURISMO CORDILLERA TRAVELLER	AV. FERROVIARI A S/N			-
141	TURISMO EL CRISTAL	AV. ARCE N° 55	6932974	6932804	<a href="mailto:cristal.tours@hotmail.com">cristal.tours@hot mail.com</a>
142	TURISMO EL DESIERTO S.R.L.	AV. ARCE N° 42	6932099		<a href="mailto:tunupa_tours@hotmail.com">tunupa_tours@hot mail.com</a>
143	TURISMO SAN JUAN	AV. ARCE S/N	6933921	72437315	<a href="mailto:tour_sanjuan@outlook.com">tour_sanjuan@out look.com</a>
144	TURISMO	AV. ARCE	6933182		-



**PROGRAMA ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE UYUNI**

	OLLAGUE				
145	TURISMO RELAMPAGO	AV. FERROVIARI A S/N	72413677		
146	TURISMO SENDA ANDINA	AV POTOSI / CLL. CAMACHO N° 19			
147	TURISMO SUCRE SRL	CLL.SANTA CRUZ N° 106	6932900	72898721	<a href="mailto:tursucre@entelnet.bo">tursucre@entelnet.bo</a>
148	UTURUNKU TRAVEL	AV. ARCE N°55	6932974	6932804	<a href="mailto:cristal.tours@hotmail.com">cristal.tours@hotmail.com</a>
149	UYUNIS EAGLES TOURS LTDA	AV. ARCE S/N	693299		-
150	WARA DEL ALTIPLANO	AV. FERROVIARI A S/N	6932543	6932095	-
151	WHOLESALE TRAVEL SERVICE				-
152	WORLD WITE TRAVEL	AV. ARCE S/N	6932399		-
153	YURAC COCHA S.A.				-
154	YOUR TRAVEL				-

ANEXO 5





**ANEXO 7.**

**CUESTIONARIO**

**EVALUACIÓN A LOS TURISTAS SOBRE LA CALIDAD DEL PRODUCTO  
TURÍSTICO UYUNI**

**VALORES:**

1= Pésimo      2= Malo      3= Regular      4= Bueno      5= Muy bueno

T1	¿Cómo calificaría a los siguientes servicios que le fueron proporcionados por la Operadora?	1	2	3	4	5
	Instalaciones físicas de la operadora					
	Transporte					
	Alimentación					
	Guía					
	Chofer					
	Secretaria					
T2	¿La empresa operadora contaba con medidas de seguridad durante el recorrido? Como ser oxígeno, extinguidor, botiquín, GPS?					
F3	¿Los distintos servicios que le prestó la operadora le fueron facilitados correctamente desde la primera vez?					
F4	¿En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares recibió un servicio personalizado?					
R5	¿El personal fue capaz de responder a sus requerimientos, problemas o necesidades en tiempo oportuno?					
S6	¿Usted se sintió seguro con la organización del tour y la formación del personal?					
E7	¿El servicio que le brindo la agencia cumplió con todas sus expectativas?					