

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



REDISEÑO DEL MUSEO DE LA COMUNIDAD
AFROBOLIVIANA TOCAÑA EN LA PAZ - BOLIVIA

Tesis de grado para optar al Grado de Licenciatura en Turismo

Por: Univ. Daiana Gabriela Ruiz Boehm

Univ. Marisa Vito Forra

Tutor: PhD. Fernando Cajías de la Vega

La Paz – Bolivia

JUNIO, 2023

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO

Tesis de grado:

REDISEÑO DEL MUSEO DE LA COMUNIDAD
AFROBOLIVIANA TOCAÑA EN LA PAZ - BOLIVIA

Presentada por: Univ: Daiana Gabriela Ruiz Boehm

Univ: Marisa Vito Forra

Para optar por el grado académico de *Licenciatura en Turismo*

Nota numeral:

Nota literal:

Ha sido:

Director de la Carrera de Turismo: MSc. Ilsen Gutiérrez Castellón

Tutor: PhD. Fernando Cajías de la Vega

Tribunal: PhD. Margot Caverro Contreras

Tribunal: MSc. Arq. Jhon R. Dávila Landa

Fecha: 02.06.2023

Dedicatoria

A Dios y a nuestros padres quienes con su apoyo y constante motivación nos ayudaron a culminar esta etapa de formación académica.

A ti mamá, que sé cuanto anhelabas ver este momento. Sé que desde donde estás me ves y celebras junto a mí.

Agradecimientos

A la Universidad Mayor de San Andrés por permitirnos ser parte de la Carrera de Turismo.

A nuestro Tutor de Tesis PhD. Fernando Cajías De La Vega por la grata oportunidad de recurrir a su amplio conocimiento durante la orientación de la tesis.

A nuestros amigos y hermanos por el apoyo y motivación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I

PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	4
1.3.1. Objetivo general	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.4.1. Justificación teórica	5
1.4.2. Justificación social.....	5
1.4.3. Justificación práctica	5

CAPÍTULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROBLEMA INVESTIGADO	6
2.2. RECURSOS NATURALES.....	7
2.3. CLIMA	9
2.4. SERVICIOS TURÍSTICOS	10
2.5. ASPECTOS SOCIO CULTURALES	11

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1. MUSEO	15
3.1.1. Historia del museo.....	16

3.1.2. Museología	18
3.1.3. Museografía	19
3.2. PROYECTO MUSEOGRÁFICO	19
3.2.1. Elementos del proyecto museográfico.....	19
3.2.2. Tipos de exposiciones.....	22
3.3. DISEÑO MUSEOGRÁFICO	23
3.3.1. Tipos de recorrido.....	27
3.3.2. Curaduría	28
3.4. GESTIÓN DE MUSEOS	29
3.4.1. Componentes básicos de la gestión de museos	30
3.5. MUSEOS DE BOLIVIA	31
3.5.1. Problemas teóricos de intervención.....	32
3.5.2. Posibles criterios de solución	34
3.6. CARTAS INTERNACIONALES EN RELACIÓN A LOS MUSEOS.....	35
3.7. POSICIONAMIENTO	37
3.7.1. Tipos de estrategias de posicionamiento	37
3.7.2. Ventajas del posicionamiento en el mercado	38
3.8. HIPÓTESIS	39
3.8.1. Variables.....	39

CAPÍTULO IV

MARCO LEGAL

4.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO.....	41
4.2. LEY 292: LEY GENERAL DEL TURISMO “BOLIVIA TE ESPERA”	42
4.3. LEY 530: LEY DEL PATRIMONIO CULTURAL BOLIVIANO.....	47

CAPÍTULO V

MARCO METODOLÓGICO

5.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	51
5.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	51
5.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
5.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	53
5.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	54
5.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	55

CAPÍTULO VI

DIAGNÓSTICO

6.1. ANÁLISIS EXTERNO	58
6.1.1. Flujo de turistas	58
6.1.2. Comportamiento de la demanda.....	59
6.1.3. Identificación y evaluación de los segmentos de mercado.....	61
6.1.4. Proyección de la demanda	62
6.2. ANÁLISIS INTERNO	63
6.2.1. Análisis de las encuestas	63
6.2.2. Análisis de la entrevista.....	78
6.2.3. Análisis guía de observación	80

CAPÍTULO VII

PROPUESTA DE REDISEÑO MUSEO COMUNIDAD AFROBOLIVIANA

TOCAÑA

7.1. JUSTIFICACIÓN.....	82
7.2. OBJETIVO	83

7.3. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA	84
7.3.1. Distribución de salas y guión recorrido del museo	84
7.3.2. Capacidad de Carga	89
7.3.3. Agenda de actividades	89
7.3.4. Medidas de bioseguridad para la visita al museo	91
7.3.5. Mapeo de actores sociales involucrados en el museo.....	92
7.3.6. Estructura orgánica del museo.....	95
7.3.7. Manual de funciones.....	96
7.3.8. Posicionamiento	99
7.3.8.1. Diseño de la marca	100
7.3.8.2. Creación página web	100
7.3.8.3. Selección de redes sociales.....	102
7.3.8.4. Creación de contenidos.....	103
CONCLUSIONES.....	112
RECOMENDACIONES	114
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS	120

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa Político, administrativo Municipio de Coroico	7
Ilustración 2. Aspectos a considerar escultura.....	21
Ilustración 3. Recorrido sugerido	27
Ilustración 4. Recorrido libre.....	27
Ilustración 5. Recorrido obligatorio	28
Ilustración 6. Historia Cultura Afroboliviana.....	84
Ilustración 7. Cultura Afroboliviana en la Villa Imperial	85
Ilustración 8. La hoja de coca.....	86
Ilustración 9. Cultura Afroboliviana.....	87
Ilustración 10. Medidas de bioseguridad.....	92
Ilustración 11. Actores sociales.....	93
Ilustración 12. Estructura orgánica del museo.....	95
Ilustración 13. Diseño de la marca	100
Ilustración 14. Distribución y diseño página web	101
Ilustración 15. Redes sociales.....	102
Ilustración 16. Ejemplo contenido diario	104
Ilustración 17. Ejemplo contenido informativo.....	105
Ilustración 18. Ejemplo contenido promocional.....	106
Ilustración 19. Ejemplo contenido de agradecimiento	107
Ilustración 20. Ejemplo contenido conmemorativo.....	108
Ilustración 21. Ejemplo contenido de experiencias en tiempo real	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Preferencias de los turistas en Coroico 2015.....	59
Gráfico 2. Gastos de los turistas extranjeros en Coroico 2015.....	60
Gráfico 3. Gastos de los turistas nacionales en Coroico 2015.....	60
Gráfico 4. Principales mercados potenciales	62
Gráfico 5. Proyección de turistas a la región de Los Yungas y Valles	63
Gráfico 6. Edad.....	64
Gráfico 7. Género	65
Gráfico 8. Nacionalidad.....	66
Gráfico 9. Nivel de instrucción.....	67
Gráfico 10. Ocupación.....	68
Gráfico 11. Estado civil.....	69
Gráfico 12. Visitas a la Comunidad de Tocaña	70
Gráfico 13. Conocimiento acerca del legado cultural Afroboliviano.....	71
Gráfico 14. Conocimiento acerca de las manifestaciones culturales Afrobolivianas.....	72
Gráfico 15. Interés por la Cultura Afroboliviana en Tocaña.....	73
Gráfico 16. Temas de interés durante la estancia en Coroico	74
Gráfico 17. Incorporación de visitas al museo dentro de la oferta turística en Tocaña..	75
Gráfico 18. Sugerencias para la incorporación del museo dentro de la oferta turística .	76
Gráfico 19. Medios de información para la promoción del museo	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Especies flora.....	8
Tabla 2. Especies fauna	9
Tabla 3. Operacionalización de la hipótesis	40
Tabla 4. Flujo de visitantes extranjeros y nacionales	58
Tabla 5. Análisis situación actual del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña.	81
Tabla 6. Agenda Cultural	90

RESUMEN

La presente investigación tiene el objetivo de rediseñar el Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz - Bolivia, para la puesta en valor en el ámbito turístico de la región.

Se trata de una investigación con enfoque mixto, es decir, cualicuantitativo, de tipo descriptivo, responde a un diseño no experimental, sin manipulación de variables. La población considerada responde a un total de 3840 turistas nacionales y extranjeros registrados en diferentes empresas de servicios turísticos en Los Yungas, durante la gestión 2019, con una muestra de 72 turistas teniendo en cuenta un nivel de certeza del 95% y un margen de error del 5%, las técnicas e instrumentos fueron la encuesta, entrevista, observación estructurada y la recopilación documental.

A lo largo de la investigación, se da a conocer en primera instancia la determinación de los elementos teóricos inherentes al objeto de estudio, por otra el diagnóstico, por medio del cual se pudo observar que los turistas en el Municipio de Coroico, no visitan Tocaña, muchos conocen ciertas expresiones como la música, la danza, empero, no se desplazaron hasta el lugar. Sin embargo, señalan la disponibilidad de visitar el museo en algún momento.

Por otra parte, el establecimiento de los componentes del rediseño del Museo se tiene un guion curatorial, mapeo de actores sociales con las funciones que les competen y la estructura organizacional del museo. Para el posicionamiento, se plantea el diseño de la marca, que apela al concepto de MUSEO VIVO, la creación de una página web, identificación de las redes sociales adecuadas para promocionar el museo: Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, y el diseño de contenido, además, de las posibilidades de reserva y pago en línea.

CAPÍTULO I

PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

La Comunidad Afroboliviana de Tocaña, se encuentra ubicada en los Yungas de La Paz, dentro el Municipio de Coroico, particularizado por un fuerte asentamiento de descendientes de origen africano, traídos por tráfico humano hacia Charcas, hoy Bolivia con fines de explotación.

Es así que la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, se presenta en la actualidad como un referente cultural de suma importancia, gracias a la singularidad que posee por la mezcla de culturas que habrían de surgir desde la época colonial, y por el incalculable legado cultural que ha logrado mantener a pesar del devenir del tiempo.

Destacan entre las manifestaciones de la Comunidad Afroboliviana, la reconocida *saya* música alegre utilizada para describir su medio ambiente, los problemas de su comunidad, sus proyectos, reivindicaciones y sentimientos. Así también, el *mauchi* tipo de canción de oración fúnebre, sin dejar de lado, los ritos asociados al sincretismo religioso e incluso la gastronomía.

Dado el amplio bagaje cultural de la comunidad el año 2006, con gran esfuerzo se inauguró el Museo de Tocaña. Sin embargo, en la actualidad, es necesario coadyuvar al rediseño de este repositorio debido a que todas las intervenciones realizadas en la infraestructura y exposición son de carácter empírico, requieren, por tanto, de un aporte desde la museografía de manera que sea posible poner en valor esta iniciativa, hacia una mayor conservación, difusión de las muestras existentes además de su posicionamiento.

De acuerdo a los antecedentes expuestos, surge el presente trabajo de investigación, orientado al rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz - Bolivia, con la finalidad de conservar, investigar, comunicar, exponer y exhibir todo tipo de colecciones, a la luz del conocimiento y la universalización del saber por medio del coleccionismo.

Se trata de una investigación con enfoque mixto cuali cuantitativa, de tipo descriptivo y propositivo, desarrollada a partir de diferentes métodos y técnicas de investigación, como la entrevista y encuesta dirigida a turistas que visitan la región y a informantes clave.

Por otra parte, se debe señalar que a lo largo de la investigación se tuvieron algunas limitaciones asociadas en particular a las medidas de distanciamiento social por la repentina aparición de la pandemia por COVID – 19, por la cual el proceso de levantamiento de datos se complejizó, afectando la eficiencia en el manejo de tiempo establecido.

Una vez superadas las limitaciones señaladas, fue posible alcanzar los objetivos trazados para la investigación, dando paso a la concreción del rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña, desde una visión adecuada al conocimiento del contexto y realidad actual.

La tesis ha sido estructurada en siete capítulos: El primero, problemática de investigación da a conocer el planteamiento del problema, los objetivos y justificación, el segundo capítulo marco contextual describe el ámbito de estudio, el tercer capítulo marco teórico contempla la contextualización y análisis de los referentes que sustentan la investigación desde el aporte de diferentes autores, el cuarto capítulo corresponde al marco legal. El quinto capítulo marco metodológico describe el tipo, diseño, métodos e instrumentos aplicados, así como, la población y muestra, el sexto capítulo diagnóstico expone los resultados obtenidos por medio de un análisis interno y externo conforme a los instrumentos aplicados a lo largo de todo el

proceso. Por último, el séptimo capítulo propuesta, pone a consideración el rediseño del museo, con un guion de recorrido, agenda de actividades, actores sociales, estructura orgánica, manual de funciones y los aspectos de mercadotecnia pertinentes para su posicionamiento.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Comunidad Afroboliviana de Tocaña, cuenta con un museo, que fue creado el 2006 con el propósito de conservar, investigar, comunicar por medio de las exposiciones todo el legado cultural de los afrobolivianos, para de esa manera fomentar a la vez el turismo en la región.

En el último trabajo de campo realizado, se pudo evidenciar que el museo fue restaurado la gestión 2021, puesto que el deterioro de este aumentó en gran manera durante esa gestión. Es así que la Comunidad Afroboliviana de Tocaña empezó a organizarse para restaurar los ambientes más afectados con recursos y mano de obra propia; según indica Gemio E, encargado del Centro cultural Tocaña: “Empezaron por el piso que tuvieron que destruirlo para poner uno nuevo, posteriormente, repararon los techos del museo y la cocina, se remediaron las paredes que fueron pintadas por dentro, incluso se reacomodaron algunas piezas, se recolectaron instrumentos y vestimenta típica.” (Comunicación personal, 19 de febrero 2022).

Sin embargo, a pesar de haberse reinaugurado el museo, todas las actividades de restauración descritas fueron empíricas, sin ningún sustento museográfico, a consecuencia, no se cuenta un guion para el recorrido del museo, tampoco se tiene una inclusión clara de los actores sociales involucrados, no se cuenta con una estructura orgánica y manual de funciones, ni

existen medidas de posicionamiento en el mercado turístico, por lo que es necesario sentar las acciones pertinentes, frente a esta situación.

De acuerdo al planteamiento expuesto, surge como **problema de investigación:**

¿De qué manera será posible la puesta en valor del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz – Bolivia?

1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

Rediseñar el Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz - Bolivia, para la puesta en valor en el ámbito turístico de la región.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Determinar los elementos teóricos inherentes al objeto de estudio
2. Diagnosticar la situación actual del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz - Bolivia
3. Establecer los componentes que sean parte del rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz - Bolivia
4. Identificar los recursos mercadotécnicos apropiados al posicionamiento del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña como atractivo turístico de la región.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La iniciativa de rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz - Bolivia, para la puesta en valor en el ámbito turístico de la región, a partir de un proyecto museográfico, justifica su importancia por el resguardo hacia el amplio legado cultural de

los afrobolivianos, con una visión de difusión, rescate y diversificación de la oferta turística, cada vez mayor en este sector que requiere la priorización de medidas de gestión del patrimonio turístico cultural.

1.4.1. Justificación teórica

El trabajo goza de la justificación teórica respectiva, porque a lo largo de su desarrollo, se dio paso a la investigación de fuentes teóricas de consulta como fundamento. Así también, se avala la justificación teórica, porque a partir de los resultados obtenidos, estos son una fuente de consulta por profesionales, estudiantes e interesados en la materia.

1.4.2. Justificación social

Reside en que con el rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz - Bolivia, para la puesta en valor en el ámbito turístico de la región, se generarán beneficios para la comunidad, sector empresarial y turistas que visitan la región. Así como, la contribución de sobremanera, hacia el resguardo del legado cultural de los afrobolivianos, coadyuvando de esa manera a su permanencia en el tiempo.

1.4.3. Justificación práctica

En la propuesta de rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz – Bolivia, para la puesta en valor en el ámbito turístico de la región, se aplicaron conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica en la Carrera de Turismo, respecto a: investigación científica, estadística descriptiva, gestión cultural, museología, museografía y posicionamiento en el mercado, respaldando, por tanto, la viabilidad práctica requerida.

CAPÍTULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROBLEMA INVESTIGADO

Coroico es la primera sección Municipal de la provincia Nor Yungas, se encuentra ubicada al Nor este del Departamento de La Paz y al Este de la cordillera Oriental de los Andes en la región interandina de Los Yungas, los cuales conforman una extensión territorial que se extiende de Noroeste a Sudeste por la ladera oriental de la cordillera andina y representan un espacio geográfico intermediario entre las alturas y la Amazonía. Tiene una extensión de 1.088 km² y ocupa el 2,18 % del territorio departamental (Plan de Desarrollo Municipal de Coroico, PDM 2006-2011. p.3).

Se sitúa entre los 16° 08'00 de latitud sur y 67°46'00 de longitud Oeste a una altitud de 1.782 m.s.n.m.; cuenta con una superficie aproximada de 3.000 km²., limitando hacia el Nor - Oeste con la Provincia Murillo, al Nor-Este con la Provincia Caranavi, al Sur con Milluhuaya (Coripata) y Sud Yungas, al Nor- Este con Trinidad Pampa y Arapata (Coripata). La capital de la sección que es la ciudad de Coroico se encuentra a 97 Km de La Paz, ingresando por la carretera troncal bioceánica que comunica al sector de los Yungas y al norte del país (PDM, Coroico 2006-2011. p.3).



Ilustración 1. Mapa Político, administrativo Municipio de Coroico

Fuente: PDM (2006, p. 3).

El Municipio se encuentra constituido por tres cantones: Coroico, Pacallo y Mururata. Actualmente, los tres cantones albergan 104 comunidades campesinas, además de la ciudad de Coroico, la cual pertenece al cantón de Coroico (PDM, Coroico, 2006- 2011, p. 3).

Dentro del Municipio de Coroico a 20 min. aproximadamente se encuentra la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, en el Cantón de Pacallo a 17 kilómetros de la población de Coroico y a una altura de 1366 msnm. La comunidad tiene un área aproximada de 560 hectáreas y colinda con las Comunidades de Polo Polo, Chijchipa y San Joaquín. (Mamani, J, 2016).

2.2. RECURSOS NATURALES

Agua como recurso turístico

Cuenta con distintos ríos que forman parte de su atractivo turístico, uno de ellos es el río Tamanpaya que es el principal de la región, desemboca en el río Beni y Madre de Dios,

importante para las poblaciones asentadas a su ribera por los recursos hídricos y paisajes que forma en su recorrido. Otro de los atractivos turísticos que forma parte de este municipio son las Pozas del Vagante, se encuentran a una distancia de 10 Km de la Comunidad de Coroico, ubicada entre quebradas de piedra, arena fina y exuberante vegetación (Beltran, M. & Bautista, G. 2016, p. 59).

Las Cascadas son un atractivo muy concurrido por su fácil acceso, cuentan con más de 8 metros de altura, forman en su base pozas con aguas cristalinas que desembocan en el río Coroico, está compuesto por las cascadas de Cochuna, San Felix y San Jacinto con más de 8 m. de altura que forman en su base pequeñas pozas de aguas cristalinas de desembocan en el río Coroico que también forma de los atractivos de este sector, este se encuentra rodeado de montañas y serranías es uno de los más concurridos e importantes para el turismo en esta zona, debido a que es apto para las actividades de rafting, kayaking y en incluso natación (Beltrán, M. & Bautista, 2016, p. 83).

Flora

Es posible encontrar una cantidad inmensa de especies vegetales, entre las cuales se tienen:

Tabla 1. Especies flora

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
1	COCA	Eritroxilum Coca
2	AJENJO	Artemisia Abisinthium
2	AMOR SECO	Xanthium Spinosum
3	CEIBO	Eritrina Falcata
4	CEDRON	Lipria Citriodiora
5	COLA DE CABALLO	Equisetum Arbensis
6	CEDRO BLANCO	Cedrela Odorata
7	BERRO	Sysimbrium Irio
8	LAUREL	Laurus Sp
9	UÑA DE GATO	Bignonia Unguis
10	SABILA	Aloe Sp

Fuente: PDM (2006-2011, p. 61).

Fauna

Existen muchas especies en esta zona, sin embargo, no es muy común poder observar de forma directa y sencilla la fauna existente en el lugar. En la tabla 2 se dan a conocer las siguientes especies:

Tabla 2. Especies fauna

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Martin	Cebus apella	Alma de gato	Playa cayana
Sucha	Coragyps atratus	Lechuza	Tyto alba
Cóndor real	Sarcoramphus	Peta de agua	Podocnemis expansa
Marimono	Ateles paniscus	Guacharo	Steatornis caripensisi
Tatú	Dasyopus hovencinctus	Guacamaya bandera	Ara macao
Jucumari	Tremaschus amatus	Gallito de las rocas	Rupicola peruviana
Tejón	Nasua nasua	Uchi	Psarocolius decumanos
Puma	Felis concolor	Carachupa	Didelphys albiventris
Tigrecillo	Felis pardales	Pacarana	Dinomys branickii
Chanco de tropa	Tayassu recari	Minkina	Aotus trivirgatus
Paraba roja	Arachioptera	Vampiro	Desmodus rotundus

Fuente: PDM (2006- 2011, p. 63).

2.3. CLIMA

La Comunidad de Tocaña, y el Municipio de Coroico, están ubicados en una región subtropical, por lo cual gozan de un clima cálido y agradable, la temperatura media anual es de 16.6 y 19.4 grados centígrados, aunque en el invierno sea registrada una temperatura mínima media mensual críticamente baja y en el verano una temperatura máxima media mensual moderadamente más alta. La temperatura media anual es de 18, 4° C., siendo junio y julio los meses de menor temperatura, mientras que enero y febrero representan los meses más calurosos. El factor climático en esta zona es muy favorable para la actividad turística, puesto que los visitantes y excursionistas generalmente vienen de zonas, más cálidas o frías, es decir, que el clima en un término medio, es decir que no molesta al turista (PDM Coroico, 2006 -2011; p. 7).

2.4. SERVICIOS TURÍSTICOS

Hospedaje

Los servicios de hospedaje, se encuentran principalmente en el Municipio de Coroico, son de diferentes categorías, con un total de 53 establecimientos y 512 unidades habitacionales y 1.779 camas; del total de establecimientos sólo once establecimientos que funcionan con la licencia correspondiente emitida por la Unidad de Turismo de la Gobernación; brindan servicios acorde a las categorías obtenidas, los servicios pueden ir desde 5 estrellas en establecimientos como: los Hoteles Gloria, Viejo Molino con habitaciones cómodas, higiénicas, con baño privado y servicio de alimentación incluido con desayuno buffet, hasta en alojamientos donde las condiciones son básicas: habitación compartida con baño compartido por un solo precio (Beltrán, M & Bautista, 2016, p. 84).

Servicio de información turística

La información turística para acceder a la Comunidad de Coroico, es amplia tanto en la ciudad, como en Coroico. Sin embargo, la información para poder llegar a la Comunidad de Tocaña, principalmente en La Paz es nula, en la comunidad no existe alguien que pueda específicamente informar acerca de las actividades que se puedan realizar en Tocaña, uno tiene que buscar su propia información preguntando a los pobladores acerca de los servicios, atractivos, actividades a realizar en dicha comunidad (Redactado en base a observación en viajes de práctica durante el año 2018).

Transporte

El servicio de transporte para poder llegar al Municipio de Coroico está disponible en la terminal de buses Minasa en Villa Fátima, existen buses, minibuses y taxis. El transporte público en la Comunidad de Coroico es variado y accesible para el visitante que desea transportarse a los atractivos cercanos, existen minibuses y taxis que cobran Bs 5 por persona de ida y Bs. 5 de vuelta. Así también, se pudo evidenciar que el transporte hacia esta comunidad es variado, con minibuses y taxis que se dirigen a esa zona, no obstante, los minibuses salen únicamente una vez por día a las 12 del mediodía a aproximadamente, y los taxis salen de manera continua, pero cobran un monto elevado (Bs, 100) por transportar pasajeros hasta la Comunidad de Tocaña.

2.5. ASPECTOS SOCIO CULTURALES

Siguiendo a la Fundación del Banco Central de Bolivia, en el Dossier acerca del pueblo afroboliviano (2015, p. 24, 28), se tienen como principales manifestaciones culturales de los afrobolivianos:

Celebraciones religiosas

La población afroboliviana, posee una rica cultura espiritual y religiosa, visible en sus diversas manifestaciones, las que son transmitidas de los abuelos a las generaciones más jóvenes. Una de las características de estas tradiciones son las fiestas patronales de las comunidades afrobolivianas, consagradas a algún santo o virgen, ocasiones de encuentro entre familiares y amigos, pues muchos ahora viven en las ciudades y retornan a las comunidades para la fiesta. Estas celebraciones tienen muchos elementos aymaras, dado que los afrobolivianos comparten el espacio geográfico con ellos. Así, es característico

escoger a los pasantes de la fiesta, quienes realizan una velada en la víspera, celebran una misa y una procesión con la imagen religiosa y posteriormente, ofrecen una fiesta a todos los invitados. En todo este proceso se baila la saya, símbolo de la identidad afroboliviana (Fundación del Banco, 2015, p. 24,28).

El Mauchi

El Mauchi, ceremonia fúnebre, es una de las prácticas culturales que contiene más elementos africanos. Resulta de una invocación a la naturaleza y a los espíritus para que reciban al difunto, que de ella vino y a ella debe volver. Así Pizarroso (1979 citado por la Fundación del Banco Central de Bolivia, 2015, p. 26) refiere: “En los Yungas, cuando muere una persona de raza negra, suena la música de tambores destemplados, cantos de lamentos y lloriqueos de las mujeres”.

Música y danza Afroboliviana

El Dossier acerca del pueblo afroboliviano publicado por la Fundación del Banco Central de Bolivia (2015, p. 26, 27), señala sobre la música y danza:

- La zemba

La zemba describe tanto la danza como la música, es la forma tradicional de la música de Angola en el África. La palabra también proviene de la singular *Masemba* que significa “un toque de los vientres” movimiento que caracteriza la misma. Esta danza de origen africano, es bailada en pareja por personas adultas y está dedicada a la fertilidad tanto humana, como de la naturaleza, la música es interpretada solo con tambores mayores a golpe de dos manos, acompañada de cánticos o coplas con letras

muy peculiares; de ritmo lento y cadencioso que por momentos se puede acelerar un poco para darle vida a la danza.

- **La cueca negra**

Un baile que se realiza en pareja, realizado para los matrimonios y en privado, este se acompaña solo con el ritmo del tambor mayor ejecutado de la misma manera que en la zemba. Las coplas llevan siempre un mensaje que va acorde a la nueva condición de la pareja o condiciones que afectan a la comunidad, por ejemplo: De Santa Ana / Voy bajando / Para subir a la cuesta é Tokaña / Veinticuatro / Voy saliendo / Al volver voy a pasar por Chijchipa.

- **El huayño negro**

Es un baile acompañado de cantos con el cual se despedía a los novios recién casados, que se realiza de manera colectiva, bailando en círculos, todos tomados de la mano. Las coplas son recomendaciones para los novios sobre la vida cotidiana. Este huayño ha sido recuperado sobre todo en las comunidades de Tokaña, Chijchipa y Mururata. Todas estas expresiones musicales son interpretadas con los tambores mayores a golpe directo con las dos manos, acompañados de los cánticos.

- **La saya**

La saya es la máxima expresión afroboliviana, inspirada en los profundos sentimientos de su población, su espíritu e identidad, además, es un medio de protesta y denuncia de las injusticias vividas. La vestimenta muestra el sincretismo cultural, entre lo aymara, español y africano, así, la pollera, 1 “Dentro de la tierra”, 2 “La familia del más allá te ha llamado”, 3 “Agarrar, aceptar, recibir”, 4 “sé seguro, sé fuerte”. La manta, el

sombrero y el pantalón, fueron imposiciones españolas en la colonia, en cambio las abarcas y la faja son elementos aymaras. El blanco, así como las cintas de colores, son un claro legado de sus ancestros africanos, que es combinado en cada blusa y camisa de saya, de acuerdo a inspiración de cada uno, así que no hay dos iguales, por tanto, no es un uniforme.

La Fundación del Banco Central de Bolivia, (2015, p. 27), señala para la música, cuentan con tres tamaños de cajas o tambores, aunque normalmente nunca son uniformes:

1. El tambor mayor que es usado por la persona más respetable en la comunidad, es el encargado de dirigir. Las cajas son elementos muy africanos, están talladas de corteza de árboles que no tienen la madera muy pesada, pero son resistentes, al igual que otros instrumentos de percusión afrodescendientes alrededor del mundo.
2. El Gangingo es la caja más pequeña y sirve como instrumento de requinto que llena los espacios vacíos que dejan las cajas mayores.
3. La Cuancha es un instrumento de una variedad de bambú, llamada Ta- cuara, tallada con estrías en una cara para emitir un sonido al ser raspada con un trozo de madera muy sólida. También se usan cascabeles, que con su sonar, convocan a la realización de algo muy importante y acompañan al capitán de baile quien tiene también un látigo en la mano como símbolo de autoridad en la danza.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1. MUSEO

A lo largo de tiempo, se han planteado por organizaciones de carácter internacional especializadas, diferentes definiciones de museo, siendo una de las más conocidas la del Consejo Internacional de Museos ICOM (2007) que cita: Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanentemente, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo. Sin embargo, dada la evolución de los museos en la sociedad, esta misma organización en 2019, establece una definición actualizada que señala: Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos, desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos, la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos. Los museos no tienen ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer, y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario.

En virtud a las definiciones de museo, se rescata, para la presente investigación la segunda postura del ICOM correspondiente al año 2019, a razón de que esta sostiene elementos de suma importancia, como la democratización e inclusión, es decir, que todas las personas,

sin distinción alguna, tengan acceso a los museos, como espacios universalizadores, tendientes no solo a la salvaguardia de las muestras, sino también, a una mayor formación y acceso a conocimientos a la luz del desarrollo humano, tomando en cuenta en este caso la amplia riqueza cultural de los afrobolivianos, que debe por medio de estos espacios ser conocida con mayor amplitud, a fin de potenciar a la vez su puesta en valor como patrimonio cultural de Bolivia.

3.1.1. Historia del museo

La historia del museo es la historia del coleccionismo continuada y hecha pública. Los gabinetes, las colecciones y las galerías privadas, sólo eran visitadas ocasionalmente por intelectuales, eruditos, científicos o amigos de los propietarios. El Museo del Vaticano, por ejemplo, era visitado únicamente una vez al año, los viernes Santos. Pero desde la segunda mitad del siglo XVIII algunas colecciones pasan a ser patrimonio nacional, constituyendo el inicio de la apertura de los grandes museos. Los más prematuros fueron el British Museum de Londres (1753), la Galería de Kassel, abierta al público por Guillermo IV en 1760, y el Louvre, en 1798. A partir de estas fechas, y a todo lo largo del siglo XIX, se van abriendo paulatinamente las más importantes colecciones, para que puedan ser visitadas públicamente y constituir el patrimonio público coleccionado (Arenas, J. 1996, p. 123).

En ese entendido, se rescatan dentro de la historia del museo los siguientes antecedentes:

- **Roma**

En Roma, junto a los templos, se habilitan unos espacios reservados a la exposición de trofeos y obras de arte. En los templos de Venus y Apolo, sobre el Palatino, se exhibían los toros de bronce de Mirón, las grandes puertas de marfil labrado que mostraban la historia de los Nióbidas o esculturas procedentes del frontón de Quíos.

Si bien en un principio responden a un interés religioso como las cámaras de los santuarios helénicos, las colecciones expuestas en los templos romanos cada vez adquieren más la consideración de tesoros públicos. Así se exhiben en termas y otros lugares profanos de tal manera que nada tiene que ver su exposición con motivos religiosos (Puig, M., 2017).

- **Grecia**

En los peristilos y pórticos de los templos se exponían conjuntos de obras de arte que comenzaron a denominarse con la palabra *mouseion*, por su consagración a las musas, que eran las protectoras de las Artes y de las Ciencias (Pinacoteca de los Propileos con paneles Polignoto, Acrópolis de Atenas, siglo V a, de C.). También, se construyeron cerca de estos templos monumentos *thesaurus* dónde se recibían los exvotos (Tesoro de los Atenienses, Delfos, en la misma época). Los sacerdotes eran sus guardianes y quienes lo inventariaban. Por tanto, los museos de los templos griegos fueron los primeros museos públicos, accesibles a cualquier ciudadano (Espacio Visual Europa EVE, 2015, web).

- **Egipto**

En el caso de Egipto el desarrollo del coleccionismo en la antigüedad estuvo muy relacionado con: La religión y el poder, la figura sagrada del faraón y su carácter divino, llevo a crear importantes colecciones de pintura y esculturas que venían a inmortalizar la grandeza del monarca. En Egipto enterraban a sus muertos junto a una amplia gama de elementos, que variaban según la posición social del difunto. Mientras que los enterramientos de los pobres solo contaban con utensilios cotidianos, las clases altas se acompañaban de obras de arte y objetos naturales. Esta distinción de clases sociales,

indica que el coleccionismo mágico-religioso estaba, muy unido al poder (Such, M. 1998, p. 22).

3.1.2. Museología

Gregórova, M. (1980, p. 19,21) define a la museología como: Una ciencia que examina la relación específica del hombre con la realidad y consiste en la colección, conservación consciente, sistemática, en la utilización científica, cultural y educativa de objetos inanimados, materiales, muebles (sobre todo tridimensionales) que documentan el desarrollo de la naturaleza y de la sociedad.

Por otro lado, la museología es la ciencia de los museos, es decir aquella disciplina encargada de las funciones y la organización de los museos. Así como, estudiar su desarrollo histórico.

La museología analiza el papel que desempeñan los museos en la sociedad, los sistemas específicos de la investigación y la conservación, la organización expositiva y la educación que genera (Bákula y Repetto, 1989, citado por Caveró Contreras M., 1992, p. 8).

Por tanto, la museología toma un papel preponderante como base para la iniciativa de rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña en La Paz -Bolivia, dados los conocimientos que implica al ser la ciencia del museo, de la que se rescata el análisis estudio, organización y funcionamiento de los museos, entre otros aspectos, los cuales aportan a un mayor conocimiento a la luz de una propuesta que sea consecuente con el conocimiento.

3.1.3. Museografía

El Consejo Internacional de Museos ICOM (2007) define a la museografía como: La técnica que expresa los conocimientos museológicos en el museo. Trata especialmente sobre la arquitectura y ordenamiento de las instalaciones científicas de los museos.

En ese contexto Dever, P. & Carrisoza, A. (2014, p. 1), refiere: La museografía da carácter e identidad a la exposición y permite la comunicación hombre / objeto; es decir, propicia el contacto entre la pieza y el visitante de manera visual e íntima, utilizando herramientas arquitectónicas y museográficas y de diseño gráfico e industrial para lograr que éste tenga lugar.

En función a los referentes expuestos, es posible señalar que la museografía forma parte trascendental de iniciativas de diseño de museos, en función a la parte técnica, de distribución del lugar, entre otros aspectos, por medio de los cuales, sea posible una comunicación del hombre con la exposición, en este caso con las raíces e identidad cultural Afroboliviana.

3.2. PROYECTO MUSEOGRÁFICO

Parte de dos cosas: el guion y el espacio de exhibición. Durante el proceso de diseño es probable que se hagan ajustes al guion para adecuarlo al espacio museográfico disponible o reformas temporales al espacio para mostrar los objetos de la forma más coherente Dever, P & Carrisoza, A. (2010, p. 6),

3.2.1. Elementos del proyecto museográfico

De acuerdo a Dever, P. & Carrisoza, A. (2010, p. 6), los elementos que forman parte del diseño museográfico son:

1. Piezas de la colección: Para empezar, hay que familiarizarse con cada una de las piezas que conforman la exposición lo que se puede hacer estudiando la ficha de registro de cada una; esta información se encuentra en el guion técnico. Cuando se hace esta revisión, es importante verificar que las medidas de los objetos incluyan el marco, pues para efectos de montaje es indispensable conocer este aspecto para dejar el espacio necesario en el diseño del montaje. Así mismo, para el caso de esculturas o piezas de artes decorativas, es necesario saber las medidas, el tipo de material, el peso y características de la obra con el fin de diseñar las bases y vitrinas necesarias de acuerdo con los requerimientos de cada una.

También, se debe verificar el estado de conservación de las piezas para identificar aquellas que requieran ser sometidas a procesos de presentación estética o a una restauración integral en casos más complejos. Conocer la técnica usada en la elaboración de cada una es fundamental para diseñar el montaje adecuado, especialmente en casos en los que los materiales utilizados son sensibles o delicados o aquellos que por su naturaleza no deben ponerse en contacto con agentes dañinos (metales, pinturas, fuentes de luz directa, etc.).

Por lo tanto, es fundamental determinar las características de las obras para: Diseñar el mobiliario museográfico necesario para montar cada obra. Realizar un montaje de acuerdo con los requerimientos en términos de la conservación. Determinar las características de la iluminación.

- Medidas de una obra: Para las obras bidimensionales conviene tener en cuenta las medidas de la obra y de la misma con el marco (incluye el pass partout). El orden en que se referencian las medidas es el siguiente: alto x ancho x profundidad.

- Altura de la obra sin marco
- Ancho de la obra sin marco
- Profundidad de la obra sin marco
- Altura de la obra con marco
- Ancho de la obra con marco.

Medidas de una escultura: 1. alto 2. ancho 3. profundidad 4. altura de la base

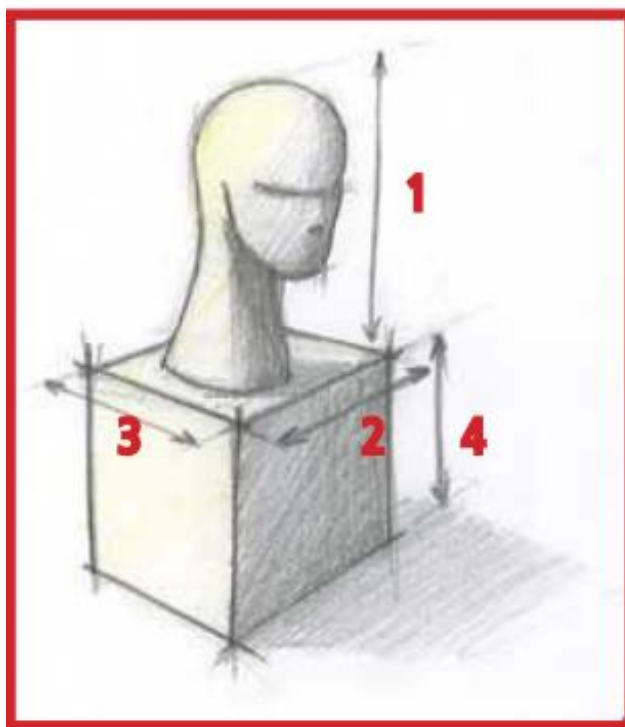


Ilustración 2. Aspectos a considerar escultura

Fuente: Dever, P. & Carrisoza, A. (2010, p. 6).

- 2. Guion:** Mediante el estudio cuidadoso del guion y las conversaciones con el curador se determinan las necesidades de subdivisión del espacio de acuerdo con los temas planteados en ese documento. La museografía cobra especial relevancia en este momento, porque a través de ella se pueden reforzar las temáticas expresadas por la curaduría; esto se logra mediante el uso de paneles divisorios, cambios de

iluminación y ubicación de textos al inicio de cada tema. En ciertos casos se puede incluir el nombre de cada espacio y numerarlo para facilitar el recorrido. De igual forma se pueden destacar piezas importantes exhibiéndolas en un panel, en un espacio independiente, en el centro de la sala o con iluminación especial.

3. **Espacio:** Para iniciar el diseño es indispensable tener en cuenta el área de cada una de las salas que conforman el espacio disponible, así como, el área total con que se cuenta para montar; hay que establecer el metraje lineal de muros y paneles aptos para montaje, la altura de cada uno. También, hay que identificar claramente los accesos y salidas y tener en cuenta que las normas de seguridad exigen que las obras deben estar exhibidas a una distancia inferior a 30 metros de una salida.

Adicionalmente, se debe indagar acerca de lo siguiente: El mobiliario museográfico con el que se cuenta o las necesidades de carpintería. Las exigencias del montaje en términos de conservación. Los sistemas de iluminación del espacio. La capacidad eléctrica y ubicación de tomas y salidas. La ubicación de fuentes de luz natural. La ubicación de salidas de aire acondicionado.

3.2.2. Tipos de exposiciones

Dever, P. y Carrisoza, A. (2014, p. 3,5), señalan como tipos de exposiciones:

- a) **Exposición permanente:** Se le llama exposición permanente a la exhibición diaria de las piezas propias de un museo que permanece abierta al público por tiempo indefinido.

- b) **Exposiciones temporales o transitorias:** Se realizan para ser exhibidas durante un período de tiempo corto, entre dos semanas y tres meses; su duración depende de la trascendencia de la exposición y del nivel de asistencia de público. Por lo general se realizan en recintos que deben adaptarse fácilmente, o en poco tiempo, a las necesidades particulares de montaje de cada muestra.
- c) **Exposiciones itinerantes:** Permiten descentralizar un museo, ya que a través de éstas se hace llegar parte de su colección a lugares distantes y a segmentos de público que de otra manera difícilmente podrían tener contacto con estas piezas, aportando así al desarrollo educativo y cultural de la nación.

Conforme al análisis de los diferentes tipos de exposiciones, se rescata para el rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, a la exposición permanente y temporal, por ser las más adecuadas para la puesta en valor de las muestras y cultura en la región, ello a partir de medidas futuras que respondan, por ejemplo; a una agenda cultural, previamente establecida.

3.3. DISEÑO MUSEOGRÁFICO

Comprende la definición de los criterios básicos para el montaje de acuerdo con el guion técnico entregado por la curaduría. El proceso se debe realizar sobre planos a escala y cortes de los espacios disponibles. Es un procedimiento largo y dispendioso en el que se buscan acuerdos para lograr presentar las obras en el espacio disponible manteniendo la coherencia del guion (Dever, P. & Carrisoza, A. 2014, p. 6, 10), siguiendo a los mismos autores, el diseño debe responder a:

1. **Elaboración de la propuesta de montaje museográfico:** Este trabajo lo elabora el equipo de museografía, se realiza sobre planos y maquetas que permiten la comprensión del proyecto por parte de todas las personas que participan en él: la dirección del museo, los curadores, los diseñadores gráficos e industriales, los conservadores y restauradores, el personal de montaje, etc. El trabajo se inicia con las conversaciones preliminares con el curador para determinar el carácter de la exposición; una vez se ha llegado a un acuerdo y se ha determinado el carácter de la misma, es claro que las demás decisiones de diseño dependerán de lo que se ha convenido.
2. **Elaboración de planos y maquetas:** En primera instancia, se recomienda elaborar un plan de masa o diseño básico en donde se exprese la intención global del proyecto, su carácter, ideas de color y de montaje, propuestas de tipografía y la ubicación general de los espacios temáticos para discusión. Paralelamente debe acordarse un cronograma de trabajo en el que se especifica quiénes son responsables de las diferentes actividades, así como el tiempo de entrega para garantizar el cumplimiento de las tareas que culminarán la víspera de la fecha de inauguración.
3. **Criterios sobre diseño museográfico:** Entre estas se tienen:
 - a) **El espacio en función a la protección de los objetos:** Poner en práctica medidas tales como prevención contra robo o incendio, la adecuada preservación de la pieza en términos de conservación y el diseño de un montaje que garantice el buen manejo del público, son fundamentales para garantizar la protección de los objetos y evitar el deterioro de las piezas que se exhiben. Por lo tanto, el espacio museográfico debe contemplar lo siguiente:

- **Seguridad contra robo:** Revisión periódica de puertas y ventanas del edificio en contacto con el exterior, cielo raso, vidrios, etc.
- **Seguridad contra incendio:** Revisión periódica de instalaciones eléctricas para evitar riesgos de cortocircuito.
- **Sistemas contra incendio:** El espacio debe estar dotado con los equipos necesarios para apagar un incendio de acuerdo con los materiales y tipo de fuego. La distancia máxima hasta un extintor o gabinete contra incendios no debe ser mayor a 30 metros. Se debe instruir al personal de seguridad y a los monitores culturales en cuanto al manejo de estos equipos, su revisión y las rutas y procedimientos previstos en caso de evacuación del público visitante. Así mismo, el área de montaje debe estar aislada de cualquier actividad que represente riesgo de un incendio (quema de basuras, talleres de trabajo con fuego, soldadura, etc.).
- **Control de humedad:** Revisión para evitar el ingreso y/o exceso de humedad que puede producirse tanto por factores externos (goteras en el techo, filtración de aguas lluvias a través de ventanas mal selladas, etc.) como internos (filtración de tuberías averiadas, humedad en muros y pisos por acción del terreno). En caso de confirmarse la presencia de humedad excesiva, prever que las fuentes de ésta sean arregladas antes de iniciarse el montaje. Por último, tener a disposición los deshumidificadores necesarios para nivelar la humedad relativa del espacio.
- **Control de temperatura:** Deben preverse cambios bruscos de temperatura, por lo tanto, es necesario actuar acorde con las recomendaciones de conservación al respecto, especialmente en casos en los que los muros y cubiertas se vean afectados directamente por luz solar, considerando no colgar obras delicadas en muros que reciban el sol de la tarde.

- **Control de luz solar:** En la medida de lo posible, bloquear la entrada directa de rayos de sol a las salas, instalando en las ventanas según conveniencia y presupuesto alguna de las siguientes alternativas: filtro UV, liencillo protector, pintura blanca, de acuerdo con las especificaciones de conservación.
- b) **Relación metraje de muros/obra:** Para determinar si el espacio de montaje disponible es suficiente, se puede establecer la relación entre el metraje de muros y la cantidad de obras, para lo cual, se toma el metraje lineal de los muros disponibles y se divide por la sumatoria de las medidas lineales de todas las obras. Si esta relación es entre 1.5 y 1.8 es decir, obra menor que muros, las obras caben en el espacio de manera adecuada. Por el contrario, si el resultado es, obra igual a muros u obra mayor que muros, éstas no caben de ninguna manera. En caso de ser esta la situación, la solución puede ser incluir paneles o muros divisorios en el espacio, realizar el montaje en filas para obras de pequeño formato o editar la muestra.
- c) **Recorrido:** Existen distintos tipos de recorridos de acuerdo con los tipos de visitantes al museo y las exposiciones; éstos se pueden determinar mediante la utilización de paneles, el manejo del color, la ubicación de los textos y el montaje de las obras. Para exposiciones con orden secuencial el recorrido debe comenzar por la izquierda.

3.3.1. Tipos de recorrido

Seguendo a Dever, P. & Carrisoza, A. (2014, p.10), se tienen como tipo de recorrido:

- **Recorrido sugerido:** Es el más utilizado. Si bien presenta un orden secuencial para la mayor comprensión del guion, permite que la visita se realice de manera diferente si se quiere.

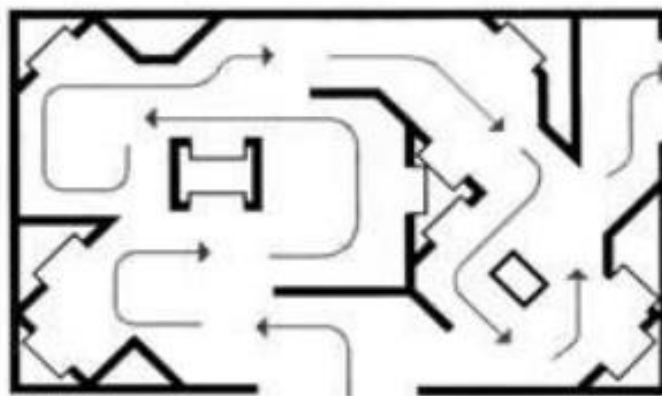


Ilustración 3. Recorrido sugerido

Fuente: Dever, P. & Carrisoza, 2014, p.10.

- **Recorrido libre:** Se utiliza para guiones no secuenciales. Permite realizar la visita de acuerdo con el gusto o inquietudes del visitante. No es adecuado para museos de carácter histórico pues una visita discontinua rompe con la narrativa del guion.

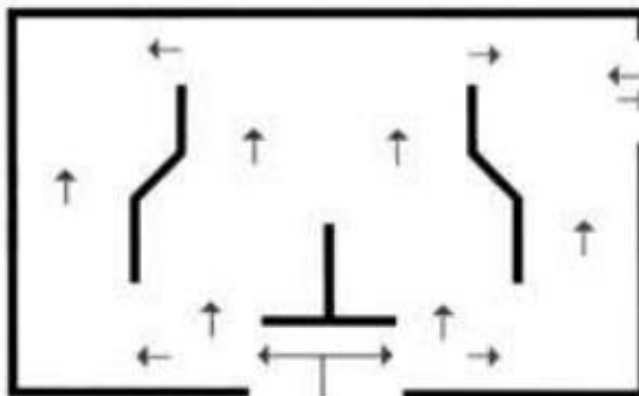


Ilustración 4. Recorrido libre

Fuente: Dever, P. & Carrisoza, 2014, p.10.

- **Recorrido obligatorio:** Se utiliza para guiones secuenciales en donde el visitante debe realizar la visita siguiendo el orden planteado a través del montaje. Permite la narración completa del guion mediante un recorrido secuencial de los temas tratados.

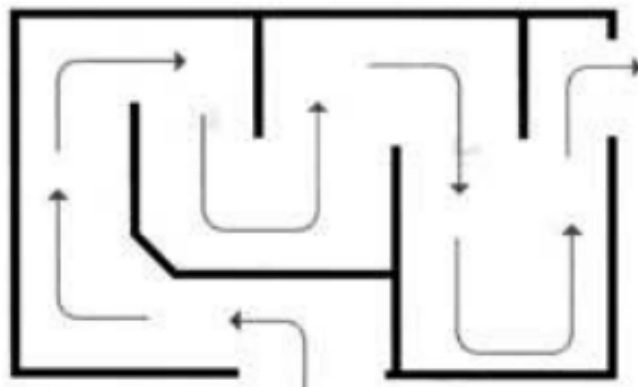


Ilustración 5. Recorrido obligatorio

Fuente: Dever, P. & Carrisoza, 2014, p.10.

3.3.2. Curaduría

Mosco, A. (2016) define la curaduría como: La disciplina que se encarga del estudio de la creación artístico-cultural y de los saberes reunidos en el museo a través de la identificación, clasificación, documentación, catalogación, investigación, selección y ordenamiento de sus colecciones. Su finalidad consiste en conceptualizar y desarrollar contenidos para las exposiciones, con un sentido de comunicación-divulgación dirigida a los públicos, por medio de la interpretación de sus valores y significado.

Por su parte Coto, D. (2016) indica: La curaduría es un trabajo complejo y multidisciplinario que funciona como una puesta en escena creada en torno a un discurso específico. A través de ella se construye la exposición como un mapa conceptual. Esto implica seleccionar y ordenar los temas, objetos y materiales para lograr transmitir conocimiento.

En base a los referentes teóricos expuestos, se advierte una notable importancia de la curaduría en el rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, por medio

del cual, en las salas de exposición, se aborde, por ejemplo: la llegada de los afrobolivianos al entonces Alto Perú, específicamente a Potosí, las faenas y condiciones en las que se encontraban, hasta su asentamiento en los Yungas de La Paz, mestizaje y manifestaciones culturales vigentes.

3.4. GESTIÓN DE MUSEOS

La gestión comprende acciones que, si bien no hacen parte de las actividades misionales de una institución como un museo, permiten que en la operación diaria sea posible llevar a cabo los objetivos y metas de una institución o proyecto cultural. En ella se involucran actividades que incluyen tareas relacionadas con aspectos contables, financieros, jurídicos, seguridad, mantenimiento, mercadeo, recursos humanos, etc. Así como, aspectos relacionados con procesos de planificación estratégica a mediano y largo plazo. Existen numerosas tareas de orden administrativo, como logística, seguridad, informática y marketing, cuya importancia es creciente (Ministerio de Cultura República de Colombia, 2012, p. 29).

En este contexto, la gestión de museos aparece como una herramienta específica que sirve para definir estrategias, tomar en cuenta a las diferentes clases de públicos, crear programas y exposiciones (vistos como los servicios que oferta una institución o proyecto), hacer búsqueda de recursos, que pueden provenir de donaciones (con figuras ampliamente generalizadas, como las sociedades de amigos) o responder al diseño de formas alternativas de financiación (alquiler de espacios, tiendas, restaurantes, etc.) (Ministerio de Cultura República de Colombia, 2012, p. 29).

3.4.1. Componentes básicos de la gestión de museos

De acuerdo a Bravo, I. (1995, p.178), los componentes a considerar son:

- a) **Planificación:** En primer lugar, sería entendida como definición de objetivos, paso previo para poder conducir al museo hacia unas metas propuestas, en el marco de las funciones básicas del mismo: adquisición, investigación, conservación, documentación, educación y exposición. Dentro de la planificación, se incluyen la programación de actividades, valoración de los recursos necesarios, asignación de presupuestos, etc.
- b) **Organización:** De los recursos para lograr los objetivos, por un lado, los recursos financieros y por otro lado los recursos humanos. La organización de estos últimos implica una estructuración del personal y una definición de sus actividades, en consecución de los objetivos, dentro de un organigrama que establezca la jerarquía y las relaciones.
- c) **Motivación:** La organización debe lograr la comunicación entre el personal y el conocimiento por parte de este, de objetivos de la institución para poderlos asumir como algo propio. La delegación y la descentralización son fórmulas destacadas por muchos profesionales que contribuyen a la motivación del personal de museos y a que realmente exista un trabajo en equipo.
- d) **Sistemas de control:** Son necesarios para evaluar si el museo está en vías de alcanzar los objetivos propuestos y por tanto también, si la institución efectivamente cumple con las funciones básicas determinadas.

3.5. MUSEOS DE BOLIVIA

Seguendo a Cavero, M. (2015, p. 26, 27) se tienen como antecedentes acerca de los museos en Bolivia:

- La organización y establecimiento de verdaderos museos en el país, surge después de la Guerra del Chaco. Es así que en 1933 se fundó en Sucre a instancias del Arzobispo Pierini, la Academia de Historia Eclesiástica que repercutió en la consumación del Museo Eclesiástico de Sucre.
- Por otra parte, en La Paz, por donación y cesión del Banco Central de Bolivia de su colección en depósito, se funda el Museo Nacional que recién en 1964 se abrió al público, ese mismo año se creó el Museo Histórico Militar, y el Museo Casa de Murillo. Paulatinamente, se fueron organizando otros museos en el país. Destacando en La Paz los museos: Costumbrista “Juan de Vargas”, del Litoral, Histórico Policial, de Historia Natural, de Metales Preciosos Precolombinos, Mineralógico, Municipal de Arte Moderno, Nacional de Etnografía y Folklore, Pinacoteca de San Francisco, de la Catedral, de Instrumentos Musicales, y otros.
- En Sucre, los museos: Casa de la Libertad, y de las Iglesias de Santa Clara y la Recoleta.
- En Oruro, los museos: Casa de la Cultura, Municipal de Arqueología, y el Mineralógico.
- En Potosí, los museos: Santa Teresa y Casa Real de la Moneda.
- En Santa Cruz, los museos: de la Catedral de Arte Sacro, de Ciencias Naturales, y el Parque Nacional Noel Kempff Mercado. En Tarija, el museo del “Moto Méndez” en San Lorenzo. Cabe destacar que algunas Universidades Departamentales cuentan con buenos museos privados como los de: Cochabamba, Potosí, Tarija, La Paz y Sucre.

Tal y como se puede observar, en Bolivia el desarrollo de los museos, surge a partir de 1933, con un notable avance durante los años '60 que da paso a las principales colecciones, reconocidas en la actualidad en el caso del turismo en los libros guía y portales de información turística, que evidencian la imperante necesidad de crear mayores muestras de coleccionismo dado el amplio legado cultural e histórico en la región (Cavero, M. 2015, p. 26, 27).

3.5.1. Problemas teóricos de intervención

En función al aporte de Cavero, M. (2015, p. 55): La conservación de bienes monumentales (Muebles y/o inmuebles), no debe tomarse como una mera consideración aislada, ni estética solamente; en todo caso constituye todo un proceso dinámico, puesto que fomenta la estabilización identificatoria, manteniendo además vigente nuestra personalidad histórico-cultural. Se practica la conservación, realizando colecciones organizadas que puedan salvarse de ser destruidas o puedan emigrar fuera de la región y aun del país, o simplemente quedar ignorados todos aquellos especímenes variados de nuestro patrimonio cultural; colecciones que incluyen por supuesto, desde estampillas y libros, hasta complejas obras de arte o restos arqueológicos, pasando por un sin número de objetos que constituyen un legado riquísimo, el que teniéndolo organizado y conservado en su exposición nos beneficiaría considerablemente (Cavero, M. 1989, p. 143).

Entre las consideraciones preliminares, se hace imperativo definir algunos conceptos, los cuales, siguiendo a Cavero, M. (2015, p. 56) son:

- **Conservación:** Se denomina así a las acciones encausadas a mantener en buen estado los bienes patrimoniales. Son acciones adoptadas para asegurar que los bienes patrimoniales se mantengan dentro de las mejores condiciones a través del tiempo y

del medio ambiente. Requiere de procedimientos técnicos y científicos acordes a normas universalmente aceptadas

- **Restauración:** Es la actividad orientada a reparar, reintegrar o recobrar el estado primigenio de un bien, restableciendo su anterior valor. Disciplina que conlleva acciones para conservación y preservación de bienes y a través de ellas se restituyen los valores históricos y estéticos que poseen.
- **Preservación:** Se refiere a brindar protección, o poner a cubierto anticipadamente a los bienes patrimoniales, contra algún daño o peligro, cautelando su integridad. Acción de resguardo anticipado de un bien patrimonial, evitando los posibles daños o deterioros (Cavero, M. 2015, p. 56).

Se incluyen conceptos adicionales, de términos utilizados referidos a acciones finales, los cuales en referencia Cavero, M. (2015, p. 57, 58):

- **Mantenimiento:** Se refiere al amparo o preservación del estado de conservación en la posesión o goce de los bienes en custodia.
- **Restitución:** Es casi como la restauración, pues señala el retorno hacia el estado original; sin embargo, se reestablece no solo las características, sino en bien mismo.
- **Reintegración:** Es restituir o recobrar lo faltante dentro del todo del bien.
- **Reproducción:** Se refiere a reiterar o repetir la producción. Casi imitación.
- **Puesta en valor:** Es la cualidad de aptitud o grado de utilidad de algo ya restaurado o restituido, que sirve para satisfacer necesidades y proporcionar deleite y bienestar.

En los bienes patrimoniales, constituye el producto, el fruto o renta beneficiaria.

Por consiguiente, para el rediseño del Museo de Tocaña, es preciso que se considere que no se trata solo un montaje que sea estético, sino que a la vez procure la conservación de las muestras, que en este caso refiere tanto a la infraestructura, como al mantenimiento, en el

que se debe considerar la parte climatológica del lugar particularizado por la humedad. Así también, la elaboración de una guía de registro sobre el estado del repositorio, y la repuesta oportuna en caso de cualquier imperfección.

3.5.2. Posibles criterios de solución

De acuerdo a Cavero, M. (2015, p. 59): El más importante concepto, que debe tenerse siempre en cuenta esta referido a la Reversibilidad, la misma que se traduce como la condición de cambio de uso hacia lo anterior, regenerando o volviendo atrás con el material empleado o la mano de obra concluida después de la restauración, con el fin de mejorar otra técnica o alcanzar mejor resultado, teniendo en cuenta, los siguientes puntos:

- a) Material soporte. - Es el material básico y estructural de una obra
- b) Material inerte. - Es el material de relleno, inactivo y hasta inútil, solo, decorativo
- c) Aglutinantes. - Capacidad de agrupar en plastos pegajosos
- d) Adhesivos. – Pegamentos
- e) Pastas de Relleno. - Masas blandas y plásticas antes de fraguarse, pasa a ser inerte
- f) Disolventes. - Capacidad de solubilidad
- g) Diluyentes. - Capacidad de desleír.

En ese entendido, se deberán considerar todos los puntos, que aporten a soluciones prácticas en el rediseño del Museo de la Comunidad de Tocaña, puesto que de estos dependerá la conservación, preservación de las muestras, garantizando a la vez que las exposiciones sean montadas con la seguridad requerida.

3.6. CARTAS INTERNACIONALES EN RELACIÓN A LOS MUSEOS

Siguiendo el aporte de Cavero, M. (2015, p. 59): Son Acuerdos comprometidos entre naciones participantes, referidos a la necesidad de la Conservación de sitios y objetos patrimoniales, su Restauración dentro de la “reversibilidad”, necesidad de Catalogación y Preservación. El mantenimiento museológico y la Puesta en Valor de lo eminentemente cultural. Las Cartas internacionales más importantes corresponden a:

- **Carta de Atenas**

(Grecia - 1931-33), que trato de la Conservación del Patrimonio Cultural de la Humanidad, y Protección de los Monumentos como Obras Históricas y Artísticas del pasado; recomendando mantener la ocupación de los inmuebles para evitar su abandono y deterioro consecuente. Esta reunión internacional fue motivada por la oficina Internacional de Museos (OIM), anterior al ICOM.

- **Carta de Venecia**

(Italia – 1952 – 58), 2a. Reunión de UNESCO e ICOM, que trato de aspectos de Salvaguarda de Obras de Arte considerados como Testimonios Históricos. Se crearon Centros Internacionales de Estudios para la Conservación y Restauración de Bienes Culturales.

- **Conferencia General de la UNESCO en su XI Reunión en Paris.** (Francia – 1960)

Que recomienda acciones de efectividad y accesibilidad de los Museos. (ICOM).

- **Carta Italiana del Restauero.** (Roma – 1965), organizada por el Consejo Superior

para Obras de Antigüedad y Bellas Artes, y que adoptan definiciones técnicas de intervención en obras degradadas.

- **Normas de Quito.** (Ecuador – 1968), organizadas por PNUD-OEA, creando la aplicación de medidas legales, y las normas de la Puesta en Valor del Patrimonio Cultural, referido a lugares de interés Histórico - Artístico.
- **Carta de la Nueva Delhi.** (India-1956, organizada por la UNESCO, y referida a principios internacionales aplicables a Excavaciones y Protección del Material Arqueológico.
- **Convención sobre Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural.** - (Paris- 1972), organizado por la UNESCO en su XVII Reunión en Francia; por la que se organizaron Comités de Protección, creando Fondos Mundiales Presupuestales.
- **Carta de Machu Picchu.** (Peru-1977), organizada por la OEA-PNUD, y trata de la conservación y preservación de Ambientes Históricos de Ciudades, y Monumentos del Crecimiento Urbano.
- **Carta de Toledo.** (España – 1977), organizada por la UNESCO – PNUD, y trata de la contribución Técnica y metodológica de la Conservación y restauración de los Bienes patrimoniales.

Las cartas internacionales, descritas se dieron a conocer por la importancia que se le asigna a los museos a la largo del tiempo, por la cual, se tienen tratados entre países para la conservación del patrimonio, como elemento capaz de informar, orientar, conservar y mantener la memoria de los pueblos, desde aquellos conocidos mundialmente a los que requieren una mayor puesta en valor, tal el caso de la Cultura Afroboliviana.

3.7. POSICIONAMIENTO

El posicionamiento es la toma de una solución concreta y definitiva en la mente del o de los sujetos en perspectiva a los que se dirige una determinada oferta u opción, de manera que frente a una necesidad dicha oferta u opción pueda satisfacer, los sujetos en perspectiva le den prioridad ante otras similares (Ries. A y Trout. J. 1991, p. 5).

Así también, el posicionamiento se define como el uso que hace una empresa de todos los elementos que dispone para crear y mantener en la mente del mercado meta una imagen particular en relación con los productos de la competencia (Stanton, W. Etzel, M. y Walker, B. 2004, p. 184).

En ese entendido, se asume que el posicionamiento, es aquel que permite a toda organización contar con una imagen que perpetre en la mente del consumidor, en este caso por medio del posicionamiento, se buscará una imagen del Museo de Tocaña como un museo vivo, que habla de la cultura en esta región su riqueza, sus particularidades, y la oportunidad de vivir una experiencia única y singular.

3.7.1. Tipos de estrategias de posicionamiento

Moraño, X. (2010) señala como tipos de posicionamiento:

- a) **Basada en un atributo:** Centra su estrategia en un atributo que le permite diferenciarse, como puede ser la antigüedad de la marca o el tamaño. Las marcas que basan su estrategia de posicionamiento en un solo atributo, pueden fortalecer su imagen en la mente del consumidor con mayor facilidad que las que intentan basar su posicionamiento en varios atributos.
- b) **En base a los beneficios:** Destaca el beneficio de un producto, frente a otro producto de la competencia

- c) **Basada en el uso o aplicación del producto:** Destaca la finalidad de un producto.
- d) **Basada en el usuario:** Está enfocado a un perfil concreto, en el que se identifican en sus gustos, pasiones o preferencias. Una forma bastante efectiva de posicionamiento es que una persona destacada en medios sea la imagen asociada a la marca, de este modo es más sencillo comunicar el posicionamiento de la marca a aquellas personas que se sientan identificadas.
- e) **En base a la calidad o al precio:** El producto puede centrar su estrategia en esta relación de calidad y precio, o centrarse únicamente en uno de los dos aspectos.

De acuerdo al análisis de los tipos de posicionamiento, se considera para la presente investigación al posicionamiento por atributo, dadas las características del Museo de Tocaña que le hacen único, al tratar una historia tan llamativa, por el asentamiento de la raza negra en la región, todo lo que tuvo que atravesar desde que sus descendientes fueron traídos desde el África, el proceso de mestizaje, hasta el ritmo, la música tan cautivadora, sin dejar de lado una ubicación particular en un clima cálido, en Los Yungas de La Paz.

3.7.2. Ventajas del posicionamiento en el mercado

De acuerdo a Ibañez, J. & Manzano, R. (2007), las ventajas del posicionamiento en el mercado son:

- Facilita la elección del producto al implicar una diferenciación respecto a la propuesta comercial de la competencia.
- Relacionado con lo anterior, supone una utilidad adicional para el consumidor, ya que ve ampliadas sus opciones de elección.

- Proporciona un incremento en el valor de la marca, a través de cualquiera de las vías que componen este valor. Específicamente, ayuda a aumentar el conocimiento de la marca y facilita una imagen más clara de ésta.
- Permite organizar todas las estrategias y actividades de marketing a partir de una base común, marcando el camino a seguir para todos los elementos del marketing mix.
- Supone, a través de la generación de valor de marca, una mayor productividad de la inversión en marketing, y consecuentemente, una mayor facilidad de traducir ésta en participación de mercado y rentabilidad.

Tal y como se puede advertir el posicionamiento en el mercado implica grandes ventajas, por las cuales no es posible pensar en el rediseño del Museo de Tocaña, sin un componente de marketing orientado a su posicionamiento, para que se dé a conocer, perpetre en la mente del consumidor y a la vez coadyuve a la solidez, sostenibilidad económica.

3.8. HIPÓTESIS

El diseño actual del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña al ser desarrollado en forma empírica, no responde a una adecuada museografía y administración para que alcance la puesta en valor en el ámbito turístico de la región

3.8.1. Variables

X= Diseño del Museo de la Comunidad Tocaña

Y= Inadecuada museografía y administración

Tabla 3. Operacionalización de la hipótesis

Variable independiente	Definición	Indicadores	Metodología
Diseño Museo Comunidad Tocaña	El diseño museográfico se refiere específicamente a la exhibición de colecciones, objetos y conocimiento, y tiene como fin la difusión artística - cultural y la comunicación visual. Parte de la elaboración de una propuesta para el montaje de una exposición que interprete la visión que el curador ha plasmado en el guion (Dever, P. & Carrisoza, A. 2014, p. 2).	Museo Comunidad Afroboliviana de Tocaña	Observación Estadística descriptiva Entrevista
Variable dependiente	Definición	Indicadores	Metodología
Inadecuada museografía y administración	La Museografía como parte práctica, es la definitoria en la relación edificio- público-objeto de exposición, es decir, relaciona objetos con el espacio al que se circunscriben y los relaciona entre sí, con un discurso coherente, motivador y comunicador, para que la muestra expositiva logre la relación deseada entre el objeto y el público (Gamboa, S. 1998). La Administración es el proceso que busca por medio de la planificación, la organización, ejecución y el control de los recursos darles un uso más eficiente para alcanzar los objetivos de una institución (Quiroa, M. 29 de enero de 2020).	Espacio Seguridad Recorrido Planeación Organización Dirección Control	Observación Encuesta Entrevista

CAPÍTULO IV

MARCO LEGAL

CONSIDERACIONES GENERALES

En virtud a los fines que persigue el presente trabajo de investigación, desde un enfoque turístico y de gestión del patrimonio cultural, se consideran dentro del marco legal de sustento a la Constitución Política del Estado, la Ley de Turismo y Ley de Patrimonio Cultural en Bolivia.

4.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO

Artículo 1: Define al Estado boliviano como plurinacional donde existe la pluralidad cultural y lingüística.

Artículo 32: Reconoce al **pueblo afroboliviano** con los mismos derechos que los pueblos indígenas

Artículo 98. I. La diversidad cultural constituye la base esencial del Estado Plurinacional Comunitario. La interculturalidad es el instrumento para la cohesión y la convivencia armónica y equilibrada entre todos los pueblos y naciones. II. La interculturalidad tendrá lugar con respeto a las diferencias y en igualdad de condiciones. III. Será responsabilidad fundamental del Estado preservar, desarrollar, proteger y difundir las culturas existentes en el país.

Artículo 99. I. El patrimonio cultural del pueblo boliviano es inalienable, inembargable e imprescriptible. Los recursos económicos que generen se regularán por la ley, para atender prioritariamente a su conservación, preservación y promoción. II. El Estado garantizará el

registro, protección, restauración, recuperación, revitalización, enriquecimiento, promoción y difusión de su patrimonio cultural, de acuerdo con la ley.

Artículo 100. I. Es patrimonio de las naciones y pueblos indígena originario campesinos las cosmovisiones, los mitos, la historia oral, las danzas, las prácticas culturales, los conocimientos y las tecnologías tradicionales. Este patrimonio forma parte de la expresión e identidad del Estado.

Artículo 102. El Estado registrará y protegerá la propiedad intelectual, individual y colectiva de las obras y descubrimientos de los autores, artistas, compositores, inventores y científicos, en las condiciones que determine la ley.

En ese entendido, se evidencia que la Cultura Afroboliviana goza, de un resguardo legal, desde la carta magna como principal norma que rige al país, razón por la cual, la propuesta de rediseño del Museo de la Comunidad de Tocaña, goza de mayor relevancia, y el sustento legal que le respalde, porque se apela al reconocimiento del pueblo afroboliviano, y se consideran a la vez aspectos preponderantes en cuanto a la protección, registro del patrimonio y de toda forma de expresión, apoyándose en la interculturalidad.

4.2. LEY 292: LEY GENERAL DEL TURISMO “BOLIVIA TE ESPERA”

Artículo 3 (objetivos del turismo). El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable, respondiendo a los siguientes objetivos:

- a) Promover, desarrollar y fomentar el turismo interno, para fortalecer la identidad plurinacional y las riquezas inter e intraculturales.
- b) Promover, desarrollar y fortalecer los emprendimientos turísticos de las comunidades rurales, urbanas, naciones y pueblos indígena originario campesinas para el

aprovechamiento sustentable, responsable, diverso y plural de patrimonio natural y cultural.

- c) Proteger los lugares y símbolos sagrados, conservar los recursos naturales y respetar la identidad de los pueblos indígena originarios campesinos, **comunidades interculturales y afrobolivianas.**

En relación a estas disposiciones, al referir al turismo como eje para promover y ayudar al desarrollo de pueblos indígenas originarios y de esa manera fortalecer la identidad plurinacional de nuestro país, se avala la importancia de la propuesta dado, que a partir del rediseño del museo será posible aportar a la mejora de la Comunidad de Tocaña.

Artículo 4. (importancia y posicionamiento estratégico del turismo). I. La importancia estratégica del turismo radica en: a) Revalorizar el patrimonio natural y cultural de los pueblos indígena originarios campesinos, **comunidades interculturales y afrobolivianas.**

Se rescata entonces, por medio del artículo, que, gracias al turismo y su posicionamiento, será posible con la presente propuesta, revalorizar el patrimonio de los pueblos y comunidades que forman parte de las 36 naciones reconocidas en nuestro país.

Artículo 5. (principios). La actividad turística se desarrollará en el marco de los siguientes principios:

- a) Inclusión. La política turística promueve la incorporación de todas las formas de organización económica reconocidas en la Constitución Política del Estado, incentivando la formación de alianzas estratégicas equitativas para el desarrollo del turismo.
- b) Redistribución, Equidad e Igualdad. El desarrollo de la actividad turística, impulsará la distribución y redistribución de beneficios, la igualdad de oportunidades, un trato

justo y una relación armónica entre los actores turísticos, respetando las formas de organización económica.

- c) Responsabilidad. La actividad turística debe caracterizarse por su ejercicio de manera responsable, promoviendo la conservación del medio ambiente, las culturas, sus normas y procedimientos, y el orden social establecido, de manera que se minimicen y mitiguen los impactos negativos de esta actividad.
- d) Solidaridad y Complementariedad. Los actores del turismo actuarán conjuntamente con el nivel Central del Estado y las entidades territoriales autónomas mediante la coordinación, cooperación y complementariedad permanente entre ellos.

Los principios bajo los cuales se llevará a cabo la actividad turística, sirven como un lineamiento para la administración, distribución y redistribución de beneficios, de tal manera que todo sea equitativo, en aspectos como nuevas iniciativas que apelen al desarrollo de una determinada región, en este caso por medio del rediseño del museo de Tocaña.

Artículo 9: (derechos de los prestadores de servicios turísticos)

Los prestadores de servicios turísticos tienen los siguientes derechos:

- a) Ejercer la actividad turística dentro del territorio del Estado Plurinacional de Bolivia, previa autorización de las autoridades competentes.
- b) Recibir apoyo e incentivos de las entidades territoriales autónomas en la promoción de sus servicios.
- c) Recibir capacitación en materia turística.
- d) Participar en la promoción y difusión del “Destino Bolivia” en el marco de la coordinación y colaboración entre los actores del turismo.
- e) Contar con seguridad turística dentro del territorio del Estado Plurinacional de Bolivia, a través de las autoridades competentes.

Artículo 10: (Obligaciones de los prestadores de servicios turísticos). Los prestadores de servicios turísticos tienen las siguientes obligaciones:

- a) Cumplir las disposiciones establecidas en la presente Ley, sus reglamentos, el Plan Nacional de Turismo, así como las disposiciones regulatorias y de supervisión orientadas al ejercicio de las atribuciones de la Autoridad Competente en Turismo.
- b) Cumplir las disposiciones establecidas por las entidades territoriales autónomas, en materia de turismo en el marco de sus competencias.
- c) Proporcionar a las autoridades competentes información clara, precisa, cierta, completa y oportuna respecto al ejercicio de sus actividades, que no sea estratégica y/o confidencial, conforme al Reglamento.
- d) Contribuir con la preservación de la cultura y medio ambiente de las naciones y los pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y **afro bolivianas** visitados.
- e) Contribuir a la difusión de la información orientada a preservar y valorar los significados y valores del patrimonio cultural y turístico.
- f) Cumplir con las previsiones de los planes de manejo de los sitios patrimoniales y/o áreas protegidas.
- g) Dar a conocer a las y los turistas las obligaciones y prohibiciones contenidas en la presente Ley.
- h) Asumir la responsabilidad por los incumplimientos injustificados en la prestación de servicios turísticos.
- i) Realizar prestaciones de servicios turísticos de manera individual o a través de alianzas en sociedades estratégicas con otros prestadores de servicios turísticos, autorizados a nivel nacional o departamental.

Artículo 12. (Desarrollo armónico y sustentable del turismo). La actividad turística realizada por las formas de organización económica, comunitaria, estatal y privada, será efectuada en el marco de un desarrollo armónico y sustentable, de manera que tenga sostenibilidad económica a largo plazo y promueva su crecimiento en base a un manejo racional y responsable en lo ambiental, cultural, social y económico.

La actividad turística que se llevará a cabo en la Comunidad Afroboliviana de Tocaña deberá, por tanto, llevarse a cabo de manera sustentable, proporcionando cierta estabilidad económica y sin causar impactos negativos de ningún tipo durante su ejecución.

Artículo 13: (Modalidad de la actividad turística)

La actividad turística se desarrolla bajo las modalidades de turismo: comunitario, cultural, de naturaleza, ecoturismo, rural, urbano, de aventura, agroturismo, de salud, gastronómico y otras que surjan en base a las demandas del sector y conforme a las particularidades socioculturales, naturales y geográficas del país.

Artículo 14. (Turismo de base comunitaria e iniciativa privada). El Estado Plurinacional de Bolivia, reconoce los siguientes modelos de gestión turística:

- I. El turismo de base comunitaria es un modelo de gestión que deberá desarrollarse de manera armónica y sustentable, a través de emprendimientos turísticos donde las comunidades urbanas y rurales, naciones y pueblos indígena originario campesinos, **comunidades interculturales y afrobolivianas**, participen en la planificación, organización y gestión de la oferta turística.

Por consiguiente, el Museo de la Comunidad de Tocaña será administrado por las mismas personas que ya tienen una fuerte e importante participación y conocimiento del ámbito turístico de la comunidad, respetando de esa manera las leyes establecidas que apelan a un cambio dentro de la visión del turismo y los recursos existentes.

4.3.LEY 530: LEY DEL PATRIMONIO CULTURAL BOLIVIANO

Artículo 9. (Patrimonio cultural material mueble).

I. Son los productos materiales de la cultura, susceptibles de ser trasladados de un lugar a otro. Es decir, todos los bienes culturales materiales móviles que son expresión o testimonio de la cultura o de la evolución de la naturaleza y que poseen un valor histórico, ancestral, documental, arqueológico, paleontológico, científico, artístico, medicinal, terapéutico, religioso, espiritual, eclesiástico, ritual, etnográfico, cosmológico, folklórico, musical, dancístico, decorativo, comunitario, social, industrial, nutricional y tecnológico.

II. Comprende de manera enunciativa y no limitativa:

1. Pintura.
2. Escultura.
3. Cerámica.
4. Cristalería.
5. Textilería y tejidos en fibra de origen vegetal y animal.
6. Talabartería.
7. Armería.
8. Sigilografía.
9. Filatelia.
10. Fotografía.
11. Documentos en diferentes tipos de soporte.
12. Objetos domésticos.
13. Objetos de trabajo.
14. Objetos para rituales.

15. Numismático.

16. Objetos de madera.

17. Subacuático

18. Malacológico.

19. Lítico.

20. Metalisteria.

En ese entendido, para el rediseño del museo, se pretende que, en las salas de exposición, los visitantes puedan apreciar distintos objetos de patrimonio cultural de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, de acuerdo a estudios previos destinados a esta tarea.

Artículo 10. (Patrimonio cultural material inmueble).

- I. Son bienes culturales materiales inamovibles, y son expresiones o testimonios de la cultura o de la naturaleza, que poseen un valor arquitectónico, histórico, ancestral, arqueológico, paleontológico, natural, científico, artístico, estético, medicinal, terapéutico, religioso, espiritual, eclesiástico, ritual, etnográfico, cosmológico, paisajístico, folklórico, comunitario, social, productivo y tecnológico.
- II. Comprende de manera enunciativa y no limitativa:
 1. Edificios, casas o casonas y haciendas.
 2. Palacios, teatros, galerías.
 3. Iglesias, capillas, catedrales, templos, santuarios y lugares sagrados.
 4. Fábricas, ingenios, minas y centros industriales.
 5. Monumentos.
 6. Pirámides, lomas y montículos.
 7. Cuevas y abrigos rocosos.
 8. Áreas geográficas, bosques o desiertos.

9. Montañas, serranías y cordilleras.
10. Formaciones geológicas y propiedades edafológicas.
11. Vertientes, aguas termales, humedales, lagunas, lagos y ríos,
12. Valles, mesetas y llanuras.
13. Paisajes culturales.
14. Murales.
15. Pueblos y ciudades históricas.
16. Campos de cultivo, terrazas, camellones y campos hundidos.
17. Canales y acueductos.
18. Obras de tierra.
19. Redes viales.
20. Yacimientos paleontológicos.
21. Representaciones rupestres.

Artículo 22. (Museos). I. Son reconocidos como museos los espacios culturales y naturales que cumplan con las funciones correspondientes. II. Las funciones que tiene un museo son: adquirir, registrar, proteger, conservar, investigar, exponer y difundir el patrimonio cultural y natural, con fines de estudio, educación y recreo. III. Las entidades públicas, privadas y comunitarias titulares de museos, deberán destinar los recursos suficientes para cumplir sus responsabilidades y funciones. IV. Los museos privados poseen las mismas atribuciones y responsabilidades que los museos públicos y comunitarios; los mismos que deberán contar con la infraestructura adecuada para la conservación del patrimonio en custodia. V. El órgano rector definirá e implementará una política nacional de museos.

Artículo 23. (Custodia del patrimonio cultural en museos). I. Los museos públicos, privados y comunitarios, se constituyen en custodios de los bienes culturales inmateriales y materiales

integrantes del Patrimonio Cultural Boliviano, ninguna persona o institución pública o privada puede reclamarlo a título personal. II. Se respeta y garantiza el derecho a la custodia y gestión de los bienes culturales materiales muebles e inmuebles en museos. III. Para el reconocimiento del derecho a custodia deberán cumplir con la obligación de su registro, conservación, protección y mantenimiento. IV. Los museos que custodian el Patrimonio Cultural Inmaterial y Material, Mueble e Inmueble, serán sujetos de regulación de las entidades competentes.

Como museo, se tiene el derecho de custodiar bienes culturales materiales e inmateriales, para eso se debe cumplir con ciertas obligaciones y saber que estarán sujetos a regulaciones de entidades competentes, siendo estas medidas relevantes para el éxito en el rediseño y puesta en marcha del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña.

Artículo 34. (Declaratorias de patrimonio). I. Los Órganos Legislativos del nivel central del Estado y de las Entidades Territoriales Autónomas, conforme a sus atribuciones y competencias, emitirán leyes Declaratorias de Patrimonio Cultural. II. Cualquier expresión o bien cultural que se considere portador de identidad de las naciones y pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales urbanas o rurales y **pueblo afroboliviano**, puede ser reconocida como Patrimonio Cultural. III. La declaratoria de Patrimonio Cultural implica que se tomarán las medidas para registrar, proteger, fortalecer y difundir la expresión cultural portadora de esa identidad.

Por último, se debe señalar que las muestras del museo, son consideradas como parte del patrimonio cultural de Tocaña, razón por la cual, se deberá tener estricto cuidado en el manejo, control, difusión y exposición respectivos, lo que implica un alto sentido de responsabilidad y control social de la comunidad.

CAPÍTULO V

MARCO METODOLÓGICO

5.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Enfoque mixto

Es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Se usan métodos de los enfoques cualitativo y cuantitativo y pueden involucrar la conversión de datos cuantitativos en cualitativos y viceversa. Así mismo el enfoque mixto puede utilizar los dos enfoques para responder diferentes preguntas de investigación en el planteamiento del problema (Hernández, R. et al., 2014, p.75).

En ese entendido, la investigación responde a un enfoque mixto, es decir cuali cuantitativo, a razón de que, a lo largo de todo el proceso, se consideraron instrumentos cualitativos como la observación y entrevista. Así como, instrumentos cuantitativos en particular la encuesta.

5.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación descriptiva

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández, R. et al., 2014, p.92).

Es así que, gracias a la investigación descriptiva, fue posible detallar de forma minuciosa las diferentes características y elementos correspondientes al rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, para un adecuado manejo en una fase propositiva y de gestión de la información.

Investigación propositiva

La investigación propositiva, se caracteriza por generar conocimientos, por el fin de forjar altos niveles de productividad, y alcanzar reconocimiento científico interno y externo, los proyectos que se desarrollan parte de ideas innovadoras enfocadas en forma inter y transdisciplinaria y de la necesidad de solucionar problemas pertinentes a nivel local y global (Molina, 2014).

Es así que, de acuerdo a los resultados obtenidos, fue posible con la investigación propositiva el rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz - Bolivia, para la puesta en valor en el ámbito turístico de la región, desde un conocimiento profundo de la problemática, contexto realidad actual y un amplio sentido de aporte e innovación.

5.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

No experimental

Son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos (Hernández, R. et al., 2014, p.92).

Por tanto, se consideró un diseño experimental, porque se respetaron las variables establecidas sin ninguna manipulación, a fin de responder a los objetivos trazados, tomando

en cuenta un proceso que sigue una línea de tiempo estimada en la que, en primera instancia, se tuvo como base el estudio piloto correspondiente al perfil.

5.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población estuvo comprendida por un total de 3840 turistas nacionales y extranjeros registrados en las diferentes empresas de servicios turísticos, en la región de Los Yungas específicamente en el Municipio de Coroico, durante el mes de diciembre de 2019.

Universo y muestra

De acuerdo a muestreo probabilístico de carácter aleatorio estratificado, por el cual una vez establecida la categoría correspondiente, que asciende a un total de 3840 turistas nacionales y extranjeros, dada la amplitud numérica, se procedió a fórmula estadística con un nivel de certeza del 95% y margen del error del 5%, llegando a un total de 72 turistas.

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)N}{e^2(N-1) + Z^2 p(1-p)}$$

Donde:

Z = nivel de confianza

p = variabilidad

n = tamaño de la muestra

N = población

e = error admitido

Reemplazando:

$$Z = 1,96$$

$$Z^2 = (1,96)^2 = 3,8416$$

$$N = 3840$$

$$e = 0,05$$

$$e^2 = (0,05)^2 = 0,0025$$

$$p(1 - p) = 0,95(1 - 0,95) = 0,0475$$

$$n = (3,8416 * 0,0475 * 3840) / (0,0025 * 3839 + 3,8416 * 0,0475)$$

$$n = 72$$

Informantes clave

A fin de recabar información que, sustancie la investigación, se consideraron a tres informantes clave, que refieren a docentes de la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés y Edgar Gemio, encargado del Centro Cultural Tocaña, dado el número finito de los informantes se tomó en cuenta al total sin la necesidad de muestra estadística.

5.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Encuesta

La encuesta es uno de los instrumentos de la investigación científica de más extendido uso. Esta técnica está destinada a la recolección de datos que contribuyan a generar información para el documento de investigación (López, P. & Fachelli, S, (2015, p. 9-10).

Es así que se recurrió a la encuesta en la búsqueda de información de campo, acerca de la investigación, por medio de un formulario con preguntas previamente establecidas, dirigidas a turistas que visitan el Municipio de Coroico, según tamaño de la muestra (Ver A y B).

Entrevista

Las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, resulta una especie de filtro. El primer contexto que se revisará de una entrevista es el personal (“cara a cara”) (Arias, F. 2021, p. 73).

Es así que se procedió a la entrevista a informantes clave en este caso profesionales en Turismo, con amplios conocimientos en marketing, proyectos culturales, entre otros, y al encargado del Centro Cultural Tocaña, a fin de enriquecer la investigación, por medio de las respuestas y sugerencias obtenidas durante esta tarea (Ver Anexo C y D).

5.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Observación estructurada

Se refiere a la observación metódica que es apoyada por los instrumentos como la guía de observación y el diario de campo, mediante la utilización de categorías previamente codificadas y así poder obtener información controlada, clasificada y sistemática (Campos y Lule, 2012).

Es así que se aplicó la observación estructurada, haciendo uso de una guía de observación que dirigió la recolección, que fue desarrollada durante los viajes de práctica realizados al Municipio de Coroico y de manera específica a la comunidad de Tocaña (Ver Anexo E).

Recopilación documental

La recopilación de documental es un procedimiento mediante el cual obtenemos una colección de documentos que contribuirán a la obtención de información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación (Hernández, R. et al, 2014, p. 61).

Por consiguiente, se recurrió a la recopilación documental en la selección y sistematización de fuentes documentales de consulta inherentes al objeto de estudio, las cuales fueron gestionadas según fichas documentales y bibliográficas, diseñadas para este cometido.

Fuentes primarias

Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de fuentes primarias son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet (Hernández, R. et al, 2014, p. 27).

En ese sentido, para el desarrollo del presente trabajo, se consideraron como fuentes primarias: Instituto Nacional de Estadística INE, Viceministerio de Turismo, Fundación Cultural del Banco Central de Bolivia, Ley de Patrimonio Cultural en Bolivia, Ley de Turismo “Bolivia te espera”, Plan de Desarrollo Municipal Coroico.

Fuentes secundarias

Consisten en compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular (son listados de fuentes primarias). Es decir, reprocesan

información de primera mano, es decir que son artículos, libros, tesis y disertaciones y otros documentos relevantes analizados o comentados por otros autores. Este tipo de fuente son también de mucha utilidad ya que ayudan a llegar a datos de primera mano (Hernández, R. et al, 2014, p.27).

Se consideraron como fuentes secundarias a publicaciones sobre turismo, museos, gestión del patrimonio cultural, y posicionamiento en el mercado, entre las cuales se tienen: periódicos, revistas, artículos, sitios en línea y otras investigaciones como tesis, relacionadas con la investigación.

CAPÍTULO VI

DIAGNÓSTICO

En el diagnóstico de la presente investigación, se consideró en primera instancia el análisis externo del Municipio de Coroico, para posteriormente, proceder al análisis interno con referencia particular a información que coadyuve al rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña.

6.1. ANÁLISIS EXTERNO

6.1.1. Flujo de turistas

Tabla 4. Flujo de visitantes extranjeros y nacionales

VARIABLE	EXTRANJEROS	NACIONALES
Flujo de Turistas	32.824	49.000
Crecimiento	Sd	Sd
Estadía	3D/2N	Sd

Fuente: Beltrán, M. & Bautista, G. (2016, p. 95).

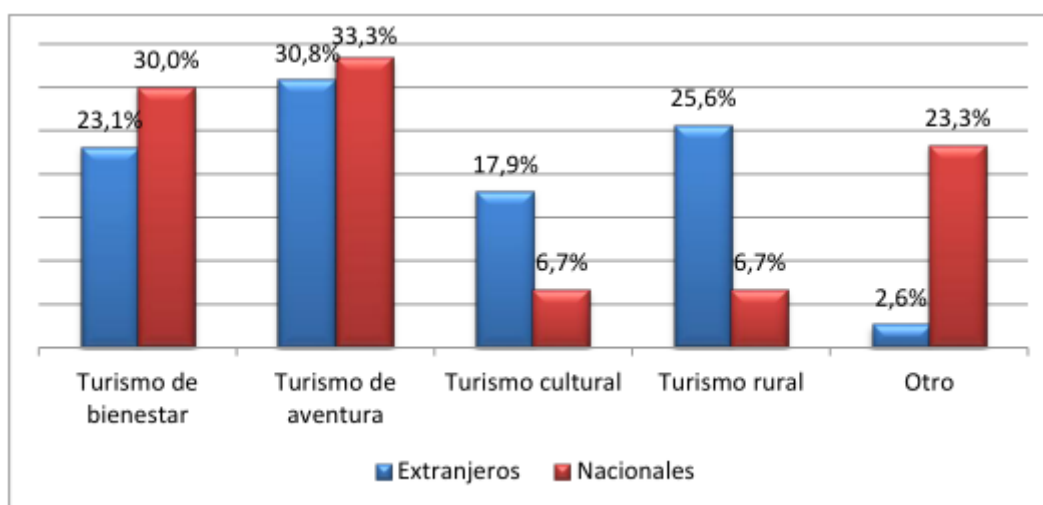
Existe un considerable flujo de turistas, que a la vez se asocia con mayores posibilidades en el mercado turístico desde el turismo de aventura, a la creación de nuevas ofertas en las que también, se considere el turismo cultural, dado el amplio bagaje cultural existente en la zona. Por otra parte, en relación a la estadía, los datos dependen del producto que se compra que oscila entre 1 a 5 días para el mercado internacional, incluyendo actividades de deportes extremos, algunos segmentos compran el biking por la ruta de la muerte que viene a ser el producto de mayor aceptación. El segmento nacional, es el que tiene una tendencia hacia los

fin de semana para el descanso y recreación por su cercanía a la ciudad de La Paz con una duración de entre 2 a 3 días (Beltrán, M. & Bautista, G, 2016).

6.1.2. Comportamiento de la demanda

De acuerdo a Beltrán, M. & Bautista, G, (2016, p. 102): Es importante resaltar que la demanda los turistas reside en el turismo de aventura, en el entendido que este municipio se encontraba en una etapa de decaimiento y que encontró en el turismo de aventura un potencial fuerte, como estrategia para promocionar toda la región como destino de aventura. Otro componente, son las características geográficas de la zona.

Gráfico 1. Preferencias de los turistas en Coroico 2015

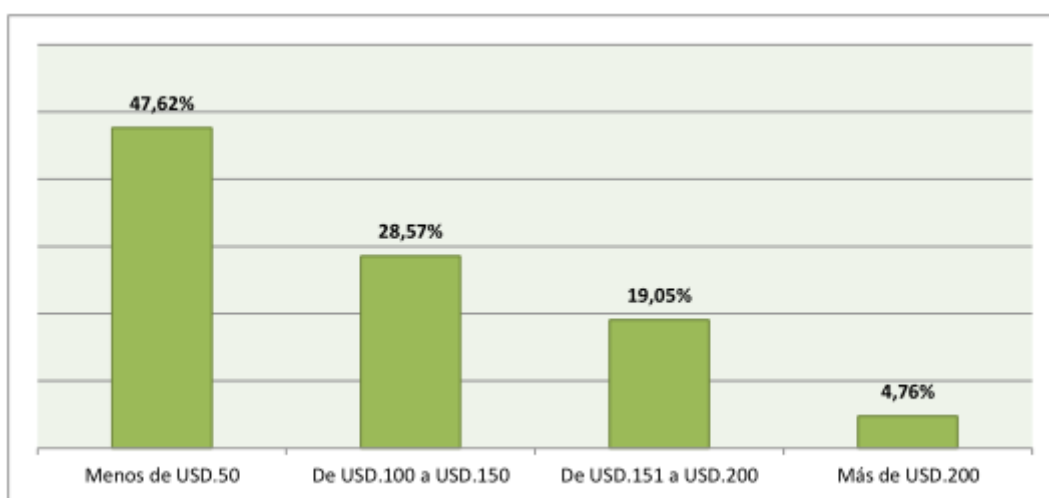


Fuente: Beltrán, M. Bautista, G. (2016, p.102).

La preferencia de los turistas que visitan la región de Los Yungas y específicamente el Municipio de Coroico, corresponde al turismo de aventura. Sin embargo, se puede optar por una diversificación hacia el turismo cultural, a partir de alternativas como museos y centros culturales en comunidades como Tocaña.

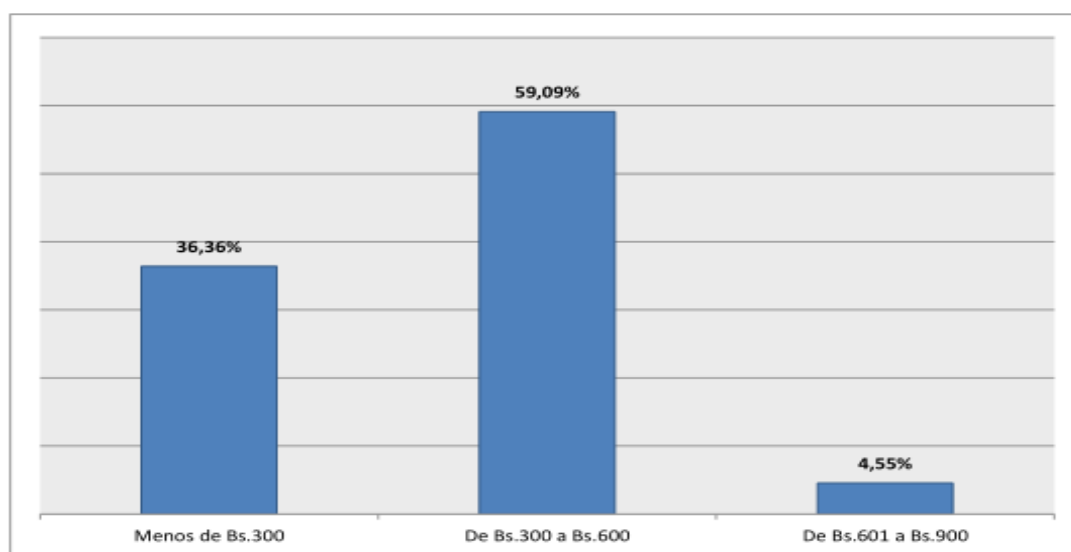
Con relación al nivel de gasto que tienen los turistas en el Municipio de Coroico, es posible mencionar que, según los datos obtenidos, los turistas extranjeros tienen un promedio de gasto de USD 50 diarios, y que los turistas nacionales se encuentran en un rango de Bs. 300 a 600 en todo el viaje, como se observa en los gráficos a continuación:

Gráfico 2. Gastos de los turistas extranjeros en Coroico 2015



Fuente: Beltrán, M. & Bautista, G. (2016, p.102).

Gráfico 3. Gastos de los turistas nacionales en Coroico 2015



Fuente: Beltrán, M. & Bautista, G. (2016, p. 102).

6.1.3. Identificación y evaluación de los segmentos de mercado

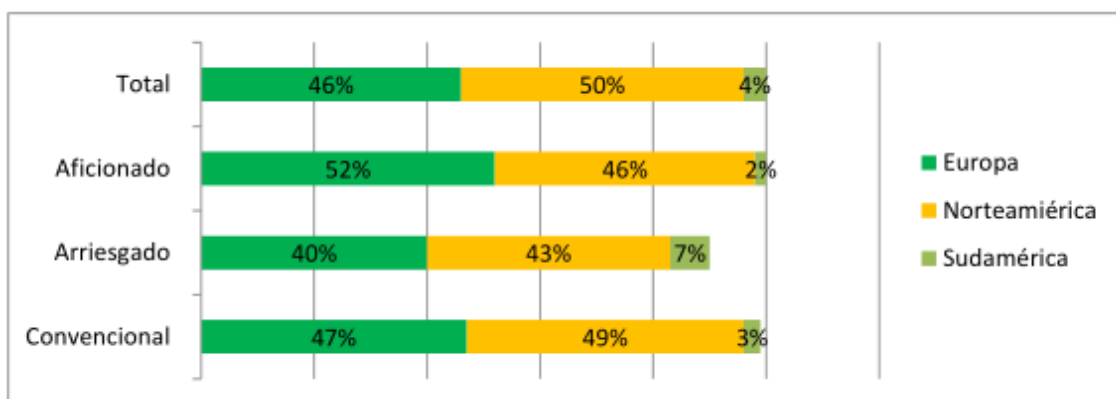
Según datos de un estudio realizado por Prom Perú (2008): Sudamérica tiene un gran potencial para todo lo que es el turismo de aventura, combinado con naturaleza y cultura.

Según las siguientes categorías de turistas:

1. **Turista arriesgado:** Segmento predominante en la subregión de Sudamérica, que se caracteriza por poseer una alta afición por las actividades de aventura, realiza viajes motivados por practicar deportes de aventura. Ello lo hacen básicamente por tener sensaciones de aventura extrema y experimentar la adrenalina.
2. **Turista aficionado:** Se caracteriza por su interés en la naturaleza y en ese sentido, tienden a preferir actividades de aventura que le permitan estar en contacto con la naturaleza, apreciar paisajes agradables, y a la vez conocer acerca de otras culturas que sería en este caso la demanda interesada en la propuesta.
3. **Turista convencional:** Son turistas que se interesan tanto por la actividad de aventura, como por el medio ambiente (naturaleza). Valoran el estar en contacto con la naturaleza, porque les da la sensación de tranquilidad y por ende la posibilidad de escapar de la rutina de la vida cotidiana. Es por ello además que, cuando realizan deportes de aventura prefieren hacer camping.

Por tanto, existe una preferencia de los países europeos y norteamericanos por el turismo de aventura, como se aprecia en el siguiente gráfico:

Gráfico 4. Principales mercados potenciales



Fuente: Prom Perú - Perfil del Turista de Aventura 2008.

Los turistas interesados por visitar Coroico son principalmente aquellos a los que les gusta, la aventura. Sin embargo, se podría aprovechar las actividades del museo como un punto de descanso antes de culminar su recorrido o paquete turístico.

6.1.4. Proyección de la demanda

En base al crecimiento del flujo turístico general para el país proporcionado por el Viceministerio de Turismo, del 10% anual, es posible adoptar este valor como genérico y realizar una proyección estimada de la demanda de los turistas nacionales y extranjeros que podrían visitar la región de Los Yungas y Valles hasta el 2025, tal como se observa en el gráfico siguiente:

Gráfico 5. Proyección de turistas a la región de Los Yungas y Valles



Fuente: Beltrán, M. & Bautista, G. (2016, p.107).

Conforme a Beltrán, M. & Bautista, G. (2016, p. 110) al 2025: Se estima un flujo turístico nacional de aproximadamente 102.900 turistas y 68930 turistas extranjeros que visiten la región de Los Yungas y Valles.

Existen grandes oportunidades por llegada de turistas, razón por la cual se debe diversificar la demanda, a partir de la puesta en valor no solo de los recursos naturales, sino también, de la cultura que particulariza al país, en un mosaico de expresiones en cada región.

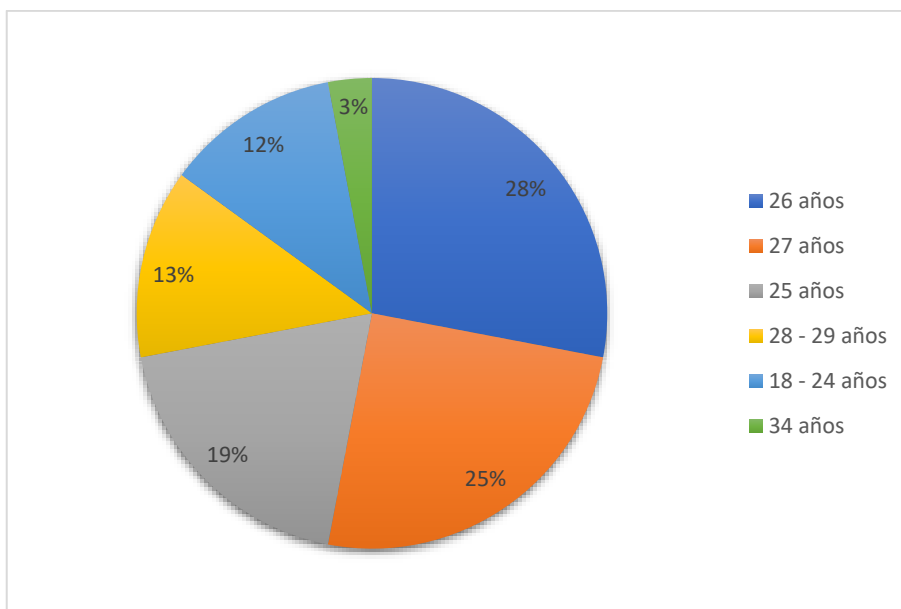
6.2. ANÁLISIS INTERNO

6.2.1. Análisis de las encuestas

Para el desarrollo del análisis interno, se recurrió a la aplicación de encuestas dirigidas a turistas que visitan el Municipio de Coroico, de acuerdo a un formulario con preguntas que permitan recabar información que coadyuvó al rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, arribando a la siguiente información:

Datos personales de la población de estudio

Gráfico 6. Edad

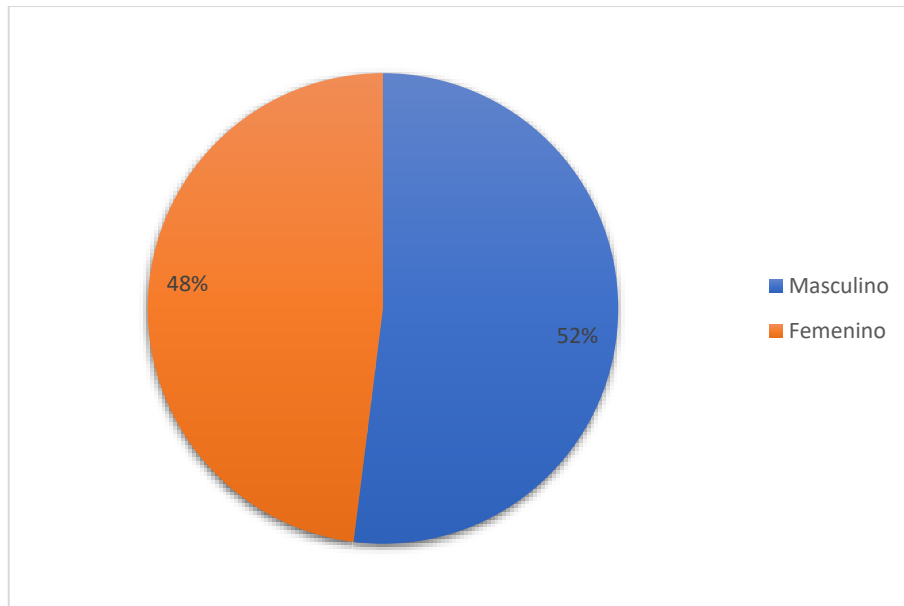


Fuente: Elaboración propia.

El 28% de los turistas que visitaron el Municipio de Coroico, tienen la edad de 26 años, prosigue en la escala de valores el 25% que indica la edad de 27 años, por su parte el 19% señala la edad de 25 años, continúa el 13% con un rango de edad entre 28 y 29 años, por otra parte, el 12% tienen edades comprendidas entre 18 a 24 años, mientras que el 3% las edades de 34 años.

En función a los resultados obtenidos, se deduce que los turistas que visitan el Municipio de Coroico tienen edades que oscilan entre los 25 a 27 años, es decir, se trata de personas jóvenes, siendo necesario considerar esta información para una adecuada identificación de actividades que permitan una mayor diversificación de la oferta.

Gráfico 7. Género

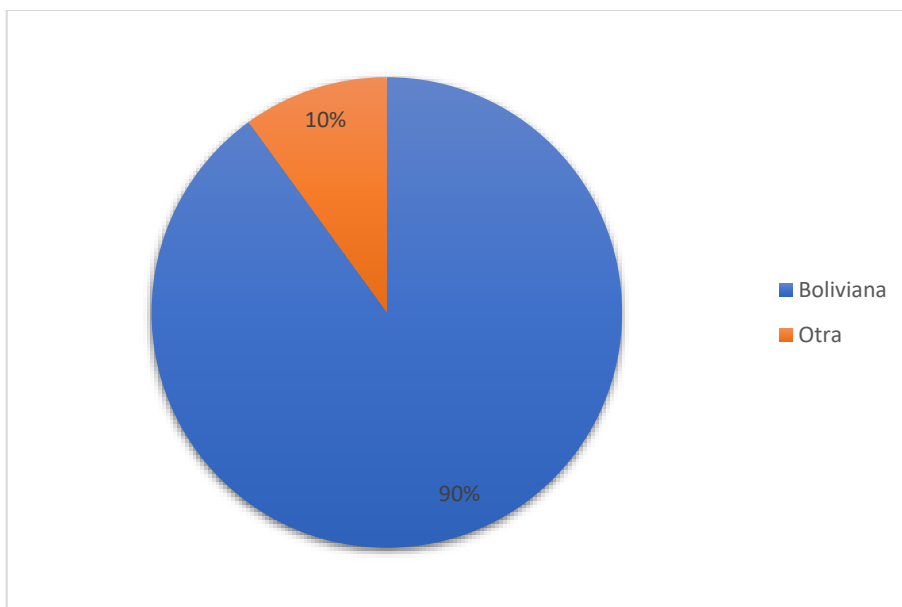


Fuente: Elaboración propia.

El 52% de los turistas que visitan el Municipio de Coroico son del sexo masculino, mientras que el 48% restante, responde al sexo femenino.

El análisis de los resultados obtenidos, permite deducir que un mayor porcentaje de las personas que forman parte de la población investigada, son de género masculino, sin una gran diferencia con el sexo femenino, razón por la cual es posible señalar que el municipio, motiva la visita de turistas de ambos sexos.

Gráfico 8. Nacionalidad

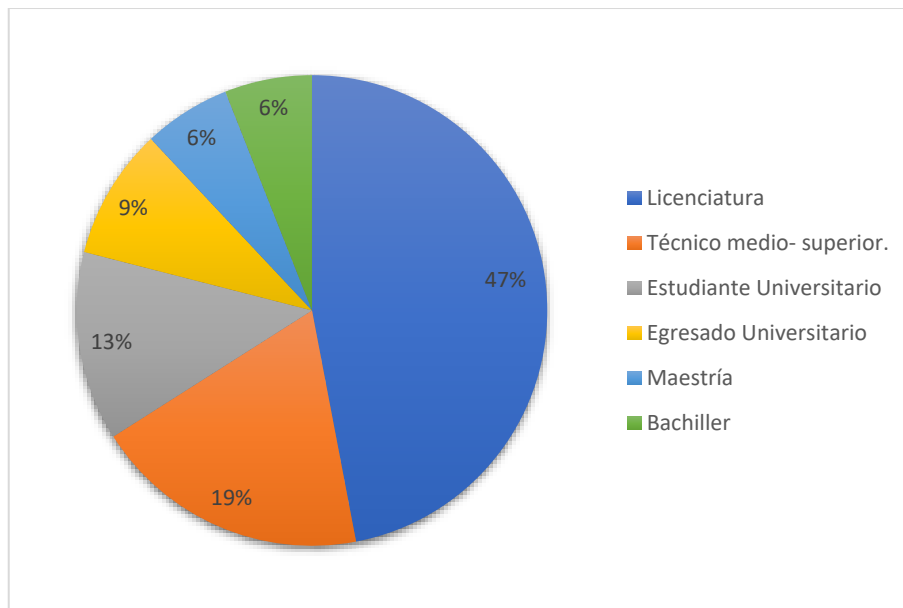


Fuente: Elaboración propia.

El 90% de la población investigada que visitó el Municipio de Coroico son de nacionalidad boliviana, mientras que el 10% son de otras nacionalidades.

Por consiguiente, se observa que una proporción mayoritaria de los turistas son nacionales, dada la cercanía con la ciudad, los medios de acceso, y facilidad económica en cuanto a precios. Sin embargo, se debe señalar que las proporciones de visita de turistas extranjeros son mayores, descendieron durante la última gestión debido al cierre de fronteras por el COVID 19, razón por la cual muchos visitantes se quedaron en la región, o recién la están visitando en especial al tratarse de latinoamericanos.

Gráfico 9. Nivel de instrucción

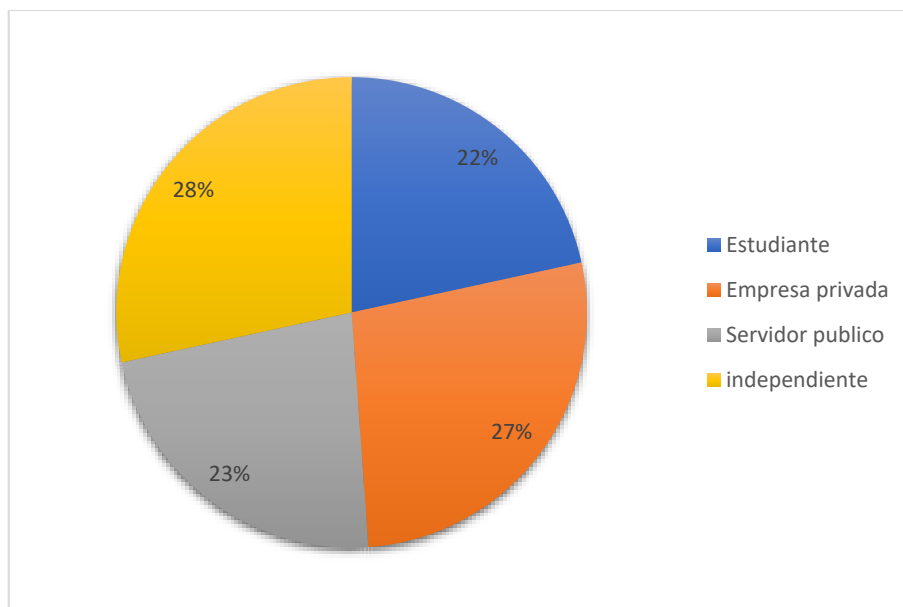


Fuente: Elaboración propia.

El gráfico muestra que el 47% de los turistas tienen un nivel de formación en licenciatura, prosigue en la escala de valores el 19% que señala la instrucción técnica, continua el 13% que refiere a universitarios, por su parte el 9% son egresados de alguna carrera, por último, el 6% indica formación a nivel maestría, en igual proporción otro 6% son bachilleres.

Según los resultados, se observa que la mayor parte de los turistas que forman parte de la investigación, tiene un nivel de formación superior, razón por la cual tienen mayores posibilidades de gasto, e incluso mayores motivaciones hacia el turismo en sus diferentes modalidades, información que se adapta a actividades culturales como la visita a museos que puede ser más valorada por quienes gozan de una formación académica.

Gráfico 10. Ocupación

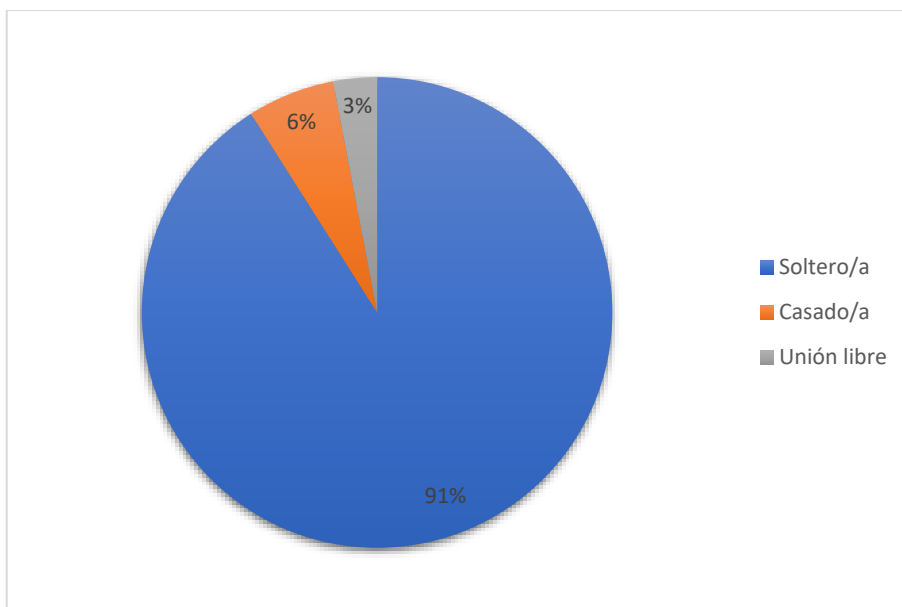


Fuente: Elaboración propia.

Los datos estadísticos muestran que el 28% de los turistas en el Municipio de Coroico trabajan como independientes, prosigue en la escala de valores el 27% que refiere el trabajo en la empresa privada, por su parte el 23% cita el trabajo como servidor público, mientras que el 22% restante son estudiantes.

El análisis de los resultados, muestra que una proporción mayoritaria de los turistas que forman parte de la investigación son independientes, es decir, trabajan por cuenta propia, modalidad por la cual tienen una mayor facilidad de desplazarse a otros lugares, con fines turísticos.

Gráfico 11. Estado civil



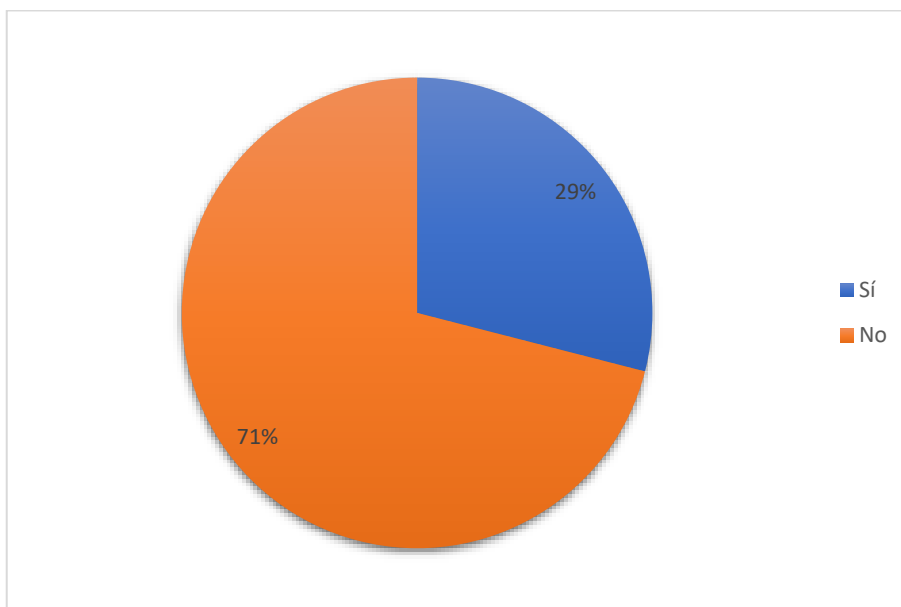
Fuente: Elaboración propia.

El 91% de los turistas son solteros, por su parte el 6% son casados, mientras que el 3% se encuentra en unión libre.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se deduce que una proporción mayoritaria de los turistas que visitan el Municipio de Coroico son solteros, situación por la cual tienen una mayor posibilidad de realizar actividades turísticas, frente a aquellas personas casadas a cargo de una familia, más aún en el contexto latinoamericano, con una serie de exigencias dentro de la vida familiar.

Turismo en la Comunidad de Tocaña

Gráfico 12. Visitas a la Comunidad de Tocaña

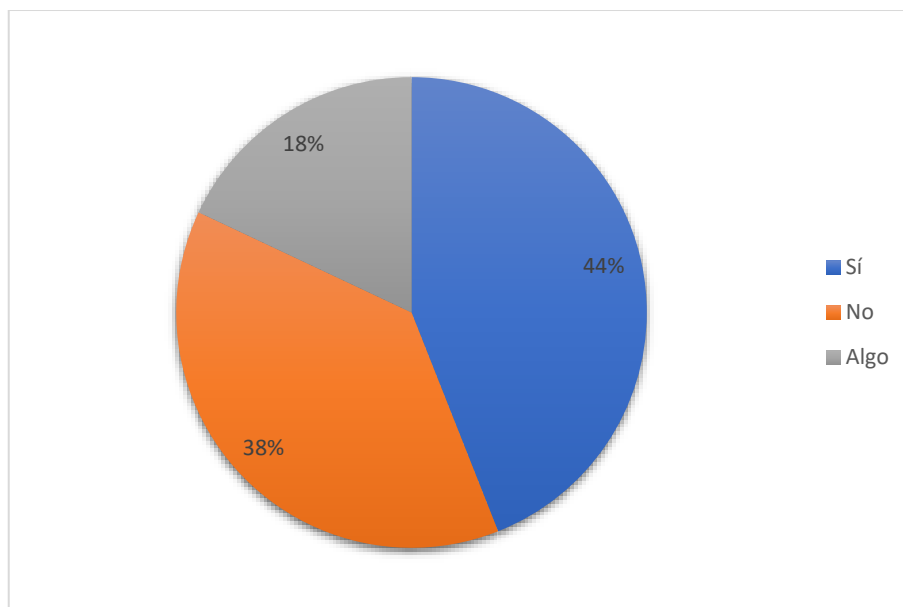


Fuente: Elaboración propia.

El gráfico muestra que el 71% de los turistas en el Municipio de Coroico, no visitó nunca antes la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, mientras que el 29% sí la visitó.

En función a los resultados obtenidos, se deduce entonces que una proporción mayoritaria de los turistas en el Municipio de Coroico, no visitó la Comunidad de Tocaña, debido a que no se tiene la suficiente información acerca de los atractivos culturales y naturales de la región, los cuales lamentablemente, no son gestionados de manera adecuada, ni considerados dentro de nuevas alternativas turísticas.

Gráfico 13. Conocimiento acerca del legado cultural Afroboliviano

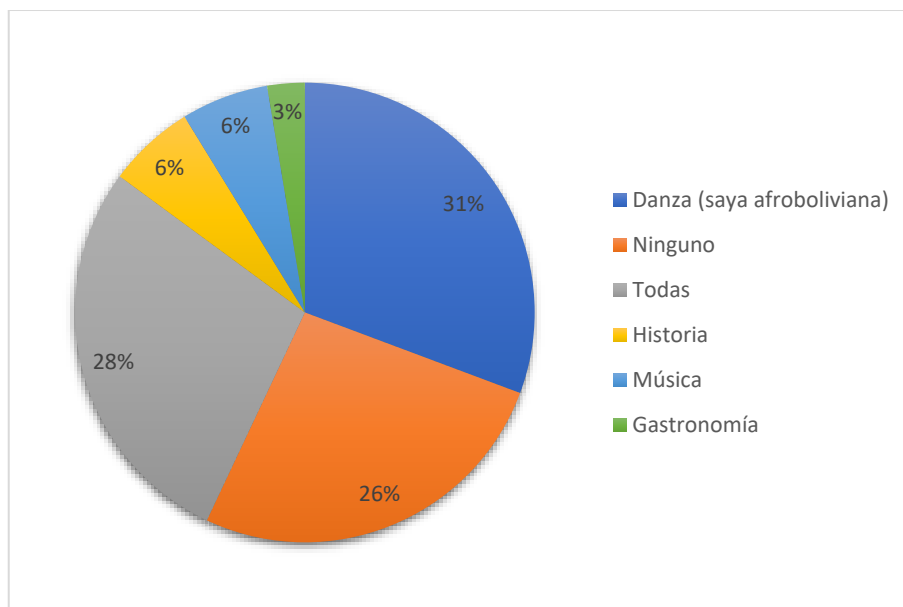


Fuente: Elaboración propia.

El 44% de turistas en el Municipio de Coroico, sabe de la existencia del fuerte legado cultural de la Comunidad Afroboliviana, por su parte, el 38% no tiene conocimientos al respecto, mientras que, el 18% señala algo de conocimientos.

En función a los resultados obtenidos, es posible señalar que, si bien existe en una proporción de los turistas que forman parte de la investigación, los conocimientos acerca de la Cultura Afroboliviana, aún esta no ha sido difundida a cabalidad, razón por la cual existen turistas que no la conocen. A consecuencia, no se tiene una adecuada puesta en valor que propicie mayores oportunidades por turismo en la región, además, de la adecuada protección del patrimonio existente.

Gráfico 14. Conocimiento acerca de las manifestaciones culturales Afrobolivianas

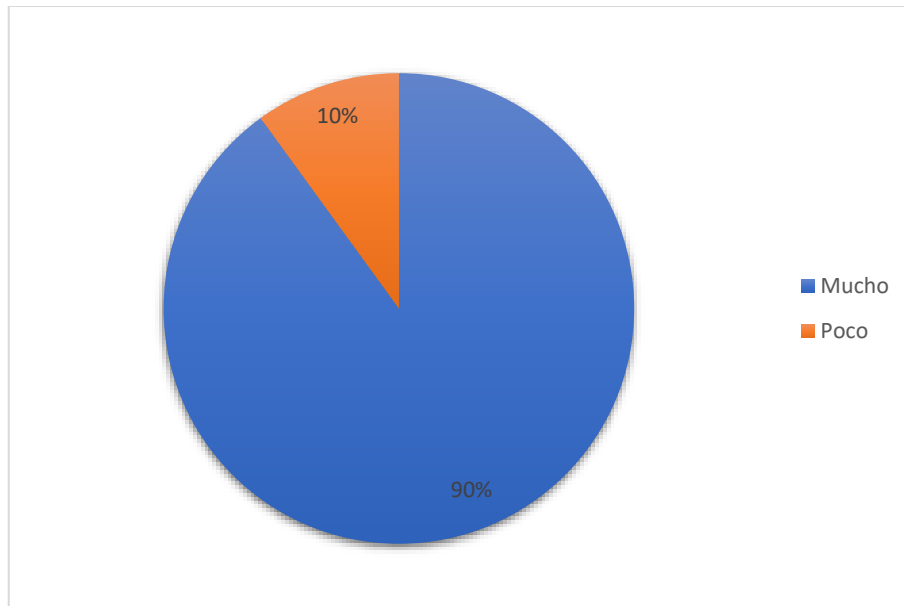


Fuente: Elaboración propia.

El 31% de los turistas conoce la saya, prosigue en la escala de valores el 28% que cita todas las alternativas, por su parte el 26% no tiene ningún conocimiento al respecto, continúa el 6% que señala la historia, en igual proporción otro 6% indica la música, mientras que el 3% la gastronomía.

Por tanto, de acuerdo a los resultados obtenidos, se deduce entonces que una proporción mayoritaria de los turistas conoce la Cultura Afroboliviana respecto a la saya, ampliamente difundida y expresada en diferentes fiestas culturales, mientras que otras expresiones de esta cultura lamentablemente, no son conocidas, siendo preciso que existan mayores medidas de atención al respecto.

Gráfico 15. Interés por la Cultura Afroboliviana en Tocaña

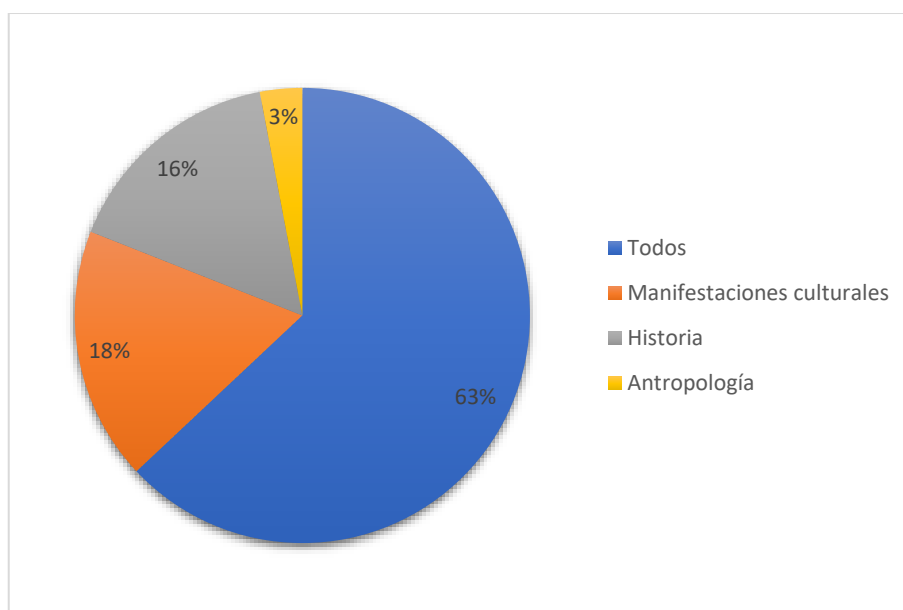


Fuente: Elaboración propia.

El 90% de los turistas en el Municipio de Coroico afirma tener mucho interés hacia la Cultura Afroboliviana, mientras que el 10% señala poco interés al respecto.

Por consiguiente, se evidencia que una proporción mayoritaria de los turistas que forman parte de la investigación, siente mucho interés hacia la Cultura Afroboliviana, aspecto que motiva la presente propuesta por medio de la cual, se pretende aportar hacia esta, en función al rediseño del Museo en la Comunidad Afroboliviana de Tocaña.

Gráfico 16. Temas de interés durante la estancia en Coroico

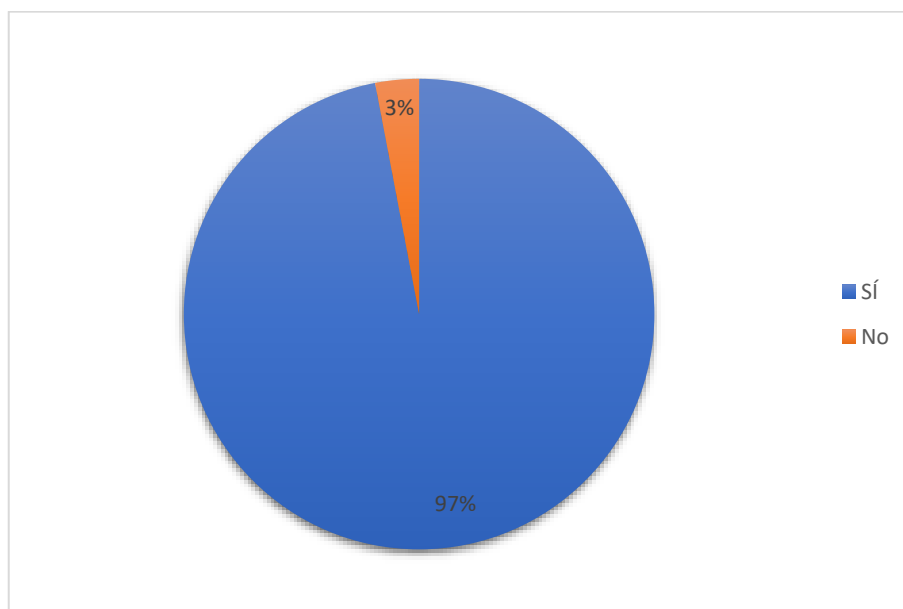


Fuente: Elaboración propia.

El 63% de los turistas en el Municipio de Coroico, indica como temas de interés todas las alternativas: cultura, historia y antropología, prosigue en la escala de valores el 18% que refiere a las manifestaciones culturales, por su parte el 16% señala la historia, mientras que el 3% restante se inclina por la antropología en particular.

El análisis de los resultados revela entonces que la mayoría de los turistas, sienten motivación hacia diferentes aspectos como la Cultura Afroboliviana, historia y antropología, dada la singularidad de la Cultura Afroboliviana, desde su origen por tráfico de raza negra, hasta su asentamiento en Los Yungas y las danzas, costumbres que han logrado mantener a pesar del devenir del tiempo.

Gráfico 17. Incorporación de visitas al museo dentro de la oferta turística en Tocaña

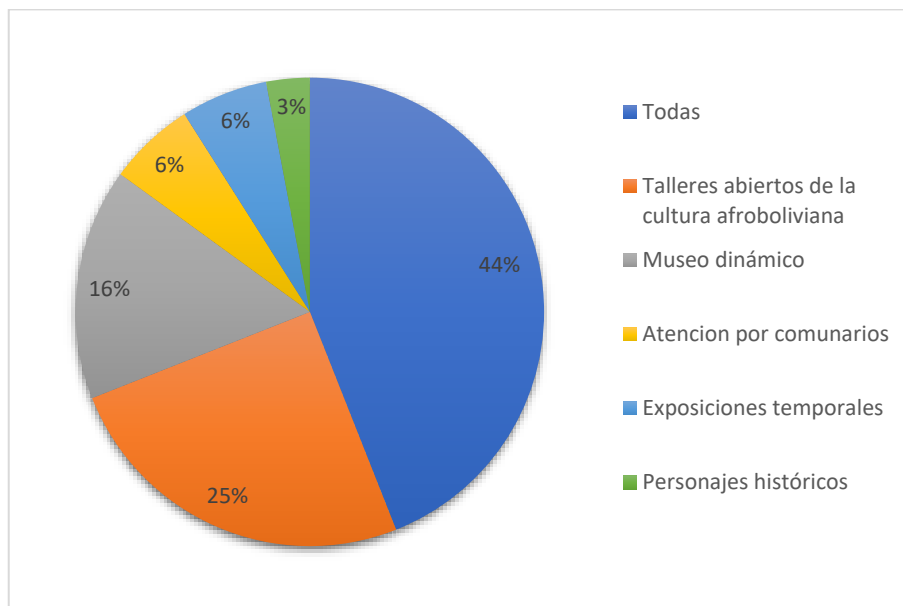


Fuente: Elaboración propia.

El 97% de la población investigada está de acuerdo en incluir un museo dentro de la oferta turística de la Comunidad Afroboliviana Tocaña, frente al 3% que no se inclina hacia esta propuesta.

Por consiguiente, se afirma que para una proporción mayoritaria de los turistas que forman parte del ámbito de estudio, la inclusión del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña es aceptada, ello debido a las características, singularidad y cultura que posee esta comunidad, que a pesar del tiempo ha logrado mantener sus raíces con un alto sentido de identidad y orgullo.

Gráfico 18. Sugerencias para la incorporación del museo dentro de la oferta turística

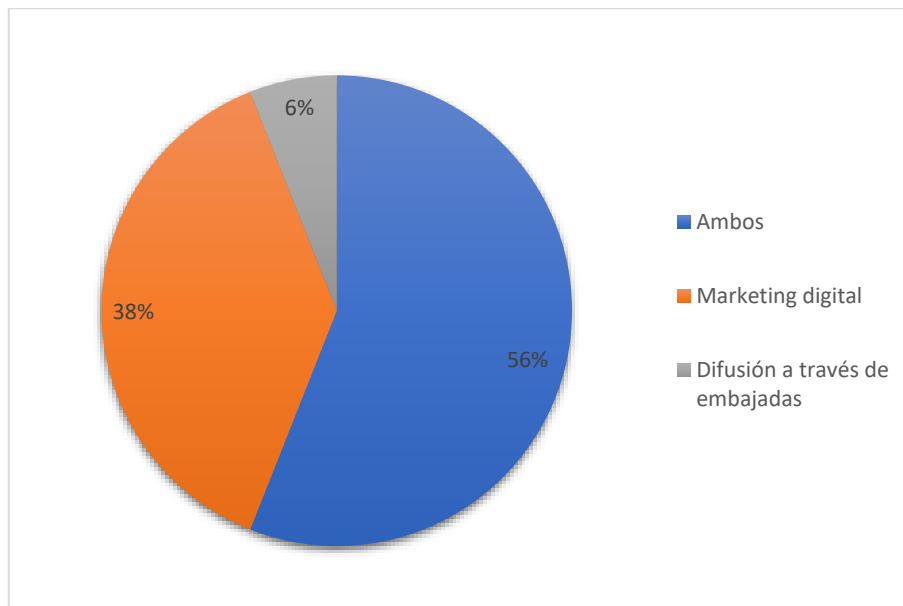


Fuente: Elaboración propia.

El 44% de los turistas en el Municipio de Coroico se inclina hacia todas las alternativas, prosigue en la escala de valores el 25% que sugiere talleres abiertos, continua el 16% que cita interés por un museo dinámico, por su parte el 6% refiere a la atención del museo por comunarios, de igual manera el otro 6% sugiere las exposiciones temporales, mientras que el 3% ve como buena opción los montajes con personajes históricos.

Según los resultados obtenidos, se deduce que una mayoría de las turistas, mencionan como sugerencias para el rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña tanto el enfoque de un museo dinámico, como la atención por comunarios y los personajes históricos.

Gráfico 19. Medios de información para la promoción del museo



Fuente: Elaboración propia.

El 56% de los turistas en el Municipio de Coroico, se inclina por el marketing digital y la difusión a través de embajadas, por su parte el 38% señala el particular el marketing digital, mientras que el 6% señala las embajadas.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que una proporción mayoritaria de los turistas, sugiere para la promoción de la propuesta de rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, el marketing digital, dadas las ventajas de la tecnología, en cuanto a accesibilidad, bajos costos y respuesta oportuna, sin barreras por espacio y tiempo. Así como, la difusión a través de embajadas apelando a las relaciones entre países, que dan paso a un apoyo en diferentes ámbitos como el turismo y la cultura.

6.2.2. Análisis de la entrevista

La entrevista fue realizada a profesionales que ejercen docencia en la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés: M.Sc. Mónica Chacón Delgado y M.Sc. Erick Rómulo Rodríguez Lujan y al Encargado del Centro Cultural Tocaña Sr. Edgar Gemio (Ver Anexo E), arribando a la siguiente información:

1. Importancia del marketing en turismo en la actualidad

- El marketing es fundamental para el desarrollo turístico ya sea para los destinos, como para los servicios turísticos, ya que conlleva no solamente elementos promocionales (el viejo concepto de que la promoción lo es todo) sino tiene una mirada hacia el mercado, la adecuación del producto y el posicionamiento en los segmentos elegidos.
- El posicionamiento es demasiado importante ya que, con los cambios sucedidos en esta fase de pandemia, el mercado ha sufrido transformaciones y por tanto las empresas deben estar a las exigencias del mismo, más aún si son de turismo.
- El marketing es importante porque ayuda a promocionar un lugar o producto turístico.

2. Conocimientos sobre la comunidad Afroboliviana de Tocaña

- Conocimiento de la Comunidad Tocaña desde hace más de 20 años testigo primero de su afán de mostrar su identidad a los paceños y los bolivianos.
- Características culturales, música, danza, actividades agrícolas vinculadas con la coca, entre otros.

3. Fortalezas y debilidades de esta comunidad en términos turísticos

- La mayor fortaleza su cultura y también sus deseos de proyectarse como un producto turístico, sus debilidades el que no cuentan con elementos esenciales para ser producto turístico.
- Importante potencial especialmente referido al patrimonio inmaterial, historia, tradiciones, etc. Debilidades que ese potencial no se efectiviza en productos y en plasmar un destino como tal.
- Muestra de la cultura viva, danzas, instrumentos musicales, costumbres, tradiciones que perduran hasta el día de hoy. Una debilidad reside em que es difícil llegar al museo sin una agencia de viajes, o transporte propio.

4. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas para esta comunidad respecto al turismo?

- Oportunidades, las nuevas tendencias del mercado y amenazas el que hay otras comunidades afro bolivianas y otros emprendimientos comunitarios con mayor avance en cuanto a la estructuración de su producto, lo que puede hacer que pierdan mercado.
- Las oportunidades pueden ser, convertirse en un interesante destino asociado con el patrimonio cultural y con actividades de agroturismo y otros de naturaleza dependiendo sus intereses y considerando su vocación.
- Una oportunidad reside en las visitas constantes de estudiantes y docentes de la Carrera de turismo, frente a la amenaza de virus como el COVID 19.

5. Conocimiento sobre la existencia del Museo de la Comunidad de Tocaña

- Sí, pero, ese museo debe tener una agenda de muestra cultural (música y danza, gastronomía constante).

6. Acciones y estrategias para posicionar el Museo de la Comunidad de Tocaña

- Primero hay que evaluar sus características
- Poner en excelentes condiciones al mismo ya que puede ser el centro articulador de otras actividades asociadas, desde luego trabajar en una estrategia de producto y posteriormente en promocionar los mismos.

7. Conocimiento de usted alguna estrategia exitosa de posicionamiento de museos con características como el de Tocaña

- Museos comunitarios, varios de los que hay en el país, por ejemplo, Maragua, Jalka y otros que tienen el componente cultural a través del tejido...pero insisto, forman parte de un producto turístico. No conozco ninguna estrategia de posicionamiento exitosa en museos similares.
- Los museos han ido cambiando con el tiempo y un museo que no se actualice, que salga y muestre activamente su colección, que use medios tecnológicos adecuados y atractivos queda relegado, por tanto, es importante considerar esos criterios.

6.2.3. Análisis guía de observación

A fin de contar con la información acerca de la situación actual del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña, se procedió a la guía de observación de la que es posible rescatar, el siguiente detalle:

Tabla 5. Análisis situación actual del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña

No.	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Observaciones
Ingreso al museo		X			
Infraestructura externa		X			
Infraestructura interna		X			
Guión curatorial				X	Los objetos del museo fueron acomodados en forma empírica, no se cuenta con un guion específico
Exposiciones				X	Al no contar con un guion las exposiciones no responden a un adecuado recorrido. No se tienen exposiciones adicionales a las salas permanentes
Actividades				X	El museo no cuenta con ninguna actividad específica para su puesta en valor
Señalización				X	No cuenta con ningún tipo de señalización.
Tipo de muestras			X		Las muestras son escasas y se encuentran deterioradas.
Estado de las piezas				X	No tuvieron una adecuada conservación.
Depósito				X	No cuenta con espacios para poder mantener las piezas en buen estado.
Seguridad			X		Está a cargo de los comunarios, no cuenta con una seguridad específica
Presencia en redes sociales				X	El museo no es conocido porque no goza de una presencia en redes sociales
Otros					

Fuente: Elaboración propia.

Tal y como se puede advertir, el Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, a pesar de haber sido refaccionado presenta una serie de falencias de manera específica, en la ausencia de un guion curatorial, existencia solo de exposiciones permanentes, falta de actividades que coadyuven a los nuevos paradigmas de un museo vivo.

Por otra parte, no se tienen medidas de señalización que ayuden a una mayor orientación a quienes visitan el museo, la seguridad está en manos solo de los comunarios encargados, y en lo referente a posicionamiento en el mercado turístico, lamentablemente no se han visto medidas como la presencia en redes sociales.

CAPÍTULO VII

PROPUESTA DE REDISEÑO MUSEO COMUNIDAD AFROBOLIVIANA

TOCAÑA

7.1. JUSTIFICACIÓN

La Comunidad Afroboliviana Tocaña en el Municipio de Coroico, se presenta como una de las más representativas en términos de patrimonio cultural, gracias a la presencia de la Cultura Afroboliviana, la cual, a pesar del devenir del tiempo, conserva sus raíces, en manifestaciones como la música, danza, gastronomía, e incluso organización social.

La historia de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, refiere a la llegada de la raza negra traída por tráfico hasta Charcas, con fines de explotación laboral, relatos de dolor, sumisión, fundados en el racismo y el poder de los más fuertes en la época colonial, hasta la liberación durante la presidencia de Manuel Isidoro Belzu y posterior traslado de esta cultura a Los Yungas de La Paz.

La Cultura Afroboliviana, es una de las más ricas y singulares de Bolivia, tanto por el carácter histórico que posee, como por las expresiones que muestran una fusión entre los descendientes africanos con los bolivianos, dando paso a un sincretismo cultural, sumamente llamativo, que requiere medidas de protección y puesta en valor, a partir de actividades como el turismo.

Sin embargo, se pudo advertir que aún no se tienen las suficientes propuestas que aporten a la Cultura Afroboliviana, clara muestra de ello es el Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, que si bien fue reinaugurado recientemente aún muestra fallas, puesto que solo se pensó en la infraestructura y arreglos en techos, pisos, dejando de lado, aspectos pertinentes a una adecuada museografía, a razón de que toda la intervención fue empírica.

Es así que surge la presente propuesta de rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, con el objetivo de impulsar la puesta en valor de esta cultura, desde la gestión del patrimonio cultural, con un enfoque de turismo comunitario.

El rediseño considera un guion establecido que oriente el recorrido en cada sala, además de actividades asociadas a la visión de un museo dinámico, vivo en el que prime la experiencia, con talleres abiertos y exposiciones temporales, según agenda cultural para todo el año, sin dejar de lado aspectos técnicos como la capacidad de carga y medidas de bioseguridad.

Por otra parte, se pone a consideración el mapeo de actores sociales involucrados con el museo y las tareas bajo su responsabilidad, así como, la estructura organizativa y manual de funciones del recurso humano encargado de este repositorio, para el correcto desempeño por cada cargo.

Por último, se plantea el posicionamiento del museo, enfatizando en el uso de las redes sociales como componente fundamental, a partir del diseño de un logotipo, diseño de contenidos, diarios, informativos, promocionales, conmemorativos y de agradecimientos, formas de reserva y pago en línea, de manera que se siente una mayor presencia en redes sociales e influyan a la vez en una mayor visita al museo.

7.2. OBJETIVO

Impulsar la puesta en valor de la Cultura Afroboliviana en la Comunidad de Tocaña, en función a los nuevos enfoques de gestión del patrimonio cultural y turismo comunitario en el manejo de museos vivos.

7.3. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA

7.3.1. Distribución de salas y guion recorrido del museo

Se plantean la distribución y descripción de las siguientes salas:

RECEPCIÓN

Estará compuesta por un espacio de recepción para los visitantes, en la que se tendrá un libro de registro, distintos souvenirs hechos por pobladores de Tocaña, las normas y reglas para visitar el museo, costo de ingreso, una breve descripción de cada sala y un mapa de distribución de las salas, un área de ingreso con todas las medidas de higiene sanitaria y el acceso a buzones en caso de ser necesario.

SALA 1: HISTORIA DE LA CULTURA AFROBOLIVIANA

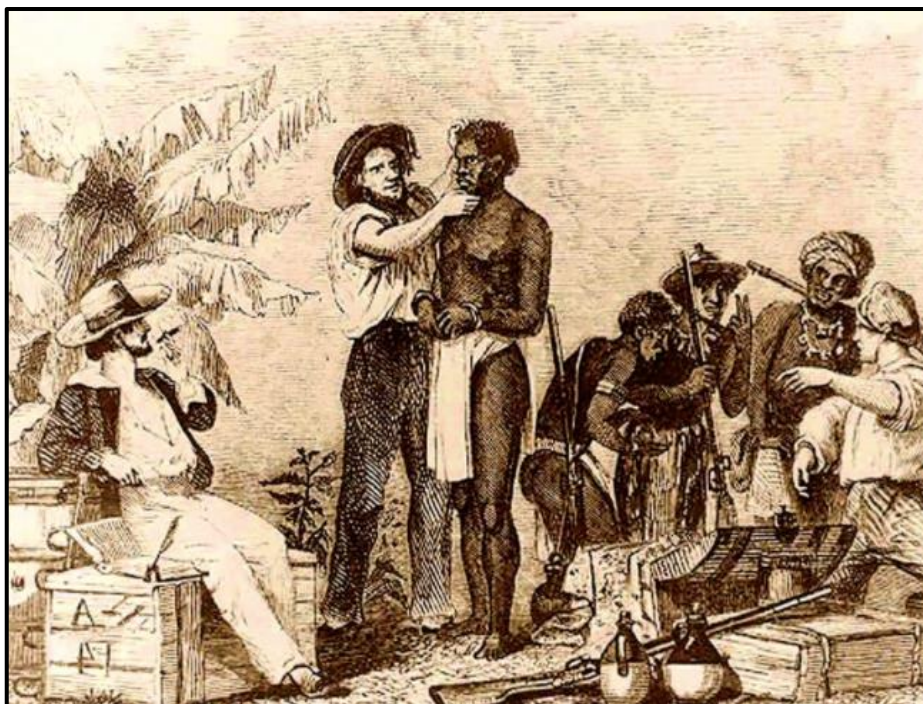


Ilustración 6. Historia Cultura Afroboliviana

Fuente: Página Siete, 2015.

En esta sala se tendrán datos cronológicos, libros, pinturas, imágenes y videos de como inicia la historia de la Cultura Afroboliviana en nuestro país, será de mucha importancia, porque permitirá un acercamiento hacia el origen de los afrobolivianos, la esclavitud a la que fueron sometidos por los conquistadores europeos.

SALA 2: CULTURA AFROBOLIVIANA EN LA VILLA IMPERIAL DE POTOSÍ

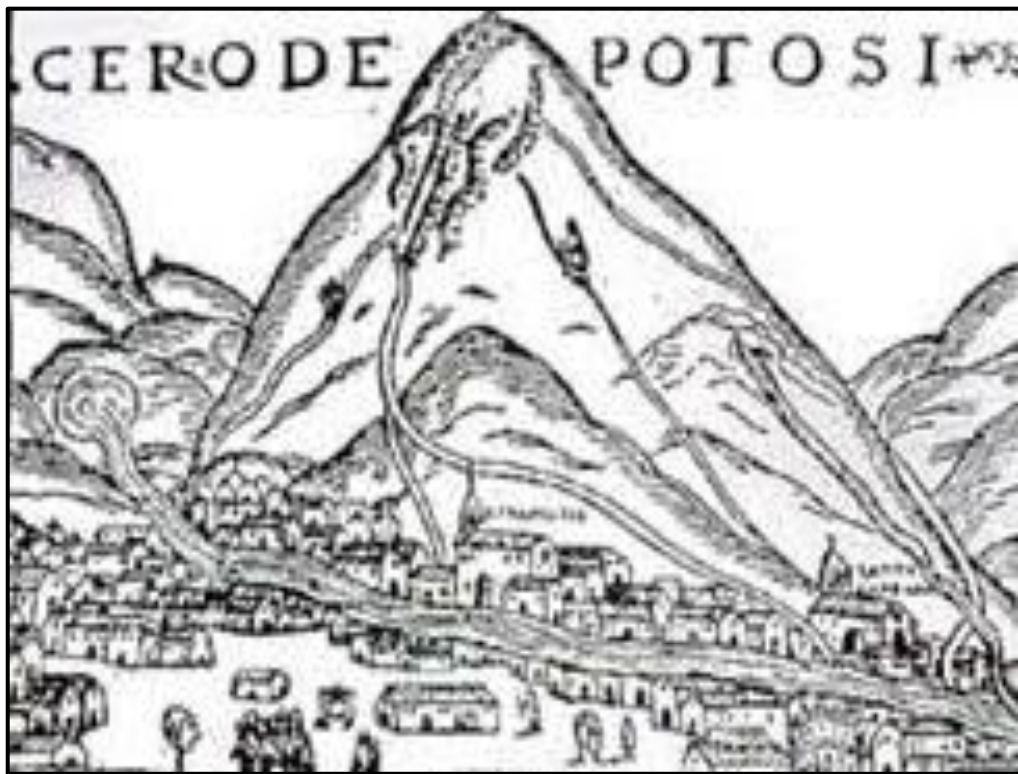


Ilustración 7. Cultura Afroboliviana en la Villa Imperial

Fuente: Página Siete (2019).

Esta sala tomará como referencia en particular a la llegada y permanencia de la Cultura Afroboliviana en la Villa Imperial de Potosí, que durante la época colonial fue considerada una de las más importantes del mundo, gracias al movimiento económico proveniente de la explotación de la plata en las minas del Cerro Rico, por el cual se traficó a la raza negra para que trabaje en el interior de las minas, propósito que no fue posible por la altura derivándoles

a la fabricación de reales (monedas) en la Casa de Moneda, perdiéndose cientos de vidas, por el drástico cambio climático y el maltrato al que estaba expuesta esta raza. Así entre las coplas que conservan hasta ahora se tienen:

“La Casa de la Moneda si sabe hablar, qué cosa nos contará...”

SALA 3: LA COCA



Ilustración 8. La hoja de coca

Fuente: Bauer, 2008.

En esta sala, se dará a conocer la relación de la Cultura Afroboliviana con la hoja producción de hoja de coca, desde su llegada a Los Yungas primero como serviles en el trabajo agropecuario, luego libres de toda esclavitud y explotación, sustentándose hasta nuestros días de esta producción.

SALA 4: CULTURA AFROBOLIVIANA



Ilustración 9. Cultura Afroboliviana

Fuente: Correo del SUR (2015).

En esta sala, se darán a conocer todas las manifestaciones de la Cultura Afroboliviana, como: música, danza, gastronomía, códigos culturales, tradiciones y leyendas, muchas de las cuales

se transmiten en las coplas de canciones, que acompañan la saya danza más representativa de esta cultura. Así se tiene como referente, la siguiente copla que estará en uno de los muros:

“Isidoro Belzu bandera ganó, ganó la bandera del altar mayor. Ahora, ya no es el tiempo de la esclavitud, pa que trates a mi gente, con tanto rencor, pa que trates a mi gente, con tanto rencor”.

Fuente: Zambrana, A (2014).

SALA 5: SALA DE EXPOSICIÓN TEMPORAL

Esta sala se particularizará por el dinamismo en cada exposición, se pretende manejar una agenda cultural, con fechas representativas, para la Cultura Afroboliviana, a partir de exposiciones artísticas, de fotografía, textiles, u otros, de manera que el museo cobre vida y llame la atención no solo de los visitantes, sino también, de la comunidad.

SALA 6: TALLER ABIERTO

Por último, se propone una sala tipo taller abierto, en la cual se tendrán actividades culturales, como: talleres de danza, música, elaboración de textiles, entre otros, los cuales podrán ser visitados por todos, generando un dinamismo en los participantes de cada taller y de la comunidad, ello en función a una agenda previa para todo el año.

7.3.2. Capacidad de Carga

Para el cálculo de Capacidad de Carga, se utilizó la fórmula propuesta por (Cifuentes et al., 1999, p.15):

$$CCF = (S/sp)*NV$$

Donde:

S = Superficie disponible, en metros lineales

sp = Superficie usada por persona = 1

NV = número de veces que el sitio puede ser visitado

Reemplazando:

S= 88

Sp= 1

NV= 4 (Dos visitas por la mañana y dos visitas por la tarde)

Siendo la Capacidad de Carga = 22 personas

7.3.3. Agenda de actividades

Para que el museo responda a la característica de MUSEO VIVO, se tendrá una agenda en la que se considerarán fechas festivas, cívicas, feriados entre otros. Tal y como se detalla a continuación:

Tabla 6. Agenda Cultural

<p style="text-align: center;">ENERO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6. Día Santos Reyes: Taller abierto para niños y adolescentes "Construye tu propio regalo" • 24. Alasitas: Exposición de miniaturas 	<p style="text-align: center;">FEBRERO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2. Fiesta de la Virgen de la Candelaria: Concurso arcos de flores procesión • 9. Fundación de Cobija: Difusión audiovisual para escolares • 10. Revolución de Oruro: Difusión audiovisual para escolares • 25 - 27. Carnaval (Visitas especiales) 	<p style="text-align: center;">MARZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6. Creación ciudad de El Alto: Difusión audiovisual para escolares • 8. Día Internacional de la mujer: Exposición fotográfica "Rostro mujer boliviana" • 10. Pascua a San Benito, Corona a Rey Afro: Cuenta cuentos "Nuestros reyes" • 19. Día del padre: Cine en el museo, película mi socio, para padres e hijos
<p style="text-align: center;">ABRIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • 12. Día del niño: Juegos de antaño • 14. Semana Santa: Taller de Gastronomía "Los catorce platos" • 15. Revolución de Tarija: Difusión audiovisual para escolares • 22. Día mundial de la tierra: Taller abierto elaboración de objetos utilitarios con material reciclable • 23. Día Int. del Libro: Feria del libro 	<p style="text-align: center;">MAYO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1. Día del trabajo: Exposición fotográfica • 18. Noche de museos "Nuestra noche" • 27. Día de la madre: Cine en el museo, película "Los Andes no creen en Dios", para madres e hijos • 25. Revolución de Chuquisaca: Difusión audiovisual para escolares 	<p style="text-align: center;">JUNIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 21. Año nuevo aymara, amazónico: Visitas especiales • 23. San Juan: Cuenta cuentos en la noche más fría del año.
<p style="text-align: center;">JULIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 16. Revolución de La Paz: Exposición fotográfica conmemorativa • 25. Fiesta Tata Santigago de Muruata: Cuenta cuentos "Los Milagros del Tata" 	<p style="text-align: center;">AGOSTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1. Día Mundial de la Alegría: Taller abierto de arte musical • 6. Fundación de Bolivia: Exposición fotográfica conmemorativa • 7. Día Int. de la juventud: Taller abierto danza y ejercicio Zumba • 15. Fiesta patronal de Tocaña: Concurso de Gastronomía "Mi identidad" 	<p style="text-align: center;">SEPTIEMBRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • 21. Día de la juventud: Taller abierto de danza • 24. Revolución de Santa Cruz: Difusión audiovisual para escolares • 24. Creación de Pando: Difusión audiovisual para escolares
<p style="text-align: center;">OCTUBRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • 11. Día de la mujer boliviana: Taller abierto manualidades para mujeres • 20. Aniversario Coroico: Festival de La Saya 	<p style="text-align: center;">NOVIEMBRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1. Día de Todos Santos: Armado de mesas y altares • 10. Revolución de Potosí: Difusión Audiovisual para escolares • 18. Creación del Beni: Difusión Audiovisual para escolares 	<p style="text-align: center;">DICIEMBRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10- 20. Fiestas de Fin de año: Taller Abierto Artesanía navideña

Fuente: Elaboración propia (2022).

7.3.4. Medidas de bioseguridad para la visita al museo

Debido a la presencia del Covid- 19 y a fin de preservar la salud de nuestros visitantes, se deberán tener en cuenta como medidas de bioseguridad para la visita al museo:

1. Reservar la visita con antelación
2. Desinfección al ingreso del museo
3. Lavado de manos
4. Control de temperatura
5. Uso obligatorio de cubrebocas
6. Mantener la distancia de dos metros entre persona y persona
7. No ingerir alimentos, ni bebidas al interior del museo
8. Si es posible realizar el pago por visita mediante la plataforma, evitando el pago en efectivo
9. Cumplir con rigurosidad las normas de limpieza con insumos específicos para desinfección
10. Cuidar el medio ambiente depositando cubrebocas u otros en los depósitos establecidos en el museo.



Ilustración 10. Medidas de bioseguridad
Fuente: Genuine Galicia (2022).

7.3.5. Mapeo de actores sociales involucrados en el museo

Al tratar de una propuesta con enfoque comunitario, se procederá al mapeo de actores sociales, para que de esta manera sean ellos quienes ejerzan el control social y aporten hacia el logro de los objetivos de puesta en valor que persigue el museo. Tal y como se describe en la siguiente ilustración:

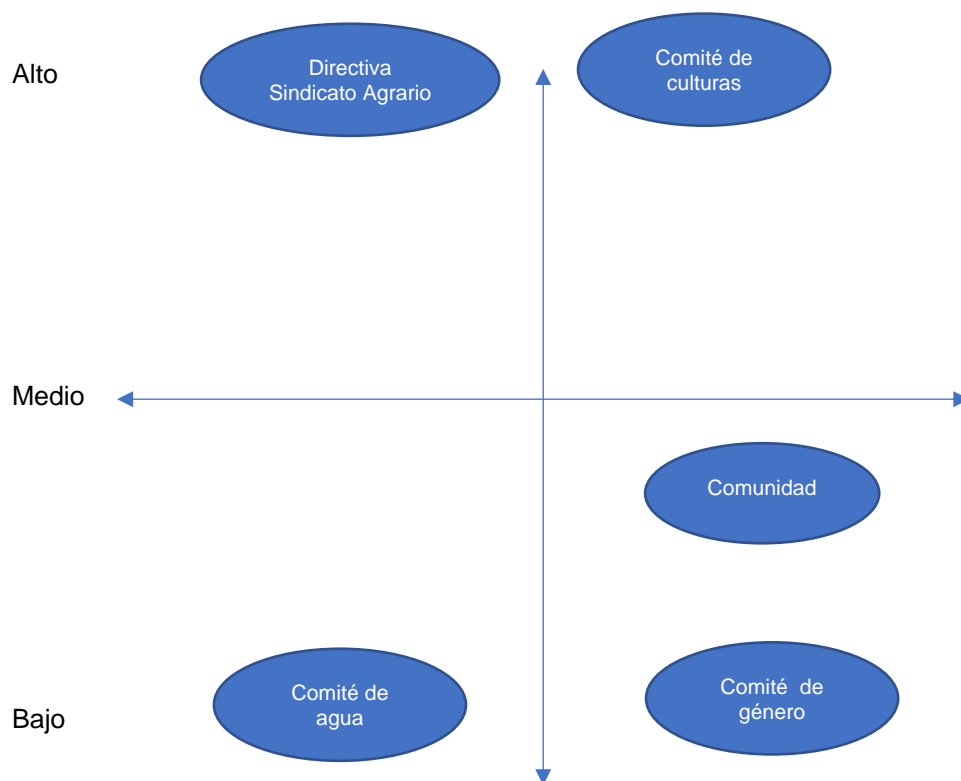


Ilustración 11. Actores sociales

Fuente: Elaboración propia.

La Comunidad Afroboliviana de Tocaña, está organizada a la cabeza de la Directiva del Sindicato Agrario y diferentes comités en este caso para el desarrollo de la propuesta, se considerará en particular al Directorio y al Comité de Culturas, y a la comunidad en general, con una serie de tareas que propicien el éxito para la puesta en valor del museo.

7.3.5.1. Funciones del Comité de Culturas respecto al Museo

El Comité de Cultura tendrá en sus manos el control y la representación del museo con diferentes instancias, además de la comunidad, debiendo, por tanto:

- Mantener una comunicación fluida y la consulta constante con el directorio, administración del museo y la comunidad en cuanto a toma de decisiones, resultados obtenidos, entre otros.
- Tener una presencia constante ante las diversas organizaciones de la comunidad, además de organizaciones, instancias de turismo, entre otras.
- Socializar informes en correspondencia con la administración del museo.
- Participar en redes y alianzas para fortalecer proyectos particulares, colectivos, además, del posicionamiento del museo en el mercado turístico.
- Establecer las medidas de control social pertinentes por las cuales, sea posible solucionar problemas en forma oportuna y realizar las evaluaciones.
- El comité deberá capacitarse para desarrollar todas las funciones que están a su cargo respecto al museo, gestión cultural y turismo.
- Vincularse con otros grupos comunitarios de museos para intercambiar información que permita la mejora constante desde la experiencia, en tareas de esta índole.

7.3.6. Estructura orgánica del museo

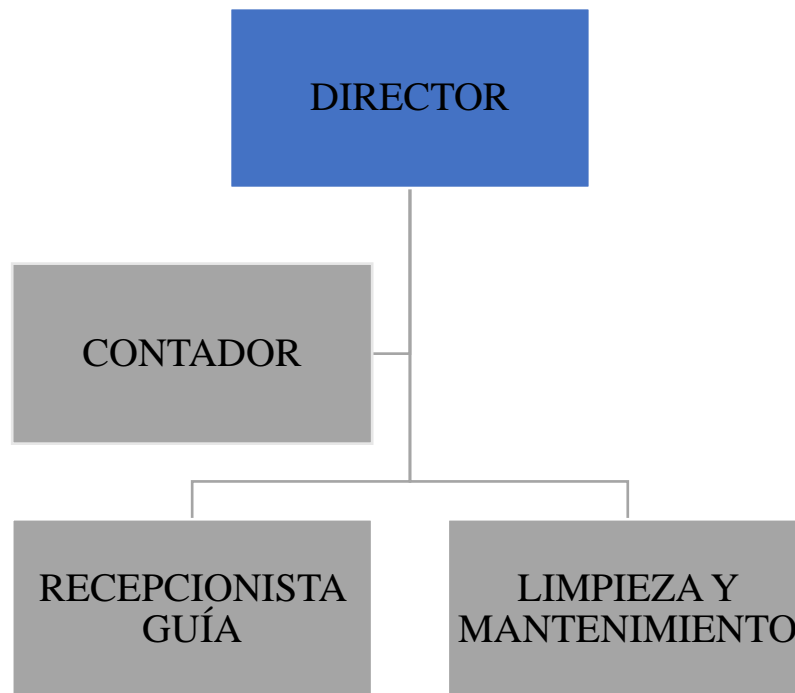


Ilustración 12. Estructura orgánica del museo

Fuente: Elaboración propia.

7.3.7. Manual de funciones

CARGO: DIRECTOR

MANUAL DE FUNCIONES
Nombre del cargo: DIRECTOR MUSEO
Objetivo: Alcanzar objetivos del museo con eficiencia y eficacia con alto sentido de visión, liderazgo con altos principios y valores.
Dependencia: DIRECTORIO
Descripción del cargo: El Director tiene como objetivo planificar, organizar, dirigir, analizar, calcular y deducir la gestión cultural, y administración del museo, además, de identificar las estrategias más adecuadas para la consecución de los logros establecidos.
Funciones: <ol style="list-style-type: none"> 1. Dirige, coordina y regula el funcionamiento del museo 2. Asume la representación del museo 3. Firma los contratos, cheques, documentos, u otros 4. Autoriza toda erogación de gastos de administración conforme a presupuesto 5. Ejecuta, actividades culturales 6. Dispone la elaboración del presupuesto y el balance general 7. Designa el personal del museo 8. Controla las funciones del personal del museo 9. Diseña actividades culturales.
Competencias: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión del patrimonio cultural ✓ Conciencia organizacional ✓ Trabajo en equipo y cooperación ✓ Liderazgo ✓ Compromiso ✓ Buenas relaciones interpersonales.
Experiencia laboral: Experiencia general de cinco años Experiencia específica tres años.
Perfil o formación profesional: Profesional el turismo o ramas afines, conocimientos de museología, museografía, e idioma extranjero.

CARGO: CONTADOR

MANUAL DE FUNCIONES
Nombre del cargo: CONTADOR
Objetivo: Generar los registros contables y elaborar los estados financieros del museo con el fin de mantener en orden los documentos contables.
Dependencia: DIRECCIÓN
<p>Descripción del cargo:</p> <p>Establece los procedimientos para la gestión de la información financiera, por medio de los registros contables. Cumple con los requerimientos de información para la toma de decisiones.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar los estados financieros de la empresa con información oportuna y verídica 2. Elaborar la declaración de impuestos 3. Verificar y depurar las cuentas contables 4. Registrar la operación de cobranza en sistema contable 5. Registrar el comprobante de compras y comparar los gastos 6. Generar inventarios 7. Generar la planilla de sueldos 8. Entregar la boleta de pagos al personal 9. Mantener en orden y actualizado los documentos contables.
<p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidad numérica ✓ Organización ✓ Capacidad de análisis ✓ Proactividad.
<p>Experiencia laboral:</p> <p>General cinco años, específica dos años.</p>
<p>Perfil o formación profesional:</p> <p>Lic. en Contaduría Pública.</p>

CARGO: RECEPCIONISTA GUÍA

MANUAL DE FUNCIONES
Nombre del cargo: RECEPCIONISTA GUÍA
Objetivo: Recepcionar y guiar a los visitantes del museo, con un alto sentido de responsabilidad, comunicación y empatía.
Dependencia: DIRECCIÓN
Descripción del cargo: Desarrolla actividades de recepción de los visitantes al museo. Así como, el guiaje de cada una de las salas, dando a conocer información fidedigna, de forma dinámica.
Funciones: <ol style="list-style-type: none"> 1. Recepcionar a los visitantes nacionales y extranjeros 2. Acompañar a los turistas 3. Guiar las diferentes salas del museo 4. Proporcionar información veraz, objetiva y clara al público receptor 5. Asistir al visitante con primeros auxilios y, en caso necesario, coordinación de ingreso del turista a servicios hospitalarios 6. Ejecutar en forma puntual el programa de actividades 7. Realizar el control del grupo de visitantes en cuanto a regulaciones, restricciones o precauciones necesarias.
Competencias: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidad comunicacional ✓ Organización ✓ Proactividad.
Experiencia laboral: General dos años, específica uno.
Perfil o formación profesional: Lic. o Técnico en Turismo y ramas afines, conocimiento de idioma extranjero.

CARGO: LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

MANUAL DE FUNCIONES
Nombre del cargo: LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO
Objetivo: Realizar la limpieza y mantenimiento del museo
Dependencia: DIRECCIÓN
Descripción del cargo: Deber asegurar que el museo se encuentre en perfecto estado, con la limpieza y mantenimiento de cada sala.
Funciones: <ol style="list-style-type: none"> 1. Asegurar la limpieza del museo 2. Solicitar insumos de limpieza 3. Realizar la limpieza y mantenimiento de las salas 4. Cumplir con todas las normas de limpieza y bioseguridad 5. Informar sobre el estado del depósito y de las salas 6. Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
Competencias: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidad ✓ Eficiencia
Experiencia laboral: Experiencia mínima de un año en la actividad.
Perfil o formación: Bachiller en humanidades

7.3.8. Posicionamiento

Para posicionar el Museo de Tocaña en el mercado turístico, se tendrán una serie de tareas, las cuales responden al siguiente orden:

- Diseño de la marca
- Selección de redes sociales
- Diseño de contenidos
- Agenda de actividades

7.3.8.1. Diseño de la marca

En función al nombre actualizado con la reinauguración del museo que es:

“MUSEO ETNOGRÁFICO VIVO TOCAÑA”

Se diseñó la marca que apela a un componente en particular, se trata de un museo VIVO, que rompe con actividades tradiciones de solo el recorrido de salas de exposición, en este museo se tiene la disponibilidad de hacer conocer a la gente la Cultura Afroboliviana en un museo en el que prime el dinamismo, las actividades culturales, entre otros.

Este mensaje se complementará en el siguiente diseño de la marca:



Ilustración 13. Diseño de la marca
Fuente: Elaboración propia (2021).

7.3.8.2. Creación página web

Para el posicionamiento del Museo, se plantea la creación de una página web, compuesta por:

Encabezado

Con el link, nombre y logo del museo.

Cuerpo

El cuerpo estará dividido en tres partes en la primera parte, se tendrán las ventanas concernientes a: exposiciones, salas, actividades, memoria del museo y convocatorias (a diferentes actividades). En el segundo cuerpo parte central, se verán fotos del museo las cuales se sincronizarán con los contenidos de redes sociales. En el tercer cuerpo, se tendrá la información adicional, como horarios de visita, precios de visita para nacionales y extranjeros, reglas de visita.

Pie

Por último, en la parte inferior, se tiene como medio de información la dirección, mail y teléfono del Museo.

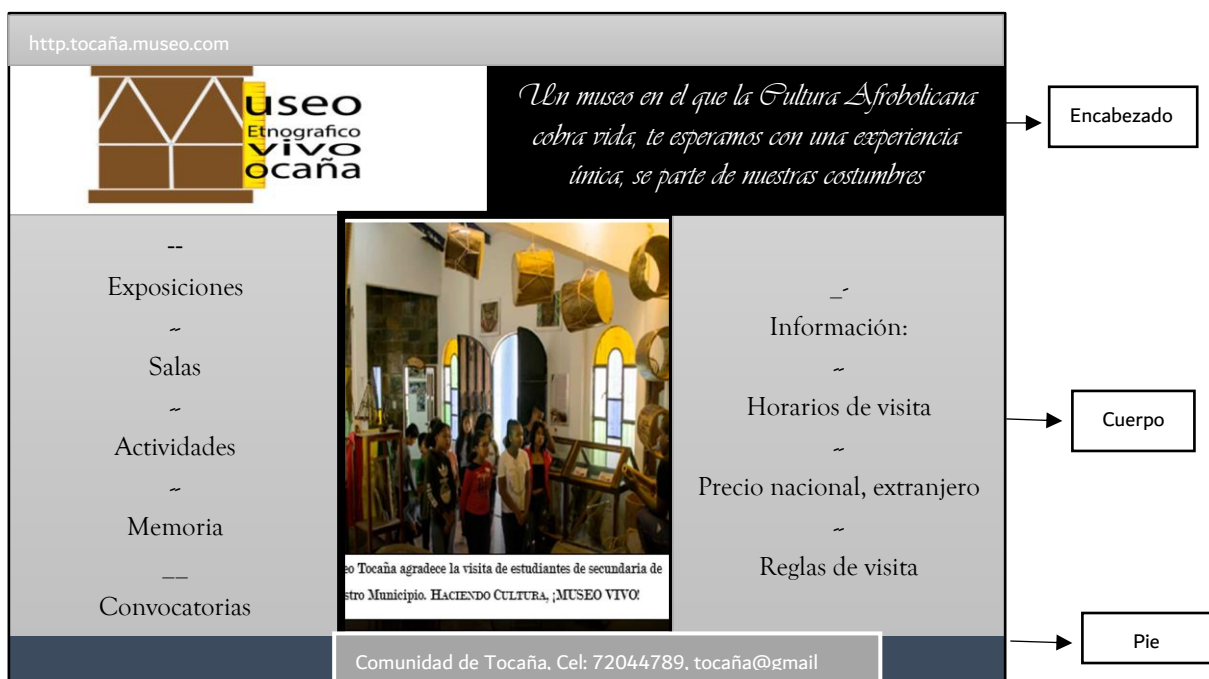


Ilustración 14. Distribución y diseño página web

Fuente: Elaboración propia.

7.3.8.3. Selección de redes sociales

Las redes sociales seleccionadas para posicionar el Museo de Tocaña serán: Facebook, Instagram, YouTube y WhatsApp, tal y como se observa en la siguiente ilustración:



Ilustración 15. Redes sociales

Fuente: Elaboración propia (2022).

- El uso de Facebook, será por la capacidad de esta red para alcanzar una gran audiencia, sin dejar de lado que es multicanal, se usa en procesos promocionales y tiene una gran afinidad en el contexto nacional e internacional.
- En relación a Instagram, esta red se considerará para la propuesta porque cada vez está siendo más utilizada, dada la facilidad de publicar videos y fotografías en tiempo real, como exposiciones del museo, actividades, grupos de visitantes, sin dejar de lado que se sincroniza con Facebook.

- Youtube, será un elemento muy llamativo, porque en este priman los videos de música, baile, y la Comunidad de Tocaña goza de estos atributos e incluso llama mucho la atención por la riqueza de su música al son de instrumentos típicos.
- Whattssapp, se utilizará con el fin de tener una comunicación más fluida con quienes visitan o tienen interés de visitar el museo, esta aplicación implica costos muy bajos, accesibilidad, dinamismo y posibilidades de gestión de datos.

7.3.8.4. Creación de contenidos

En esta parte del proyecto, se procederá a la creación de contenidos en el siguiente orden:

- a) Contenido diario
- b) Contenido informativo
- c) Contenido promocional
- d) Contenido de agradecimiento
- e) Contenido conmemorativo
- f) Contenido de experiencias en tiempo real.

a) **Contenido diario**

Con este tipo de contenido, se busca sentar presencia en las redes en todo momento, por medio de mensajes diarios que motiven la visita al repositorio. Se pone a consideración un ejemplo:



Ilustración 16. Ejemplo contenido diario

Fuente: Elaboración propia (2022).

b) Contenido informativo

Este tipo de contenido, tomarán en cuenta datos de interés que generen una mayor motivación hacia la visita al Museo de Tocaña, desde datos históricos, culturales, singulares, de producción en la región, actividades festivas, etc. Así como, la difusión de información que promueva una mayor cultura general en nuestros seguidores en redes sociales, como se observa en la siguiente ilustración:



Ilustración 17. Ejemplo contenido informativo

Fuente: Elaborado en base a imagen de LA NACIÓN, Revista, publicada el 10 de marzo de 2013.

c) **Contenido promocional**

Este contenido, pretenderá ir de la mano con diferentes actividades culturales en la región, a partir de promociones cuando flujos de personas visiten la región, o aprovechando feriados o días festivos. Así, por ejemplo:



Ilustración 18. Ejemplo contenido promocional

Fuente: Elaboración propia (2022).

d) Contenido de agradecimiento

Este contenido, tiene como objetivo principal, agradecer a nuestros visitantes por haber venido a conocer nuestro museo, y sentir la experiencia del MUSEO VIVO TOCAÑA. Con el posteo de las actividades y grupos, como se aprecia en la siguiente ilustración:



Ilustración 19. Ejemplo contenido de agradecimiento

Fuente: Elaboración en base a imagen de La Razón, publicada el 20 de junio de 2022.

e) **Contenido conmemorativo**

Se realizarán contenidos, según fechas especiales o de conmemoración, por los cuales se muestre que el Museo Tocaña, recuerda siempre las fechas que mueven a nuestro país. Se pone como ejemplo, la siguiente ilustración por el aniversario cívico de la ciudad de Potosí:



Ilustración 20. Ejemplo contenido conmemorativo

Fuente: Elaboración propia (2022).

f) Contenido de experiencias en tiempo real

Estas tendrán la particularidad de contar con la participación de personas reconocidas en el medio, por la labor cultural, social, sin dejar de lado las nuevas tendencias en las cuales jóvenes como los denominados influencers visitan diferentes lugares como el Museo de Tocaña, transmitiendo sus experiencias directamente por medio de un teléfono móvil u otro dispositivo.



Ilustración 21. Ejemplo contenido de experiencias en tiempo real

Fuente: En base a fotografía de Vist Projects (Taller en Tocaña, 2021).

7.3.8.5. Reservas y pagos en línea

Para las reservas y pagos en línea se considerará el sistema de reservas online SimplyBook.



SimplyBook.me

Es un sistema que trabaja en español y otros doce idiomas, para las reservas, este sistema ofrece la posibilidad de interconectarse con las redes sociales del museo, por medio de la integración que ofrece con diferentes aplicaciones.



Aceptar reservas online

El proceso de reserva considera, los siguientes puntos:

1. Selección de fecha y horario
2. Relleno de datos personales
3. Pago del servicio
4. Confirmación y registro del pago



Notificaciones vía SMS/Email

Envíe recordatorios al personal y a los clientes

Con el sistema se podrán enviar recordatorios a los clientes mediante mensajes en el buzón de redes sociales, correo electrónico o WhatsApp.



Se aceptarán los pagos o anticipos, por medio de pago con tarjeta de crédito o débito.

Aceptar Pagos

CONCLUSIONES

1. La determinación de los elementos teóricos inherentes al objeto de estudio, dio a conocer que los museos nacen como un recinto de exposición y cuidado de muestras que responden a diferentes categorías, históricas, culturales, naturales, antropológicas, habiendo logrado grandes cambios a lo largo del tiempo, por los cuales en la actualidad se plantea la visión universalizadora de los museos, que además deben particularizarse por el dinamismo y la creatividad, cobrando vida, generando experiencias y estimulando el conocimiento. Así dentro del estudio de los museos, se tiene como pilar a la museología y en el diseño a la museografía que plantea todas las normas a seguir tanto en el guion, como en la infraestructura, seguridad, entre otros.
2. El diagnóstico para el rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz – Bolivia, permitió advertir que los turistas en el Municipio de Coroico, no visitan Tocaña, razón por la cual la cultura de esta región no es difundida, muchos conocen ciertas expresiones como la música, la danza, empero, no se desplazaron hasta el lugar. Sin embargo, señalan que apoyan esta propuesta y se encuentran en la disponibilidad de visitar el museo en algún momento, sugiriendo actividades que sean dinámicas, el manejo comunitario y la aplicación de marketing digital y difusión de esta propuesta en embajadas. Por otra parte, según la guía de observación, se rescata que si bien el museo fue refaccionado estas medidas fueron empíricas, ajenas a la museografía, y los aspectos pertinentes a un adecuado diseño, tal el caso de la falta de un guion curatorial, actividades por las que el museo cobre vida, muestras escasas y deterioradas, falta de seguridad, sin presencia en las redes sociales para una mayor difusión.

3. El establecimiento de los componentes del rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en La Paz – Bolivia, responde al diseño de un guion compuesto por: historia, presencia de la Cultura Afroboliviana en la Villa Imperial de Potosí, la hoja de coca, manifestaciones culturales, sala de exposición temporal. Y una agenda cultural en la que prima el dinamismo, actividades para todas las edades. Así también, se tiene la determinación de la capacidad de carga y el establecimiento de medidas de bioseguridad para la visita al museo. Por otra parte, se considera un mapeo de actores sociales con las funciones que les competen y la estructura organizacional del museo, compuesta por: Director, Contador, Recepcionista Guía, Limpieza y Mantenimiento, con un respectivo manual de funciones.
4. Para el posicionamiento del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, se tuvo en cuenta el diseño de la marca, que apela al concepto de MUSEO VIVO, la creación de una página web, identificación de las redes sociales adecuadas para promocionar el museo: Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, y el diseño de contenido: diario, informativo, conmemorativo de agradecimiento y de tiempo real, que atraiga y motive la visita al repositorio, además de las posibilidades de reserva y pago en línea.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda socializar la propuesta con el Gobierno Municipal de Coroico, representantes de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña y Universidad Mayor de San Andrés, Carrera de Turismo, para su puesta en marcha.
- La propuesta de rediseño del Museo de la Comunidad Afroboliviana de Tocaña, estará sujeta a cambios que se susciten a lo largo del tiempo.
- Se sugiere la capacitación del equipo de trabajo enfocándose en los nuevos paradigmas de museología y museografía.
- Para la promoción turística del museo, el marketing digital deberá concentrarse en herramientas y bases de datos actualizadas.

BIBLIOGRAFÍA

Abarca, A., Alpizar, F., Sibaja, G. y Rojas, C. (2013). “*Técnicas cualitativas de investigación*”, San José, Costa Rica.

Angola, J. (2005). *Raíces de un pueblo Cultura Afroboliviana*. La Paz – Bolivia: Producciones CIMA.

Arenas, J. (1996). *Introducción a la conservación del patrimonio y técnicas artísticas*. Barcelona – España: Editorial Ariel.

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. 6ª Edición, Caracas: Edit. Episteme.

Beltran, M. & Bautista, G. (2016). *Fortalecimiento de la ruta el “desafío de los yungas” en el municipio de Coroico, (Tesis de grado)*, Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia.

Bravo, I. (1995). *La organización y gestión de museos*. Boletín ANABAD. ISSN 0210-4164, ISSN-e 2444-7293.

Cavero, M. (1992). *Museología General*. La Paz – Bolivia: Mensaje Editor.

Consejo Internacional de los Museos ICOM. (2007). *Definición de Museo, Kioto*,

<https://icom.museum/es/news/la-definicion-del-museo-la-columna-vertebral-del-icom/>

Crespo, A. (1977). *Esclavos negros en Bolivia*, La Paz – Bolivia: Edit. Academia Nacional de Ciencias.

Deber, P. y Carriola, A. (2014). *Manual básico de montaje museográfico*. Bogotá Colombia: Edit. Museo Nacional de Colombia.

Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía (ENCRYM), Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), México, alejandra_mosco@inah.gob.mx Intervención (México DF) versión impresa ISSN 2007-249X

Espacio Visual Europa, EVE (2015). *Plataforma informativa sobre innovación aplicada a la museología y museografía*. <https://evemuseografia.com/2015/11/30/breve-historia-de-los-museos/>

Fundación del Cultural del Banco Central de Bolivia (2015). *Dossier pueblo afro boliviano, historia, cultura, revolución. Nuestro legado*. La Paz- Bolivia: Edit. Fundación del BCB.

Gamboa, S. (1998). *Museo, museología y museografía.*

<file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-MuseoMuseologiaYMuseografia-283301.pdf>

Gobierno Municipal de Coroico (2006-2011) “*Plan de Desarrollo Municipal Coroico*”

Coroico, La Paz – Bolivia

Gregovora, A. (1980). *La muséologie – science ou seulement travail pratique du musée.*

[http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/icofom/pdf/DoTraM_MuWoP%20\(1980\)%20Fre.pdf](http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/icofom/pdf/DoTraM_MuWoP%20(1980)%20Fre.pdf)

Hernández, R. Fernández, C. & Baptista P. (2014),” *Metodología de la Investigación*”, Sexta edición Editorial, McGraw-Hill, México DF

Ibañez, J. & Manzano, R. (2007). Posicionamiento elemento clave de la estrategia de marketing.

http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/posicionamiento_1563557948.pdf

Klein, H. (2001). *El tráfico atlántico de esclavos.* Lima - Perú: Fundación Manuel J. Bustamante de la Fuente (Estudios históricos, 56).

Klein, H. y Ben V. (2008). *La esclavitud africana en América Latina y el Caribe.* Lima - Perú: Instituto de Estudios Peruanos.

López r. & Fachelli, S (2015). “*Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*”

Barcelona - España. Edición digital: <http://ddd.uab.cat/record/163567>

Mamani, J, (2012) “*Creación del centro de interpretación patrimonial de la cultura Afro boliviana y la Naturaleza en la comunidad de Tocaña*” (Tesis de grado), Universidad

Mayor de San Andrés, La Paz-Bolivia

Ministerio de Cultura República de Colombia, (2012). “*Museología, Curaduría, Gestión y Museografía: Manual de Producción y Montaje para Artes Audiovisuales*”. Colombia.

Moraño, X. (2010). Estrategias de posicionamiento. Recuperado en:

<https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>

Mosco A. (2016). *Sobre la curaduría y su papel en la divulgación*. México DF.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-249X201600010007.

Puig, M. (2017). *Sobre el coleccionismo*. Barcelona- España: Ediciones Gráficas Rey, S.L.

Quiroa, M. *Administración*. (29 de enero, 2020). Economipedia.com

Ries. A y Trout. J. (1991). Posicionamiento. McGraw-Hill Interamericana de México, S.A.

de C.V Rodríguez (2004). *Mercadotecnia ambiental en México*. Instituto

Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

Stanton, W., Etzel, M. & Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing*, 13ª Edición,
McGraw-Hill, México.

Such, M. (1998). *Estudio y análisis de los museos y colecciones museográficas de la
Provincia de Alicante*, (Tesis Doctoral), Alicante: Universidad de Alicante-España.

Téllez, J. (2012). *Salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de los afrodescendientes
en América Latina. Informe sobre la situación del PCI afrodescendiente en la
República de Bolivia*. Disponible en: [http://www.crespial.org/public_files/EAPCIA-
Bolivia.pdf](http://www.crespial.org/public_files/EAPCIA-Bolivia.pdf)

Tuttolomondo t. (2002). *Pasado y Presente en la Esclavitud Africana*. Disponible en:
http://www.afrol.com/es/Categorias/Cultura/esp_esclavitud.htm

Walker, S. (2010). *Conocimiento desde adentro. Los afrosudamericanos hablan de sus
pueblos y sus historias*. Vol. 1 y 2. La Paz: PIEB.

Zambrana, A. (2014). *El pueblo Afroboliviano, Historia, cultura y economía. Cochabamba-
Bolivia*: Editorial Kipus.

ANEXOS

ANEXO A.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

CARRERA DE TURISMO

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

BOLETA DE ENCUESTA



Las siguientes preguntas, fueron formuladas con el objetivo de recabar información que contribuya al diseño de un Museo de la Comunidad Afroboliviana Tocaña en el departamento de La Paz- Municipio de Coroico. Su ayuda será de gran importancia.

-
1. Edad.....
 2. Sexo.....
 3. Nacionalidad.....
 4. Nivel de instrucción.....
 5. Ocupación.....
 6. Estado civil.....
 7. ¿Cuánto tiempo se quedó en Coroico?
1 a 2 días 3 a 4 días 5 a más días
 8. ¿Cuál fue su motivo de viaje hacia Coroico?
Cultura Naturaleza Aventura
Todos Otros Ninguno
 9. ¿Cuál fue su nivel de gasto diario planificado durante su estadía en Coroico?
10 a 20 dólares 21 a 31 dólares
32 a 42 dólares 43 a más dólares
 10. ¿Tuvo la oportunidad de visitar otros lugares como Tocaña?
Sí No
 11. ¿Sabía usted que en Tocaña, se tiene un fuerte legado cultural afroboliviano?
Sí No Algo
 12. Si su respuesta fue afirmativa ¿A qué conocimientos se refiere?
Música Danza (saya)
Historia Gastronomía
Todos Otros Ninguno
 13. ¿Le interesaría saber más sobre la Cultura Afroboliviana en Tocaña?
Sí No
 14. Si su respuesta fue afirmativa ¿Qué le gustaría saber?
Manifestaciones culturales Historia
Personajes Antropología
Todos Otros

15. ¿Dentro de la futura oferta turística en Tocaña, le interesaría que se incluya un museo sobre la Cultura Afroboliviana?

Sí No

16. ¿Qué sugeriría para que la propuesta de un museo sobre la Cultura Afroboliviana, sea exitoso?

Atención por comunarios	Museo dinámico
Montaje con personajes de cera	Exposiciones abiertas
Talleres abiertos de Cultura Afroboliviana	Todos
Otros	Ninguno

17. ¿Qué medios sugeriría para la promoción de esta propuesta?

Redes sociales	Página web
Difusión en embajadas	Todos
Otros	Ninguno

18. ¿Desea sugerir algo más, al respecto?

.....
.....

¡Muchas gracias!

ANEXO B.

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
CARRERA DE TURISMO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
FORMULARIO DE ENTREVISTA A INFORMANTES CLAVE**

Las siguientes preguntas fueron formuladas con el objetivo de recabar información que contribuya al rediseño del Museo Tocaña, en el componente de marketing. Su ayuda será de suma importancia.

1. ¿Cuál considera usted es la importancia del marketing en turismo en la actualidad?
.....
.....
2. ¿Usted tiene conocimientos sobre la Comunidad Afroboliviana de Tocaña?, ¿Cuáles?
.....
.....
3. ¿Cuáles cree usted son las fortalezas y debilidades de esta comunidad en términos turísticos?
.....
.....
4. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas para esta comunidad respecto al turismo?
.....
.....
5. ¿Sabía que la Comunidad de Tocaña cuenta con un museo con muestras propias de la cultura que posee?
.....
.....
6. ¿El museo del que se hace referencia requiere un posicionamiento en el mercado, qué acciones y estrategias sugiere usted para posicionarlo?
.....
.....
7. ¿Cómo cree que se podría tener una mayor eficiencia en las acciones y estrategias de posicionamiento requeridas? (que usted sugiere)
.....
.....
8. ¿Existen algunas políticas que considera usted pertinentes para el posicionamiento del Museo de Tocaña?
.....
.....
9. ¿Conoce usted alguna estrategia exitosa de posicionamiento de museos con características como el de Tocaña?, ¿podría mencionar algo al respecto?
.....
.....
10. ¿Desea sugerir algo más?
.....
.....

¡Muchas gracias por su gentil colaboración

ANEXO C.

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
CARRERA DE TURISMO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
FORMULARIO DE ENTREVISTA A INFORMANTES CLAVE**

Las siguientes preguntas fueron formuladas con el objetivo de recabar información que contribuya al rediseño del Museo Tocaña, en el componente de marketing. Su ayuda será de suma importancia.

-
1. ¿Cuál considera usted es la importancia del marketing en turismo en la actualidad?
.....
.....
 2. ¿Cuál es su nombre y qué cargo ocupa usted en el Centro Cultural Tocaña?
.....
.....
 3. ¿Cuáles cree usted son las fortalezas y debilidades de esta comunidad en términos turísticos?
.....
.....
 4. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas para esta comunidad respecto al turismo?
.....
.....
 5. ¿Qué año se empezó a restaurar el museo y tuvieron algún tipo de apoyo para su restauración?
.....
.....
 6. ¿Existe alguna otra danza típica además de la saya afroboliviana?
.....
.....
 7. ¿Cuentan con más ambientes que nos ayuden a ampliar el museo?
.....
.....
 8. ¿Desea sugerir algo más para difundir en el museo?
.....
.....

¡Muchas gracias por su gentil colaboración!

ANEXO D.

Guía de observación

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

CARRERA DE TURISMO

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Lugar:

Fecha:

Hora:

Observar:

No.	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Observaciones
Ingreso al museo		X			
Infraestructura externa		X			
Infraestructura interna		X			
Guión curatorial				X	
Exposiciones				X	
Actividades				X	
Señalización				X	
Tipo de muestras			X		
Estado de las piezas				X	
Depósito				X	
Seguridad			X		
Presencia en redes sociales				X	
Otros					

ANEXO E.

Vaciado de datos encuesta

CUADRO 1. EDAD

Alternativa	No.	%
26 años	20	28
27 años	18	25
25 años	14	19
28 -29 años	9	13
18 - 24 años	9	12
34 años	2	3
TOTAL	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 2. SEXO

Alternativa	No.	%
Femenino	52	45
Masculino	20	52
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 3. NACIONALIDAD

Alternativa	No.	%
Boliviana	65	90
Otra	7	10
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 4. NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Alternativa	No.	%
Licenciatura	34	47
Técnico medio- superior.	14	19
Estudiante Universitario	9	13
Egresado Universitario	7	9
Maestría	4	6
Bachiller	4	6
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 5. OCUPACIÓN

Alternativa	No.	%
Estudiante	22	31
Docente	7	10
Contaduría pública	6	8
Comunicación	4	6
Enfermería	4	6
Counter	7	9
Ingeniería	6	8
Trabajador independiente	4	6
Gerente de Operaciones	3	4
Diseño gráfico	2	3
Lingüística	4	5
Atención al cliente	3	4
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 6. ESTADO CIVIL

Alternativa	No.	%
Casado/a	66	91
Soltero/a	4	6
Unión libre	2	3
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 7. TIEMPO DE ESTANCIA EN COROICO

Alternativa	No.	%
1 a 2 días	36	50
3 a 4 días	24	34
Más de 5 días	12	16
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 8. MOTIVACIÓN DE VIAJE A COROICO

Alternativa	No.	%
Cultura	27	38
Aventura	22	30
Naturaleza	16	22
Todos	5	7
Ninguno	2	3
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 9. NIVEL DE GASTO DIARIO DURANTE LA ESTADÍA EN COROICO

Alternativa	No.	%
10 a 20 dólares	36	50
21 a 31 dólares	27	38
32 a 42 dólares	9	12
Más de 42 dólares	0	0
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 10. VISITAS A LA COMUNIDAD DE TOCAÑA

Alternativa	No.	%
No	58	81
Sí	14	19
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

**CUADRO 11. CONOCIMIENTO ACERCA DEL LEGADO CULTURAL
AFROBOLIVIANO**

Alternativa	No.	%
Sí	32	44
No	27	38
Algo	13	18
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

**CUADRO 12. CONOCIMIENTO ACERCA DE LAS MANIFESTACIONES
CULTURALES AFROBOLIVIANAS**

Alternativa	No.	%
Danza (saya afroboliviana)	23	32
Ninguno	22	30
Todas	18	25
Historia	5	7
Música	2	3
Gastronomía	2	3
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 13. INTERÉS POR LA CULTURA AFROBOLIVIANA EN TOCAÑA

Alternativa	No.	%
Mucho	65	90
Poco	7	10
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 14. TEMAS DE INTERÉS DURANTE LA ESTANCIA EN COROICO

Alternativa	No.	%
Todos	45	63
Manifestaciones culturales	13	18
Historia	12	16
Antropología	2	3
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

**CUADRO 15. RESIDEÑO DE UN MUSEO DENTRO DE LA OFERTA TURÍSTICA
DE TOCAÑA**

Alternativa	No.	%
Sí	65	90
No	7	10
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

**CUADRO 16. SUGERENCIAS PARA EL ÉXITO DE LA INCORPORACIÓN DE
UN MUSEO SOBRE LA CULTURA AFROBOLIVIANA**

Alternativa	No.	%
Todas	32	44
Talleres abiertos	18	25
Museo dinámico	12	16
Atención por comunarios	4	6
Exposiciones abiertas	4	6
Personajes de cera	2	3
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

CUADRO 17. MEDIOS DE INFORMACIÓN PARA LA PROPUESTA

Alternativa	No.	%
Todas	40	56
Redes sociales	27	37
Difusión en embajadas	5	7
Total	72	100

Fuente: Elaboración propia (2021).

ANEXO F.

RESULTADOS ENTREVISTA

ENTREVISTA 1

Las siguientes preguntas fueron formuladas con el objetivo de recabar información que contribuya al rediseño del Museo Tocaña, en el componente de marketing. Su ayuda será de suma importancia.

Entrevista realizada a: **M.Sc. Mónica Chacón Delgado** docente de la Carrera de Turismo UMSA

1. ¿Cuál considera usted es la importancia del marketing en turismo en la actualidad?

El marketing es fundamental para el desarrollo turístico ya sea para los destinos, como para los servicios turísticos ya que conlleva no solamente elementos promocionales (el viejo concepto de que la promoción lo es todo) sino tiene una mirada hacia el mercado, la adecuación del producto y el posicionamiento en los segmentos elegidos.

2. ¿Usted tiene conocimientos sobre la Comunidad Afroboliviana de Tocaña?, ¿Cuáles?

Conozco la Comunidad Tocaña desde hace más de 20 años y también fui testigo primero de su afán de mostrar su identidad a los paceños y los bolivianos y luego como aprovecharon el interés que generaron en su cultura para apostar por su puesta en valor y aprovechamiento turístico.

3. ¿Cuáles cree usted son las fortalezas y debilidades de esta comunidad en términos turísticos?

La mayor fortaleza su cultura y también sus deseos de proyectarse como un producto turístico, sus debilidades el que no cuentan con elementos esenciales para ser producto turístico.

4. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas para esta comunidad respecto al turismo?

Oportunidades, las nuevas tendencias del mercado y amenazas el que hay otras comunidades afro bolivianas y otros emprendimientos comunitarios con mayor avance en cuanto a la estructuración de su producto, lo que puede hacer que pierdan mercado.

5. ¿Sabía que la Comunidad de Tocaña cuenta con un museo con muestras propias de la cultura que posee?

Si, pero ese museo debe tener una agenda de muestra cultural (música y danza, gastronomía constante)

6. ¿El museo del que se hace referencia requiere un posicionamiento en el mercado, qué acciones y estrategias sugiere usted para posicionarlo?

Primero hay que evaluar sus características, el museo por si solo no va a atraer turistas, será parte de un producto o destino turístico...eso es lo que hay que posicionar no el museo solo.

7. ¿Cómo cree que se podría tener una mayor eficiencia en las acciones y estrategias de posicionamiento requeridas? (que usted sugiere)

Como dije en la respuesta 6, el museo es una parte de TODO el producto, hay que posicionar el producto y por ende el museo.

8. ¿Existen algunas políticas que considera usted pertinentes para el posicionamiento del Museo de Tocaña?

En la lógica de que no es recomendable posicionar solo una parte del producto o destino, hay que trabajar con el destino paraguas, en este caso Coroico, luego el producto Cultura Afroboliviana, luego Tocaña específicamente y el museo como parte de ...

9. ¿Conoce usted alguna estrategia exitosa de posicionamiento de museos con características como el de Tocaña?, ¿podría mencionar algo al respecto?

Conozco los museos comunitarios, varios de los que hay en el país, por ejemplo, Maragua, Jalka y otros que tienen el componente cultural a través del tejido...pero insisto, forman parte de un producto turístico. No conozco ninguna estrategia de posicionamiento exitosa en museos similares.

10. ¿Desea sugerir algo más?

Termino con una frase que resume el marketing turístico en pocas palabras y espero consideren esto para el planteamiento de su estrategia: HAY QUE PENSAR EN GLOBAL, ACTUAL COMO LOCAL Y SER DIGITAL... Significa que nuestra mirada debe ser muy amplia, nuestro actuar debe ser realista y adecuarse a la realidad y contexto de lo que queremos marketear y, si no estamos en la web, no existimos....

ENTREVISTA 2

Entrevista realizada a: **M.Sc. Erick Rómulo Rodríguez Lujan** docente de la Carrera de Turismo UMSA.

1. ¿Cuál considera usted es la importancia del marketing en turismo en la actualidad?

Considero que es demasiado importante ya que, con los cambios sucedidos en esta fase de pandemia, el mercado ha sufrido transformaciones y por tanto las empresas deben estar a las exigencias del mismo, más aún si son de turismo.

2. ¿Usted tiene conocimientos sobre la Comunidad Afroboliviana de Tocaña?, ¿Cuáles?

Sí, respecto a sus características culturales, música, danza, actividades agrícolas vinculadas con la coca entre otros.

3. ¿Cuáles cree usted son las fortalezas y debilidades de esta comunidad en términos turísticos?

considero que tiene un importante potencial especialmente referido al patrimonio inmaterial, historia, tradiciones, etc. Debilidades que ese potencial no se efectiviza en productos y en plasmar un destino como tal.

4. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas para esta comunidad respecto al turismo?

Las oportunidades pueden ser, convertirse en un interesante destino asociado con el patrimonio cultural y con actividades de agroturismo y otros de naturaleza dependiendo sus intereses y considerando su vocación.

5. ¿Sabía que la Comunidad de Tocaña cuenta con un museo con muestras propias de la cultura que posee?

Sí, es de mi conocimiento.

6. ¿El museo del que se hace referencia requiere un posicionamiento en el mercado, qué acciones y estrategias sugiere usted para posicionarlo?

Primero poner en excelentes condiciones al mismo ya que puede ser el centro articulador de otras actividades asociadas que se mencionaron en la preg 4., desde luego trabajar en una estrategia de producto y posteriormente en promocionar los mismos

7. ¿Cómo cree que se podría tener una mayor eficiencia en las acciones y estrategias de posicionamiento requeridas? (que usted sugiere)

Con un trabajo en equipo haciendo sinergia y buscando apoyo y financiamiento para plasmarlo en realidad en el corto a mediano plazo.

8. ¿Existen algunas políticas que considera usted pertinentes para el posicionamiento del museo de Tocaña?

Al respecto se estaba trabajando con apoyo al turismo comunitario y el programa de turismo comunitario a cuál puede encajar de buena manera el potencial del mismo.

9. ¿Conoce usted alguna estrategia exitosa de posicionamiento de museos con características como el de Tocaña?, ¿podría mencionar algo al respecto?

Los museos han ido cambiando con el tiempo y un museo que no se actualice, que salga y muestre activamente su colección y que use medios tecnológicos adecuados y atractivos queda relegado, por tanto, es importante considerar esos criterios.

10. ¿Desea sugerir algo más?

Se puede trabajar el destino con el museo como el centro o espacio “principal” para las actividades y elementos asociados, previo un trabajo de diagnóstico, objetivos y óptimas estrategias.

ENTREVISTA 3

Entrevista realizada a: **Edgar Gemio** encargado del Centro Cultural Tocaña.

- 1. ¿Cuál considera usted es la importancia del marketing en turismo en la actualidad?**
Es importante porque hoy en día ayuda mucho el promocionar un lugar o producto, en este caso se sabe mucho de la comunidad, pero brindar más información sobre Tocaña y como llegar facilitaría el acceso, contamos con una página en Facebook en la cual tratamos de poner imágenes sobre las actividades que se van a realizar y la fecha.
- 2. ¿Cuál es su nombre y qué cargo ocupa usted en el Centro Cultural Tocaña?**
Edgar Gemio, encargado del Centro cultural Tocaña.
- 3. ¿Cuáles cree usted son las fortalezas y debilidades de esta comunidad en términos turísticos?**
Una de las fortalezas de la comunidad es que nuestra cultura es una cultura viva, nuestras danzas, instrumentos musicales, costumbres y tradiciones siguen hasta el día de hoy, contamos con diversas agencias interesadas en visitar la comunidad, pero estas no están dispuestas a pagar mucho y la debilidad sería que es difícil llegar sin una agencia o un transporte propio, por lo que quisiéramos ver nuevas opciones.
- 4. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas para esta comunidad respecto al turismo?**
Una de las oportunidades que tenemos es que recibíamos visitas constantes de los estudiantes de PhD. Fernando Cajías, y quisiéramos recibir la visita de los estudiantes nuevamente, la amenaza estaría en la pandemia que se vive ya que en cada nueva ola se paralizan las actividades y nos impide seguir con los planes que tenemos con el centro cultural y el museo.
- 5. ¿Qué año se empezó a restaurar el museo y tuvieron algún tipo de apoyo para su restauración?**
El museo se empezó a restaurar a finales del 2021 ya que estaba cayendo totalmente, lo hicimos con recursos propios, hicimos 5 actividades para disponer los recursos, sin embargo, al ver la movilización de la comunidad la alcaldía colaboro con calaminas.
- 6. ¿Existe alguna otra danza típica además de la saya afroboliviana?**
Además de la saya tenemos semba, cueca y huayño negro que son danzas que se bailan en distintas fiestas.
- 7. ¿Cuentan con más ambientes que nos ayuden a ampliar el museo?**
Contamos con más ambientes, se construyeron una especie de viviendas son amplias y podríamos adaptarlas para otro tipo de actividades.
- 8. ¿Desea sugerir algo más para difundir en el museo?**
Si, de hecho, recientemente hicimos un espacio en el cual vamos a poder mostrar el procedimiento de recolección, reposo y secado de la coca, es este lugar se explicará cómo y en qué momento se puede secar la coca incluso las técnicas que la gente de nuestra comunidad emplea para saber si llueve o no.

ANEXO G.
IMÁGENES DURANTE EL GUIAJE EN EL MUSEO



Fuente: Edgar Gemio (2022).



Fuente: Edgar Gemio (2022).

REDISEÑO DEL MUSEO DE LA COMUNIDAD AFROBOLIVIANA TOCAÑA EN LA PAZ - BOLIVIA



Fuente: Edgar Gemio (2022).



Fuente: Edgar Gemio (2022).