

TUR\_214

T-2165

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

PROYECTO DE GRADO

*“PLAN DE DESARROLLO AGROTURÍSTICO  
DIRIGIDO A LOS POBLADORES DEL ÁREA RURAL  
DEL MUNICIPIO DE COROICO”*

POSTULANTES: *PAMELA FERNÁNDEZ LINARES*

*MADAHY DELIA SOLÍZ ATILA*

TUTOR: *ARQ. CARLOS PÉREZ MILLARES*

196 h

LA PAZ - BOLIVIA

2008



Nº 2268

Tesis  
1949

HURT-2165  
K-85769



Nº 2268

*Agradecimientos*



*A Dios, por ser la luz  
Que ilumina mi camino y me  
Impulsa a seguir y creer que cada día  
Es un nuevo comienzo y que con fe  
¡Todo puede mejorar!*

*A mis queridos papitos Elizabeth y Freddy,  
Por ser mi ejemplo de vida y lucha constante  
Para ser algo en la vida; por su cariño, confianza  
Y apoyo durante mi vida universitaria y siempre...  
Los amo!!*

*A mis hermanos Narda, Rodrigo y Naito,  
Por todo el cariño que me brindan y el apoyo  
Incondicional en tiempos difíciles.*

*A toda mi familia, por confiar en mí  
Y por demostrarme que puedo contar con ellos  
En las buenas y en las malas, gracias por su apoyo.*

*A ti, por tu amor y apoyo para poder concluir  
Mi proyecto; por hacerme ver que éste es un  
Paso más en mi vida para conseguir cosas mejores.*

*Pamela*



*Agradecer a Dios*

*Por guiar mis pasos, por la sabiduría*

*y fortalecimiento que siempre me da,*

*Por permitirme llegar hasta este momento*

*Tan importante de mi vida*

*Para poder lograr una meta más.*

*A mis queridos padres Ricardo y Delia,*

*Por el esfuerzo que hicieron*

*Para la culminación de mis estudios.*

*Por ese inmenso amor que me dan,*

*Y por ser un ejemplo de vida*

*Para seguir luchando.*

*A Richard.*

*Por ser un amigo y compañero.*

*Zuien me alienta para seguir adelante*

*Y me da su apoyo incondicional.*

*Gracias...!*

*Madahy*



*Quede por escrito un profundo agradecimiento:*

*A la Universidad Mayor de San Andrés y a la Carrera de Turismo  
Por acogernos durante nuestros años de estudio preparándonos para  
El futuro; a todos nuestros docentes quienes nos transmitieron  
Sus conocimientos y nos brindaron su dedicación  
Para nuestra formación Profesional.*

*Al Arg. Carlos Pérez Millares Tutor de nuestro proyecto  
Por su tiempo, apoyo y orientación para el desarrollo adecuado  
De este trabajo. Además de ayudarnos a comprender que cualquier  
Dificultad puede subsanarse cuando los lazos de amistad son sinceros.*

*A la Lic. Dorys Arias Pérez  
Por su amistad, cariño y apoyo incondicional.  
Por su orientación metodológica e interés constante  
Para la culminación satisfactoria de nuestro proyecto.  
A quien siempre llevaremos en nuestros corazones.*

*Al Lic. José Luis Barrios  
Por su tiempo y valiosa orientación para  
La culminación de nuestro proyecto.*



*Al Lic. Victor Hugo Ricaldi Zambrana  
Por darnos la oportunidad de culminar nuestra  
Carrera profesional; por su amistad, apoyo y paciencia.*

*Al Gobierno Municipal de Corico,  
Prefectura, Cooperativa de Café CENCOOP,  
Comunidad Minachi y Población en general.  
Por su colaboración para la obtención de información  
Y levantamiento de datos de vital importancia  
Para nuestro proyecto.  
Gracias.*

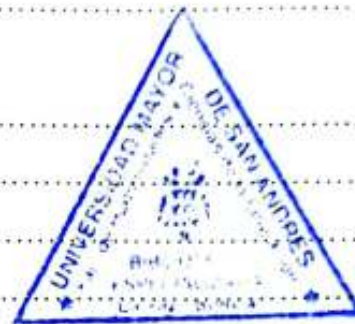
*Mada y Pam*



## ÍNDICE GENERAL

Pág.

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ANTECEDENTES.....	3
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA</b>	
1.1. Planteamiento del Problema.....	6
1.2. Justificación.....	7
1.3. Objetivos.....	8
1.3.1. Objetivo General.....	8
1.3.2. Objetivos Específicos.....	8
1.4. Ubicación Geográfica de la Propuesta.....	9
1.5. Alcances de la Investigación.....	9
1.5.1. Económicos.....	9
1.5.2. Sociales.....	10
1.5.3. Medio ambientales.....	10
1.5.4. Turísticos.....	10
<b>II. MARCO CONCEPTUAL</b>	
2.1. Turismo.....	11
2.1.1. Producto Turístico.....	12
2.1.2. Oferta Turística.....	13
2.1.3. Demanda Turística.....	14
2.1.4. Medio Ambiente.....	14
2.1.5. Desarrollo Sostenible.....	15
2.1.6. Impacto Ambiental.....	16
2.1.7. Turismo y Medio Ambiente.....	17
2.1.8. Turismo Sostenible.....	17
2.1.8.1. Objetivos del Turismo Sostenible.....	20
2.1.9. Turismo Rural.....	20
2.1.9.1. Turismo Rural Sostenible.....	22





2.1.9.2. Variantes del Turismo Rural.....	24
2.2. Agroturismo.....	25
2.2.1. Evolución del Agroturismo.....	27
2.2.2. Principales Razones para Iniciar el Agroturismo.....	28
2.2.3. Agroturismo y Desarrollo Rural.....	28
2.2.4. Producto Agroturístico.....	30
2.2.5. Condiciones Necesarias para Desarrollar el Agroturismo.....	32
2.2.6. Ventajas del Agroturismo.....	33
2.2.7. Desventajas del Agroturismo.....	34
2.2.8. Agricultura.....	34
2.2.9. Desarrollo Comunitario.....	35
2.2.10. Participación Popular.....	36
2.2.11. Participación y Municipio.....	38
2.3. Plan.....	38
2.3.1. Plan de Desarrollo Turístico.....	40
2.3.1.1. Etapas del Plan de Desarrollo Turístico.....	40
2.3.2. Planificación.....	42
2.3.2.1. Propósitos de la Planificación.....	44
2.3.3. Planificación Turística.....	45
2.3.4. Capacitación.....	46
2.3.4.1. Objetivos de la Capacitación.....	47
2.3.4.2. Métodos y Técnicas de Capacitación.....	48
2.3.5. Capacitación Turística.....	48
2.4. Marco Legal.....	49
2.4.1. Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia N° 2074.....	49
2.4.2. Ley de Medio Ambiente N° 1333.....	50





### III. DIAGNÓSTICO

3.1. Turismo en Bolivia.....	52
3.1.1. Ingreso de divisas por turismo en Bolivia.....	53
3.1.2. Turismo Receptivo.....	53
3.1.3. Turismo Emisivo.....	55
3.2. Aspectos Generales.....	56
3.2.1. Ubicación Geográfica.....	56
3.2.2. División Político – Administrativa.....	57
3.2.3. Demografía.....	57
3.2.4. Infraestructura Básica.....	58
3.2.5. Comunicación.....	59
3.3. Aspectos Físico Naturales.....	61
3.3.1. Clima.....	61
3.3.2. Temperatura.....	62
3.3.3. Flora.....	62
3.3.4. Fauna.....	63
3.3.5. Fisiografía.....	63
3.3.6. Pisos ecológicos.....	64
3.3.7. Suelos.....	64
3.4. Aspectos Culturales.....	65
3.4.1. Origen.....	65
3.4.2. Composición Étnica e Idioma.....	66
3.4.3. Tradiciones.....	66
3.5. Aspectos Organizativo – Institucionales.....	66
3.5.1. Organización Sindical.....	67
3.5.2. Organizaciones Sociales.....	67
3.6. Aspectos Económico - Productivos.....	68
3.6.1. Ingresos familiares.....	68
3.6.2. Sistemas de producción agrícola por sectores (cantones).....	68



3.6.2.1. Principales cultivos .....	68
3.6.2.2. Tecnología empleada.....	69
3.6.2.3. Superficies por cultivo.....	69
3.6.2.4. Rendimiento por cultivo.....	70
3.6.2.5. Destino de la producción.....	70
3.6.2.6. Ciclos agrícolas.....	72
3.6.2.7. Infraestructura productiva.....	73
3.6.2.8. Organización de la fuerza de trabajo.....	74
3.7. Análisis de la Oferta Turística.....	74
3.7.1. Planta Hotelera.....	75
3.7.2. Atractivos Turísticos.....	75
3.7.2.1. Sitios Naturales.....	75
3.7.2.2. Patrimonio Urbano, Arquitectónico y Artístico.....	75
3.7.2.3. Etnografía y Folklore.....	75
3.8. Análisis de la Demanda Turística.....	76
3.8.1. Centros Emisores de Turismo.....	76
3.8.2. Características de los Turistas.....	77
3.8.3. Pernocte Promedio.....	77
3.8.4. Gasto Promedio Diario.....	77
3.8.5. Gustos y Preferencias.....	78
3.9. Análisis FODA.....	78
3.9.1. Matrices FODA.....	86
3.9.2. Conclusiones del Análisis FODA.....	94
<b>IV. METODOLOGÍA DEL MARCO PRÁCTICO</b>	
4.1. Introducción.....	97
4.2. Tipos de Investigación.....	97
4.2.1. Investigación Descriptiva.....	97
4.2.2. Investigación Explicativa.....	98
4.3. Unidad de Análisis - Tamaño De La Muestra.....	99



4.4. Métodos e Instrumentos de Recopilación de Datos.....	101
4.4.1. Fuentes Primarias.....	101
4.4.1.1. Encuesta .....	102
4.4.1.1.1. Tabulación de las Encuestas.....	103
4.4.1.2. Entrevista.....	123
4.4.2. Fuentes Secundarias.....	124
<b>V. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA</b>	
5.1. Introducción .....	125
5.2. Esquema Gráfico de la Propuesta.....	126
5.3. Lineamientos para la formulación de Estrategias y Planteamiento de la propuesta.....	128
<b>Programa 1: Diseño del Agroturismo como Nuevo Producto Turístico</b>	
<b>Proyecto: Diseño del Producto Agroturístico.....</b>	<b>130</b>
<b>Proyecto: Infraestructura Agroturística Básica .....</b>	<b>141</b>
<b>Proyecto: Senderos de Interpretación y Señalización Turística.....</b>	<b>150</b>
<b>Proyecto: Incorporación de un Museo Agrícola.....</b>	<b>155</b>
<b>Programa 2: Incentivo al Fortalecimiento de Capacidades</b>	
<b>Proyecto: Capacitación de Guías Locales.....</b>	<b>163</b>
<b>Proyecto: Capacitación para el Servicio de Alimentación.....</b>	<b>172</b>
<b>Proyecto: Capacitación para el Servicio de Hospedaje.....</b>	<b>176</b>
<b>Programa 3: Incorporación del Agroturismo dentro de la Oferta Turística Actual</b>	
<b>Proyecto: Promoción del Producto Agroturístico.....</b>	<b>181</b>
<b>Proyecto: Comercialización del Producto Agroturístico.....</b>	<b>189</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>193</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>195</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	



## INDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1 Producto Turístico.....	13
Cuadro N° 2 Plan de Desarrollo Turístico.....	42
Cuadro N° 3 Ingresos por Turismo.....	53
Cuadro N° 4 Llegada de visitantes nacionales a cada ciudad.....	54
Cuadro N° 5 Llegada de visitantes extranjeros a cada ciudad.....	54
Cuadro N° 6 Turismo receptivo en Bolivia.....	55
Cuadro N° 7 Turismo emisor en Bolivia.....	56
Cuadro N° 8 Organizaciones sociales funcionales del municipio de Coroico.....	67
Cuadro N° 9 Cantón Coroico Especies más abundantes.....	69
Cuadro N° 10 Superficie de cultivos por cantón.....	70
Cuadro N° 11 Municipio de Coroico – lugares de venta.....	71
Cuadro N° 12 Universo de pobladores.....	100
Cuadro N° 13 Universo de turistas nacionales y extranjeros.....	101





## RESUMEN EJECUTIVO

El Plan de Desarrollo Agroturístico como su nombre lo indica, nos va a permitir planificar de manera adecuada el desarrollo del proyecto para su posterior ejecución, con lo que se pretende obtener resultados que beneficien a los pobladores del área rural de Coroico en aspectos sociales, educativos, de salud y medio ambientales. Gracias al planteamiento de la propuesta, podremos coordinar el desarrollo de acciones a corto, mediano y largo plazo buscando siempre que la población involucrada sea la más beneficiada, dejando de lado la marginación de la población rural en el desarrollo del sector turístico

*El Primer capítulo* está referido a los antecedentes del desarrollo del agroturismo en otros países, lo que motivó el interés por desarrollar un proyecto con características similares en el país, aprovechando la riqueza natural del área rural de Coroico y la variedad en cuanto a la siembra y cosecha de productos como cítricos, café y coca entre otros, que junto con la riqueza cultural, se convierten en atractivos de gran interés turístico. En éste capítulo se desarrollan también la justificación del proyecto, los objetivos general y específicos y la metodología con la que se va a desarrollar la investigación del proyecto.

*En el Segundo capítulo* se encuentra el Marco Conceptual, en el que se desarrollan todos los aspectos teóricos relacionados directamente con el tema en cuestión y que nos permiten ampliar conocimientos sobre el agroturismo, sus características y requerimientos para su desarrollo entre otros.

*El Tercer capítulo* contiene la Metodología del Marco Práctico donde se encuentran datos referidos a la determinación de la muestra, que nos va a permitir delimitar nuestra unidad de análisis entre el total de los pobladores dedicados a la agricultura y la demanda turística actual, además de establecer los métodos e instrumentos de recolección de datos como ser encuestas y entrevistas, resultados que serán tabulados para conocer más profundamente las necesidades de los pobladores y su interés por participar en la actividad



turística, además de tener claras las expectativas actuales de la demanda turística que visita el municipio de Coroico.

*El Cuarto capítulo* contiene el diagnóstico con la descripción del área de estudio, ubicación, características geográficas, socioculturales, naturales, infraestructura hotelera y de servicios, saneamiento básico, recursos turísticos, falencias y potencialidades, que nos van a permitir desarrollar programas ayuden a resolver los problemas existentes en cuanto a la actividad turística y posibiliten mejorar la calidad de vida de los pobladores del municipio.

*El Quinto capítulo* referido al planteamiento de la propuesta, donde se incorporan tres programas con diferentes proyectos dirigidos a desarrollar el Plan Agroturístico orientado a responder a las necesidades de los pobladores dedicados a la agricultura, velando siempre por la incorporación de esta actividad en la oferta turística del municipio, dentro del marco del desarrollo sostenible.

Finalizando este capítulo se podrán encontrar las conclusiones y recomendaciones del proyecto como resultado de todo el proceso de investigación.



## ANTECEDENTES

El turismo es una actividad que va adquiriendo cada vez más importancia en el mundo entero, convirtiéndose en una de las principales actividades económicas en varios países, sobre todo en aquellos que poseen importantes testimonios culturales, naturales (paisajes) con gran biodiversidad, santuarios históricos, arqueológicos entre otros. Cabe resaltar que poblaciones, con hábitos y costumbres que habitan los lugares más diversos y que han logrado generar una verdadera simbiosis con la naturaleza, forman parte también del atractivo turístico.

El turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de las regiones de menor desarrollo, generando empleos, ayudando a captar ingresos adicionales y en el ámbito rural el beneficio es aún mayor, porque apoya el desarrollo de las familias generalmente marginales; tal es el caso del turismo rural que se considera como un importante agente de crecimiento de la actividad agrícola en la zona rural, es una alternativa para la mantención de la agricultura familiar, posibilitando agregar valor a la producción de la propiedad y generar empleo e ingreso a las familias.

El agroturismo se perfila como un tipo de actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía.

El agroturismo es considerado como una parte del turismo rural, con una participación todavía débil del orden del 2% del volumen de ventas del turismo rural en Europa, pero con grandes retos para aprovechar su potencial: mejora en la descripción y prestación de la oferta, diferenciación frente a otras posibilidades de turismo similar, formación de personal en atención al turista y desarrollo de operadores turísticos locales,



capaces de identificar prácticas agrícolas y de procesamiento interesantes para los visitantes y de presentarlas en forma atractiva.<sup>1</sup>

Se tienen registros del desarrollo de ésta actividad en la Ruta Colonial de Dois Irmaos Rio Grande del Sur de Brasil, dónde se incorporaron quince establecimientos comerciales caracterizados por ser propiedades agrícolas familiares en su mayoría, que generan empleo en el área rural, se han creado 63 empleos directos y 126 indirectos (proveedores de productos agrícolas, masas, leche y otros). Para garantizar un soporte técnico a los nuevos establecimientos generados por la actividad turística, se observó la necesidad de incorporar la participación de la comunidad local; preparando el lugar como a la comunidad para desarrollar el turismo, con cursos de capacitación con el objeto de calificar y perfeccionar a las personas involucradas directamente en la actividad turística.<sup>2</sup>

En Bolivia existen nuevos emprendimientos en cuanto al desarrollo de la actividad del agroturismo, en Santa Cruz – Montero esta actividad funciona gracias a una alianza público - privada entre municipio y propietarios de haciendas grandes y pequeñas de la región; mientras el municipio apoya con infraestructura (caminos), las haciendas ponen los atractivos turísticos. El Cidral, por ejemplo, ofrece su bosque, un serpentario y hasta un museo familiar, otra recibe al visitante con grandes jardines de orquídeas, y así sucesivamente.

Existen reportes estadísticos que indican que el crecimiento en cuanto al desplazamiento de turistas al municipio de Coroico es considerable, donde el mercado Europeo es uno de los más importantes emisores de afluencia turística, seguida por Estados Unidos y Latino América, siendo importante la incorporación de nueva oferta turística que favorezca al crecimiento paulatino de la población y al mejoramiento de la calidad de vida de todos sus pobladores.

<sup>1</sup> RIVEROS, S. Hernando y otros. "El Agroturismo, una Alternativa para Revalorizar la Agroindustria como Mecanismo de Desarrollo Local". Documento Técnico. Junio 2003. Pág. 6

<sup>2</sup> VERARDI, Fialho Marco Antonio. "Turismo Rural y el Empleo no Agrícola: El caso de la Ruta de Dois Irmaos. Rio Grande do Sul – Brasil". Documento Técnico. 2003. Pág. 12





En Coroico se cuenta con 2 complejos ecoturísticos privados: “El Paraiso del Tunqui”, ubicado a 45 minutos de la población de Coroico y “El Jiri”, donde se realizan diferentes actividades ecoturísticas, incorporando prácticas propias del agroturismo como actividades complementarias.

Años atrás el Municipio de Coroico con cooperación Belga, la agencia de viajes “Gastón Sacaze” y la Cooperativa de Café (CENCOOP), pusieron en marcha un circuito cafetalero, con vivistas programadas entre los meses de Marzo a Agosto, recorridos en los cuales daban a conocer a los turistas todo el proceso desde la producción hasta el empaque del café para su exportación. De acuerdo a una entrevista con el Sr. Juan Valencia, responsable de CENCOOP, tenemos entendido que ésta actividad en su inicio fue una propuesta nueva que captó la atención de turistas pero que su desarrollo no duró mucho tiempo, debido a la deficiencia en los servicios básicos, alimentación y a la ausencia de personal capacitado, que daban mal aspecto a esta actividad siendo difícil satisfacer las expectativas de los turistas que visitaban las plantaciones cafetaleras.

En fechas 15 y 16 de Febrero de 2008, se llevaron a cabo asambleas destinadas a elaborar el Plan de Desarrollo Municipal Coroico 2008 – 2012 (PDM) con la participación de toda la población del municipio, donde se expresó la necesidad de darle prioridad a proyectos turísticos que incorporen en su desarrollo a los pobladores del municipio y de esta manera ampliar los beneficios de esta actividad; donde representantes de los diferentes cantones que forman parte del Municipio de Coroico, dieron a conocer que los pobladores del área rural quieren formar parte del desarrollo turístico conscientes de que es la mejor alternativa para mejorar los ingresos económicos que perciben por la actividad agrícola a la que se dedican.



# *CAPÍTULO I*

## *IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA*





## I. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

### I.1. Planteamiento del Problema

Uno de los principales problemas sociales vigentes en el Municipio de Coroico se manifiesta en el aislamiento que existe entre el medio rural y el urbano, es decir, entre el campo y la ciudad producido por la falta de vías de comunicación adecuadas, además de que las actividades agrícolas tradicionales ya no responden al mantenimiento del nivel del empleo en la zona rural.

Existe una gran variedad de actividades turísticas desarrolladas en el Municipio, pero no se cuenta con nuevas propuestas de desarrollo, actividades que busquen desconcentrar la actividad turística principalmente del pueblo de Coroico, produciéndose el deterioro de los principales atractivos turísticos además de que los pobladores del área rural no son tomados en cuenta en el desarrollo de la actividad turística, viéndose postergados económicamente ya que los únicos beneficiarios del turismo son los operadores y/o agencias de viajes, además de empresas privadas que acaparan los beneficios de ésta actividad.

La migración especialmente de jóvenes del área rural a las ciudades en busca de nuevas oportunidades de trabajo y desarrollo es otro problema que día a día va acrecentándose; generando el despoblamiento y abandono del área rural produciendo también la pérdida de las tradiciones y la cultura local, ya que la siembra y cosecha son parte de procesos tradicionales transmitidos de padres a hijos por generaciones, promoviendo la conservación de los medios de vida tradicionales de las explotaciones agrícolas.

Debido a esta serie de problemas podemos determinar cómo problema principal la *ausencia de un Plan Agroturístico que tome en cuenta a la población rural dedicada a la agricultura en el desarrollo turístico del municipio*, por lo que se puede determinar que los



pobladores quedan postergados económicamente al no contar con alternativas diferentes de desarrollo económico para su sector productivo.

## **1.2. Justificación**

El presente documento pretende aportar reflexiones, puntos de referencia y orientaciones enfocadas a la presentación del agroturismo como alternativa para encontrar nuevos roles a la actividad agrícola del municipio de Coroico, constituyéndose en una opción de diversificación de las actividades agrícolas, aprovechando la oferta diversificada del municipio (Café, coca, cítricos, miel de abeja, racacha y otros), con lo cual se benefician no sólo los propietarios de las plantaciones, sino también los pobladores rurales que, por este medio tienen nuevas fuentes de empleo, ingresos y argumentos para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido y se han criado.

El plan de desarrollo agroturístico proporciona una visión turística dirigida a planificar actividades con las cuales los pobladores de estas comunidades participen en el desarrollo agroturístico como prestadores de servicios, venta de productos y artesanías propias de la comunidad, además de contribuir al desarrollo sostenible por medio de la preservación de los recursos naturales y las características socioculturales de los pueblos originarios.

Es importante aprovechar esta nueva tendencia turística, debido a la creciente orientación de los turistas hacia áreas rurales, esencialmente en su deseo de participar en actividades en la naturaleza, pues cada día es más difícil encontrar esta sensación en sus países de origen.

El proyecto pretende contribuir al desarrollo de la actividad agroturística, dando pautas para el desarrollo de actividades y prestación de servicios por medio de planes de capacitación que respondan a las necesidades y capacidades de las comunidades y a las expectativas turísticas; la implementación de infraestructura acorde con la conservación de



sus espacios naturales, promoviendo la mejora o ampliación de los servicios básicos, tomando conciencia de que la actividad turística es la mejor alternativa para el desarrollo económico de las comunidades rurales que se encuentran postergadas, además de ser necesaria la incursión en nuevas actividades turísticas que contribuyan a diversificar la oferta del municipio y por ende disminuir el impacto en los principales atractivos explotados actualmente.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General**

- Desarrollar un Plan Agroturístico que integre al campesino agricultor dentro de la actividad turística, para mejorar su calidad de vida obteniendo ingresos económicos adicionales por los servicios prestados.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Diversificar la oferta turística actual por medio de la incorporación de actividades agroturísticas desarrolladas por los pobladores del municipio como estrategia de desarrollo económico.
- Aprovechar la infraestructura rural existente por medio de la readecuación, para promover el desarrollo de la actividad agroturística.
- Ofrecer actividades complementarias a la actividad agroturística atractivas a los turistas, capaces de motivar su interés en la participación de estas actividades.
- Promover la participación de los pobladores dedicados a la agricultura en talleres de capacitación turística, para que sean ellos los directos responsables de llevar adelante actividades agroturísticas en sus plantaciones.
- Desarrollar planes de promoción de la actividad agroturística para su posterior comercialización, posibilitando de esta manera desconcentrar la actividad turística



de los atractivos más explotados, disminuyendo la sobrecarga y daño ambiental a los mismos.

- Desarrollar la actividad agroturística en el Municipio de Coroico mediante los lineamientos del desarrollo sostenible, para no dañar el medio natural en el que se desarrollarán las actividades turísticas.

#### **1.4. Ubicación Geográfica de la Propuesta**

El Plan de Desarrollo Agroturístico se desarrollará en el Cantón Coroico de la Provincia Nor Yungas de la ciudad de La Paz, tomando en cuenta a tres de las comunidades que forman parte de este cantón, estas comunidades son las de Capellania, Cochuma y Yalaca.

Es importante mencionar que se determinó trabajar con estas comunidades debido a las características naturales con las que cuentan, entre riqueza natural, paisajística y variedad de plantaciones agrícolas, además de que se vio mayor predisposición de los pobladores en participar de actividades agroturísticas para mejorar sus ingresos económicos; pero también se tomó en cuenta de que el acceso a estas comunidades no es tan dificultosa como a otras y a la mayor posibilidad de contar con servicios básicos para el desarrollo adecuado de la actividad agroturística, velando por brindar comodidad básica a los turistas que participen de su desarrollo.

#### **1.5. Alcances de la Investigación**

##### **1.5.1. Económicos**

La relevancia del proyecto a nivel económico radica en que gracias al desarrollo de esta nueva actividad en el área rural de Coroico, se posibilitará la captar mayores ingresos a las poblaciones que actualmente se encuentran postergadas; permitiendo que a la larga se produzca un ahorro interno y posibilite distribuir los beneficios a la comunidad en su conjunto por medio de la creación de empleos directos e indirectos y a la posibilidad de



invertir los beneficios del turismo en la realización de obras públicas como la ampliación de los servicios básicos que posibilite la mejora en la calidad de vida de todos sus pobladores.

### **1.5.2. Sociales**

El alcance social del proyecto está determinado por la acción de incorporar a los pobladores del área rural en el desarrollo de la actividad turística en su comunidad, apoyando su capacitación en diferentes aspectos y creando en ellos interés por ser los directos responsables del desarrollo turístico, pero a la vez, se manifestará la responsabilidad de cada persona por conservar sus costumbres y tradiciones como parte fundamental de la motivación en la visita de turistas a los diferentes atractivos turísticos existentes.

### **1.5.3. Medio Ambientales**

A nivel medioambiental se manifiesta la tarea de evitar la degradación del medio natural provocada por la contaminación y mal manejo de los desechos sólidos, por lo que se desarrollarán en los procesos de capacitación aspectos encaminados a sensibilizar a los pobladores en cuanto al cuidado y respeto por el medio ambiente y el desarrollo de la actividad turística en armonía con el entorno natural, posibilitando el disfrute de estos atractivos en el medio natural por generaciones futuras.

### **1.5.4. Turísticos**

Los alcances del proyecto en el ámbito turístico están determinados por el desarrollo de una nueva actividad turística desarrollada en el medio natural, con la participación de pobladores agrícolas como responsables del desarrollo adecuado del agroturismo; donde se ofrece una nueva visión sobre modalidades de turismo y servicios de hospedaje, con la convivencia directa de los comunarios y turistas interesados en compartir sus experiencias y costumbres. Aunque el agroturismo sea una modalidad de turismo ya desarrollada en países extranjeros, será una modalidad innovadora en la realidad nacional y para el disfrute de la demanda turística actual del país.



## *CAPÍTULO II*

# *MARCO CONCEPTUAL*





## II. MARCO CONCEPTUAL

### 2.1. Turismo

La Comisión de Estadística de las Naciones Unidas (1994) aprueba en el año 1993 el informe de la Organización Mundial del Turismo de Recomendaciones sobre estadísticas del turismo. La definición otorgada al término turismo es la siguiente:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.<sup>3</sup>

“Turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocio o profesionales”.<sup>4</sup>

“El turismo destaca como aquella actividad capaz de generar multiplicadores de empleo y producción, tanto directos como indirectos de manera descentralizada”.<sup>5</sup>

“El turismo, es un bien con un alto contenido de valores económicos, culturales, sociales, morales que producen la satisfacción de la necesidad humana de ocio activo”.<sup>6</sup>

Según Rodolfo Téllez, el turismo es considerado como “Fenómeno en el cual el hombre es el centro de la actividad, conteniendo efectos económicos sociales, culturales a causa de las relaciones que se producen por su desplazamiento”.<sup>7</sup>

De acuerdo a las definiciones antes mencionadas podemos determinar que, el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento de una persona a un lugar distinto al de su residencia habitual, que no esté basado en el lucro sino

<sup>3</sup> Naciones Unidas (Departamento de información económica, social y análisis de políticas, división de estadística), “Recomendaciones sobre estadísticas del turismo”, ed. Naciones Unidas, Nueva Cork, 1994, Pág. 5

<sup>4</sup> TORRE, Padilla Oscar de la. “Turismo Fenómeno Social”. México, 1980. Pág.6

<sup>5</sup> [www.conam.gob.pe](http://www.conam.gob.pe)

<sup>6</sup> [www.redesma.org](http://www.redesma.org)

<sup>7</sup> TÉLLEZ, José Rodolfo. “Legislación Turística”. La Paz, Bolivia. 2002.



en el tiempo de ocio y esparcimiento, es decir, para que una persona pueda ser considerada como turista es necesario que pase más de 24 horas fuera de su hogar, pero al mismo tiempo, no debe ser mayor a un año.

### 2.1.1. Producto Turístico

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo. *"...se hace notable que no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o potencial: ríos, bosques, costas, montañas, lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas".*<sup>8</sup>

Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones pero debe contar con ciertas características más o menos comunes, que permitan satisfacer las necesidades de los turistas, tanto en su trayecto como en su destino.

Jafari (1973), hace una interesante clasificación de los componentes del producto según sea orientado:

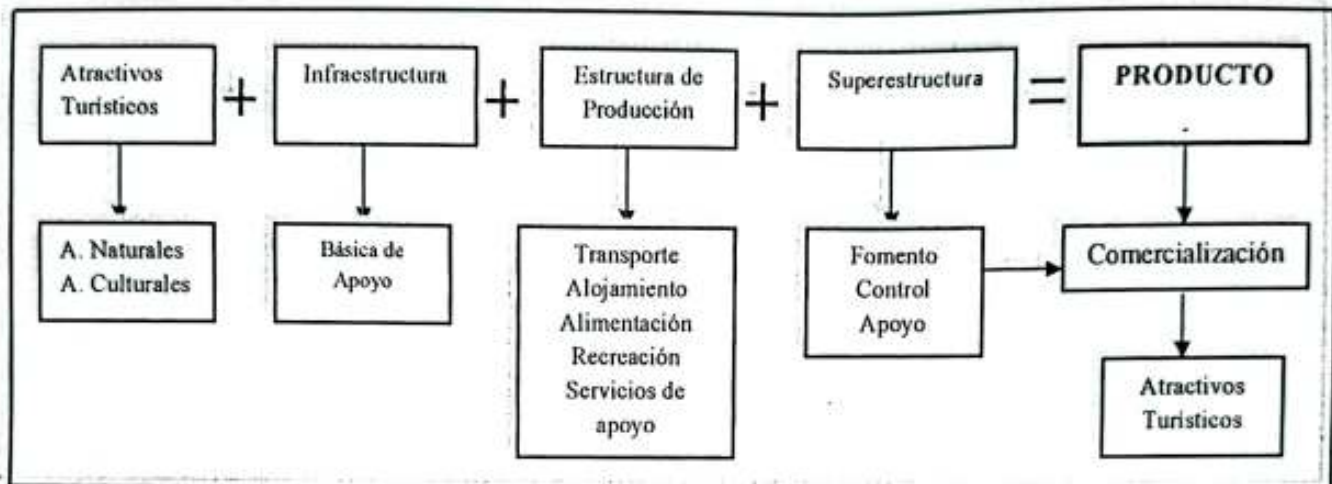
1. *Orientado hacia el turista:* Todas las actividades económicas relacionadas con el turismo. Bienes y servicios que son producidos fundamentalmente para el consumo de los turistas que logran un beneficio económico para sus productores. Estos pueden ser servicios de hospedaje, alimentación, guías de turistas, información y otros.
2. *Orientado a los residentes:* Bienes y servicios que son producidos principalmente para el uso y consumo de la población local, como puede ser la infraestructura, la seguridad, farmacias y hospitales, tiendas y muchas otras.

<sup>8</sup> GURRÍA, Di-Bella Manuel. "Turismo Moderno de Orientación Ecológica, un Caso de Estudio en Colombia. Estudios y Perspectivas en Turismo". Vol. 5, N° 4. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires. Octubre, 1996. Pág. 3



3. *Producto integrado*: Es la totalidad de bienes y servicios que el turista requiere mientras se encuentra lejos de casa, y que en términos generales es la suma de los bienes y servicios de las dos categorías anteriormente mencionadas.<sup>9</sup>

Cuadro N° 1  
Producto Turístico



FUENTE: GURRÍA, Di-Bella Manuel. "El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo". Julio, 2000

En una forma gráfica se puede explicar el Producto Turístico con sus variados componentes que pueden o tienen que estar presentes, en mayor o menor grado en cualquier destino que pretenda activar el turismo.

### 2.1.2. Oferta Turística

"Conjunto integrado de bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresa (patrimonio, industrias y propaganda turística). En esta combinación de prestaciones materiales y servicios, estos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración del producto turístico".<sup>10</sup>

<sup>9</sup> GURRÍA, Di-Bella Manuel. "El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo". Presentado en la Cuarta Feria Ecoturística y de Producción. 23 Julio, 2000. Pág. 3

<sup>10</sup> NOVO, Valencia Gerardo. "Diccionario general de turismo". Ed. Diana. Pág. 184.



“La oferta turística se puede definir como aquellos establecimientos, bienes y servicios de carácter residencial, artístico, cultural, social y de otra tipología capaces de captar y asentar en una determinada zona y en un período de tiempo dado una población que procede del exterior”.<sup>11</sup>

### **2.1.3. Demanda Turística**

“La demanda turística es aquella que nos permite estudiar el consumo turístico, cuya representación expresa con claridad el comportamiento de los turistas ante los cambios que se produzcan en las distintas variables de influencia como ser los precios de los servicios turísticos, los precios de los demás bienes que el turista consume normalmente, el nivel de renta que poseen los demandantes y la relación de cambio cuando el consumo turístico sea en el extranjero”.<sup>12</sup>

“Servicios solicitados efectivamente por el consumidor”<sup>13</sup>

“Es la suma de Bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en el sitio que visitan, pudiendo ser esta demanda real o potencial. Real, consumidor real que hace uso de los servicios que se ofertan en un lugar. Y potencial, aquellos viajeros posibles que pudiera captar el lugar.”<sup>14</sup>

### **2.1.4. Medio Ambiente**

El medio ambiente es todo lo que nos rodea y ofrece las sustancias necesarias para la vida. Dentro de él, podemos distinguir los elementos bióticos o vivos: seres humanos, animales y plantas y los abióticos o no vivos: agua, aire, luz solar, suelo. La importancia de estos es que posibilitan la vida de las personas y su continuidad en la tierra. Además, el

---

<sup>11</sup> FIGUEROLA, Palomo Manuel, “Manual para el Estudio de la Economía Turística en el Ámbito Macroeconómico”. Madrid, España. Pág. 23. 1992

<sup>12</sup> Ídem. Pág. 15.

<sup>13</sup> BULLÓN, Roberto C. “Planificación del Espacio Turístico”. Ed. Trillas, 2ª Edición, México 1994, Pág. 32 - 33.

<sup>14</sup> SALAZAR, Salamanca Gabriela. “Chirca Atractivo Turístico en Sud Yungas”; Bolivia 1995, Pág. 22 - 23.



buen o mal manejo que se les dé, determina la cantidad de vida de las poblaciones y su desarrollo.

En la Conferencia de Estocolmo de 1972 convocada por las Naciones Unidas, se determinó al medio ambiente como "... la región, alrededores, y circunstancias en las que se encuentra un ser o un objeto. El medio ambiente comprende dos tipos de constituyentes: 1) el medio puramente físico o abiótico; 2) el componente biótico que comprende la materia orgánica no viviente y todos los organismos, plantas y animales de la región, incluida la población específica a la que pertenece el organismo".<sup>15</sup>

**Ambiente:** El conjunto de elementos naturales y artificiales o inducidos por el hombre que hacen posible la existencia y desarrollo de los seres humanos y demás organismos vivos que interactúan en un espacio y tiempo determinados".<sup>16</sup>

#### **2.1.5. Desarrollo Sostenible**

"Desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias". (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1987)<sup>17</sup>

El desarrollo sostenible "...fomenta el uso eficiente de los recursos, la armonía medioambiental y un orden social justo y equitativo. Todos al mismo tiempo, y rápidamente, sin dejar que una minoría capture toda la riqueza, para luego desarrollar políticas que ayuden a que el grupo marginado reciba un poco de dicha riqueza"<sup>18</sup>. (Ashok Khosla)

---

<sup>15</sup> CAMACHO, Pinto Jacqueline. "Educación Ambiental del PROMIC, una Experiencia Comunicacional". Tesis U.C.B. 1997, La Paz – Bolivia. Pág. 22

<sup>16</sup> CHÁVEZ, de la Peña Jorge. "Ecoturismo como Estrategia para el Desarrollo Regional Sustentable". Noviembre, 1997. México. Pág. 3

<sup>17</sup> [www.cnice.mecd.es/eos/MaterialesEducativos/mem/pronatura/sostenib](http://www.cnice.mecd.es/eos/MaterialesEducativos/mem/pronatura/sostenib)

<sup>18</sup> [www.Sdgateway.net/introsd/es\\_characteristics.htm](http://www.Sdgateway.net/introsd/es_characteristics.htm)



Tenemos entendido también, que “el desarrollo sostenible expresa dos ideas muy claras: el uso racional de los recursos naturales y la protección del ecosistema mundial en las figuras de los ciudadanos (respeto al medio, cambio de hábitos), ciencia (conocimientos y soluciones) y poderes públicos (legislación y cooperación con otros países)”.<sup>19</sup>

“El desarrollo sostenible atiende las necesidades del presente, sin comprometer el futuro”. (OMT)<sup>20</sup>.

La Unión Mundial para la Naturaleza, UICN (OMT, 1993) da el siguiente concepto de Desarrollo Sostenible: “El desarrollo sostenible es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos que lo hacen posible. Este objetivo se logra, generalmente, gestionando los recursos de forma que se puedan ir renovando al mismo ritmo que van siendo empleados, o pasando de un recurso que se regenera lentamente a otro que tenga un ritmo más rápido de regeneración. De esta forma, los recursos podrán seguir manteniendo a las generaciones presentes y futuras”.<sup>21</sup>

En los conceptos antes mencionados encontramos marcadas similitudes por lo que podemos afirmar que, el Desarrollo Sostenible se refiere al uso racional y armónico de los recursos naturales y culturales en el presente respetando la integridad funcional y la capacidad de carga de los ecosistemas, para asegurar el disfrute de los mismos por futuras generaciones.

#### **2.1.6. Impacto Ambiental**

Los principales problemas ambientales comunes a los subsistemas definidos son la falta de cobertura de alcantarillados rurales y el tratamiento de aguas servidas, la

---

<sup>19</sup> Ídem

<sup>20</sup> Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Viceministerio de Turismo. “Manual de Gestión Turística a nivel Local”. La Paz, Bolivia. 2001. Pág. 21

<sup>21</sup> Op. Cit. “El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo”. Pág. 4



deforestación de las riveras de los ríos, la erosión de las áreas deforestadas, la masiva sustitución de especies nativas, y el mal manejo de plaguicidas y pesticidas.<sup>22</sup>

### **2.1.7. Turismo y Medio Ambiente**

El turismo moderno, por sus características de fenómeno masivo, produce diversos efectos en las comunidades y centros receptores. Tradicionalmente, se ha estudiado la influencia económica del turismo y de la recreación en los diferentes destinos turísticos. Estos estudios tienden a concentrarse en la generación de divisas, la magnitud y características del gasto efectuado por los visitantes, el efecto multiplicador de tales gastos, la capacidad de generar empleos y de contribuir a la reducción de los niveles de desempleo, así como en el papel del turismo como factor de desarrollo regional.

Sin embargo, es evidente que el ejercicio de la actividad turística produce otros efectos: ambientales, sociales y culturales principalmente. La práctica común es obtener la máxima rentabilidad financiera en el corto plazo, aprovechando una mano de obra barata en beneficio de unos cuantos; el análisis del costo – beneficio y la reproducción del capital, sin tomar en consideración los efectos negativos que sobre el medio o ambiente natural y sociocultural produce la actividad turística mal planificada.<sup>23</sup>

### **2.1.8. Turismo Sostenible**

Entendemos por turismo sostenible como "...un proceso de desarrollo económico y de progreso social y cultural, que se produce en armonía con su ambiente o entorno (áreas urbanas o rurales), ajustándose a las necesidades presentes pero conservando los mismos recursos turísticos para el futuro".<sup>24</sup>

"...Un turismo sostenible, que satisfaga las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras de hoy día, pero que también proteja y mejore las oportunidades del

---

<sup>22</sup> ESPINOZA, G. y otros. "Percepción de los Problemas Ambientales en las Regiones de Chile". Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA). 1994. Pág. 6

<sup>23</sup> CASASOLA, Luis. "Turismo y Ambiente". Editorial Trillas. Primera Edición. Agosto 1990. México. Pág.7

<sup>24</sup> Op. Cit. "Manual de Gestión Turística a nivel Local. Pág. 26



turismo futuro....el turismo sostenible no puede funcionar únicamente a base de imposiciones de la administración pública; es preciso, además, que el sector turístico privado acepte ese concepto y coopere en su ejecución, así como que las comunidades locales y los turistas mismos presten su colaboración al proceso.”<sup>25</sup>

El concepto de Turismo Sostenible, se basa en un desarrollo respetuoso con los recursos turísticos que lo hacen posible.<sup>26</sup>

El desarrollo del turismo sostenible es u proceso que permite de orientación ecológica requiere de la acción de todos los agentes involucrados en este tipo de acciones como señala la OMT(1993) “...un turismo sostenible, que satisfaga las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras de hoy en día, pero también proteja y mejore las oportunidades del turismo futuro... el turismo sostenible no puede funcionar únicamente a base de imposiciones de la administración pública; es preciso además, que el sector turístico privado acepte ese concepto y coopere en su ejecución, así como que las comunidades locales y los turistas mismos presten su colaboración al proceso.”<sup>27</sup>

El término turismo sostenible introduce la noción de sostenibilidad económica, social, ambiental, financiera, cultural, y en el tiempo. En la medida en que esa sostenibilidad es deseable, el término puede considerarse una mejora y perfeccionamiento de los conceptos precedentes. El turismo sostenible es una actividad:

- a) Socio – económica en el respeto a las riquezas naturales y culturales con énfasis en el uso (aprovechamiento adecuado) del recurso.
- b) Sostenible a lo largo del tiempo en lo que respecta a la preservación y conservación de la integridad de los recursos del patrimonio cultural y natural, a

---

<sup>25</sup> [www.iso14000.com/index.htm](http://www.iso14000.com/index.htm)

<sup>26</sup> Op. Cit. “Manual de Gestión Turística a nivel Local”. Pág. 21

<sup>27</sup> Op. Cit. “El turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo”. Pág. 4-5.





- la generación de los recursos económicos y financieros, y la capacidad de acción de las organizaciones que asumen responsabilidad de su manejo.
- c) Generadora de beneficios netos, sociales, ambientales, económicos y financieros, cuya distribución sea equitativa, asegura que la comunidad local sea receptora de beneficios, y provenga a la multiplicación de sus impactos.
  - d) Participativa, facilitando el concurso de las comunidades locales y demás instituciones.
  - e) Responsable, con valores de honestidad, equidad y respeto a los bienes naturales y culturales.
  - f) Abierta a visitantes nacionales e internacionales, con énfasis en la prestación de servicios y experiencias de alta calidad, acordes con las expectativas del turista.
  - g) Adecuada a las capacidades y limitaciones de cada sitio y recurso que se aprovecha.
  - h) Educativa, que permiten al turista comprender mejor las características y valor de los recursos; por lo tanto, la educación interactiva es una característica distinta y fundamental del turismo sostenible.
  - i) Administrada en forma tal de garantizar el manejo sostenible de los recursos, la distribución equitativa de los beneficios y la alta calidad de los servicios permitiendo la libre competencia y la respuesta a las señales del mercado nacional e internacional donde pretende incursionar Bolivia.<sup>28</sup>

Es importante tener claro que el Turismo Sostenible busca compatibilizar la búsqueda del desarrollo en general con la necesidad de conservar el patrimonio natural y cultural, preservando la forma de vida de las comunidades, reduciendo los impactos negativos de la actividad turística, para preservar y enriquecer el patrimonio cultural local. Pero no se puede hablar de un turismo sostenible si no se toma en cuenta la capacidad de carga, es decir la consideración que el turista debe tener con el lugar y los impactos esperados o generados.

---

<sup>28</sup> VICEMINISTERIO DE TURISMO. Evaluación rápida de turismo sostenible". La Paz, Bolivia. Julio 1999



### 2.1.8.1. Objetivos del Turismo Sostenible

“Los objetivos básicos del Turismo Sostenible son los siguientes:

- ❖ Una distribución más justa de los beneficios de la actividad turística, sobre todo respecto a la comunidad local.
- ❖ La mejora sustancial en la calidad de vida de los residentes.
- ❖ El reforzamiento de los valores culturales y de identidad social.
- ❖ La conservación de los atractivos del lugar para las generaciones futuras.
- ❖ Una experiencia gratificante, de calidad e interés para el visitante.
- ❖ El equilibrio entre turismo, negocio y conservación.

El turismo sostenible no es una elección, sino una exigencia y un compromiso que debe asumirse si un municipio decide ser turístico.”<sup>29</sup>

### 2.1.9. Turismo Rural

“...El turismo rural es la oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en el medio rural, dirigido principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en el campo, en contacto con la naturaleza y con la gente local. O simplemente como cualquier actividad turística implantada en el medio rural, donde lo rural es todo lo que no es urbano de ciudad”.<sup>30</sup>

Maldonado sostiene que “lo esencial en el turismo rural es la interacción entre el turista y la población local, donde el turista comparte, aprende, disfruta y participa con la población local”<sup>31</sup>

“El concepto de turismo rural tiene sus raíces en Europa y describe la modalidad de alquilar una o más habitaciones de la casa del propietario a precios módicos, para propiciar

<sup>29</sup> Op. Cit. “Manual de Gestión Turística a nivel Local”. Pág. 27

<sup>30</sup> YAPU, Gutiérrez Freddy Wily. “Turismo Rural, Economía y Desarrollo Local”. 2001. Pág. 43

<sup>31</sup> MALDONADO, Carlos “Potenciando redes de turismo Comunitario Sostenible en América Latina”. Foro Internacional de Turismo. Febrero 2004. Pág. 5



la convivencia con las familias y sus costumbres (comida, forma de vivir, etc.), sin enfocar específicamente las prácticas agrícolas”.<sup>32</sup>

“...Actividades que se identifican con las del ámbito de la vida rural, o sea, actividades que valorizan al ambiente rural, la economía y la cultura local (Graziano da Silva, Vilarinho y Dale, 1998)<sup>33</sup>

“Por turismo rural se entiende una actividad turística que se desarrolla en un espacio rural y que consiste en retornar al conocimiento del mundo rural, viviendo y participando de la cultura propia de sus habitantes, como respuesta al desarrollo de una sociedad moderna que cada vez está más alejada de sus tradiciones”.<sup>34</sup>

“Turismo Rural es el conjunto de actividades que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas. Pertenecen a esta categoría el ecoturismo, turismo de aventura, el etnoecoturismo y el agroturismo”.<sup>35</sup>

El turismo rural se refiere al conjunto de la oferta de alojamiento, recreación, y servicios afines o complementarios generada en torno a los establecimientos de turismo rural, en el que intervienen el espacio, hombre y el producto, con actividades que resultan de interés para los turistas por sus características exóticas y tradicionales.

El Turismo Rural puede considerarse como una oportunidad de desarrollo turístico para comunidades pequeñas fuera de las áreas urbanas, que cuenten con atractivos suficientes para motivar los desplazamientos. Su oferta está localizada en el medio rural, y está dirigida fundamentalmente a los habitantes de grandes núcleos urbanos, que buscan

---

<sup>32</sup> Op. Cit. “El Agroturismo, una Alternativa para Revalorizar la Agroindustria Rural como Mecanismo de Desarrollo Local”. Pág. 12.

<sup>33</sup> Op. Cit. “Turismo Rural y el Empleo Rural No – Agrícola: El caso de la Ruta Colonial de Dois Irmãos”. Pág. 3.

<sup>34</sup> [www.colombia.com/especiales/2002/agroturismo.asp](http://www.colombia.com/especiales/2002/agroturismo.asp)

<sup>35</sup> [www.fia.cl/temas/agrot.htm](http://www.fia.cl/temas/agrot.htm)



unas vacaciones en el campo, en contacto con la naturaleza y las poblaciones locales. El turismo rural presenta una serie de rasgos específicos:

- No genera impactos negativos sobre el medio ambiente rural y natural en que tiene lugar.
- Utiliza siempre que es posible construcciones ya existentes en la zona, rehabilitadas o reconstruidas. Favorece en modo especial la integración de la arquitectura popular.
- Favorece las iniciativas surgidas de la propia población local a las iniciativas de las personas foráneas al medio.
- Tiene como objeto la mejora de las condiciones de vida de la población rural afectada. Aumentando sus ingresos gracias al turismo.
- Tiene como objeto la conservación de los recursos locales en lo referente a cultura, tradicionales, arquitectura, arte, historia, gastronomía, folklore.
- Tiene como objeto evitar la despoblación de las zonas rurales al suministrar a las poblaciones unas rentas complementarias que les permiten quedarse en su territorio de origen.
- Tiene como objeto la conservación de los medios de vida tradicionales explotaciones agrícolas, ganaderas, forestales, artesanas.
- Su modelo económico prevé que se utilice la mayor cantidad posible de mano de obra local y que se queden directamente en el área la mayor parte de los beneficios generados por el turismo.
- Su modelo económico prevé también favorecer el consumo y la comercialización de la mayor cantidad posible de productos locales: alimentación, artesanías.

#### **2.1.9.1. Turismo Rural Sostenible**

El carácter irreversible que tiene el hecho turístico y del cual deben participar de alguna manera la mayoría de la población y de las tendencias modernas del desplazamiento de personas orientado hacia la ecología, crean la necesidad imperiosa de proteger, a la vez que utilizar, las áreas naturales y rurales de los impactos tanto ambientales como culturales.



Al mismo tiempo, las comunidades receptoras deben participar de los beneficios ya que uno de los principios de la sustentabilidad es mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los habitantes de las zonas rurales que cuentan con la posibilidad de recibir visitantes. Por ello se requiere que el desarrollo turístico se sustente y sostenga en un marco ético y con plena conciencia ecológica que deben poseer tanto los sujetos como los receptores del turismo.

Las diversas manifestaciones del turismo rural, destacándose por su importancia actual el ecoturismo, a tal grado que de esta forma de hacer turismo ya se incluye en la legislación turística de muchos países; se presentan a su vez en muy variados entornos: de la playa a la montaña, de los ríos a los mares, de los bosques a los desiertos. En cada caso las comunidades receptoras deben estudiar y desarrollar su propio sistema sostenible, ya que cada región requiere de facilidades y servicios según el tipo de turismo que recibe.<sup>36</sup>

Según Ruschmann, la actividad turística en la zona rural debe tener por objeto su desarrollo sostenido; esto es, saber administrar los ambientes, los recursos y las comunidades receptoras, con la finalidad de atender las necesidades económicas y sociales, preservando la integridad cultural, ecológica y ambiental, para que puedan ser disfrutadas por las generaciones futuras. ...Para que la actividad turística sea sostenida, depende de aspectos como preservar al medio ambiente natural; integrar la cultura y los espacios sociales de la comunidad con el turismo, sin causar transformación en los hábitos característicos de la región; proporcionar la distribución equitativa de los beneficios de la actividad entre la comunidad y los visitantes, generando aumento al nivel de bienestar para ambos y, principalmente, de turistas responsables, cuidadosos de las cuestiones ambientales y culturales.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Op. Cit. "El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo". Pág. 8

<sup>37</sup> RUSCHMANN, D. V. M. "Gestión de la Capacidad de Carga Turística – recreativa como Factor de Sostenibilidad Ambiental – el Caso de la Isla Joao da Cunha". In: Lage, B. H. G.; Milone, P. C., (orgs.). Turismo: teoría y Práctica. Sao Paulo: Atlas. 2000. Pág. 72



El turismo rural sostenido es una actividad compleja que exige la integración del hombre con el medio ambiente natural. Esta práctica demanda la capacitación y calificación de la mano de obra, mejoras en la infraestructura, programas de divulgación y concientización, legislación adecuada, conocimiento científico, entre otros.<sup>38</sup>

#### 2.1.9.2. Variantes del Turismo Rural

A continuación se señalan algunas variantes de Turismo Rural con su conceptualización generalmente utilizada:

- **Ecoturismo**, es un decidido y respetuoso viaje que crea un entendimiento de la historia cultural y natural, en tanto salvaguarda la integridad de los ecosistemas, produciendo beneficios a la comunidad e impulsando la conservación. El Ecoturismo implica un enfoque científico, estético y filosófico, con un alto grado de interpretación y educación, y con respeto a la integridad de las comunidades receptoras".
- **Agroturismo**, consistentes en "el disfrute del medio natural que los seres humanos han cambiado para su propio beneficio desde la prehistoria, pero que en lugar de haber sido destruido, el entorno natural es cuidado y aprovechado para las actividades agropecuarias."
- **Turismo de aventura**, es una motivación turística que a su vez tiene diferentes manifestaciones, algunas de ellas muy populares desde hace muchos años, antes de que se incluyeran en este concepto: alpinismo, turismo cinegético, buceo marino y lacustre, deslizamiento en los rápidos, y muchos otros que pueden entrar en este particular modo de hacer turismo, que también podrían clasificarse como turismo deportivo activo.
- **Turismo de salud**, cuando se realiza en áreas rurales, por lo general en balnearios de aguas termales y/o curativas.

<sup>38</sup> Op. Cit. "Turismo Rural y el Empleo Rural No – Agrícola: El caso de la Ruta Colonial de Dois Imaos". Pág. 13



- **Turismo religioso**, que son aquellos desplazamientos hacia santuarios localizados en poblados rurales donde se celebran fiestas religiosas.<sup>39</sup>

## 2.2. Agroturismo

“...Agroturismo, es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos”.

“Como plantea Budowski (2001), el agroturismo, es una disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha”.

“Varios estudiosos del tema, definen el agroturismo como una modalidad del turismo rural, que se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales para conocer de actividades agropecuarias, involucrándose directamente en las mismas. Esto puede dar origen un conjunto de actividades asociadas, tales como hacienda – hotel, pesque – pague (pesca y paga), posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanía, industrialización y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo (Figuerola, 2000; Velarde, 2000).<sup>40</sup>

“El agroturismo podría entenderse también como el conjunto de actividades organizadas específicamente por agricultores en complemento de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra”.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> [www.kiskeya-alternative.org](http://www.kiskeya-alternative.org)

<sup>40</sup> Op. Cit. “El Agroturismo, una alternativa para revalorizar la Agroindustria Rural como Mecanismo de Desarrollo Local”. Pág. 14

<sup>41</sup> RIVAS, Rivera Felipe Atilio. “Agroturismo, una alternativa para el Desarrollo Económico de la Zona Rural”. Foro: Fomento al Ecoturismo como Herramienta de Desarrollo Económico. Asamblea Legislativa, Chalatenango, 28 de Junio de 2002. Pág. 3.



“...Se entiende por agroturismo la prestación de servicios de alojamiento con o sin manutención, y otros servicios complementarios en establecimientos ubicados en el medio rural.

Los establecimientos forman parte de explotaciones agrarias, presentan arquitecturas tradicionales montañas o propias del medio rural, y -esto es quizá lo más atractivo- el alojamiento se comparte con el titular de la vivienda, su familia y, en ocasiones, con otros clientes”.<sup>42</sup>

En el agroturismo la acogida forma parte de la actividad agraria, ganadera o artesana, ya que el agricultor que acoge huéspedes, enseña su profesión y acerca y muestra al visitante un nuevo e insospechado mundo: la auténtica vida del campo, (actividades agrícolas, ganaderas, también la artesanía, el ritmo de las estaciones etc.

Este modo de acogida supone intercambio y respeto mutuo y está abierto a todo tipo de personas. Por otra parte, el agroturismo es un factor de desarrollo sostenible que garantiza la calidad de los productos que ofrece y propone un modo de vida acorde con el hábitat local, mejorándolo. El agroturismo está pensado y organizado por los que viven de él.

El agroturismo es un modelo turístico muy particular de Europa y muy extendido por todos sus países, tanto en Europa Occidental como oriental. Su principal condición diferencial frente al turismo rural es que el agroturismo es necesario que se de explotación agropecuaria, lo cual no es necesario en el turismo rural. Es decir una casa de turismo rural levantada y comercializada por una pareja procedente de una ciudad, pero que no desarrolla ningún tipo de explotación agropecuaria, no es agroturismo. El alojamiento puede realizarse tanto en habitaciones internas a la casa de los propietarios- régimen de alojamiento compartido- como en edificios separados o construidos expresamente con este

---

<sup>42</sup> [www.imagenvasca.info/897/panoramas897.html](http://www.imagenvasca.info/897/panoramas897.html)





fin y que se alquilan por unidad completa- régimen de alquiler completo- Existen algunas variantes especiales, muy poco extendidas en España, como el camping o caravanning en granjas, en las cuales los propietarios de la explotación agropecuario alquilan el terreno para instalar tiendas de campaña o caravanas, así como el uso de ciertas instalaciones y servicios de la finca.

### **2.2.1. Evolución del Agroturismo**

La "era moderna" en el agroturismo va unida a la Reforma de la Política Agraria Comunitaria y es en 1988 cuando se establece en la Comunidad Autónoma Vasca un plan de ayudas para incentivar esta práctica como complemento a las rentas agrarias y para evitar el despoblamiento del medio rural. A partir de este momento, el agricultor que se decidía a explotar un establecimiento agroturístico encontraba una nueva fórmula para la conservación, recuperación y la mejora de su caserío, unos ingresos complementarios, la comercialización "in situ" de ciertos productos agrícolas, ganaderos, artesanos y la posibilidad de un trabajo remunerado para las mujeres, trabajo que, además, pueden llevar desde sus propias casas.

El mayor peligro que se corría con esta práctica era el de las modificaciones socioculturales. De los años 50 a principios de los 80 esta cultura no sólo se convirtió en marginal en los mercados de desarrollo económico, no sólo fue abandonada por multitud de personas que emigraron al medio urbano, sino incluso se renegó de ella como modelo cultural y se la consideró el símbolo de un pasado de pobreza que se quería enterrar.

Es en la década de los 80 cuando se empieza a valorar la cultura rural. La cultura rural, el paisaje y el patrimonio arquitectónico adquieren un componente económico y un reconocimiento social que contribuyen a aumentar el respeto de la población urbana por estos valores, colaborando en su preservación. La población rural que durante generaciones modeló el paisaje y hoy sigue manteniéndolo, se beneficia económicamente de su uso y disfrute con, entre otras herramientas, el Agroturismo.



En lo que respecta al agroturismo como actividad de ocio, ha habido un magnífico grado de aceptación desde el comienzo, principalmente por parte de la población urbana. La posibilidad de disfrutar de la naturaleza, de la tranquilidad, conocer el medio rural y su cultura a un precio atractivo es algo deseado por un amplio mercado y al que pueden tener acceso un amplio colectivo (turismo de negocios, parejas, familias, tercera edad, niños, etc.). Además de participar en actividades agrícolas y realizar actividades de turismo activo: senderismo, caballos, etc. también ha favorecido el que las personas tengan cada vez las vacaciones más repartidas y guste diversificarlas.<sup>43</sup>

### **2.2.2. Principales Razones para Iniciar el Agroturismo**

La razón fundamental más señalada para iniciar el agroturismo es complementar las rentas agrícolas. Además, la posibilidad de aprovechamiento de la infraestructura existente es lo que determinan la elección de este tipo de actividad. El agroturismo permite aprovechar el espacio de alojamiento de las propias casas. Como señalan diversos autores, las sinergias entre la explotación agraria y el turismo derivadas de la existencia de un espacio no aprovechado, derivan en unas bajas barreras de entrada que hacen del agroturismo una opción lógica para aquellas explotaciones que motivadas por la necesidad económica, se plantean diversificar.

No obstante, es importante señalar que en muchos casos se considera que gracias al turismo la mujer tiene un trabajo remunerado haciendo innecesaria la búsqueda de trabajo fuera de la explotación.<sup>44</sup>

### **2.2.3. Agroturismo y Desarrollo Rural**

El turismo rural en sus diferentes manifestaciones muestra potencialidades como medio para contribuir al desarrollo y el bienestar de las comunidades rurales. El agroturismo, permite en la práctica visualizar, entender y valorizar la importancia de la

---

<sup>43</sup> [www.agroturismo.net/conceptos.html](http://www.agroturismo.net/conceptos.html)

<sup>44</sup> Ídem



consideración de algunos elementos conceptuales y metodológicos que se incluyen dentro de los enfoques actuales del desarrollo rural:

- El agroturismo es una actividad que contribuye a la revalorización del concepto de territorio y de su importancia como eje alrededor del cual se pueden generar aproximaciones de análisis, elaboración de propuestas de intervención y la puesta en marcha de acciones colectivas.
- El enfoque en el territorio como eje de las iniciativas de desarrollo rural crea un ámbito en el que las actividades del agroturismo, la agroindustria rural y muchas más se articulan de manera armónica e integral dentro de un espacio específico, en el que se reúnen actores en distintas modalidades y con diversos objetivos, dentro de un marco normativo y social que regula sus relaciones. Con ello se privilegia una concepción multidimensional, en la que lo ambiental, lo económico, lo social y lo político institucional interactúan en un espacio geográfico, histórico y cultural
- Dentro de ese marco de referencia, el agroturismo es una actividad que muestra con claridad la multidimensionalidad del desarrollo con enfoque territorial ya que tiene un papel en la dimensión económica, al generar empleo, ingresos y desarrollar mercados de servicios conexos; en la dimensión social, en lo que tiene que ver con el desarrollo artístico y la recreación y la valorización y preservación de herencias culturales; en la dimensión ambiental, pues algunas actividades turísticas se fundamentan en la administración y gestión de recursos naturales, en el manejo equilibrado de ecosistemas y en la preservación de la diversidad biológica y en la dimensión político – institucional, si en su planificación, ejecución y control, se dan procesos democráticos de toma de decisiones y se fortalece la capacidad de auto administración de las comunidades locales.
- El agroturismo es un ejemplo de que en los espacios rurales se desarrollan actividades económicas más allá de la concepción sectorialista de lo agropecuario.
- Se puede considerar al agroturismo como una expresión de la multifuncionalidad de la agricultura, del mundo rural, en el sentido que lleva asociado la producción



de bienes públicos, que no necesariamente tiene mercados tangibles (paisaje, biodiversidad, emisión de oxígeno, permanencia de asentamientos humanos en zonas rurales, tradición, cultura) junto con la producción de bienes transables directamente (alimentos, bebidas, artesanías, cueros, confecciones, etc.).

- La visión positiva del efecto del turismo sobre el desarrollo está relacionada con la dinamización de la inversión y la generación de empleo e ingresos; la negativa, plantea procesos de aculturación y destrucción del estilo de vida tradicional y los procesos inflacionarios que generan, manteniendo en esta forma las desigualdades existentes.<sup>45</sup>

#### **2.2.4. Producto Agroturístico**

Para el desarrollo del producto agroturístico se deben tomar en cuenta algunas consideraciones, siendo la respuesta a problemas económicos experimentados por los productores agrícolas como la baja en los precios internacionales que están sufriendo el café, la caña de azúcar y algunas frutas tropicales.

El agroturismo debe competir con otras modalidades de turismo que llevan varios años de desarrollo y que ya están posicionadas en el mercado, su oferta debe ser el resultado de un proceso largo de planificación y ejecución, con una visión a largo plazo, sobre la base de políticas claras y ampliamente divulgadas, una legislación adecuada y un código de ética con reglamentos y directrices operacionales.

Las poblaciones locales o aledañas al recurso agroturístico deben recibir beneficios económicos directos, a fin de que se cumpla la premisa de que esa actividad sea un eje de desarrollo local y ayude a evitar el despoblamiento rural.

---

<sup>45</sup> Op. Cit. "El Agroturismo, una alternativa para revalorizar la Agroindustria Rural como Mecanismo de Desarrollo Local". Pág. 13



El desarrollo agroturístico exige actores responsables y el involucramiento activo de autoridades públicas, tour operadores, transportistas, comunidades locales, productores, agroempresarios, administradores de parques, ONG's, empresas privadas, etc.

Los proyectos agroturísticos deben ser gestados y administrados por las familias propietarias de las fincas y/o plantas agroindustriales, a fin de que el valor agregado quede en el lugar y se conserven las tradiciones agroindustriales, gastronómicas y culturales que son la razón de ser del turismo rural. La mujer campesina puede tener una alta participación en la prestación de los diferentes servicios.

Los prestadores de servicios agroturísticos deben conocer la actividad turística o tener la disponibilidad de capacitarse ampliamente en el tema. Deben plantear el desarrollo de los servicios turísticos como un complemento a sus actividades tradicionales y no como un eje único de ingresos.

Los gobiernos locales deben generar un ambiente propicio para los inversionistas locales y para los visitantes, apoyar la creación de una imagen de territorio interesante y agradable, facilitar la identificación y verificación del inventario de recursos turísticos de la zona, suministrar seguridad, apoyar y liderar tareas de señalización de rutas, desarrollo y mantenimiento mínimo de vías y caminos y una oferta razonable de servicios públicos.

Definir muy bien el producto turístico a vender, todos los servicios que se van a brindar al turista durante su estadía, los cuales deben ser de calidad uniforme.

El producto agroturístico de un territorio específico está conformado por su oferta de alojamiento, incluida habitaciones en casa de los pobladores rurales, cabañas, sitios para acampar, hostales y hoteles; su oferta de comida, incluida comida en casa de pobladores de la zona, restaurantes, mesones; su posibilidad de conocer y participar en tareas de manejo de ganado, ordeño, cría de animales, preparación de terrenos, siembra, colecta,



clasificación, empaque y transformación de productos silvoagropecuarios; posibilidad de transitar por senderos y caminos y de conocer zocriaderos, jardines botánicos, ríos, cataratas, cuevas y de participar en ferias y manifestaciones culturales locales, mismos que deben armonizar con el entorno y para lograrse este propósito deben utilizarse materiales disponibles en el lugar que no agredan el medio ambiente y se integren al paisaje.

Las construcciones nuevas para proveer servicios a los visitantes tales como cabañas, restaurants, senderos, observatorios, etc., deben armonizar con el entorno y para lograr este propósito, deben utilizarse materiales disponibles en el lugar que no agredan el medio ambiente y se integren al paisaje. Se debe alentar la utilización de técnicas tradicionales con innovaciones tecnológicas que mejoren las características constructivas manteniendo los niveles de confort del material natural. Los aficionados al agroturismo, se sienten atraídos por la variedad de los paisajes agrícolas y rurales, la fauna y la flora, por ello la preservación de estos es una condición para conseguir la atracción turística de las zonas rurales.<sup>46</sup>

#### **2.2.5. Condiciones Necesarias para Desarrollar el Agroturismo**

Para que el agroturismo pueda desarrollarse, deben cumplirse varias condiciones. Entre ellas se cuentan:

- Buenas conexiones de acceso, ya que incluso regiones atractivas casi no pueden aprovecharse turísticamente si no están conectadas con centros fáciles de alcanzar.
- Cercanía con centros poblados, con lugares receptores de turismo masivo o ubicado con rutas de paso.
- Un paisaje de gran belleza paisajística, ricamente estructurado con ríos, lagos, flora y fauna natural.
- Además de la belleza del paisaje deben existir otras atracciones: culturales, sitios arqueológicos, históricos o de historia natural.

---

<sup>46</sup> Ídem. Pág. 22



- Adecuar las instalaciones de modo que los visitantes puedan hacer recorridos por el lugar y observar, e inclusive participar de los procesos lo más cerca posible, a fin de comprender como se cultivan, cosechan y elaboran los productos agroindustriales.
- Los locales de procesamiento deben estar muy limpios, disponer de un efectivo control de plagas (insectos y roedores); los operadores deben tener la indumentaria idónea para el proceso y mantener hábitos de higiene adecuada.
- Las instalaciones deben disponer de espacios adecuados para dar explicaciones sobre los procesos, hacer degustaciones y para la exhibición y venta de productos.
- Aceptación entre la población, al estar de acuerdo con los fines turísticos.
- Estabilidad política, ya que de lo contrario no es posible comercializar incluso importantes atracciones turísticas.
- Alianza entre los prestadores de este servicio y los gobiernos locales, impulsando el desarrollo del agroturismo.
- Los proyectos agroturísticos deben ser gestados y administrados por las familias propietarias de las fincas y/o plantas agroindustriales, gastronómicas y culturales.
- Los proveedores de servicios agroturístico deben conocer la actividad turística o tener la disponibilidad de capacitarse ampliamente en el tema. Deben plantear el desarrollo de los servicios turísticos como un complemento a sus actividades productivas tradicionales y no como un eje único de ingresos.<sup>47</sup>

#### **2.2.6. Ventajas del Agroturismo**

Las principales ventajas del desarrollo de la actividad agroturística son:

- ✓ La reactivación de la economía local, representando una entrada de dinero adicional y mejorando la calidad de vida
- ✓ Aumenta el contacto social y el intercambio cultural - urbano

---

<sup>47</sup> Ídem. Pág. 14



- ✓ Incentiva la realización de metas personales
- ✓ Evita que los miembros de la familia trabajen fuera de la explotación, evitando la migración campo - ciudad
- ✓ La rehabilitación del patrimonio arquitectónico cultural
- ✓ Comercialización directa de los productos agroalimentarios y artesanos
- ✓ Reconocimiento del papel de la mujer en el medio rural
- ✓ La dignificación del papel del agricultor en la sociedad
- ✓ Transmisión real, objetiva, natural de la realidad socio política cultural de esta sociedad
- ✓ Para el turista es una interesante alternativa de escape a la rutina diaria, en la búsqueda de relajamiento, diversión, descanso, conocimiento de la cultura, fauna y otros, en contacto con la naturaleza y los residentes del medio rural
- ✓ Contratación de mano de obra local
- ✓ Diversificar la oferta turística existente
- ✓ Coadyuvar a la conservación de los recursos genéticos animales y vegetales in situ<sup>48</sup>

### 2.2.7. Desventajas del Agroturismo

Entre las principales desventajas del agroturismo mencionamos:

- Reducción del tiempo de ocio
- Mujeres gestoras de la actividad agroturística, que además deben hacer frente a las tareas domésticas
- Pérdida de la intimidad de la familia.
- Perjuicios derivados de la contaminación, erosión y demás riesgos ambientales
- Impacto escénico – paisajístico o el deterioro de la calidad del agua
- Sobrecarga turística en espacios naturales<sup>49</sup>

<sup>48</sup> Ídem. Pág. 15

<sup>49</sup> Ídem. Pág. 16





### **2.2.8. Agricultura**

La agricultura se define como el “conjunto de acciones que tienen como objetivo transformar el medio natural haciéndolo apto para el crecimiento de determinados vegetales. Ocupa el suelo más o menos temporalmente y produce una captación de frutos notablemente superior a la obtenida en la simple recolección silvestre. Exige la eliminación de la vegetación espontánea, la roturación de las tierras y, en su caso, la fertilización de las mismas”.<sup>50</sup>

“La agricultura es el arte de cultivar la tierra, utilizando el suelo para el cultivo de manera racional y generando la interacción dinámica del suelo y de las plantas desde el punto de vista físico, químico y biológico”.<sup>51</sup>

“La agricultura y desarrollo rural sostenibles propusieron una nueva visión: un sector agrícola que no sólo garantice la seguridad alimentaria mediante una mayor producción, sino también que ayude a las personas del campo a satisfacer sus aspiraciones socioeconómicas y culturales y que proteja y conserve la base de recursos naturales para atender las necesidades futuras” (“Renovando la ADRS”, Revista Agriculture 21, marzo de 2001).<sup>52</sup>

### **2.2.9. Desarrollo Comunitario**

Es el resultado de una serie de transformaciones cualitativas y cuantitativas que tienen lugar en una población rural y de cuyos efectos convergentes resulta una relación de los estándares de vida y cambios favorables en el modo de vida de la población. Los problemas más frecuentes que afectan al desarrollo son los siguientes: Estructura y propiedad de la tierra, baja productividad, pocos ingresos, falta de educación, escasa

---

<sup>50</sup> CORRERÍO, M. Vicén, “Diccionario de Términos Ecológicos”. Ed. Paraninfo. Magallanes, Madrid. 1996. Pág. 13

<sup>51</sup> [www.mailxmail.com/curso/vida/agricultura/capitulo14.htm](http://www.mailxmail.com/curso/vida/agricultura/capitulo14.htm)

<sup>52</sup> [www.rdfs.net/themes/sard\\_es.htm](http://www.rdfs.net/themes/sard_es.htm)



utilización de los recursos humanos, condiciones de vida y trabajo paupérrimas, pobre base institucional, manejo inadecuado de recursos naturales.<sup>53</sup>

Apropiadamente deben tomarse en consideración los siguientes puntos para apoyar el desarrollo comunitario:

- Buscar las mejoras agropecuarias y las posibles iniciativas de agroindustrias que pueden incluir artesanías.
- El uso cuidadoso de energéticos, particularmente los fósiles.
- Asegurar la disposición de basura y el reciclaje de los desperdicios.
- Diseñar y administrar los servicios públicos (comunicación, seguridad, agua, drenaje) de acuerdo al tamaño y condiciones de la zona.
- Revisión de los procesos de alimentación tanto de la población local como de la población visitante, enfatizando la gastronomía local.
- Fomentar las microempresas de servicios de apoyo al turismo (transportación local, guías, materiales impresos).<sup>54</sup>

#### **2.2.10. Participación Popular**

La participación popular es una parte fundamental en todo el proceso de planificación, y por supuesto, en la gestión del desarrollo turístico.

Fomentar la participación de la comunidad, es necesario para la buena marcha del turismo, por varias razones:

- Para que la comunidad comprenda de qué se trata el turismo, conozca sus ventajas y sepa que tendrá que dar a cambio.
- Para que intervenga en las decisiones que les afecten

---

<sup>53</sup> CRESPO, Callao J. Renato. "Diccionario de Términos Ambientales". Editorial CESU. 1999. Pág. 81

<sup>54</sup> Op. Cit. "El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo". Pág. 8



- Para que los residentes se adapten poco a poco a la actividad turística, y acepten de buen agrado los cambios
- Para que sepan cómo beneficiarse del turismo
- Para evitar tensiones entre comunidad y turistas<sup>55</sup>

La participación popular nace de las necesidades y de las características específicas de cada comunidad, involucrando a todos los actores y generando oportunidades y beneficios iguales.

La relación entre la participación comunitaria y la actividad ecoturística es algo nuevo que empieza a tener importancia, debido a que se están realizando programas destinados a optimizar el bienestar del medio ambiente y las poblaciones que se encuentran en la zona, donde la comunidad tiene bastante participación en la toma de decisiones para el mejoramiento del ambiente natural. La participación de la población es significativa, debido a que ellos tienen bastante conocimiento sobre su medio natural.

Durston (2003) Indica: “Los habitantes pobres de áreas rurales no son recipientes vacíos, a beneficiarse pasivamente por la obra de planificadores omniscientes. Lejos de ello, tienen conocimientos de su medio y de la compleja evolución del tejido socioeconómico local que superan con creces los conocimientos que tienen los expertos sobre estos aspectos esenciales (Calvo 1986). Este tejido socioeconómico, que abarca las instituciones informales de la comunidad rural, es también una red de intercambios de bienes y de información de importancia vital para un proyecto que pretende intervenir y mejorar esa realidad. De esta manera, la comunidad (con todas sus características y con todos sus conflictos internos) constituye un recurso institucional clave. No aprovechar esta herramienta disponible significa alejarse de la optimización en la asignación de los recursos

---

<sup>55</sup> Op. Cit. “Manual de Gestión Turística a Nivel Local”. Pág. 259



externos de cualquier proyecto social rural, sobre todo si está relacionado con la educación”.<sup>56</sup>

### **2.2.11. Participación y Municipio**

El municipio es el núcleo donde se encuentra la vida política y administrativa de la comunidad, el cual es la institución para desarrollar diferentes programas de beneficio para la comunidad. Manrique (1998) asevera: “Es el municipio, la organización jurídico – política que enmarca el comportamiento de una sociedad en un territorio determinado, el mismo que puede brindarle al ser humano, la posibilidad de vivir dignamente. Algunos teóricos de la vida municipal señalan que el municipio es algo intrínseco al ser humano. Es decir, que cuando el hombre vio la necesidad de organizarse en grupo, la primera forma que tomó fue la que hoy puede entenderse como municipio: un jefe de la comunidad (alcalde), un consejo y un Fiscal, que puede asimilarse a lo que es hoy el personero. En el municipio, el individuo se siente portador de deberes y derechos con la sociedad y con el Estado, lo mismo que es en lo local, donde las comunidades perciben de la organización estatal en cuanto a la prestación de servicios, garantías civiles y políticas, posibilidades de surgimiento y de autorrealización, etc. Es también en el municipio donde la comunidad siente la ausencia de un Estado que supuestamente tiene razón de ser en la medida que regule el comportamiento social y propugne por el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades.”<sup>57</sup>

### **2.3. Plan**

Según Mari José Aguilar Ibáñez “el Plan hace referencia a las decisiones de carácter general que expresan los lineamientos políticos fundamentales, las prioridades que se derivan de esas formulaciones, la asignación de recursos acorde a esas prioridades, las estrategias de acción y el conjunto de medios e instrumentos que se van a utilizar para alcanzar las metas y objetivos presupuestos. Desde el punto de vista de la administración

---

<sup>56</sup> DURSTON, John. “La Participación Comunitaria en la Gestión Rural”. División de Desarrollo Social. CEPAL. Santiago, Chile. 2003

<sup>57</sup> MANRIQUE, R. Alfredo. “Participación Comunitaria en Colombia”. Editorial DIKE; Tercera Edición. Medellín, Colombia. 1998. Pág. 18



central, el plan tienen por finalidad trazar el curso deseable y probable del desarrollo nacional o del desarrollo de un sector (económico, social o cultural)."<sup>58</sup>

Según Mari José Aguilar Ibáñez "el Plan hace referencia a las decisiones de carácter general que expresan los lineamientos políticos fundamentales, las prioridades que se derivan de esas formulaciones, la asignación de recursos acorde a esas prioridades, las estrategias de acción y el conjunto de medios e instrumentos que se van a utilizar para alcanzar las metas y objetivos presupuestos. Desde el punto de vista de la administración central, el plan tienen por finalidad trazar el curso deseable y probable del desarrollo nacional o del desarrollo de un sector (económico, social o cultural)."<sup>59</sup>

En su forma más simple el concepto de plan se define como la intención y proyecto de hacer algo, ó como proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos. Asimismo se ha definido como un documento en que se constan las cosas que se pretenden hacer y forma en que se piensa llevarlas a cabo. <sup>96</sup> Y también se señala como la Organización y coordinación de las actividades económicas.

Por otra parte, dice Blake: otros autores lo definen como el documento rector, producto del proceso de planeación. Consiste en el conjunto coordinado de objetivos, metas y acciones que relacionadas con las estrategias y programas jerarquizan una serie de políticas e instrumentos en el tiempo y el espacio, para alcanzar una imagen objetiva propuesta.

Para Ezequiel Arder-Egg el Plan es el parámetro técnico-político dentro del cual se enmarcan los programas o proyectos. Y menciona que un plan hace referencia a las decisiones de carácter general que expresan: • Lineamientos • Prioridades • Estrategias de

---

<sup>58</sup>AGUILAR, MARIA JOSE y otros. "Como elaborar un Proyecto", 6ª. Ed. Ed., Editorial LUMEN/MANITAS, Buenos Aires Argentina, 2004. Pág. 15

<sup>59</sup>Idem. Pág. 16



acción • Asignación de recursos • Conjunto de medios o instrumentos (técnicas) que se han de utilizar para alcanzar metas y objetivos propuestos.<sup>60</sup>

### 2.3.1. Plan de Desarrollo Turístico

Un Plan de Desarrollo Turística es la diferencia entre pensar y hacer. Una cosa es imaginarnos lo que deseamos para nuestro municipio, y otra muy distinta, es sentar las bases necesarias y trabajar para lograrlo.

El primer paso de este esfuerzo de planificación en equipo, debe ser recogido por escrito, en lo que podríamos llamar un *Plan de Desarrollo Turístico*.

“El Plan es la diferencia entre pensar y hacer”. La finalidad del plan es asegurar un trabajo mejor hecho y más comprometido, evitando que se pierda la información, y permitiendo que ésta pueda ser consultada tantas veces como sea necesario.

La elaboración de dicho Plan es entonces, la decisión manifiesta de definir lo que se quiere ser y el modo de lograrlo.

El Plan de Desarrollo Turístico, será en consecuencia el documento en el que se registren cada una de las etapas de la tarea de planificación, teniendo presente los objetivos que se desean alcanzar.<sup>61</sup>

#### 2.3.1.1. Etapas del Plan de Desarrollo Turístico

El Plan de Desarrollo Turístico, se estructura en cinco etapas principales:

##### 1. *Los Objetivos Generales*

Sirven para definir qué esperamos conseguir con el desarrollo turístico de nuestra comunidad. **¿Qué queremos ser?, ¿A dónde queremos llegar?**

<sup>60</sup> [www.eumed.net/libros/2006b/voz/1a.htm](http://www.eumed.net/libros/2006b/voz/1a.htm)

<sup>61</sup> Op. Cit. “Manual de Gestión Turística a Nivel Local”. Pág. 59



## **2. El Diagnóstico**

Es el análisis de la situación actual. Centrado en el conocimiento de la oferta y la demanda turística en el municipio, su entorno, y las conclusiones sobre los aspectos positivos y negativos que lo caracterizan. **¿Quiénes somos?, ¿Dónde estamos?**

## **3. La Estrategia**

Define la orientación futura del turismo en el municipio, fijando objetivos más concretos y eligiendo la mejor alternativa de desarrollo para nosotros. **¿Cómo lograrlo?, ¿Cómo llegar?**

## **4. Las Actuaciones**

Traduce la estrategia, en acciones concretas que han de ser ejecutadas para llevar a la realidad los objetivos. **¿Qué hacer?, ¿Quién lo hará?, ¿Cómo? Y ¿Cuándo?**

## **5. La Gestión**

Lleva a la práctica la aplicación y el seguimiento de las actuaciones propuestas. **¿Cómo aplicarlas?, ¿Cuánto he avanzado?**

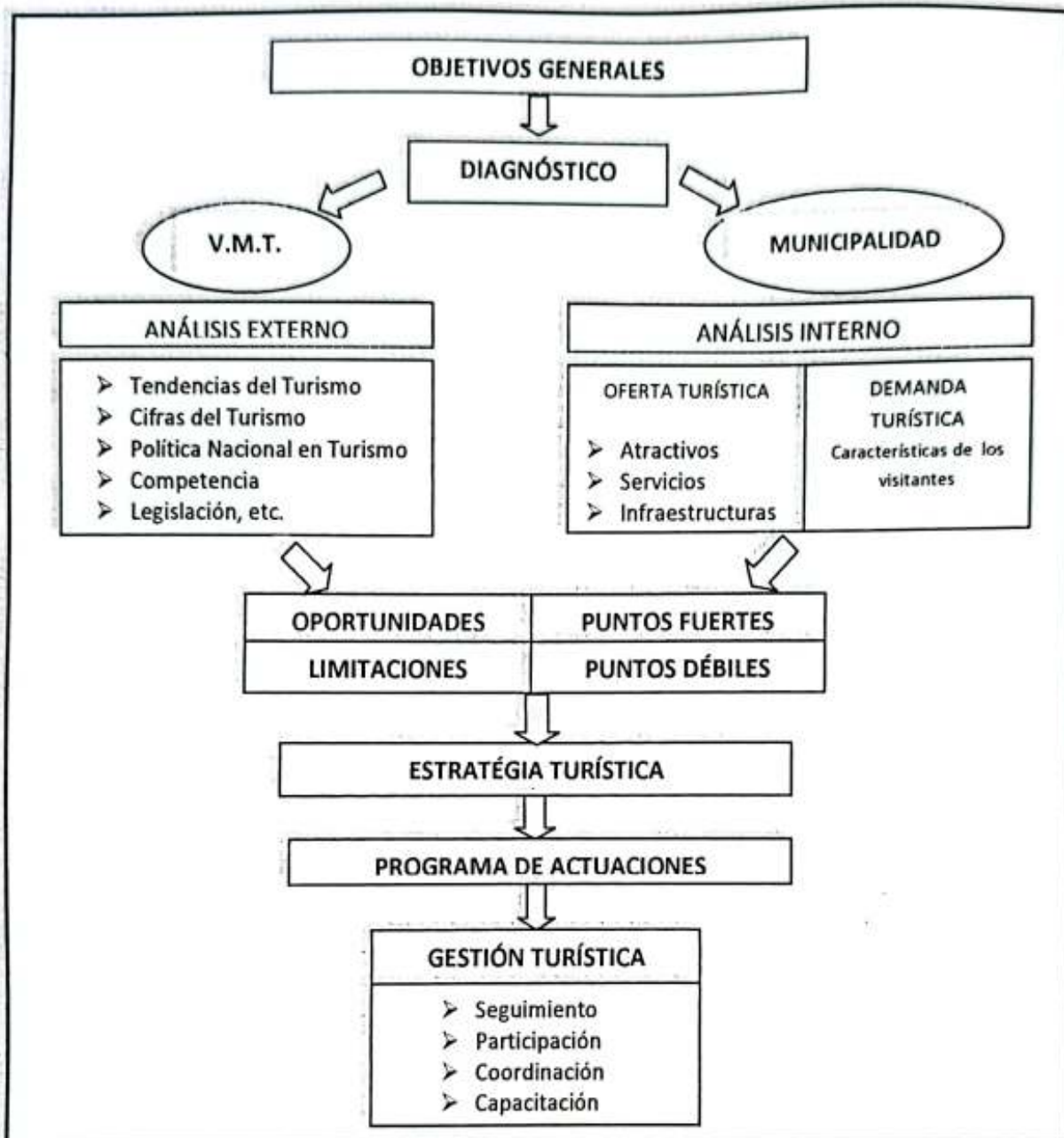
Un plan de desarrollo turístico constituye una metodología de trabajo, es decir, una guía sobre cómo hacer las cosas. Se convierte así, en una herramienta para dirigir paso a paso el desarrollo turístico de cara al futuro, permitiendo reconocer el terreno en el que nos movemos.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> Ídem. Pág. 60



Cuadro N° 2  
Plan De Desarrollo Turístico



FUENTE: VICEMINISTERIO DE TURISMO. "Manual de gestión Turística Local". La Paz, Bolivia. 2001

### 2.3.2. Planificación

Según el Banco Interamericano de Desarrollo, la planificación significa "anticipar el curso de acción que ha de tomarse con la finalidad de alcanzar una situación deseada como la selección y el curso de acción, forman parte de una secuencia de decisiones y actos que





realizados de manera sistemática y ordenada constituyen lo que se denomina el proceso de planificación.<sup>63</sup>

“La Planificación es un proceso metodológico orgánico y sistemáticamente ordenado, que busca racionalizar el uso de los recursos en función a un objetivo determinado”.<sup>64</sup>

“La planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitan transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones, resulta así, que la forma adecuada de planificar consiste en analizar objetivamente una realidad y condicionar las acciones al problema”.<sup>65</sup>

“Planificar significa pensar en el futuro y prepararse para afrontarlo de la mejor manera posible. El proceso de planificación consiste en organizar la toma de decisiones necesarias para alcanzar lo que deseamos, indicándonos el cómo hacerlo y en qué momento”.<sup>66</sup>

“La planificación es un proceso de preparación de decisiones referentes al futuro del sistema a dirigir con lo que se condicionan-posibilitan futuras decisiones. Este proceso se basa en un pronóstico, previamente elaborado según métodos específicos (Prospectiva) y se articula, basándose en competencias especializadas, según las áreas de actividad del sistema; por ejemplo: planificación financiera, planificación de personal, planificación de la producción de bienes o servicios, planificación del mantenimiento de instalaciones etc.

La planificación es entendida aquí como el conjunto de actividades en que se prepara, por reflexión y trabajo metódico de preparación (prospectiva) y se toman

---

<sup>63</sup> BID. “Proyecto de desarrollo: Planificación, Implementación y control”. La Paz, Bolivia. 2004.

<sup>64</sup> HERNANDEZ, Díaz Edgar Alfonso. “Planificación Turística”. Ed. Trillas. México 1998. Pág. 15.

<sup>65</sup> Op. Cit. “Planificación del Espacio Turístico”. Pág. 52

<sup>66</sup> Op. Cit. “Manual de Gestión Turística a Nivel Local”. Pág. 58



decisiones sobre alternativas de solución de problemas que posibiliten, enmarquen y ayuden a la futura toma de decisiones y lanzamiento de actividades del sistema a planificar (por ejemplo: planificación financiera; de la producción, de personal, de cooperación entre empresas, unidades de la Administración etc.).

La planificación debe entenderse siempre como la primera dimensión de un proceso de organización y management que debe ir acompañado por el Controlling -sin ese control racional de lo que se prepara y realiza, ni puede hablarse, en estricto sentido “organizacional”, de una planificación”.<sup>67</sup>

#### **2.3.2.1. Propósitos de la Planificación**

“La planificación cumple dos propósitos principales en las organizaciones:

- El protector
- El afirmativo

El propósito protector consiste en minimizar el riesgo reduciendo la incertidumbre que rodea al mundo de los negocios y definiendo las consecuencias de una acción administrativa determinada.

El propósito afirmativo de la planificación consiste en elevar el nivel de éxito organizacional. Un propósito adicional de la planificación consiste en coordinar los esfuerzos y los recursos dentro de las organizaciones. Se ha dicho que la planificación es como una locomotora que arrastra el tren de las actividades de la organización, la dirección y el control.

Por otro lado, se puede considerar a la planificación como el tronco fundamental de un árbol imponente, del que crecen las ramas de la organización, la dirección y el control. Sin embargo, el propósito fundamental es facilitar el logro de los objetivos de la empresa.

---

<sup>67</sup> [www.inta.gov.ar/bariloche/desarrollo/gesrural/trabajos/planificacion/Archivos/documento20.pdf](http://www.inta.gov.ar/bariloche/desarrollo/gesrural/trabajos/planificacion/Archivos/documento20.pdf)



Implica tomar en cuenta la naturaleza del ámbito futuro en el cual deberán ejecutarse las acciones planificadas.

La planificación es un proceso continuo que refleja los cambios del ambiente en torno a cada organización y busca adaptarse a ellos”.<sup>68</sup>



### 2.3.3. Planificación Turística

La planificación turística tradicional a partir de la definición de problemas, elaboración de variables, recopilación y análisis de la información, formulación de objetivos y elaboración de planes operativos no es diferente de la planeación Ecoturística que también se apoya en esas técnicas. Lo que varía es el énfasis que ésta da a una variedad de elementos y factores locales, lo que da paso a una mejor integración de las particularidades ecológicas, culturales y la estructura y participación de las comunidades.

El planificador debe aprovechar los conocimientos y el manejo del medio tradicional que las comunidades locales han ido acumulando a través del tiempo. Se plantea como punto fundamental comenzar a reestructurar las modalidades de planeación turística tradicional, a fin de incorporar una información más amplia de la realidad ecológica y sociocultural de la localidad.<sup>69</sup>

La Planificación Turística representa por tanto, una *oportunidad* para:

- ✓ Plantear lo que deseamos ser como comunidad.
- ✓ Conocer quiénes somos en realidad.
- ✓ Comprender nuestro entorno, lo que nos rodea, y admitir aquello que pueda limitar o también potenciar nuestras posibilidades de cara al futuro.
- ✓ Decidir qué camino seguir.
- ✓ Actuar sabiendo cómo hacerlo y cuándo.

<sup>68</sup> [www.geocities.com/luiibar.geo/Planificacion.html#Introducción%20a%20la%20planificación](http://www.geocities.com/luiibar.geo/Planificacion.html#Introducción%20a%20la%20planificación)

<sup>69</sup> Op. Cit. “Turismo y Ambiente”. Pág.66



“...La planificación del turismo depende de aspectos muy variados, de tipo social, económico, ambiental, urbano, etc., en los que la participación de la comunidad y el entendimiento entre el sector público y privado, es muy importante”.<sup>70</sup>

#### **2.3.4. Capacitación**

La capacitación deriva de la educación y aunque no tenga las mismas características de la educación, es un proceso de aprendizaje que busca desarrollar destrezas y habilidades en un determinado campo de acción de las personas, proceso relativamente corto que está orientado al aprendizaje práctico más que teórico.

En perspectiva, la función de la educación social se observa en acciones de capacitación social, entendida como “un sistema educativo orientado hacia grupos sociales de base, cuyo objetivo fundamental es facilitarles una progresiva toma de decisiones por sí mismos, estimular un análisis sobre su realidad, que les permita despertar en ellos la energía necesaria y los conocimientos adecuados para lograr su plena participación en las tareas del desarrollo a nivel local”.<sup>71</sup>

La Educación y Capacitación es la “intervención en la enseñanza y aprendizaje de grupos, con miras a un cambio y adopción de nuevos conocimientos y actitudes, un cambio de comportamiento entendido no sólo por simple transmisión de mensajes o tareas, sino por la conjugación de un proceso de educación y capacitación sostenido y permanente que debió ser estructurado en programas específicos de educación y capacitación”.<sup>72</sup>

La capacitación es una serie sistematizada de actividades encaminadas a dotar al individuo de conocimientos, desarrollarle habilidades y/o destrezas necesarias para el desempeño de una tarea específica.

---

<sup>70</sup> Op. Cit. “Manual de Gestión Turística a Nivel Local”. Pág. 58 - 59

<sup>71</sup> ESPINOZA, Mario, “Dinámica de Grupos Juveniles”. Ed. Humanitas. 1982. Pág. 78

<sup>72</sup> DE LA BORDA, Crespo Ligia Eliana, “Diseño de una estrategia institucional de capacitación para proyectos rurales de saneamiento básico”. Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Sociología. La Paz, Bolivia, 2000. Pág. 44



Capacitación es “como un proceso continuo y sistémico capaz de generar nuevas respuestas a las exigencias cambiantes de la realidad productiva y administrativa de los organismos socio –económicos.”<sup>73</sup>

La Capacitación busca resultados desde un punto de vista social y operacional. Los programas de capacitación deberían apuntar siempre al cambio, sea desarrollar habilidades y competencias, reforzar conocimientos, mejorar desempeño, optimizar procesos, flujos comunicacionales, atención a clientes, sobre todo aquellas destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual o de posibles ocupaciones futuras: se trata de una capacitación a menudo orientado de manera directa a las tareas y operaciones que van a ejecutarse.

“La capacitación es el acto intencional de proporcionar los medios para posibilitar el aprendizaje. El aprendizaje es un cambio del comportamiento, basado en la experiencia. El aprendizaje es un factor fundamental del comportamiento humano ya que afecta poderosamente no sólo la manera como las personas piensan, sienten y hacen, sino también sus creencias, valores y objetivos”.<sup>74</sup>

La capacitación significa la preparación de la persona en el cargo, en tanto que el propósito de la educación es preparar a la persona para el ambiente dentro o fuera de su trabajo.

#### **2.3.4.1. Objetivos de la Capacitación**

- ❖ Preparar al personal para la ejecución de las diversas tareas particulares de la organización.
- ❖ Proporcionar oportunidades para el continuo desarrollo personal, no sólo en sus cargos actuales sino también para otras funciones para las cuales la persona puede ser considerada.

<sup>73</sup> RODRÍGUEZ, Roberto, “Capacitación en el área laboral”. Ed. Ital Perú S.A., Lima, Perú, 1979. Pág. 32

<sup>74</sup> Ídem. Pág. 40



- ❖ Cambiar la actitud de las personas con varias finalidades, entre las cuales están crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.<sup>75</sup>

#### **2.3.4.2. Métodos y Técnicas de Capacitación**

Existe un manejo bien diferenciado entre los términos método y técnica, aunque algunas veces han sido vistas como sinónimos, en este sentido a continuación se presenta las características de cada uno.

#### **2.3.5. Capacitación Turística**

El propósito de la capacitación turística es el de elevar el nivel de vida y la productividad en el sector del turismo a través de demostrar, informar y perfeccionar los conocimientos y habilidades, constituyéndose en una experiencia social en la medida en que se interactúe en torno a una serie de actividades y tareas específicas desarrolladas con la capacitación. Esta experiencia busca modificar el rol de los participantes, de un rol pasivo a un rol activo y protagónico por medio del cual, el capacitador proporciona al aprendiz un modelo a seguir; en el caso del turismo la capacitación turística busca impartir conocimientos de manera informal y activa, donde se promueve la participación y retroalimentación entre los estudiantes y los capacitadores.

Es importante desarrollar la capacitación de los recursos humanos, tomando en cuenta las demandas generadas por los acontecimientos cotidianos de la coyuntura social actual del país, orientar la capacitación a puntos específicos que respondan a necesidades de la sociedad.

Entendiendo a la capacitación, como “la capacitación para la vida” es necesario complementar ésta línea educativa a través de una “capacitación para la producción”, que

---

<sup>75</sup> [www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/enfoquesistemico.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/enfoquesistemico.htm)



permite una práctica destinada a preparar a las organizaciones de base (estudiantes de los centros educativos) para su incorporación a la actividad turística por medio de un proceso de reflexión que fomente la participación, el trabajo grupal, la libre opción y compromiso personal y grupal de los estudiantes del Municipio de Coroico para con la actividad turística, para la mejora de los ingresos económicos a la región.

Por medio del programa de capacitación y desarrollo se busca constituir un proceso de cambio, por medio del cual los estudiantes pasivos del municipio, se transformen en trabajadores capaces de cumplir nuevas responsabilidades en el campo turístico; debiendo entenderse a la capacitación como un beneficio a corto plazo, ya que es una fórmula que responde a las necesidades del municipio para el desarrollo de la imagen turística de la región, y mejorar la calidad de vida de los pobladores en general.

## **2.4. Marco Legal**

### **2.4.1. Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia N° 2074**

La Ley N° 2074 “Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística de Bolivia”, aprobada mediante Decreto Supremo N° 26085 de 23 de Febrero de 2001 tiene como ámbito de alcance y aplicación, la protección, creación, planificación y aprovechamiento de atractivos y recursos turísticos a nivel nacional, además del fomento, ordenamiento y promoción de actividades y servicios turísticos. Declara el interés que el Estado le asigna al sector respecto a los aspectos económicos, sociales, culturales, de conservación y sustentabilidad, abarcando éstos a las expresiones del patrimonio natural y cultural de la nación, declara al turismo como actividad económica y de exportación fundamental para el desarrollo económico.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> ALIAGA, Reguerín Javier Reynaldo y otros. “Manual de Educación Ambiental como Estrategia de Eco-Hotelaría para los responsables de la Administración de Establecimientos de Hospedaje de Coroico” Proyecto de Grado. Carrera de Turismo. U.M.S.A. 2004. La Paz, Bolivia. Pág. 49



Por medio de esta Ley, se reconoce a la actividad turística como un sector económico y de exportación; el Estado tiene la facultad de establecer normas y políticas que permitan promover esta actividad, además de gestionar los instrumentos legales para proteger y promover todo recurso turístico, ecosistema, patrimonio cultural, arqueológico, paleontológico y de obra monumental existente.

Establece la necesidad de crear las condiciones adecuadas que permitan el potenciamiento del turismo interno y receptivo, estableciendo mecanismos de coordinación interinstitucional para lograr su aplicación y cumplimiento.

Debido al crecimiento constante de la actividad turística y al respeto que debe tenerse con el medio ambiente en el desarrollo de la misma, la Ley contempla la obligatoriedad de aplicar la Gestión Ambiental en las diferentes actividades que sean propensas a contaminar el medio ambiente, incentivando el Desarrollo Sostenible.

#### **2.4.2. Ley de Medio Ambiente N° 1333**

La implementación de políticas a favor del Desarrollo Sostenible se debe a que nuestro país ha desarrollado una conciencia ambiental; la Ley de Medio Ambiente N° 1333 se promulgó el 27 de Abril de 1992 como instrumento legal, jurídico y normativo para el manejo Sostenible de Recursos Naturales, destinada a: “la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza, promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población”.<sup>77</sup>

La importancia de la implementación de la Ley es:

- ✓ Establecer mecanismos para la planificación ambiental
- ✓ Establecer los medios de control
- ✓ Establecer el manejo integral y sostenible de los recursos

---

<sup>77</sup> MINISTERIO DE DASARROLLO SOSTENIBLE Y PLANIFICACIÓN. “Guía de Capacitación en Gestión de Calidad Ambiental”. Julio de 2001. La Paz, Bolivia. Pág. 8





- ✓ Determinar los derechos y obligaciones
- ✓ Determinar los factores que causan degradación ambiental

Los seis reglamentos promulgados en la Ley N° 1333 el año de 1995 son los siguientes:

- ✓ Reglamento General de Gestión Ambiental
- ✓ Reglamento de Prevención y Control Ambiental
- ✓ Reglamento en Materia de Contaminación Hídrica
- ✓ Reglamento en Materia de Contaminación Atmosférica
- ✓ Reglamento de Gestión de residuos Sólidos
- ✓ Reglamento para Actividades con Sustancias Peligrosas

La importancia de los reglamentos radica en que:

- ✓ Posibilitan el cumplimiento de la Ley
- ✓ Permiten a las entidades ejercer su tarea
- ✓ Son de consumo

La Ley del medio Ambiente tiene por objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.



## *CAPÍTULO III*

# *DIAGNÓSTICO*



### III. DIAGNÓSTICO

#### 3.1. Turismo en Bolivia

La actividad turística en Bolivia ha tenido una evolución y un crecimiento positivo, y hasta alentador en los últimos años; pero este crecimiento obedece más bien a factores o iniciativas ajenas al Estado, a la dinámica natural y al aporte que la iniciativa privada hace, logrando que el turismo se haya incrementado en los últimos años.<sup>78</sup>

El turismo se constituye en la actualidad en un importante factor económico y productivo de exportación tradicional y no tradicional, representando respectivamente el 36.6% y el 30%, con capacidad de generar divisas y empleos, actividad por el que el país se beneficia con un aporte de 180 millones de dólares anuales y 490 dólares diarios aproximadamente.<sup>79</sup>

La actividad turística es considerada como el primer factor dentro de las exportaciones tradicionales, además se ubica en el segundo lugar de las exportaciones no tradicionales y sólo es superado por la soya en todas sus variedades.

---

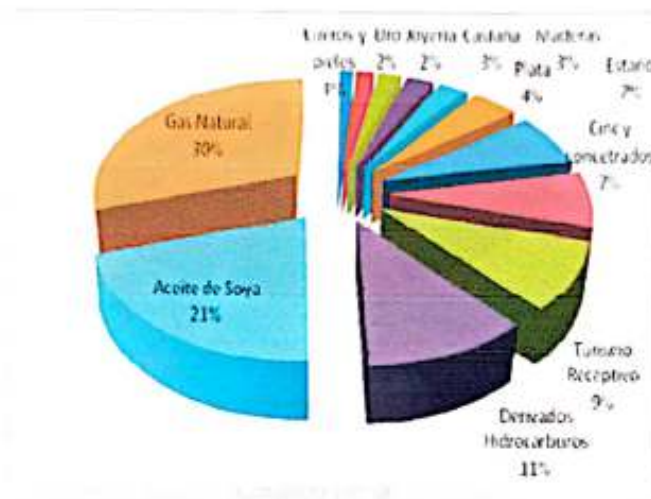
<sup>78</sup> PEÑARANDA, Marín Carlos, "La Realidad no Oficial del Turismo en Bolivia", Impreso en Artes Gráficas Sagitario. La Paz, Bolivia. 2003. Pág. 32

<sup>79</sup> VICEMINISTERIO DE TURISMO. Cartilla: "Principales Indicadores de la Actividad Turística". La Paz, Bolivia. Pág. 26



### 3.1.1. Ingreso de divisas por turismo en Bolivia

**Cuadro N° 3**  
**Ingresos Por Turismo Internacional Vs Valores De Los Principales Productores**  
**Tradicionales Y No Tradicionales De Exportación En Bolivia 2004**



FUENTE: [www.turismobolivia.bo/loader\\_es](http://www.turismobolivia.bo/loader_es)

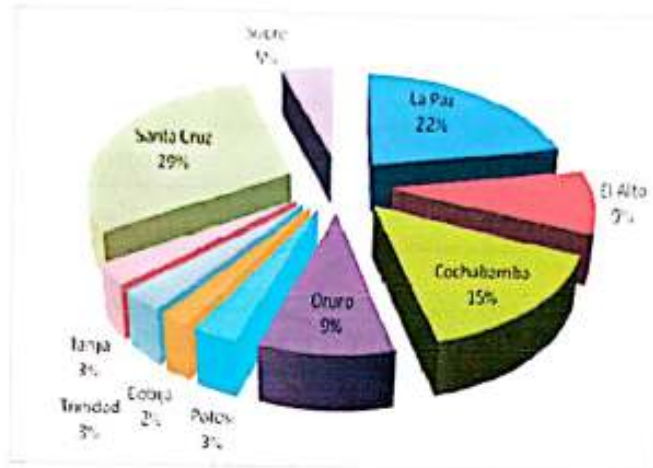
### 3.1.2. Turismo Receptivo

El movimiento turístico al interior del país, favorece al desarrollo económico aumentando los ingresos económicos, capta divisas directas, además de mejorar el nivel de vida de sus habitantes. Pero este desplazamiento no se limita a los extranjeros que visitan Bolivia, sino al turismo interno, generando un movimiento económico importante al interior del país.

En el año 2004, se ha registrado un importante movimiento turístico en cuanto al turismo receptivo que será expresado porcentualmente, gracias a la ayuda de los cuadros que se presentan a continuación tanto a nivel nacional como extranjero.

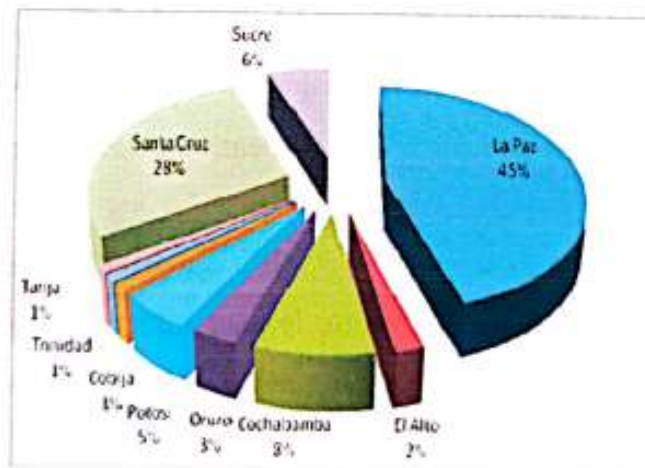


**Cuadro N° 4**  
**Llegada De Visitantes Nacionales A Cada Ciudad**



FUENTE: [www.turismobolivia.bo/loader\\_es](http://www.turismobolivia.bo/loader_es)

**Cuadro N° 5**  
**Llegada De Visitantes Extranjeros A Cada Ciudad**



FUENTE: [www.turismobolivia.bo/loader\\_es](http://www.turismobolivia.bo/loader_es)



**Cuadro N° 6**  
**Turismo Receptivo En Bolivia**  
**Motivo De Viaje**

<i>MOTIVO</i>	<i>%</i>
Vacaciones	62.6
Congresos / Seminarios	1.8
Negocio	5.7
Trabajo	6.7
Estudios	2.5
Visita a Familiares o Amigos	11.3
Otros	9.3
<b><i>TOTAL</i></b>	<b><i>100</i></b>

FUENTE: Estadísticas de turismo 2002. VMT – Instituto Nacional de Estadística

- Estadia media de los extranjeros en el país: 10.4 Días
- Gasto medio diario de los extranjeros en Bolivia : \$us. 50.-
- Gasto medio de viaje de los extranjeros en Bolivia: \$us. 500.-
- El sector genera aproximadamente 17 mil empleos directos.<sup>80</sup>

### 3.1.3. Turismo Emisivo

Los principales mercados para el turismo emisivo de Bolivia son: Perú, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Alemania, Chile, llegando a un total de 390.888 salidas en el año 2004.

<sup>80</sup> Op. Cit. "La Realidad no Oficial del Turismo en Bolivia". Pág. 41



**Cuadro N° 7**  
**Turismo Emisivo En Bolivia**  
**Motivo De Viaje**

<i>MOTIVO</i>	<i>%</i>
Vacaciones	25.3
Congresos / Seminarios	6.6
Negocio	10.4
Trabajo	11.9
Estudios	5.3
Visita a Familiares o Amigos	25.4
Otros	15.1
<b><i>TOTAL</i></b>	<b><i>100</i></b>

FUENTE: Estadísticas de turismo 2002. VMT – Instituto Nacional de Estadística.

- Estadia media de los bolivianos en el exterior: 11.7 Días
- Gasto medio diario de los bolivianos en el exterior: \$us. 50.-
- Gasto medio de viaje de los bolivianos en el exterior: \$us. 697.50.-

### 3.2. Aspectos Generales

#### 3.2.1. Ubicación Geográfica

El Municipio de Coroico, primera sección de la provincia Nor Yungas del departamento de La Paz, se encuentra localizado hacia el nor este a 97 Km. de distancia respecto de la ciudad de La Paz; con una superficie de 1063.2 Km<sup>2</sup>.

El Municipio limita al norte con el Municipio de La Paz, al sud este con el Municipio de Coripata, al noreste con la provincia Caranavi, al oeste con la provincia Murillo y al sur con el Municipio de Yanacachi.



### **3.2.2. División Político – Administrativa**

La provincia de Nor Yungas se divide en 2 secciones: La primera sección que es Coroico y la segunda sección que es Coripata, por eso se cuenta con 2 municipios.

La primera sección Municipal de Coroico fue reconocida por la ley del 20 de abril de 1994, con la ley de Descentralización Administrativa No1654 de 28 de Julio de 1995 y la promulgación de la ley 1669 del 31 de Octubre de 1995 se delimita la jurisdicción de la primera sección Coroico, políticamente se encuentra dividida en tres cantones: uno es el cantón Coroico, luego tenemos el cantón Pacollo donde se encuentra el Parque Nacional Cotapata y al final tenemos el cantón Suapi que está por la parte que colinda con lo que es Zongo y todo lo que es ese Municipio.<sup>81</sup>

### **3.2.3. Demografía**

La población del municipio se encuentra distribuida en las comunidades de los diferentes cantones que denominamos área dispersa o rural. Los centros más poblados son Unduavi, Yolosa, Challa, Pacallo, Mururata, Suapi, Santa Rosa de Quilo- Quilo que se organizan en la actualidad como juntas de vecinos. Este municipio se caracteriza por presentar un área urbana bastante significativa como es la ciudad de Coroico.

La población total del municipio de Coroico según datos del Censo 2001 de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadística INE, es de 12.237 habitantes de los cuales 6.641 son hombres y 5.596 son mujeres. El 18% del total de la población corresponde al área urbana (pueblo de Coroico), donde habitan 2.597 personas y el 82% al área rural.

El municipio de Coroico cuenta aproximadamente con 6.604 familias, con un número promedio de 4.39 personas por familia. El número de viviendas en ésta área es de aproximadamente 670 unidades.

---

<sup>81</sup>Plan De Desarrollo Municipal De Coroico (PDM) 2006 – 2001. Pág. 5





El Censo Nacional de Población y Vivienda -2001, registró una tasa de crecimiento poblacional del 2.01%, que muestra una tendencia a la consolidación de la estabilidad poblacional, estimándose 13.771 habitantes para el año 2007.

#### **3.2.4. Infraestructura Básica**

##### ✓ **Agua Potable**

La provisión de agua potable en Coroico llega a una buena parte de la población urbana, el recurso se capta de las cascadas de San Jacinto y Cochuma situada a 5km. de la ciudad.

El agua se almacena en 3 tanques, siendo después hipo clorada antes de ser distribuida. En la ciudad existen 2 redes que cubren parcialmente las necesidades de abastecimiento de la población.

La cobertura de la red sólo alcanza el 80% de la población. En época seca (agosto, septiembre y octubre), el caudal de las fuentes disminuye, por consiguiente se raciona el suministro de agua en la población 3 veces al día.

##### ✓ **Alcantarillado**

Cuenta con un sistema de alcantarillado sanitario, que abarca sólo el 80% de la población. El municipio tiene un proyecto a diseño final de la ampliación del sistema de alcantarillado sanitario, con lo cual se llegaría a la cobertura de 100% de la población.

El agua servida es lanzada sin tratamiento previo en las proximidades del río Yolosa, con la cual estarían provocando serios problemas ambientales.

##### ✓ **Sistema eléctrico**

Se registra en el municipio que la mayor parte de la población rural utiliza leña como combustible para cocinar, en tanto que en el área urbana el combustible principal es



el gas. Sigue en importancia el kerosén y la electricidad. La energía eléctrica es proporcionada por la Empresa de Servicios Eléctricos SEYSA S.A.

### **3.2.5. Comunicación**

#### ✓ *Vías de Acceso*

El municipio cuenta con una vertebración caminera troncal que une la ciudad de Coroico con los cantones: Pacallo, Mururata, Suapi, Quilo-Quilo y actualmente con esfuerzo y con una visión futurista se realiza la apertura del camino troncal de Quilo-Quilo a Zongo (Provincia Murillo).

Coroico se encuentra vinculada con la ciudad de La Paz por medio de dos carreteras, la antigua carretera a los Yungas en la cual el tramo de asfaltado llega hasta Chuspipata y continua la carretera de tierra hasta Coroico, el tiempo que se tarda en recorrer los 97Km a esta peligrosa carretera por lo que se le dio el nombre de “carretera de la muerte”, es de tres horas a tres horas y medio en vehículo particular y de cuatro a cuatro horas y media en vehículo público, esto siempre y cuando la carretera se encuentre expedita especialmente entre los tramos Chuspipata, Sacramento, Sacramento bajo, y el sector de San José de Chicalula y Villa Ninoska.

Pero además de ésta, desde el mes de marzo de 2006 se cuenta con la nueva carretera Cotapata – Santa Bárbara misma que disminuyó significativamente los riesgos de accidentes y el tiempo de viaje. Ésta carretera de 48.8km. de longitud y doble vía, consta de tres puentes, 31 viaductos y 125 medios viaductos.

#### ✓ *Transporte*

El análisis del servicio de transporte hacia y adentro Coroico es el siguiente: Las empresas Totai, Yungueña, ofrecen el servicio de transporte desde la zona de Villa Fátima de la ciudad de La Paz. Generalmente, estos buses tienen una capacidad de 14 pasajeros y no entran a las comunidades aledañas al pueblo de Coroico. El 100% de las empresas de



transporte reciben a los usuarios de forma directa sin la intermediación de operadores de turismo, el precio en minibuses oscila entre 15 y 18 Bs.

Existe transporte para comunidades alejadas sin frecuencia regular que funciona preferentemente los fines de semana, sólo existe transporte constante (camionetas) para cruz Loma y para Yolosa, en las calles adyacentes a la plaza principal de Coroico existen taxis que prestan el servicio de transporte de turismo a diferentes atractivos y comunidades rurales.

Para el transporte de la producción agrícola se emplea camiones de mayor volumen que ingresan en épocas de cosecha para sacar la producción. En las comunidades circundantes a la ciudad el medio más utilizado de transporte es la moto o bicicletas y una mayoría se trasladan a pie.

✓ **Telefonía**

La población de Coroico cuenta con telefonía pública, domiciliaria y móvil: las empresas encargadas del servicio son ENTEL con el servicio de CAD's (Servicio Telefónico con Tarjeta) y SET (Servicio Telefónico con operación) y está destinada a brindar servicio de discado directo nacional, internacional y facsímil. ENTEL Móvil y COTEL (Cooperativa de Teléfonos de La Paz).<sup>82</sup>

✓ **Correos**

Medio de Comunicación interpersonal de la zona con el resto del país y el mundo. Sus oficinas están ubicadas en la Subprefectura, frente a la Plaza de Armas. Las empresas transportadoras de pasajeros también prestan el servicio de correos y encomiendas.

---

<sup>82</sup> Ídem. Pág. 40



✓ **Televisión**

Se recibe la señal de canales televisivos de la ciudad de La Paz: UNITEL, RTP y el canal estatal, que cuentan con antenas repetidoras en la zona. Además de antenas parabólicas para la recepción de televisión por cable.

✓ **Radio**

Las señales de radio provienen de la ciudad de La Paz y de otras poblaciones yungueñas, cuentan con sistema de amplitud modulada (AM) y de frecuencia modulada (FM). La alcaldía posee la Radio Coroico, pero además de ésta, se cuenta con la Radio Fides, ambas instalaciones se encuentran en inmediaciones de la plaza principal.

✓ **Prensa**

Existen 2 periódicos locales: “20 de Octubre” de publicación anual y “Senda Yungueña” de edición quinquenal; pero además de éstos, El Diario, Presencia y La Razón de la ciudad de La Paz circulan diariamente en Coroico, mismos que cuentan con agentes que se encargan de la recepción, distribución y venta.

### **3.3. Aspectos Físico Naturales**

#### **3.3.1. Clima**

Las precipitaciones pluviales ocurren a lo largo de todo el año, además de la presencia de neblinas orográficas concentradas en las laderas superiores de las montañas durante gran parte del año que influyen en el bosque y causan procesos de condensación y captación de agua. Los límites de las precipitaciones medias mensuales son de 21 y 189 mm., siendo la precipitación media anual de 1.227 mm.

El contraste de los datos climáticos de temperatura y pluviosidad muestran que la distribución de la humedad es relativamente estable durante el año, registrando apenas dos meses (junio y julio) efectivamente secos y ninguno de ellos muy húmedo, excepto en los



sectores más húmedos, ya que existen transiciones que van para condiciones más húmedas o más secas en función de la orientación de las laderas.

### **3.3.2. Temperatura**

El hecho de existir niveles de altitud diversos refleja índices climáticos un poco diferenciados. Sin embargo, tomando como base una altitud media de 1377 metros, que corresponde a la principal estación meteorológica del área, la temperatura media mensual varía entre 16,6 y 19,4° C., no registrando variaciones significativas a lo largo del año, 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.

### **3.3.3. Flora**

Del total de las 112 especies inventariadas se observa que la mayoría son empleadas para usos medicinales, demostrando la gran diversidad y la riqueza etnobotánica con que cuenta el municipio; constituyéndose en un potencial para la industrialización de la misma.

Como ejemplo de lo mencionado citamos: a la Hila Hila, zarzaparrilla, Solda Solda, Chika empleada para inflamaciones y dolores de riñones como una simple muestra. También mencionar al almidón natural que es el amashpeke de bastantes propiedades con gran presencia en el municipio.

La zona cuenta con varias especies del orden forrajero en un número de 13 pero se debe considerar que las superficies en los cantones son mínimas, aunque resulta una ventaja para la explotación ganadera considerando el buen desarrollo de kudzu, merkerón y gramalote (forraje introducido que tiene un buen crecimiento y son aceptables por las especies ganaderas).



Mencionar que la zona presenta dentro de las especies más resalantes al palmito (*Chamerops*) que actualmente tiene una gran demanda en el mercado exterior, aunque la cantidad existente en el municipio es baja para una explotación, considerándose, además indicar que el clima y el medio ecológico de la zona favorecen su crecimiento.

#### **3.3.4. Fauna**

Dentro de la información recolectada en los diagnósticos comunales, se consideró la fauna existente en el municipio y principalmente si es perjudicial o beneficiosa.

La gran variedad de fauna silvestre encontrada en la primera sección, pero la mayoría son consideradas como perjudiciales, debido a que son plagas que asaltan y destruyen las chacras causando pérdidas en la producción. Pero también recalca que aquellos que son dañinos en muchos casos son cazados y sirven de alimento. La mayoría son animales que tienen su habitación en el monte.

#### **3.3.5. Fisiografía**

Según el mapa fisiográfico de Bolivia, la denominación de *Yungas* hace referencia a una región montañosa localizada entre 3.000 y 600 metros de altitud, siendo su característica principal la presencia de cuencas muy profundas y montañas de gran elevación con declives fuertemente inclinados, además del carácter abrupto de la subida a la cordillera, cuyos topes llegan hasta los 5.500 metros. Así, las altitudes reflejan una región con una topografía muy irregular, presentando pendientes empinadas y moderadas con cimas que van desde los 1.500 hasta los 3.000 metros

El área de Coroico está formada físicamente por colinas con pendientes moderadamente escarpadas y en algunos casos montañosos, las pendientes comprendidas varían entre 16 - 70%. Los paisajes que dominan son terrazas altas disectadas, colinas y pendientes aluviales donde se han originado suelos superficiales con distinto grado de granulometría. Las transformaciones geomorfológicas ocurridas en la región tuvieron la



influencia de la acción ejercida por los hielos sobre la superficie de la tierra, generando diversas formaciones geológicas en su suelo, tales como la presencia de gigantescas rocas, localizadas principalmente en los ríos, y los valles interandinos producto de la acción erosiva glacial. (Mapa Geológico de Bolivia - GEOBOL, 1994).

### **3.3.6. Pisos ecológicos**

Según la clasificación del mapa Ecológico de Bolivia Coroico se caracteriza por presentar los siguientes Pisos Ecológicos:

#### **a. Bosque Húmedo Subtropical**

Ubicados a una altitud de 1.500 m s.n.m. y se identifica con Coroico por la existencia de tres meses efectivamente secos y ninguno muy húmedo, es decir que hay una mejor distribución de la precipitación.

#### **b. Bosque Húmedo Montano Bajo Subtropical**

Se diferencia del Bosque Húmedo Subtropical con la que colinda, por su baja eficiencia térmica y por sufrir temperaturas críticamente bajas que en ocasiones pueden llegar a escarchar durante las horas más frías. Las lluvias se prolongan todo el año y en lugares expuestos de colinas y cerros, las neblinas son frecuentes y densas, así como las nubes como ocurre en el sector de Chuspipata.

#### **c. Bosque muy Húmedo Montano Bajo Subtropical**

Ubicado en el sector de Pacallo (Cantón de Coroico). Donde existe una influencia en el desarrollo de especies vegetales y animales típicamente tropicales.

### **3.3.7. Suelos**

Las características del suelo en el Municipio de Coroico cuentan con diferentes tipos de conformación, los cuales, desarrollan diversos tipos de vegetación. La profundidad varía desde el basamento rocoso que se encuentran en las pendientes más empinadas con una capa vegetal fina con distinto grado de granulometría en la superficie, hasta suelos



moderadamente profundos en las laderas, en las cuales la profundidad varía según su grado de inclinación.

La textura de los suelos de las laderas o terrazas es considerada mediana y la presencia importante de arcilla hace que estos suelos sean mejor drenados. El contenido de materia orgánica también es variable y depende de la profundidad del suelo, sin embargo, la humedad descompone rápidamente las hojas secas que caen al suelo, formando el humus que fertiliza el suelo y permite el desarrollo de una gran variedad de especies vegetales nativas. Las propiedades químicas de los suelos en esta área presentan una diversidad de combinaciones según el sector de análisis, pero también estas combinaciones varían por la presencia o no de cultivos agrícolas.

### **3.4. Aspectos Culturales**

#### **3.4.1. Origen**

El territorio de la primera sección Coroico, forma parte de una de las provincias más antiguas del Departamento de La Paz. Los Yungas tienen antecedentes desde inicios de la fundación, inclusive en la historia Pre - Republicana, una de las más antiguas referencias escrita sobre este territorio data de 1548.

En un documento de 1780 correspondiente a una descripción del Virreinato del Río de la Plata, se ha encontrado la primera referencia de yungas como unidad territorial caracterizada por independencia.

Por decreto Ley de 12 de enero de 1900 durante la presidencia constitucional de José Manuel Pando, la Provincia Nor Yungas queda dividida en Nor y Sud Yungas. Por decreto Ley de 20 de noviembre de 1903, durante la misma presidencia se declara ciudad a Villa de Coroico, capital de la provincia Nor Yungas.





En cuanto a su trascendencia histórica - política, Coroico es considerada protagonista en la guerra de la Independencia del Alto Perú a través de las heroicas acciones de Victorio y Gregorio García Lanza, quienes junto a Pedro Domingo Murillo y otros caudillos encendieron la Tea de la Libertad el 16 de Julio de 1809.

### **3.4.2. Composición Étnica e Idioma**

La composición étnica del Municipio está determinada en su mayoría por la cultura Aymará que representa el 61.7% del total, la etnia Afro – Yungueña ocupa el segundo lugar de importancia representando el 32.2% de la población, los quechuas, otros grupos nativos y los guaraníes son menos significativos asumiendo el 5.1%, 0.6% y 0.4% de participación en la composición poblacional respectivamente. El idioma es el principal vínculo para relacionarse y establecer una adecuada convivencia social. En el Municipio de Coroico el más utilizado es el castellano y por orden de importancia se habla también el aymará, quechua y guaraní.

### **3.4.3. Tradiciones**

En la primera sección municipal se cuenta con el origen de la cultura afro-boliviana que comprende a la raza negra, dispersa entre comunidades típicas: Tocaña, Yariza-Chijchipa y Mururata. Esta cultura es rica en tradición y fundamentalmente en mantener viva las raíces de sus antepasados de origen africano. La mayor expresión es la saya afro-boliviana, danza típica y representativa de la cultura que participa en diferentes festivales, visitando ciudades del país y extranjeras alegrando con su ritmo contagioso.

### **3.5. Aspectos Organizativo – Institucionales**

En el Municipio de Coroico existen 104 comunidades además de la comunidad de Apanto y la Ciudad de Coroico. En el caso de Apanto, esta comunidad pasó a ser parte del área urbana de Coroico y por tanto, es parte de una de las 4 OTB's urbanas. Las comunidades fueron constituidas después de la Reforma Agraria de 1953, que dio a cada



colono la parte de las tierras que el ya trabajaba bajo un sistema de tipo feudal. Toda comunidad antes de la Reforma Agraria era una hacienda con características feudales

### 3.5.1. Organización Sindical

La organización sindical está conformada por 104 sindicatos correspondiente a igual números de comunidades. La organización comunal tiene como fundamento el sindicato agrario que representa a la comunidad. Los sindicatos están agrupados en 14 Subcentrales y estas a su vez, pertenecen a la Central Agraria de la Primera Sección de Coroico, la cual es afiliada a la Federación Única de Trabajadores Campesinos de Nor Yungas (FUTCNE), perteneciente a la Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Bolivia.

### 3.5.2. Organizaciones Sociales

En el Municipio existen 11 organizaciones sociales funcionales vinculadas en su mayoría a la actividad agrícola y al turismo. El siguiente cuadro presenta un detalle de estas organizaciones.

Cuadro N° 8  
Organizaciones Sociales Funcionales  
Del Municipio De Coroico

N°	Organización	Actividad Principal	Número de OTB's
1	Central de mujeres campesinas	Organización Sindical	104
2	Asociación de discapacitados	Reivindicativa	-
3	Asociación de personas de la tercera edad	Reivindicativa	-
4	Asociación de premiales	Comercio y servicios	-
5	Central única de transportistas	Servicio de transporte	-
6	CENCOOP	Comerc. de café	48
7	ASAPI	Comerc. de miel	30
8	Asociación de productores de racacha	Produc. Y Comerc	1
9	Cámara Hotelera de Coroico	Turismo	-
10	Asociación de guías locales	Turismo	-
11	Asociación de productores de almidón	Produc. Y Comerc	1

FUENTE: Plan De Desarrollo Municipal De Coroico (PDM) 2006 – 2011



### **3.6. Aspectos Económico - Productivos**

#### **3.6.1. Ingresos familiares**

El análisis sobre el peso que las diferentes actividades económicas tienen en el nivel de ocupación, permite conocer que la actividad agropecuaria (agricultura y ganadería menor principalmente) representan para la población, la actividad más importante con 58,55 %. Le siguen en importancia el sector de la construcción, el comercio y los servicios de hoteles y restaurantes.

#### **3.6.2. Sistemas de producción agrícola por sectores (cantones)**

El sistema de producción campesino, en el Municipio de Coroico está basado fundamentalmente en tres cultivos principales a partir de los cuales se organiza el espacio agrícola de la unidad familiar. Sin embargo, la importancia relativa de estos cultivos no es igual para todas las unidades. El café, la coca y los cítricos, considerados los productos más tradicionales en los Yungas, son la base del sistema productivo campesino, aunque la importancia de estos cultivos es variable en función a determinadas circunstancias.

##### **3.6.2.1. Principales cultivos**

Existe una gran diversidad tanto en cultivos perennes como en cultivos anuales. El siguiente cuadro muestra la diversidad de cultivos en el cantón Coroico según su importancia.



**Cuadro N° 9**  
**Cantón Coroico**  
**Especies Más Abundantes**

N°	Nombre Común	N°	Nombre Común	N°	Nombre Común
1	Café	8	Plátano	15	Locoto
2	Coca	9	Palta	16	Brócoli
3	Naranja	10	Lima	17	Coliflor
4	Mandarina	11	Limón	18	Pimentón
5	Racacha	12	Yuca	19	Renollo
6	Maiz	13	Tomate	20	Walusa
7	Maracuvá	14	Lechuga	21	Cebolla

FUENTE: Plan De Desarrollo Municipal De Coroico (PDM) 2006 – 2011

### 3.6.2.2. Tecnología empleada

Se observa que en los tres cantones la tecnología empleada no es mecanizada dadas las características topográficas de la región. Las actividades de desmonte son realizadas manualmente con el uso de hacha y machetes, posteriormente el monte es quemado para iniciar el proceso de siembra o trasplante de árboles de vivero a terreno definitivo.

Las labores culturales son realizadas también de forma manual, una de las herramientas más importantes en la región es la *chonta* la cual es utilizada principalmente para el deshierbe, en zonas productoras de hortalizas se utilizan herramientas como ser: mochilas aspersoras, tijeras de podar, picotas, palas, etc.

### 3.6.2.3. Superficies por cultivo

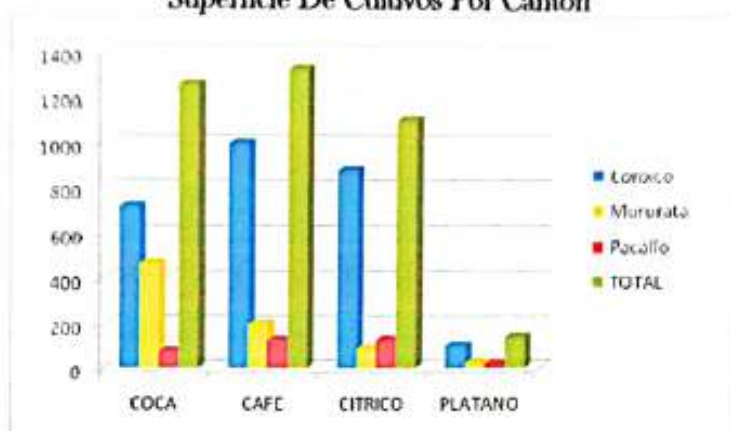
Se puede observar que en los Cantones Coroico y Mururata las culturas de cultivo predominantes son el café, los cítricos y la coca. Ambas zonas son productoras de café y cítricos, sin embargo, la importancia de la coca varía entre estos cantones. En el Cantón Mururata, la coca tiene una importancia, en relación al espacio que ocupa a nivel familiar, mucho menor que el Cantón Coroico. En el Cantón Pacallo la situación en todavía más



diferente. Aquí los cítricos, en términos generales, tienen una mayor importancia que el café. La coca es prácticamente inexistente en algunas de las comunidades del Cantón.

La Superficie de producción de los principales cultivos en los tres Cantones del Municipio se muestra en el siguiente gráfico:

Cuadro N° 10  
Superficie De Cultivos Por Cantón



FUENTE: Plan De Desarrollo Municipal De Coroico (PDM) 2006 – 2011

#### 3.6.2.4. Rendimientos por cultivo

De acuerdo a los diagnósticos comunales, la mandarina tiene un rendimiento promedio de 150 mil unidades por ha. En el caso de la naranja este rendimiento llega a 130 mil unidades. El plátano tiene un rendimiento de 515 cabezas por ha., en tanto que el café registra un rendimiento de 45qq. en mote. El siguiente cuadro muestra a detalle los rendimientos para los principales productos del Municipio.

#### 3.6.2.5. Destino de la producción

La intensidad en la integración al mercado se da de forma diferente para cada producto. Café, coca y cítricos son productos predominantemente producidos para el mercado, en tanto que yuca, plátano y maíz son fundamentalmente producidos para el



propio consumo de la familia. El siguiente cuadro muestra el destino de los principales productos agrícolas del Municipio.

**Cuadro N° 11**  
**Municipio De Coroico - Lugares De Venta**

<b>PRODUCTO</b>	<b>DESTINO</b>
<b>Café</b>	Coroico (rescatiris), CENCOOP, La Paz (mercado Chijini)
<b>Cítricos</b>	La Paz (tambos)
<b>Coca</b>	La Paz (mercado legal)
<b>Plátano</b>	Coroico (feria)
<b>Tomate</b>	Coroico (feria), La Paz (Villa Fátima)

FUENTE: Plan De Desarrollo Municipal De Coroico (PDM) 2006 – 2011

También se registra en el cuadro siguiente la importancia relativa de los cultivos respecto a su vinculación con el mercado. En productos como el café, cítricos y hortalizas se tienen mermas en la producción.

Las épocas de comercialización de cada producto están marcadas por los periodos de cosecha específicos para cada uno de ellos. El café, en ese sentido, es comercializado entre los meses de abril y julio, en tanto que los cítricos se comercializan entre los meses de mayo, junio y julio principalmente. La coca se produce durante todo el año y, por tanto, su comercialización es constante, aunque se registren periodos de baja en la producción por las inclemencias climáticas.



Las ferias semanales en el principal centro urbano del municipio permiten la comercialización de varios productos, entre los cuales destacan los cítricos, la coca y el tomate, además de huevos y carne de animales menores.

Por su parte, la coca tiene su propio mercado en la ciudad de La Paz y es vendida a intermediarios mayoristas que se encargan de la distribución a vendedores minoristas en la misma ciudad o la transportan al interior del país.

#### **3.6.2.6. Ciclos agrícolas**

Se distinguen 4 épocas agrícolas durante el año: la época seca, la época de siembra, la época de lluvias y la época de cosecha.

En el caso de la época seca durante los meses de junio a agosto, las actividades están centradas en la preparación de los futuros cultivos anuales (desmonte y limpieza de chacras viejas). Se planta café y se poda los arbustos de coca. También en esta época se llega al final de la cosecha de café, se realiza la cosecha de cítricos y de walusa. El periodo más seco se da a partir de junio. El tiempo es seco y frío por la noche.

La época de siembra que ocurre entre septiembre y noviembre, tiene como actividades principales la siembra de los cultivos anuales, la primera cosecha de coca y la preparación de los terrenos para la implantación de cicales y cítricos. En septiembre se inician las lluvias, las cuales se intensifican a partir de noviembre. El tiempo se va tornando más caliente y húmedo.

La época de lluvias se da entre diciembre y febrero, donde las actividades principales son: la implantación de cicales, la segunda cosecha de coca y el deshierbe permanente en los terrenos. Es un periodo de lluvias intensas y de crecimiento de hierbas dañinas.



El periodo entre marzo y mayo es considerado como la época de cosechas, donde las actividades principales están referidas a la cosecha de los cultivos anuales, la cosecha de café, la tercera cosecha de coca y el inicio de la cosecha de cítricos. Las lluvias comienzan a disminuir.

El ciclo que mantiene asentamientos permanentes en el municipio y en Los Yungas es el ciclo agrícola largo, el cual permite que el sistema productivo agrícola enfrente un proceso de regeneración de las capacidades reproductivas del suelo.

El principio del ciclo agrícola largo es el desmonte, en el cual se implantan chacras de tierras muy fértiles con rendimientos buenos durante tres a cinco años. Después de este periodo la chacra es transformada en cocal, el cual tiene una vida variable entre 4 y 30 o más años en función a las características del suelo. Cuando el cocal envejece, es dejado en descanso por unos 5 o más años. El terreno ya descansado será luego utilizado en la implantación de huertas o cafetales. Las huertas y los cafetales bien cuidados pueden producir por muchos años, para después ser convertidos en barbechos o nuevamente en cocales.

Esta visión de los ciclos nos muestra la existencia de sistemas productivos en constante transformación. Asimismo el envejecimiento de las plantas implica periodos de grandes cosechas seguidos de periodos de disminución constante en la producción.

#### **3.6.2.7. Infraestructura productiva**

Dadas las características en el proceso de transformación del café, se han instalado plantas pre - beneficiadoras y beneficiadoras para lograr mejorar la calidad de exportación e industrialización del café, siendo CENCOOP la pionera en la instalación de estas plantas, posteriormente la Unidad Académica de Carmen Pampa y finalmente el programa MOJSA.





Estas instalaciones se encuentran ubicadas en las zonas de mayor producción cafetaleras de la sección. En Capellania y Yalaca las pertenecientes a CENCOOP; en Carmen Pampa la de la UAC y en San Pablo la del programa MOJSA. Las tres plantas tienen características similares en cuanto al sistema de procesamiento del café.

#### **3.6.2.8. Organización de la fuerza de trabajo**

En el municipio y en los Yungas en general, la unidad doméstica es el núcleo de la sociedad a través de la cual se reproduce la vida. Al interior de la familia se comparten los recursos, los alimentos y el abrigo. La división del trabajo por edad, sexo y estatus puede ser directamente observada en la familia yungueña.

Las actividades agrícolas son totalmente manuales. La mayoría de las herramientas son simples y, por tanto, el factor que implica mayores costos en la producción es la mano de obra. Lo esencial dentro de la unidad familiar es el trabajo no remunerado de los conyugues, los hijos y de algún familiar de edad más avanzada o yerno que todavía convive con ellos.

La tierra es trabajada con la participación de los miembros del grupo familiar. La incorporación al trabajo de cada miembro se define de acuerdo con las necesidades familiares y, en la medida que los hijos entran en la edad productiva, estos contribuyen a reducir la relación trabajo - consumidor.

### **3.7. Análisis de la Oferta Turística**

En fecha 23 de Enero de 2004, Coroico ha sido declarada como Zona Prioritaria de Desarrollo Turístico, en el marco de la Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia, Ley N 2074 constituyéndose de esta manera en Primer Municipio Turístico de Bolivia en esta categoría.



### **3.7.1. Planta Hotelera**

El municipio de Coroico dispone de una buena infraestructura en la región, con hoteles de 1 a 5 estrellas, hostales, alojamientos, tiendas comerciales, bares, restaurantes y otros centros de diversión. Se registra una oferta hotelera de 1252 camas/día con una capacidad utilizada anual de 35 % anual, según el siguiente cuadro.

Según información proporcionada por HAM de Coroico, durante la gestión 2003 Coroico recibió 32.000 turistas extranjeros y nacionales. El 2004 este registro subió a 40000 turistas.<sup>83</sup>

Los hoteleros están bien organizados ya que tienen su Cámara Hotelera en Coroico, que cumple una labor muy importante de difusión de los recursos existentes en el municipio. El aporte directo al municipio en forma económica es a través del pago de impuestos.

### **3.7.2. Atractivos Turísticos**

#### **3.7.2.1. Sitios Naturales**

Entre los principales atractivos naturales con mayor afluencia turística podemos mencionar a: Las Tres Cascadas, El Vagante, Puente armas, Parque Nacional Cota Pata, Chuspipata, Tocaña, Uchumachi, Camino del Inca, Plantaciones agrícolas con diversidad de productos.<sup>84</sup>

#### **3.7.2.2. Patrimonio Urbano, Arquitectónico y Artístico**

Entre el Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico del municipio, podemos mencionar a los siguientes: Iglesia de San Pedro y San Pablo, Plaza Guerrilleros Lanza.

#### **3.7.2.3. Etnografía y Folklore**

En la primera sección municipal se cuenta con el origen de la cultura afro-boliviana que comprende a la raza negra, dispersa entre comunidades típicas: Tocaña, Yariza-

---

<sup>83</sup> Ídem. Pág. 59

<sup>84</sup> Ídem. Pág. 60



Chijchipa y Mururata. Esta cultura rica en tradición y fundamentalmente en mantener viva las raíces de sus antepasados de origen africano. La mayor expresión es la saya afro-boliviana danza típica y representativa de la cultura que participa en diferentes festivales, visitando ciudades del país y extranjeras alegrando con su ritmo contagioso.

Entre otras manifestaciones culturales podemos mencionar a las siguientes: La fiesta del 20 de octubre, Traslación de Ceras, Ferias Gastronómicas, Ferias Productivas, Ferias de Turismo.

### **3.8. Análisis de la Demanda Turística**

#### **3.8.1. Centros Emisores de Turismo**

Según información proporcionada por HAM de Coroico, durante la gestión 2003 Coroico recibió 32.000 turistas extranjeros y nacionales. El 2004 este registro subió a 40000 turistas.

A nivel local se destaca la entrada a Coroico de habitantes de la ciudad de La Paz con un 46% seguido por Rurrenabaque con el 5%. La procedencia de otros países identifica a Argentina con el 14 %, Chile con el 13 %, Perú con el 11%, Brasil 4% y USA, Colombia y Venezuela con el 12% cada uno.

Existen reportes estadísticos que indican que el crecimiento el desplazamiento de visitantes es considerable y presenta un crecimiento paulatino de visitantes es considerable y presenta un crecimiento paulatino (la demanda nacional es significativa). El mercado Europeo es uno de los más importantes emisores de afluencia turística, seguida por EEUU y Latino América.

Los mejores porcentajes corresponden a turistas procedentes de Francia con el 17%, Inglaterra y Alemania con el 5% cada una, Suecia, Nueva Zelanda, Israel, China, Australia con el 3% cada una.



### **3.8.2. Características de los Turistas**

Según información proporcionada por HAM de Coroico, durante la gestión 2003 Coroico recibió 32.000 turistas extranjeros y nacionales. El 2004 este registro subió a 40000 turistas.<sup>85</sup>

Prevalece completamente los profesionales con el 50% y los estudiantes con el 48%, únicamente el 2% de la nuestra son empleados y comerciantes. Las edades promedio de un total de 71 % de turistas entrevistados en Coroico son: entre 20 y 30 años el 22% entre 30 y 40 años, el 5% entre 40 y 50 años y el 2% entre 15 y 20 años. El sexo masculino predomina con el 75%, el restante 25% corresponde al sexo femenino.

En cuanto a las modalidades de viaje, prevalecen los que viajan solos con el 48%, los que viajan en “Grupo” con el 21 % y los que viajan en pareja llegan al 20%. El 11% viaja como grupo familiar.

### **3.8.3. Pernocte Promedio**

El promedio de pernocte varia de 2-7 días, la temporada alta son los fines de semana y periodos haciendo énfasis en fiestas locales.

### **3.8.4. Gasto Promedio Diario**

El gasto promedio diario que resulta de la elaboración de los valores declarados por los entrevistados en Coroico, es de \$11,0 por día. Prevalece el rango de gasto entre \$10 a 20 por día con el 47% de los entrevistados, siguiendo el rango de \$20 a 30 para el 29% de los visitantes. El promedio de gasto por día en Coroico resulta casi 5 veces menor del promedio nacional que el Viceministerio estima en \$50.

---

<sup>85</sup> Ídem Pág. 59



### **3.8.5. Gustos y Preferencias**

Respecto a las actividades turísticas, el Municipio de Coroico cuenta con una diversidad de éstas, las cuales se ubican principalmente en el Cantón Coroico. Al igual que el flujo hacia los centros turísticos, estas actividades se concentran entre los meses de mayo y septiembre. Las actividades de ocio y recreación preferidas por turistas que visitan el municipio de Coroico con diferentes grados de dificultad y riesgo son las siguientes: Trekking, Biking, Tour fotográfico de mariposas y orquídeas, Observación de aves, Rafting y Kayaking.

### **3.9. Análisis FODA**

El análisis FODA, es una de las herramientas esenciales para el proceso de planificación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora.

En el proceso de análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, se consideran los aspectos inherentes a la actividad turística que influye de manera interna por medio de las fortalezas y debilidades; y externa, por medio de las oportunidades y amenazas, ya que pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de los objetivos propuestos en el Plan de Desarrollo Turístico.

Para un mejor desglose en el desarrollo del análisis FODA, vamos a determinar los aspectos en los cuales se basará el desarrollo del mismo, tomando en cuenta aspectos de interés turístico mismos que nos ayudarán a comprender mejor la situación actual en la que se encuentra en Municipio de Coroico turísticamente hablando, para luego basándonos en éste análisis podamos dar inicio a la Matriz FODA. Los puntos en los que se basará el desarrollo del análisis FODA, son los siguientes: Recursos Turísticos, Servicios Turísticos, Infraestructura y equipamiento, Demanda Turística, Tendencias Generales del Turismo Nacional.



## ANÁLISIS FODA

ASPECTOS	FORTALEZAS (I)	OPORTUNIDADES (E)	DEBILIDADES (I)	AMENAZAS (E)
FÍSICO NATURALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Distribución de la humedad relativamente estable durante el año.</li> <li>✓ Gran diversidad y riqueza etnobotánica empleadas para usos medicinales.</li> <li>✓ Gran variedad de fauna silvestre</li> <li>✓ Existencia de ríos como: Carmen, San Félix, Santa Bárbara, Huarinilla, Elena, Suazi, Moro, Kusillos, Kellkhata, Cedro Mayo y Tilia.</li> <li>✓ Suelos fértiles que permiten el desarrollo de una gran variedad de especies vegetales nativas.</li> <li>✓ Existencia de pisos ecológicos como: Bosque Húmedo Subtropical, Bosque Húmedo Montano Bajo Subtropical y Bosque muy Húmedo Montano Bajo Subtropical</li> <li>✓ Desarrollo de la actividad del Ecoturismo.</li> <li>✓ Disponibilidad de montes con potencial productivo agropecuario y forestal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejo tecnológico agropecuario compatible con la conservación y manejo adecuado de recursos naturales.</li> <li>✓ Conservar la biodiversidad, los paisajes y las formaciones geológicas.</li> <li>✓ Evitar la contaminación ambiental, en base a una gestión y valores comunitarios.</li> <li>✓ Desarrollo de programas de capacitación sobre la importancia de la conservación de los recursos naturales y de la existencia de áreas protegidas.</li> <li>✓ Desarrollo de productos turísticos compatibles con la conservación de los recursos naturales.</li> <li>✓ Control y manejo adecuado de residuos sólidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costos elevados para la captación de recursos hídricos</li> <li>✓ Terrenos susceptibles a erosiones</li> <li>✓ Expansión de la frontera agrícola</li> <li>✓ Uso intensivo de suelos sin tecnología apropiada</li> <li>✓ Ausencia de prácticas de conservación y manejo de suelos.</li> <li>✓ Derrame de aguas servidas en los ríos generando contaminación ambiental.</li> <li>✓ Acumulación de residuos sólidos (basura) en el área rural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Suelos cada vez menos productivos</li> <li>✓ Imposibilidad de obtener tecnología y asistencia técnica en la producción agrícola</li> <li>✓ Ausencia de inversión pública y privada.</li> <li>✓ Problemas ambientales irreversibles.</li> <li>✓ Pérdida de la biodiversidad y paisajes naturales.</li> <li>✓ Ausencia de programas de capacitación ambiental.</li> <li>✓ Incumplimiento de las normas de uso de los recursos naturales.</li> <li>✓ Inadecuado control y manejo de residuos sólidos.</li> </ul>



ASPECTOS	FORTALEZAS (I)	OPORTUNIDADES (E)	DEBILIDADES (I)	AMENAZAS (E)
<b>ORGANIZATIVO - INSTITUCIONALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existencia de 104 sindicatos en la comunidad de Apanto y la Ciudad de Coroico.</li> <li>✓ Existen 11 organizaciones sociales funcionales vinculadas a la actividad agrícola y al turismo.</li> <li>✓ Existencia de la Cooperativa de Café (CENCOOP), como impulsor de desarrollo en la producción para su exportación.</li> <li>✓ Gobierno Municipal sin conflictos</li> <li>✓ Fomento a la producción agropecuaria y la agroindustria por parte de la institución ARCO Bolivia.</li> <li>✓ Presencia de ACDI VOCA impulsando el sector Turístico, el Mejoramiento urbano y el Apoyo a la producción.</li> <li>✓ Caritas/Ayuda en Acción impulsando el desarrollo en: Producción agropecuaria, Medio ambiente y reforestación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Instituciones financieras de cooperación técnica con presencia regional y nacional.</li> <li>✓ Presencia numerosa de organizaciones de base y municipio con financiamiento propio.</li> <li>✓ Presencia de ONG's que promuevan el desarrollo económico y social.</li> <li>✓ Implementar un proceso de incentivo, capacitación y apoyo a organizaciones comunitarias y sectoriales para mejorar su desempeño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de políticas y programas municipales de apoyo al sector productivo y de servicios</li> <li>✓ Recursos y permanencia limitada de la Inst. Caritas</li> <li>✓ Poca presencia en el área rural de la institución ACDI VOCA</li> <li>✓ Poca participación local.</li> <li>✓ Inexistencia de recursos propios en las organizaciones de base para desarrollar sus actividades adecuadamente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desvinculación de las organizaciones sociales de la actividad agrícola y turística.</li> <li>✓ Conflictos internos en el desempeño de funciones del Gobierno Municipal.</li> <li>✓ Ausencia de normativas que regulen el tiempo de permanencia de las autoridades municipales, para darle continuidad a sus funciones.</li> <li>✓ Falta de coordinación para poner en marcha planes de capacitación y apoyo a las organizaciones comunitarias.</li> <li>✓ Ausencia de organizaciones como ACDI VOCA, ARCO Bolivia apoyando el desarrollo del municipio.</li> </ul>



ASPECTOS	FORTALEZAS (I)	OPORTUNIDADES (E)	DEBILIDADES (I)	AMENAZAS (E)
<b>SOCIO - ECONÓMICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Agricultura y ganadería, como principal actividad económica</li> <li>✓ Potencial turístico (Ferias de Turismo, fiestas) que directa o indirectamente genera ingresos económicos a las familias del Municipio.</li> <li>✓ Exportación de Café Extra y Café Orgánico reconocido a nivel internacional.</li> <li>✓ Cooperación de instituciones internacionales en el desarrollo de actividades económico - productivas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estructura productiva con potencial agropecuario, turístico, artesanal y de servicio.</li> <li>✓ Población involucrada en el desarrollo de actividades turísticas, generando ingresos económicos para mejorar su calidad de vida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bajos ingresos económicos</li> <li>✓ Ausencia de mercado para algunos productos</li> <li>✓ Condiciones adversas en el mercado</li> <li>✓ Desarrollo social, económico lento.</li> <li>✓ Mala calidad del servicio de hospedaje y alimentación.</li> <li>✓ Presencia de cooperación internacional limitada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Imposibilidad de exportación del café al extranjero por problemas internos.</li> <li>✓ Ausencia de instituciones internacionales dispuestas a colaborar en el desarrollo municipal.</li> </ul>





ASPECTOS	FORTALEZAS (I)	OPORTUNIDADES (E)	DEBILIDADES (I)	AMENAZAS (E)
<b>ECONÓMICO - PRODUCTIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organización del espacio agrícola para la producción de café, coca y cítricos.</li> <li>✓ Proceso de siembra y cosecha realizadas de manera tradicional.</li> <li>✓ Ferias semanales que permiten la comercialización de varios productos.</li> <li>✓ Capacidad de regeneración del suelo agrícola por medio del ciclo agrícola largo</li> <li>✓ Existencia de plantas pre-beneficiadoras y beneficiadoras que permiten mejorar la calidad de exportación e industrialización del café.</li> <li>✓ Tierra trabajada con la participación de los miembros del grupo familiar.</li> <li>✓ Condiciones agroecológicas favorables para café, coca, cítricos, raíces andinas, miel y animales menores</li> <li>✓ Certificación de productos orgánicos</li> <li>✓ Existencia de mercados para el café.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Asistencia técnica, construcción de infraestructura y equipamiento en la producción y comercialización agropecuaria, agroindustrial y artesanal, en los ámbitos familiar y asociativo.</li> <li>✓ Mejores rendimientos y calidad agropecuaria con tecnología mejorada</li> <li>✓ Desarrollo e incremento de la producción agropecuaria en base a la producción orgánica</li> <li>✓ Conservación del valor genético natural de las especies</li> <li>✓ Proyectos agropecuarios con aplicación de moderna tecnología en sectores estratégicos, generando rendimientos elevados que permitan una sostenibilidad económica a las Comunidades de la región.</li> <li>✓ Recursos económicos para la implementación de proyectos como el agroturismo.</li> <li>✓ Capacitación de nuevas técnicas para el uso racional de la tierra.</li> <li>✓ Aprobación de proyectos agroturísticos que incentiven la participación de la comunidad rural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Condiciones adversas en el mercado de productos agroindustriales</li> <li>✓ Falta de capacidad de inversión local</li> <li>✓ Limitada cobertura de servicios financieros</li> <li>✓ Bajos precios y falta de mercado para los cítricos.</li> <li>✓ Presencia de plagas en café y cítricos</li> <li>✓ Falta de asistencia técnica y transferencia de tecnología</li> <li>✓ Altos costos de transporte para el traslado de los productos a ser comercializados</li> <li>✓ Falta de infraestructura productiva</li> <li>✓ Estigmatización de la coca</li> <li>✓ Minifundio</li> <li>✓ Preferencia por obtener mayores ingresos económicos por medio de la coca dejando de lado plantaciones tradicionales.</li> <li>✓ Falta de incentivo a la agroindustria</li> <li>✓ Poca producción a nivel familiar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Migración de las comunidades a la ciudad.</li> <li>✓ Productos extranjeros con precios bajos.</li> <li>✓ Desinterés del grupo familiar por trabajar en sus tierras.</li> <li>✓ Ausencia de mercados para la exportación de café.</li> <li>✓ Utilización de técnicas extranjeras que provoquen la alteración genética de los productos naturales.</li> <li>✓ Falta de inversión privada para desarrollar la actividad del agroturismo.</li> </ul>



ASPECTOS	FORTALEZAS (I)	OPORTUNIDADES (E)	DEBILIDADES (I)	AMENAZAS (E)
<b>OFERTA TURÍSTICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Importante infraestructura hotelera</li> <li>✓ Variedad de atractivos turísticos</li> <li>✓ Riqueza cultural e histórica</li> <li>✓ Servicio de alimentación en restaurants, snacks y mercado</li> <li>✓ Clima cálido belleza paisajística</li> <li>✓ Recursos naturales que posibilitan el desarrollo del agroturismo</li> <li>✓ Procesos de siembra y cosecha desarrollados de manera tradicional</li> <li>✓ Variedad de plantaciones agrícolas</li> <li>✓ Transporte turístico diario al municipio y a los diferentes atractivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Interés por parte de los diferentes municipios de formar parte del desarrollo turístico de Bolivia.</li> <li>✓ Actividades turísticas basadas en normas de desarrollo sostenible.</li> <li>✓ Recursos económicos externos para la conservación de los atractivos turísticos y mejora de los servicios</li> <li>✓ Capacitación de los recursos humanos para brindar mejores servicios a nivel turístico.</li> <li>✓ Construcción de ambientes adecuados para la prestación del servicio de alimentación.</li> <li>✓ Incorporar actividades turísticas diferentes a las tradicionales como el agroturismo</li> <li>✓ Nuevas propuestas de actividades turísticas en los POA's de los diferentes municipios para la obtención de nuevos ingresos económicos.</li> <li>✓ Amplia oferta turística diversificada.</li> <li>✓ Mayor afluencia turística a Bolivia gracias a la rápida accesibilidad a los atractivos turísticos.</li> <li>✓ Estabilidad social y económica. Interés por desarrollar nuevas actividades turísticas como el agroturismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Difícil transitabilidad a los atractivos turísticos en época de lluvias.</li> <li>✓ Inexistencia de contenedores de basura en los atractivos turísticos</li> <li>✓ Precios elevados en el transporte hacia los diferentes atractivos turísticos.</li> <li>✓ Impuntualidad en el horario de salida y llegada del transporte público.</li> <li>✓ Servicio de alimentación con deficiente infraestructura y limpieza.</li> <li>✓ Bajo nivel de capacitación a los prestadores de servicios.</li> <li>✓ Falta de apoyo financiero para la puesta en marcha de proyectos de desarrollo turístico</li> <li>✓ Inexistencia de programas de capacitación turística en el municipio</li> <li>✓ Vías de acceso inseguras.</li> <li>✓ Inadecuado ordenamiento territorial al interior del pueblo.</li> <li>✓ Ausencia de ingresos económicos para la población.</li> <li>✓ Deficiente infraestructura turística rural.</li> <li>✓ Ausencia de aprovechamiento del potencial turístico en el área rural</li> <li>✓ Concentración de la actividad turística en el área urbana. Concentración de los beneficios del turismo sólo en el sector hotelero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conflictos sociales en el país</li> <li>✓ Inadecuada promoción turística para los atractivos turísticos.</li> <li>✓ Incumplimiento de las normas que regulan el uso adecuado y sostenible de los atractivos</li> <li>✓ Bajo nivel de satisfacción turística.</li> <li>✓ Inexistencia de recursos económicos para desarrollar actividades turísticas de manera adecuada.</li> <li>✓ Mala imagen turística en cuanto a los servicios turísticos que se ofrecen.</li> <li>✓ Cambios climáticos constantes imposibilitando el desarrollo de actividades turísticas.</li> <li>✓ Cancelación de paquetes turísticos del extranjero</li> <li>✓ Inexistente interés de los turistas, respecto a la oferta agroturística.</li> <li>✓ Falta de promoción de la nueva oferta turística Insuficientes recursos económicos.</li> <li>✓ Inexistencia de gestión turística en el Municipio. Ausencia de coordinación interinstitucional.</li> </ul>



ASPECTOS	FORTALEZAS (I)	OPORTUNIDADES (E)	DEBILIDADES (I)	AMENAZAS (E)
<b>DEMANDA TURÍSTICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Crecimiento paulatino de la demanda turística, donde la nacional es significativa.</li> <li>✓ Importante afluencia turística de Europa seguida por EEUU y Latino América.</li> <li>✓ Promedio de pernoctación turística entre 2 a 7 días.</li> <li>✓ Diversidad de actividades turísticas como: Biking, Rafting, Kayak, Trekking, Ecoturismo, Camping, Tour fotográfico.</li> <li>✓ El 50% de los turistas que visitan el municipio son profesionales en diferentes áreas.</li> <li>✓ El 21% de los turistas, llegan en grupo con actividades turísticas ya programadas.</li> <li>✓ Creciente interés de turistas por realizar actividades en contacto con la naturaleza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Captar el interés de turistas para realizar actividades nuevas como el agroturismo en el área rural del Municipio.</li> <li>✓ Incremento de la demanda turística actual con nuevas actividades.</li> <li>✓ Satisfacer las expectativas del turista</li> <li>✓ Brindar más y mejores servicios en cuanto al hospedaje y alimentación.</li> <li>✓ Recomendación del turista en su entorno social de la actividad turística del país, con actividades turísticas bien planificadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insatisfacción del turista por los servicios recibidos.</li> <li>✓ Afluencia turística de paso, derivada de otros países.</li> <li>✓ Bajo porcentaje de llegada de turistas en grupos organizados desde el exterior.</li> <li>✓ Mala imagen en el exterior como destino turístico inestable socialmente.</li> <li>✓ Ausencia de nueva oferta turística que llene las expectativas del turista.</li> <li>✓ Bajo promedio de gasto diario turístico en el país.</li> <li>✓ Afluencia turística masiva en atractivos tradicionales.</li> <li>✓ Sobrecarga turística en el pueblo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desinterés turístico por visitar el municipio.</li> <li>✓ Mala referencia del país como destino turístico inseguro y con servicios deficientes.</li> <li>✓ Disminución del pernocte turístico en el municipio.</li> <li>✓ Ausencia de la llegada de grupos de turistas organizados en el extranjero.</li> <li>✓ Preferencia por otros destinos turísticos con mayor oferta y mejores servicios.</li> <li>✓ Desconfianza en las rutas de acceso a los diferentes atractivos turísticos.</li> </ul>



ASPECTOS	FORTALEZAS (I)	OPORTUNIDADES (E)	DEBILIDADES (I)	AMENAZAS (E)
LEGALES TURÍSTICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reconocimiento de la primera sección Municipal de Coroico por medio de la ley del 20 de abril de 1994</li> <li>✓ Existencia de la Ley N° 2074, por medio de la cual Coroico se constituye en Primer Municipio Turístico de Bolivia.</li> <li>✓ Existencia de la Ley de Reforma del Poder Ejecutivo reconociendo el turismo como una actividad de exportación.</li> <li>✓ Existencia de la Ley de Protección del Medio Ambiente.</li> <li>✓ Existencia de la Ley de Promoción y desarrollo de la actividad turística.</li> <li>✓ Ley de participación popular para mejorar la calidad de vida de las comunidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Políticas de conservación del medio ambiente traducidas en financiamiento de proyectos de promoción y educación ambiental.</li> <li>✓ Políticas que posibiliten la firma de convenios institucionales e internacionales para la realización de proyectos regionales.</li> <li>✓ Apoyo del gobierno para fomentar el desarrollo de nuevas actividades turísticas, con la participación de los comunarios como directos beneficiarios.</li> <li>✓ Participación democrática de la población en la gestión y ejecución de los proyectos.</li> <li>✓ Desarrollar estrategias a nivel municipal que posibiliten consolidar el municipio como Primer Municipio Turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Incumplimiento de las normativas en el uso de los recursos naturales.</li> <li>✓ Ausencia de políticas interinstitucionales de funcionamiento.</li> <li>✓ Ausencia de actividades de desarrollo turístico que respalden a Coroico como Primer Municipio Turístico.</li> <li>✓ Insuficiente promoción turística del municipio.</li> <li>✓ Escasa participación popular en propuestas de desarrollo turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Deterioro de la imagen de Coroico como Primer Municipio Turístico del País.</li> <li>✓ Serios problemas ambientales debido al incumplimiento de la Ley de Medio Ambiente.</li> <li>✓ Migración campo - ciudad de la población rural al no ser incorporados en la ejecución de proyectos turísticos.</li> <li>✓ Deterioro de los atractivos turísticos al no respetar la ley de medio ambiente, determinando la capacidad de carga o acogida a los mismos.</li> </ul>



### **3.9.1. Matrices FODA**

Las matrices FODA, nos permiten identificar los principales elementos del grupo de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, mediante un cruce de información, donde se utilizan cuatro estrategias básicas: (maxi-maxi) que es la estrategia para maximizar tanto las fortalezas como las oportunidades; (mini-maxi) estrategia para minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades; (maxi-mini) estrategia para maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas; (mini-mini) estrategias para minimizar tanto las amenazas como las debilidades. Gracias a la Matriz FODA, se podrán ordenar los elementos del análisis FODA por importancia para poder determinar los objetivos estratégicos del Plan de Desarrollo Turístico.



**MATRÍZ FODA**  
**ASPECTOS FÍSICO NATURALES**

<p align="center"><b>FACTORES INTERNOS</b></p> <p align="center"><b>FACTORES EXTERNOS</b></p>	LISTA DE FORTALEZAS	LISTA DE DEBILIDADES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución de la humedad relativamente estable durante el año.</li> <li>• Gran diversidad y riqueza etnobotánica empleadas para usos medicinales.</li> <li>• Gran variedad de fauna silvestre</li> <li>• Existencia de ríos como: Carmen, San Félix, Santa Bárbara, Huarinilla, Elena, Suazi, Moro, Kusillos, Kellkhata, Cedro Mayo y Tilia.</li> <li>• Suelos fértiles que permiten el desarrollo de una gran variedad de especies vegetales nativas.</li> <li>• Existencia de pisos ecológicos como: Bosque Húmedo Subtropical, Bosque Húmedo Montano Bajo Subtropical y Bosque muy Húmedo Montano Bajo Subtropical</li> <li>• Desarrollo de la actividad del Ecoturismo.</li> <li>• Disponibilidad de montes con potencial productivo agropecuario y forestal.</li> </ul>
<b>LISTA DE OPORTUNIDADES</b>	<b>F.O. (MAXI – MAXI)</b>	<b>D.O. (MINI – MAXI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo tecnológico agropecuario compatible con la conservación y manejo adecuado de recursos naturales.</li> <li>• Conservar la biodiversidad, los paisajes y las formaciones geológicas.</li> <li>• Evitar la contaminación ambiental, en base a una gestión y valores comunitarios.</li> <li>• Desarrollo de programas de capacitación sobre la importancia de la conservación de los recursos naturales y de la existencia de áreas protegidas.</li> <li>• Desarrollo de productos turísticos compatibles con la conservación de los recursos naturales.</li> <li>• Control y manejo adecuado de residuos sólidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ampliar la cobertura de los beneficios de PN ANMI a los diferentes cantones del municipio, para impulsar la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad existente.</li> <li>❖ Aprovechar la belleza escénica paisajística y la temperatura cálida del municipio para potenciar el municipio como destino turístico con nueva oferta turística, rica en biodiversidad y contacto con la naturaleza.</li> <li>❖ Apoyar al desarrollo de programas de capacitación para la conservación del medio ambiente y el manejo adecuado de los residuos sólidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Promover el estudio de la topografía del municipio para determinar terrenos aptos para la producción agrícola y/o apertura de nuevos caminos de acceso a las comunidades.</li> <li>❖ Capacitar a los pobladores del área rural, respecto al uso adecuado y racional del espacio físico en el que desarrollan sus actividades agrícolas, deteniendo el desgaste de las tierras productivas como consecuencia de su mal manejo.</li> <li>❖ Coordinar acciones a nivel municipal y el PN ANMI para minimizar el impacto ambiental en los ríos de las zonas agrícolas debido al derrame de aguas servidas en los mismos.</li> <li>❖ Concientizar a los comunarios respecto al desarrollo del ciclo agrícola largo, que permita la regeneración del suelo productivo.</li> <li>❖ Incorporación de contenedores de basura adecuados tanto en el entorno natural del municipio como del área rural, creando una conciencia de conservación de los atractivos turísticos y evitando la contaminación.</li> </ul>
<b>LISTA DE AMENAZAS</b>	<b>F.A. (MAXI – MINI)</b>	<b>D.A. (MINI – MINI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suelos cada vez menos productivos</li> <li>• Imposibilidad de obtener tecnología y asistencia técnica en la producción agrícola</li> <li>• Ausencia de inversión pública y privada.</li> <li>• Problemas ambientales irreversibles.</li> <li>• Pérdida de la biodiversidad y paisajes naturales.</li> <li>• Ausencia de programas de capacitación ambiental.</li> <li>• Incumplimiento de las normas de uso de los recursos naturales.</li> <li>• Inadecuado control de residuos sólidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Promover el cumplimiento de las normas del uso racional de la tierra para evitar el desgaste de la tierra agrícola como problema ambiental irreversible.</li> <li>❖ Impulsar el cumplimiento de la ley del medio ambiente que nos permita conservar la biodiversidad y los paisajes naturales.</li> <li>❖ Incentivar la inversión pública y/o privada, para obtener tecnología adecuada para la explotación agrícola, evitando problemas ambientales en los sectores productivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Concientizar a los pobladores del municipio en el desarrollo sostenible de sus funciones agrícolas, mediante el respeto por la diversidad y medio ambiente, para el disfrute de los mismos por generaciones futuras.</li> <li>❖ Incentivar la utilización de los contenedores de basura en los diferentes atractivos turísticos, que permitan mejorar la imagen del municipio como destino turístico respetuoso por la naturaleza.</li> </ul>



**MATRÍZ FODA**  
**ASPECTOS ORGANIZATIVO - INSTITUCIONALES**

<div style="text-align: center;"> <p><b>FACTORES INTERNOS</b></p> <hr/> <p><b>FACTORES EXTERNOS</b></p> </div>	<b>LISTA DE FORTALEZAS</b>	<b>LISTA DE DEBILIDADES</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de 104 sindicatos en la comunidad de Apanto y la Ciudad de Coroico.</li> <li>• Existen 11 organizaciones sociales funcionales vinculadas a la actividad agrícola y al turismo.</li> <li>• Existencia de la Cooperativa de Café (CENCOOP), como impulsor de desarrollo productivo</li> <li>• Existencia del Gobierno Municipal de Coroico.</li> <li>• Fomento a la producción agropecuaria y la agroindustria por parte de la institución ARCO Bolivia.</li> <li>• Presencia de ACDI VOCA impulsando el sector Turístico, el Mejoramiento urbano y el Apoyo a la producción.</li> <li>• Caritas/Ayuda en Acción impulsando el desarrollo en:</li> <li>• Producción agropecuaria, Medio ambiente y reforestación.</li> </ul>
<b>LISTA DE OPORTUNIDADES</b>	<b>F.O. (MAXI – MAXI)</b>	<b>D.O. (MINI – MAXI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia numerosa de organizaciones de base y municipio con financiamiento propio.</li> <li>• Presencia de ONG's que promuevan el desarrollo económico y social.</li> <li>• procesos de incentivo, capacitación y apoyo a organizaciones comunitarias y sectoriales mejorando su desempeño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incentivar la coordinación de las organizaciones sociales para articular esfuerzos de fortalecimiento que ayuden al desarrollo de la actividad turística del municipio.</li> <li>❖ Aprovechar el apoyo de organismos como ONG's, ACDI VOCA y otros para el desarrollo de proyectos que fortalezcan la diversificación de la oferta turística.</li> <li>❖ Fortalecer la producción agropecuaria por medio de la obtención de recursos económicos gubernamentales.</li> <li>❖ Promover la colaboración de la institución ARCO BOLIVIA en cuanto a la capacitación de los recursos humanos encargados del sector agropecuario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incentivar a los funcionarios del Gobierno municipal a participar de programas de capacitación en temas de planificación y desarrollo, fortaleciendo la estructura organizativa del municipio.</li> <li>❖ Incorporación de políticas de apoyo al sector productivo y de servicios, en coordinación directa con el municipio para su adecuado funcionamiento como Primer Municipio Turístico.</li> </ul>
<b>LISTA DE AMENAZAS</b>	<b>F.A. (MAXI – MINI)</b>	<b>D.A. (MINI – MINI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desvinculación de las organizaciones sociales de la actividad agrícola y turística.</li> <li>• Conflictos internos en el desempeño de funciones del Gobierno Municipal.</li> <li>• Ausencia de normativas que regulen el tiempo de permanencia de las autoridades municipales, para darle continuidad a sus funciones.</li> <li>• Falta de coordinación para poner en marcha planes de capacitación y apoyo a las organizaciones comunitarias.</li> <li>• Ausencia de organizaciones como ACDI VOCA y ARCO Bolivia apoyando el desarrollo del municipio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incorporar dentro del POA del Municipio, el requerimiento de financiamiento para la consolidación de la actividad agrícola y turística, con el desarrollo de nuevas actividades.</li> <li>❖ Desarrollo de planes de capacitación coordinadas entre el municipio y las organizaciones comunitarias para incorporar a las comunidades en el desarrollo de la actividad turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Aprovechar el apoyo de los organismos y cooperación internacional en los programas de lucha contra la pobreza, desertización del medio rural, mediante la estrategia de transformación del agro y la ley de participación popular.</li> <li>❖ Incentivar la participación de la población local en la toma de decisiones para el desarrollo productivo empresarial.</li> </ul>



**MATRÍZ FODA**  
**ASPECTOS SOCIO – ECONÓMICOS**

<div style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</div> <div style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</div>	<b>LISTA DE FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura y ganadería, como principal actividad económica</li> <li>• Potencial turístico (Ferias de Turismo, fiestas) que directa o indirectamente genera ingresos económicos a las familias del Municipio.</li> <li>• Exportación de Café Extra y Café Orgánico reconocido a nivel internacional.</li> <li>• Cooperación de instituciones internacionales en el desarrollo de actividades económico – productivas.</li> </ul>	<b>LISTA DE DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajos ingresos económicos a los pobladores.</li> <li>• Ausencia de mercado para algunos productos</li> <li>• Condiciones adversas en el mercado</li> <li>• Desarrollo social, económico lento.</li> <li>• Presencia de cooperación internacional limitada.</li> </ul>
<b>LISTA DE OPORTUNIDADES</b>	<b>F.O. (MAXI – MAXI)</b>	<b>D.O. (MINI – MAXI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura productiva con potencial agropecuario, turístico, artesanal y de servicio.</li> <li>• Población involucrada en el desarrollo de actividades turísticas, generando ingresos económicos para mejorar su calidad de vida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Potenciar las principales actividades económicas como la agricultura y ganadería por medio del mejoramiento de la infraestructura y saneamiento básico.</li> <li>❖ Colaboración a nivel gubernamental para ampliar el mercado de exportación del café extra y orgánico del municipio.</li> <li>❖ Incentivar la realización de ferias de turismo y/o mercados, que amplíen la venta de los diferentes productos cosechados en el municipio por temporadas que generen ingresos económicos a los pobladores.</li> <li>❖ Obtener ingresos económicos internacionales que favorezcan al desarrollo de proyectos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacitar a los pobladores en talleres de elaboración de productos artesanales, que contribuyan al incremento en los recursos económicos que perciben.</li> <li>❖ Promover la captación de ingresos económicos que favorezcan al impulso de nuevas actividades, beneficiando a la población rural y aprovechando su biodiversidad.</li> <li>❖ Promocionar el municipio como destino turístico, con oferta productiva diversificada ampliando el mercado de los mismos.</li> </ul>
<b>LISTA DE AMENAZAS</b>	<b>F.A. (MAXI – MINI)</b>	<b>D.A. (MINI – MINI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mala imagen turística del Municipio debido a la deficiente calidad de los servicios ofrecidos.</li> <li>• Saturación del servicio de transporte al municipio.</li> <li>• Imposibilidad de exportación del café al extranjero por problemas internos.</li> <li>• Ausencia de instituciones internacionales dispuestas a colaborar en el desarrollo municipal.</li> <li>• Falta de normativas para la implementación de nuevas actividades turísticas que beneficien a la población rural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacitar los recursos humanos encargados de brindar servicios turísticos, contribuyendo a la mejora de la imagen turística del municipio.</li> <li>❖ Masificar la cooperación de instituciones internacionales que posibiliten la ampliación del mercado de exportación del café</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ampliar la demanda hacia los productos del municipio por medio de promoción, incorporándolos dentro de nuevos mercados que permitan una exportación diversificada de los productos del municipio.</li> <li>❖ Facilitar el traslado de los productos de las comunidades a las ciudades, para comercializarlos de manera más rápida y directa obteniendo mejores ingresos económicos.</li> </ul>





## MATRÍZ FODA

### ASPECTOS ECONÓMICO – PRODUCTIVOS

<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; text-align: center;"> <p><b>FACTORES INTERNOS</b></p> </div> <div style="width: 45%; text-align: center;"> <p><b>FACTORES EXTERNOS</b></p> </div> </div>	LISTA DE FORTALEZAS	LISTA DE DEBILIDADES
	LISTA DE OPORTUNIDADES	F.O. (MAXI – MAXI)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización del espacio agrícola para la producción de café, coca y cítricos</li> <li>• Proceso de siembra y cosecha realizadas de manera tradicional</li> <li>• Ferias semanales que permiten la comercialización de varios productos</li> <li>• Capacidad de regeneración del suelo agrícola por medio del ciclo agrícola largo</li> <li>• Existencia de plantas pre - beneficiadoras y beneficiadoras que permiten mejorar la calidad de exportación e industrialización del café</li> <li>• Tierra trabajada con la participación de los miembros del grupo familiar</li> <li>• Condiciones agroecológicas favorables para café, coca, cítricos, raíces andinas, miel y animales menores</li> <li>• Certificación de productos orgánicos</li> <li>• Existencia de mercados para el café.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones adversas en el mercado de productos agroindustriales</li> <li>• Falta de capacidad de inversión local</li> <li>• Limitada cobertura de servicios financieros</li> <li>• Bajos precios y falta de mercado para los cítricos</li> <li>• Presencia de plagas en café y cítricos</li> <li>• Falta de asistencia técnica y transferencia de tecnología</li> <li>• Altos costos de transporte para el traslado de la producción a ser comercializada</li> <li>• Falta de infraestructura productiva</li> <li>• Estigmatización de la coca</li> <li>• Minifundio</li> <li>• Preferencia por obtener mayores ingresos económicos por medio de la coca dejando de lado plantaciones tradicionales</li> <li>• Falta de incentivo a la agroindustria</li> <li>• Poca producción a nivel familiar</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia técnica, construcción de infraestructura y equipamiento en la producción y comercialización agropecuaria, agroindustrial y artesanal, en los ámbitos familiar y asociativo</li> <li>• Mejores rendimientos y calidad agropecuaria con tecnología mejorada</li> <li>• Desarrollo e incremento de la producción agropecuaria en base a la producción orgánica</li> <li>• Conservación del valor genético natural de las especies</li> <li>• Proyectos agropecuarios con aplicación de moderna tecnología en sectores estratégicos, generando rendimientos elevados que permitan una sostenibilidad económica a las Comunidades de la región.</li> <li>• Recursos económicos para la implementación de proyectos como el agroturismo.</li> <li>• Capacitación de nuevas técnicas para el uso racional de la tierra.</li> <li>• Aprobación de proyectos agroturísticos que incentiven la participación de la comunidad rural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Establecer la organización del espacio rural para la siembra de diferentes productos desarrollando el incremento de la producción agropecuaria.</li> <li>❖ Incentivar la elaboración de alimentos caseros como mermeladas, conservas, dulces de manera tradicional, aprovechando la diversidad de la producción agrícola del municipio.</li> <li>❖ Capacitación a nivel municipal en el proceso de siembra y cosecha por medio de la implementación de tecnología moderna, permitiendo la sostenibilidad económica de las comunidades.</li> <li>❖ Incentivar la participación de los productores agrícolas para el desarrollo de la actividad del agroturismo dónde interviene todo el grupo familiar siendo los directos beneficiarios y responsables de su desarrollo.</li> <li>❖ Incentivar la siembra y cosecha tradicional como atractivo turístico, conservando el valor genético de las especies.</li> <li>❖ Implementación de un museo agrícola, que permita la apreciación del proceso de siembra y cosecha de todos los productos existentes en el municipio.</li> <li>❖ Incentivar el desarrollo de ferias en la ciudad de La Paz, que permitan exponer y comercializar los diferentes productos del municipio con el apoyo directo del gobierno municipal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Diversificar la producción agrícola ampliando las expectativas de los productores del área rural buscando alternativas para mantener sus fincas y tomando en cuenta de que éstas son muy apreciadas por los turistas.</li> <li>❖ Promover el control de las diferentes plagas que afectan las plantaciones agrícolas, por medio de pesticidas que además velen por la conservación del medio ambiente.</li> <li>❖ Disminuir el reemplazo de productos tradicionales por la hoja de coca, por medio de la búsqueda de mercados alternativos, que aseguren su permanencia en el mercado</li> <li>❖ Capacitar a la población rural en temas de agroturismo para que vean ésta actividad como alternativa de desarrollo económico en sus plantaciones</li> <li>❖ Búsqueda de inversión privada que garantice la construcción y equipamiento de espacios que garanticen el procesamiento de los productos y la producción artesanal incentivando la participación de la comunidad rural</li> <li>❖ Promover la inversión privada en la adecuación de los espacios en el área rural, destinados a brindar el servicio de hospedaje y donde los turistas tengan la posibilidad de compartir las experiencias agrícolas con los comunarios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Migración de las comunidades a la ciudad</li> <li>• Productos extranjeros con precios bajos</li> <li>• Falta de reglamentación agrícola que impida el deterioro las tierras trabajadas</li> <li>• Desinterés del grupo familiar por trabajar en sus tierras</li> <li>• Ausencia de mercados para la exportación de café</li> <li>• Utilización de técnicas extranjeras que provoquen la alteración genética de los productos naturales</li> <li>• Falta de inversión privada para desarrollar la actividad del agroturismo</li> <li>• Ausencia de normas y/o políticas que regulen la siembra de la hoja de coca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Promover el consumo de productos nacionales producidos de manera tradicional y que conservan su valor genético natural</li> <li>❖ Fortalecer las organizaciones de los productores agrícolas, promoviendo su integración en cadenas productivas de cultivo con potencial agro exportador</li> <li>❖ Concientización a la población, por medio de capacitación respecto al potencial productivo y los beneficios que pueden captar sus plantaciones agrícolas, evitando la migración campo ciudad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Motivar el desarrollo del agroturismo por su atractivo, autenticidad y ofreciendo servicios de calidad en el medio rural y fortaleciendo la comercialización directa de los productos del municipio</li> <li>❖ Promover la mejora y/o ampliación de las vías de ingreso a las comunidades productivas, ampliando la oferta del transporte de los productos y minimizando los costos de dicho traslado.</li> <li>❖ Captación de nuevos ingresos económicos encaminados al fortalecimiento de la producción agrícola, colaborando con la reglamentación que impida el deterioro de las tierras productivas.</li> </ul>



## MATRIZ FODA ASPECTOS DE LA OFERTA TURÍSTICA

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100px; margin: auto;">FACTORES INTERNOS</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100px; margin: auto; margin-top: 20px;">FACTORES EXTERNOS</div>	LISTA DE FORTALEZAS	LISTA DE DEBILIDADES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importante infraestructura hotelera</li> <li>• Variedad de atractivos naturales</li> <li>• Riqueza cultural e histórica</li> <li>• Servicio de alimentación en restaurants, snacks, y mercado</li> <li>• Clima cálido belleza paisajística</li> <li>• Recursos naturales que posibilitan el desarrollo de la actividad agroturística</li> <li>• Procesos de siembra y cosecha desarrollados de manera tradicional</li> <li>• Variedad de plantaciones agrícolas</li> <li>• Transporte turístico diario y a cada hora al municipio y a los diferentes atractivos</li> </ul>
LISTA DE OPORTUNIDADES	F.O. (MAXI – MAXI)	D.O. (MINI – MAXI)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés municipal en formar parte del desarrollo turístico de Bolivia.</li> <li>• Actividades turísticas basadas en normas de desarrollo sostenible</li> <li>• Recursos económicos externos para la conservación de los atractivos turísticos y mejora de los servicios</li> <li>• Capacitación de los recursos humanos para brindar mejores servicios.</li> <li>• Ofrecer ambientes adecuados para la prestación del servicio de alimentación.</li> <li>• Incorporar actividades turísticas diferentes a las tradicionales como el agroturismo</li> <li>• Mayor afluencia turística a Bolivia gracias a la rápida accesibilidad a los atractivos turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Aprovechar la diversidad de los atractivos turísticos naturales, cultural y artesanal para desarrollar actividades turísticas planificadas de manera sostenible.</li> <li>❖ Incentivar el cumplimiento de la normativa establecida por la cámara hotelera en la prestación del servicio de hospedaje.</li> <li>❖ Promover el posicionamiento del municipio de Coroico como destino turístico mediante la prestación de servicios de calidad.</li> <li>❖ Ampliar la demanda turística al municipio mediante la diversificación de la oferta, velando por satisfacer las características de la demanda turística actual</li> <li>❖ Promover la inversión privada para aprovechar la variedad de plantaciones agrícolas, que colaboren en la implementación de la actividad del agroturismo.</li> <li>❖ Priorizar la incorporación de temas encaminados al mejoramiento de los servicios en general dentro del POA anual del municipio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Priorizar el mantenimiento constante de las vías de acceso a los atractivos turísticos por el Gobierno Municipal</li> <li>❖ Incentivo del Gobierno Municipal para el desarrollo de actividades turísticas de manera sostenible, con la incorporación de contenedores de basura en los diferentes atractivos turísticos.</li> <li>❖ Incorporación de planes de capacitación turística a los prestadores de servicios para desarrollar sus actividades de manera adecuada brindando servicios de calidad.</li> <li>❖ Fomentar el desarrollo de actividades turísticas en el área rural, desconcentrando las actividades al interior del municipio que generan sobrecarga turística en el mismo.</li> <li>❖ Reglamentar la construcción de nuevos espacios físicos al interior del pueblo, velando por el ordenamiento territorial y aspecto municipal.</li> </ul>
LISTA DE AMENAZAS	F.A. (MAXI – MINI)	D.A. (MINI – MINI)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inadecuada promoción turística</li> <li>• Incumplimiento de las normas que regulan el uso adecuado y sostenible de los atractivos</li> <li>• Bajo nivel de satisfacción turística</li> <li>• Inexistencia de recursos económicos para desarrollar las diferentes actividades turísticas de manera adecuada</li> <li>• Mala imagen turística en cuanto a los servicios turísticos que se ofrecen</li> <li>• Cancelación de paquetes turísticos del extranjero debido a conflictos sociales internos</li> <li>• Inexistente interés por parte de los turistas, respecto a la oferta agroturística</li> <li>• Falta de promoción de la nueva oferta turística del país en el extranjero</li> <li>• Insuficientes recursos económicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Desarrollar programas de capacitación dirigidos al personal encargado del desarrollo de la actividad turística, para que sus funciones sean desarrolladas de manera planificada, coordinada y sostenible con los recursos del municipio</li> <li>❖ Expresar la necesidad de determinar normas establecidas por el Gobierno Nacional, que permitan el desarrollo de actividades turísticas con regularidad sin ser afectadas por conflictos sociales como fuente importante de ingresos</li> <li>❖ Establecer estrategias de promoción turística del municipio con nueva oferta turística y servicios mejorados, además de garantizar la seguridad en la realización normal de las actividades de interés turístico</li> <li>❖ Requerimiento a nivel municipal de gestores profesionales en turismo, encargados de evaluar y proponer acciones encaminadas a las mejoras de la actividad turística del Municipio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Educar a la población en general por medio de charlas y/o seminarios en la importancia del desarrollo turístico involucrando a los sectores público, privados, organizaciones sindicales, comunarios y demás instituciones, como principales responsables de su desarrollo para captar mayores ingresos económicos y de esta manera mejorar la calidad de vida del país en su conjunto</li> <li>❖ Proponer la incorporación de sanciones a los sectores responsables de actividades turísticas, que no cumplan con la reglamentación para el desarrollo sostenible de la actividad social, cultural y naturalmente</li> </ul>



## MATRÍZ FODA

### ASPECTOS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;">FACTORES INTERNOS</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;">FACTORES EXTERNOS</div> </div>	LISTA DE FORTALEZAS	LISTA DE DEBILIDADES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento paulatino de la demanda turística, donde la nacional es significativa.</li> <li>• Importante afluencia turística de Europa seguida por EEUU y Latino América.</li> <li>• Promedio de pernoctación turística entre 2 a 7 días.</li> <li>• Diversidad de actividades turísticas como: Biking, Rafting, Kayak, Trekking, Ecoturismo, Camping, Tour fotográfico.</li> <li>• El 50% de los turistas que visitan el municipio son profesionales en diferentes áreas.</li> <li>• El 21% de los turistas, llegan en grupo con actividades turísticas ya programadas.</li> </ul>
LISTA DE OPORTUNIDADES	F.O. (MAXI – MAXI)	D.O. (MINI – MAXI)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Captar el interés de turistas para realizar actividades nuevas como el agroturismo en el área rural del Municipio.</li> <li>• Incremento de la demanda turística actual con nuevas actividades.</li> <li>• Satisfacer las expectativas del turista con actividades bien planificadas.</li> <li>• Brindar la posibilidad de compartir sus experiencias con la población rural dedicada a la agricultura.</li> <li>• Lograr la recomendación del turista en su entorno social de la actividad turística del país, con actividades turísticas bien planificadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Promocionar la actividad agroturística, motivando el descanso y contacto con la naturaleza con servicios.</li> <li>❖ Ampliar el pernocte turístico mediante la participación en la actividad del agroturismo y la convivencia con los comunarios del área rural de Coroico</li> <li>❖ Motivar el interés de turistas extranjeros por participar en la actividad del agroturismo, donde puedan compartir las experiencias agrícolas con los comunarios del municipio, recibiendo servicios de calidad en cuanto al hospedaje, alimentación e intercambio cultural.</li> <li>❖ Incentivar la visita de turistas extranjeros en grupos organizados con actividades programadas, gracias a la recomendación (turista – turista).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Fomentar la inversión en la mejora, ampliación y construcción de nueva oferta turística, en la búsqueda de satisfacer las necesidades turísticas.</li> <li>❖ Ampliar el promedio del gasto diario turístico en el municipio, diversificando la oferta del municipio.</li> <li>❖ Minimizar la sobrecarga turística y el impacto ambiental en el pueblo de Coroico y los principales atractivos turísticos, dando a conocer a los turistas la variedad de actividades que pueden realizarse en el área rural capaz de satisfacer sus expectativas.</li> <li>❖ Capacitar a los prestadores del servicio de alimentación y hospedaje en cuanto al trato con el turista, mejorando de ésta manera la imagen del pueblo como Primer Municipio Turístico.</li> </ul>
LISTA DE AMENAZAS	F.A. (MAXI – MINI)	D.A. (MINI – MINI)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desinterés turístico por visitar el municipio.</li> <li>• Mala referencia del país como destino turístico inseguro y con servicios deficientes.</li> <li>• Disminución del pernocte turístico en el municipio.</li> <li>• Ausencia de la llegada de grupos de turistas organizados en el extranjero.</li> <li>• Preferencia por otros destinos turísticos con mayor oferta y mejores servicios.</li> <li>• Desconfianza en las rutas de acceso a los diferentes atractivos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Darnos a conocer en el extranjero como destino turístico estable y seguro, con gran diversidad natural y cultural capaces de motivar el retorno futuro de turistas por la variedad de actividades turísticas a realizar.</li> <li>❖ Lograr la preferencia en la visita de turistas extranjeros, aprovechando la biodiversidad, belleza paisajística y riqueza cultural del municipio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Elaboración de material de promoción del municipio de Coroico como video/documentales, por medio de los cuales se dé a conocer la variedad de actividades turísticas a desarrollar, la belleza natural, y la riqueza cultural; difundidos en primera instancia en los vuelos comerciales a nivel nacional en convenio con las diferentes líneas aéreas.</li> <li>❖ Asistencia a ferias internacionales de turismo donde se dé a conocer la riqueza natural y cultural del municipio y del país en general como destino turístico con características únicas en el mundo.</li> </ul>



## MATRÍZ FODA

### ASPECTOS LEGALES TURÍSTICOS

<div style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</div> <div style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</div>	<b>LISTA DE FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento de la primera sección Municipal de Coroico por medio de la ley del 20 de abril de 1994</li> <li>• Existencia de la Ley N° 2074, por medio se la cual Coroico se constituye en Primer Municipio Turístico de Bolivia.</li> <li>• Existencia de la Ley de Reforma del Poder Ejecutivo reconociendo el turismo como una actividad de exportación.</li> <li>• Existencia de la Ley de Protección del Medio Ambiente.</li> <li>• Existencia de la Ley de Promoción y desarrollo de la actividad turística.</li> <li>• Ley de participación popular para mejorar la calidad de vida de las comunidades.</li> </ul>	<b>LISTA DE DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incumplimiento de las normativas en el uso de los recursos naturales.</li> <li>• Ausencia de actividades de desarrollo turístico que respalden a Coroico como Primer Municipio Turístico.</li> <li>• Insuficiente promoción turística del municipio.</li> <li>• Escasa participación popular en propuestas de desarrollo turístico.</li> </ul>
LISTA DE OPORTUNIDADES	F.O. (MAXI – MAXI)	D.O. (MINI – MAXI)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas de conservación del medio ambiente traducidas en financiamiento de proyectos de promoción y educación ambiental.</li> <li>• Apoyo del gobierno para fomentar el desarrollo de nuevas actividades turísticas, con la participación de los comunarios como directos beneficiarios.</li> <li>• Participación democrática de la población en la gestión y ejecución de los proyectos.</li> <li>• Desarrollar estrategias a nivel municipal que posibiliten consolidar el municipio como Primer Municipio Turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Aprovechar el reconocimiento de Coroico como Primer Municipio Turístico del país, para posibilitar la firma de convenios institucionales e internacionales encaminados a la puesta en marcha de proyectos en beneficio de la actividad turística con nueva infraestructura y mejora de los servicios existentes.</li> <li>❖ Solicitar el apoyo del Gobierno Nacional en el desarrollo de nuevas actividades turísticas, dando cumplimiento a la Ley de Promoción y desarrollo de la actividad turística.</li> <li>❖ Incorporar a la población rural del municipio de Coroico en el desarrollo del turismo impulsando la mejora en la calidad de vida de las comunidades como establece la Ley de Participación Popular.</li> <li>❖ Fomentar el desarrollo de nuevas actividades en el área rural y natural dando estricto cumplimiento a la Ley de Protección del Medio Ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Promover la educación ambiental y aprovechamiento racional de los recursos naturales por medio de talleres de capacitación, dando cumplimiento a las normas establecidas en la Ley de Protección del Medio Ambiente.</li> <li>❖ Coordinar acciones entre el municipio y el ministerio de desarrollo sostenible para concretar programas de gestión ambiental.</li> <li>❖ Regular las funciones y el desarrollo de actividades de las diferentes cooperativas y organizaciones sindicales, impulsando su desarrollo y participación en el ámbito turístico.</li> </ul>
LISTA DE AMENAZAS	F.A. (MAXI – MINI)	D.A. (MINI – MINI)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deterioro de la imagen de Coroico como Primer Municipio Turístico del País.</li> <li>• Serios problemas ambientales debido al incumplimiento de la Ley de Medio Ambiente.</li> <li>• Migración campo – ciudad de la población rural al no ser incorporados en la ejecución de proyectos turísticos.</li> <li>• Deterioro de los atractivos turísticos al no respetar la ley de medio ambiente, determinando la capacidad de carga o acogida a los mismos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Planificar el desarrollo de la actividad turística en el Municipio de manera sostenible asegurando su conservación y disfrute por generaciones futuras.</li> <li>❖ Impulsar el desarrollo económico de la población rural por medio de su participación en el ámbito turístico, ampliando sus oportunidades laborales y minimizando la migración a las ciudades en busca de nuevas oportunidades de empleo.</li> <li>❖ Determinar la capacidad de acogida o capacidad de carga en la visita a los diferentes atractivos turísticos del municipio respetando el uso sostenible del medio ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Impulsar la capacitación de la población, generando su interés por la participación en el desarrollo turístico, aprovechando la actividad actual en la que basan su economía.</li> <li>❖ Dar estricto cumplimiento a las diferentes normativas en cuanto al mantenimiento del medio ambiente, desarrollo y promoción turística y la incorporación de la participación popular en el desarrollo del turismo del municipio, consolidándolo como destino turístico con acciones concretas y bien planificadas para su desarrollo, velando por el bienestar de todo el municipio.</li> </ul>



### **3.9.2. Conclusiones del Análisis FODA**

Gracias al análisis de la situación actual del Municipio de Coroico determinamos la existencia de diversidad en el ecosistema con bosques húmedos subtropicales y formaciones naturales como cascadas que combinadas con el clima cálido, favorecen al desarrollo de plantaciones agrícolas con variedad de productos por lo que es posible observar paisajes naturales con características únicas y rasgos culturales que caracterizan al municipio formando parte de su potencial turístico que día a día motiva el desplazamiento de turistas nacionales y extranjeros.

En el ámbito organizativo institucional encontramos entidades gubernamentales, sindicales y no gubernamentales de apoyo, que incursionan en diferentes aspectos en directa relación con el desarrollo de programas medioambientales, apoyo al sector productivo agropecuario, programas de capacitación y financiamiento en cuanto al desarrollo de obras públicas en la búsqueda de la ampliación y/o mejora en la cobertura de los servicios básicos y apoyo al sector turístico como principales competencias para el desarrollo del municipio, pero la principal limitación de estas entidades es la imposibilidad de tener presencia en las diferentes comunidades del municipio ya sea por factores económicos o el difícil acceso a las mismas, además de que no se determina su acción en el tiempo, imposibilitando darle continuidad a sus funciones y a los planes o proyectos que vienen desarrollando.

La principal actividad económica es la agricultura y en el caso específico de la producción de café, su exportación al extranjero favorece al ingreso de recursos económicos a las familias que forman parte de este proceso; el resto de la población además de dedicarse a la agricultura y a comercializar sus productos independientemente, se dedican también a la cría de diferentes animales para su consumo y/o comercialización, pero en su mayoría, los recursos económicos percibidos por estas actividades no son suficientes para el sustento de sus familias, motivo que obliga a los pobladores a dejar sus plantaciones y migrar a las ciudades en busca de nuevas oportunidades de trabajo. Otra



parte de la población se dedica a la actividad turística por medio de la prestación de servicios como hospedaje, alimentación y transporte a los principales atractivos turísticos pero en su mayor parte, los beneficios de la actividad turística son acaparados por operadores de turismo y grandes hoteles que incluso llevan productos procedentes de la ciudad de La Paz para su consumo dejando de lado la producción agrícola existente en el municipio.

En cuanto a la producción agrícola es importante mencionar que este proceso aún se realiza de manera tradicional, conservando el valor genético natural de los productos y favoreciendo la capacidad de regeneración del suelo agrícola; siendo los principales problemas para este sector la competencia y los precios bajos del mercado, además del alto costo del transporte de los productos para su comercialización, por lo que varias familias del municipio están optando por reemplazar su producción tradicional por el cultivo de la hoja de coca que les proporciona mayores ingresos económicos y en corto tiempo con relación a otros productos como cítricos y café. Pero actualmente la expectativa de los pobladores en el sector turístico está en aumento pues en su mayoría reconocen la necesidad de incorporarse a ésta actividad buscando mejorar su calidad de vida, por lo que el plan agroturístico se convierte en una alternativa para el desarrollo y diversificación del sector turístico en el municipio y al incremento de los recursos económicos captados actualmente por los comunarios.

Pese al nombramiento del Municipio de Coroico como Primer Municipio de Desarrollo Turístico, aun se puede evidenciar que la oferta turística en cuanto a hospedaje, transporte, alimentación y actividades turísticas dejan mucho que desear, pues no se cuenta con infraestructura ni con equipos adecuados para brindar estos servicios donde sólo se pueden observar precios elevados que no justifican los servicios, produciendo insatisfacción tanto de turistas nacionales como extranjeros.



En cuanto a la demanda turística es notable el crecimiento de afluencia de turistas europeos y americanos, quienes de acuerdo a las encuestas realizadas, muestran mayor interés en la realización de actividades en contacto con la naturaleza, siendo las actividades más practicadas el biking, rafting, kayak y ecoturismo. También se pudo observar que la visita al país de turistas extranjeros en su mayoría es captada de paso, es decir que son turistas que visitaron otros países latinoamericanos antes de visitar Bolivia, es por este motivo que el promedio de pernocte es corto en relación a otros países; por lo que es necesario promover la ampliación y mejora en la calidad de los servicios que se ofrecen actualmente para de alguna manera buscar incrementar el pernocte y la afluencia turística al municipio.

A nivel legal se cuenta con leyes de desarrollo e impulso al sector turístico, promoción turística y en general sobre la protección y conservación del medio ambiente y participación popular a las que es necesario darle importancia y seguimiento para su cumplimiento.

En resumen podemos determinar, que el Municipio de Coroico es capaz de Posicionarse en el mercado turístico internacional como Primer Municipio Turístico de Bolivia por medio de la incorporación de políticas de desarrollo, impulso a la inversión público/privada, incorporación de la población del área rural en acciones concretas de desarrollo turístico y manejo sostenible de sus recursos para asegurar el crecimiento socio económico y mejora de la calidad de vida del municipio y de los pobladores en su conjunto.



## *CAPÍTULO IV*

# *METODOLOGÍA DEL MARCO PRÁCTICO*





## **IV. METODOLOGÍA DEL MARCO PRÁCTICO**

### **4.1. Introducción**

Es necesario identificar los sujetos de investigación, en éste caso los pobladores del municipio que basan su actividad económica en la agricultura serán las personas directamente tomadas en cuenta para el desarrollo y determinación del universo a ser estudiado.

Para el desarrollo de la propuesta, se determinará de la misma manera los instrumentos de recopilación de información como son la entrevista y la encuesta, además de establecer a qué personas irán dirigidos estos tipos de instrumentos.

El instrumento que se utiliza luego de la recopilación de datos del diagnóstico, es el análisis FODA, luego de este se realizará el análisis de la matriz FODA, para determinar las acciones estratégicas para el desarrollo turístico de Coroico.

### **4.2. Tipos de Investigación**

#### **4.2.1. Investigación Descriptiva**

“... El propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe 1986). Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir.”<sup>86</sup>

La investigación descriptiva, “identifica características del universo de la investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece

---

<sup>86</sup> HERNÁNDEZ, Sampieri Roberto y otros. “Metodología de la Investigación”. Ed. Nomos. Segunda Edición. Colombia. 1999. Pág. 60



comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación”.<sup>87</sup>

La investigación a realizarse para el desarrollo del proyecto se desarrollará en base al modelo de investigación descriptivo, por medio de la cual, se realizará la descripción de la situación actual en la que se encuentra el Municipio de Coroico respecto a la actividad turística, modalidades de turismo desarrolladas en la actualidad, infraestructura turística, características de la demanda turística, grado de participación de la población en cuanto a las diferentes actividades turísticas, condiciones en las que se prestan los diferentes servicios turísticos, la importancia que le dan los pobladores a la actividad turística entre otros; aspectos que serán desarrollados en el diagnóstico del proyecto.

#### **4.2.2. Investigación Explicativa**

“Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar porque ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este, o porque dos o más variables están relacionadas”.<sup>88</sup>

Gracias a este tipo de estudio se analizará la situación en la que se desarrolla la actividad turística actual del municipio, además de evaluar las actividades agrícolas en el área rural y el grado de satisfacción de los pobladores respecto a la actividad que realizan diariamente, para luego explicar estos fenómenos en cuanto a los aspectos positivos y negativos detectados, para determinar el porqué del desarrollo adecuado o las principales razones de migración de los pobladores rurales a las ciudades; proponiendo la incorporación del plan agroturístico como posible solución a los problemas encontrados por medio del proceso de investigación.

---

<sup>87</sup> MENDEZ, Álvarez. Carlos. “Metodología, guía para la elaboración de investigación en Ciencias Económicas, Contables y Administrativas” Editorial Mc Graw Hill, Bogotá, 1988, Pág. 89-90.

<sup>88</sup> Op. Cit. “Metodología de la Investigación”. Pág. 66.



### 4.3. Unidad de Análisis - Tamaño De La Muestra

“El tamaño de la población también influye en la selección del tamaño del muestreo; si el tamaño de la población en el estudio es pequeño (manejable) se debe considerar un censo, pero si es grande, conviene escoger una muestra representativa”.<sup>89</sup>

Dentro del universo que delimitamos se encuentran los pobladores del municipio de Coroico dedicados a actividades agrícolas, es por esta razón, que nuestra muestra va a estar dirigida a ellos, para lo que determinamos en primer lugar, el número de la población y luego gracias a la fórmula podremos determinar qué porcentaje de los pobladores considera que es importante y beneficioso para ellos, el desarrollo del plan integral de desarrollo Agroturístico en su comunidad como fuente de ingresos económicos.

En segundo lugar, se realizará este estudio de acuerdo a datos obtenidos sobre la demanda actual de turistas a la población de Coroico; luego de determinar el universo de turistas que visitan el municipio y reemplazar estos datos en la fórmula, podremos realizar encuestas que nos permitan determinar el interés turístico por realizar actividades en contacto con la naturaleza y específicamente sobre su interés en ser participes de actividades agroturísticas en el Municipio de Coroico, compartir y convivir con los pobladores del área rural conocimientos propios de la vida agrícola.

#### *Fórmula:*

$$N = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(Z^2 \times p \times q) + (N \times E^2)}^{90}$$

#### *Donde:*

Z = Nivel de confianza 90%      q = Probabilidad de fracaso 50%

N = Tamaño de la población      E = Nivel de error 10%

p = Probabilidad de éxito 50%

<sup>89</sup> NAMAOKOROOSH, Nashi. “Metodología de la Investigación”, Ed. Limusa S.A. México, 1987. Pág. 77.

<sup>90</sup> MUNICH, Lourdes y otros, “Metodología de la Investigación para Administración e Ingeniería”, Ed. Trillas. México. 1988. Pág. 102



Reemplazando en la fórmula, tenemos:

$$N = \frac{1.645^2 \times 3567 \times 0.5 \times 0.5}{(1.645^2 \times 0.5 \times 0.5) + (3567 \times 0.10^2)}$$

$$N = \frac{2398,45}{36,34} \longrightarrow \boxed{N = 66}$$

Cuadro N° 12  
Universo De Pobladores

<i>Pobladores</i>	<i>Absoluto</i>	<i>Relativo %</i>	<i>Absoluto</i>
Agricultores	3567	100%	66
<b>Total</b>	<b>3567<sup>91</sup></b>	100%	66

FUENTE: Realización propia

Gracias a la fórmula hemos podido determinar que nuestro universo va a estar representado por medio de la encuesta a 66 pobladores del área rural dedicados a la agricultura, datos que nos van ayudar a conocer a cuántos pobladores de cada centro rural vamos a realizar las encuestas.

**Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 \times P \times q \times N}{Z^2 \times P \times q + (N \times E^2)}$$

Reemplazando en la fórmula, tenemos:

$$N = \frac{1.645^2 \times 40000 \times 0.5 \times 0.5}{(1.645^2 \times 0.5 \times 0.5) + (40000 \times 0.10^2)}$$

$$N = \frac{26896}{400,67} \longrightarrow \boxed{N = 67}$$

<sup>91</sup> Op. Cit. Plan De Desarrollo Municipal De Coroico (PDM) 2006 – 2001. Pág. 59



**Cuadro N° 13**  
**Universo De Turistas Nacionales Y Extranjeros**

<i>Pobladores</i>	<i>Absoluto</i>	<i>Relativo %</i>	<i>Absoluto</i>
<b>Turistas Nacionales y extranjeros</b>	40000	100%	67
<b>Total</b>	<b>40000<sup>92</sup></b>	100%	67

FUENTE: Realización propia

Gracias a la fórmula pudimos determinar que el tamaño del universo de turistas tanto nacionales como extranjeros es de 67 personas, a las que dirigiremos nuestras encuestas para tener un conocimiento más amplio sobre las características de la demanda turística actual.

#### **4.4. Métodos e Instrumentos de Recopilación de Datos**

Cada estudio de investigación es una búsqueda de información acerca de algún tema, la forma y dirección que la búsqueda toma, incide en el resultado, por lo que se cree que son las fuentes apropiadas, según Hernández. A través de las técnicas de investigación utilizadas (observación, encuestas) se pretende recopilar toda la información posible para analizarla y posteriormente llegar a un resultado.

##### **4.4.1. Fuentes Primarias**

“La información obtenida a través de fuentes primarias, es de primera mano e implica utilizar técnicas y procedimientos que suministran información adecuada”.<sup>93</sup>

<sup>92</sup> Ídem. Pág. 59

<sup>93</sup> Op. Cit. “Metodología, guía para la elaboración de investigación en Ciencias Económicas, Contables y Administrativas”. Pág. 35



Las fuentes primarias comprenden todo tipo de información obtenida y recopilada directamente del objeto de estudio, en el siguiente trabajo se utilizara los siguientes instrumentos.

Para la obtención de datos de primera mano se realizó un trabajo de campo a la población de Coroico en 2 ocasiones, dónde por medio de encuestas y entrevistas se obtuvieron datos de importancia para conocer la situación real en la que se encuentra el municipio de Coroico actualmente, las actividades turísticas existentes, la demanda turística actual, las principales problemáticas y la ausencia de participación de los pobladores en el desarrollo de la actividad turística por medio de la cual puedan ser ellos los directos beneficiarios del desarrollo turístico de su municipio.

#### **4.4.1.1. Encuesta**

La encuesta es el sondeo mediante consulta, para saber la opinión de las personas con el fin de obtener información estructurada.

Se realizaron 2 modelos de encuestas, una irá dirigida a los pobladores de las comunidades de la primera sección de Coroico, pues nos interesa conocer el grado de importancia que le dan a la actividad turística y el grado de aceptación para la incorporación de una nueva actividad turística como es el agroturismo en su municipio. El segundo modelo de encuesta fue dirigida a turistas nacionales y extranjeros que visitan el municipio de Coroico, para conocer sus características, datos generales, gustos y preferencias a nivel turístico y su grado de interés en la realización de actividades agroturísticas.

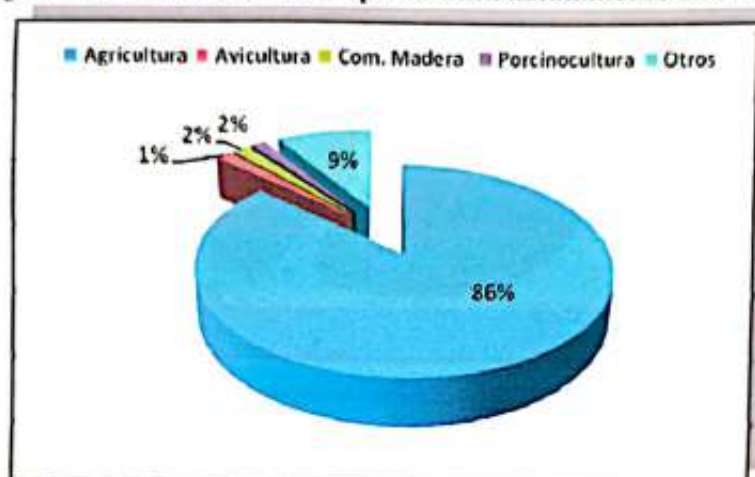


#### 4.4.1.1.1. Tabulación de las Encuestas

### ENCUESTA POBLADORES DEL ÁREA RURAL DE COROICO

#### I. ASPECTOS ECONÓMICOS

##### 1. ¿Cuál es la actividad en la que se basa actualmente su economía?



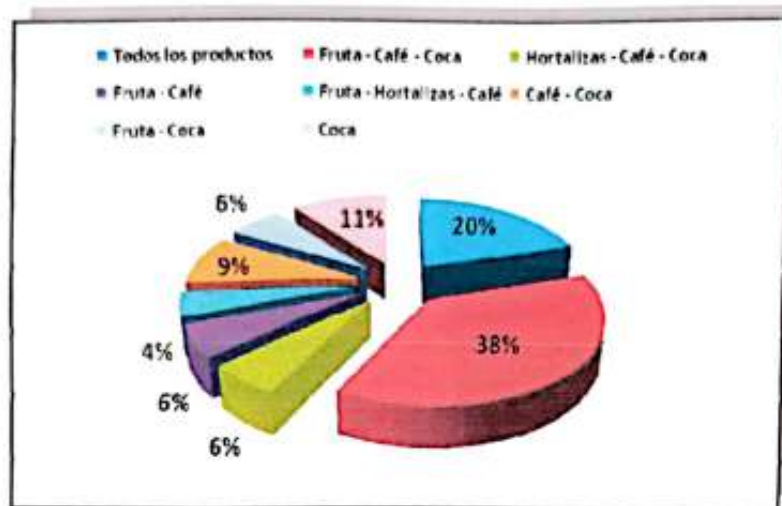
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

De acuerdo a la muestra determinada por medio de la fórmula se realizaron 66 encuestas a los pobladores del área rural de Coroico, de los cuales el 86% basa su actividad económica en la agricultura, el 9% desarrolla otras actividades, el 1% se dedica a la avicultura, el 2% a la comercialización de madera y otro 2% también a la porcinocultura.

Cabe recalcar que la actividad de mayor importancia en la población yungueña es la agrícola ya que las mismas personas que tienen otras actividades productivas como la avicultura entre otros, también cuentan con plantaciones agrícolas, es decir que además de la agricultura tienen otras actividades complementarias para poder captar mayores ingresos económicos.



## 2. Si su actividad principal es la agricultura, ¿Qué tipo de productos siembra?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

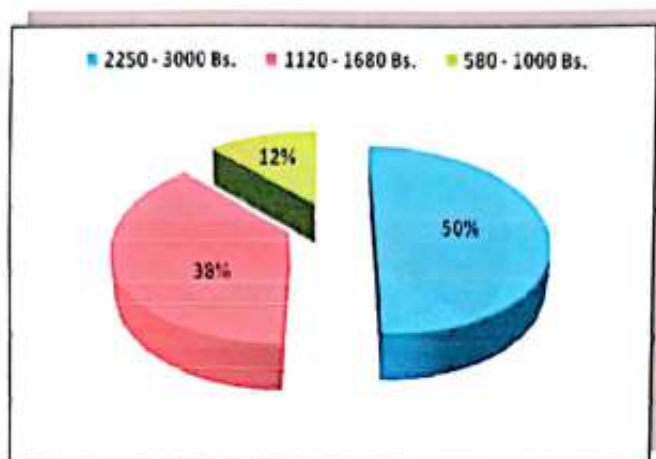
De acuerdo al gráfico del tipo de productos sembrados podemos determinar que sólo un 11% del total de encuestados tiene un único producto en sus plantaciones como es la hoja de coca, ya que en la mayoría de los casos, la siembra de los productos en las plantaciones agrícolas es variada estando la producción de Fruta – Café y Coca con el 38% de la producción, las hortalizas – Café – Coca con un 6%, Fruta – Café 6%, Fruta – Hortalizas – Café con otro 4%, Café – Coca con el 9%, Fruta – Coca 6%, y en el mejor de los casos la producción de todos los productos ya mencionados con el 20% del total.

Es necesario recalcar que las plantaciones no son muy extensas y que los comunarios delimitan los espacios destinados a la producción de los diferentes productos para la posterior cosecha y venta.





**3. ¿A cuánto ascienden sus ingresos anuales por la comercialización de sus productos?**



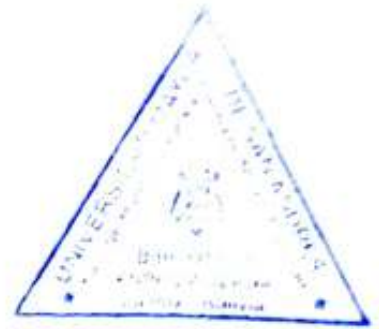
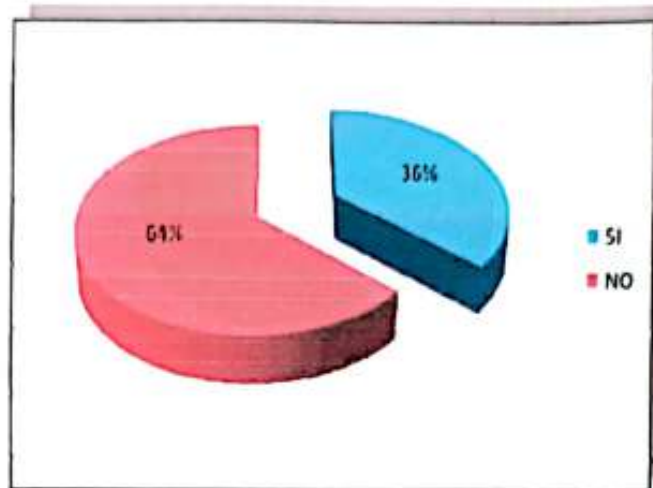
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

En el planteamiento de esta pregunta se establecieron rangos que definen el ingreso aproximado anual que los pobladores perciben por la comercialización de sus diferentes productos, teniendo en cuenta de que la cosecha y los ingresos captados dependen del tipo de producto de la plantación, ya que la coca se cosecha y comercializa 3 veces al año, el café una vez al año, al igual que la fruta y otros productos.

Los rangos establecidos se basan en datos expresados en el PDM del municipio de Coroico de la producción agrícola del año 2006, realizándose una proyección en el tiempo por medio del cual podemos determinar que el 12% del total de encuestados percibe un ingreso anual entre 580 – 1000 Bs., el 38% entre 1120 – 1680 Bs., y el 50% entre 2250 – 3000 Bs., considerando que los productores que forman parte del 50% basan su economía en la siembra, cosecha y comercialización de la hoja de coca.



**4. Los ingresos económicos que percibe por esta actividad, ¿Son suficientes para el sustento de su familia?**



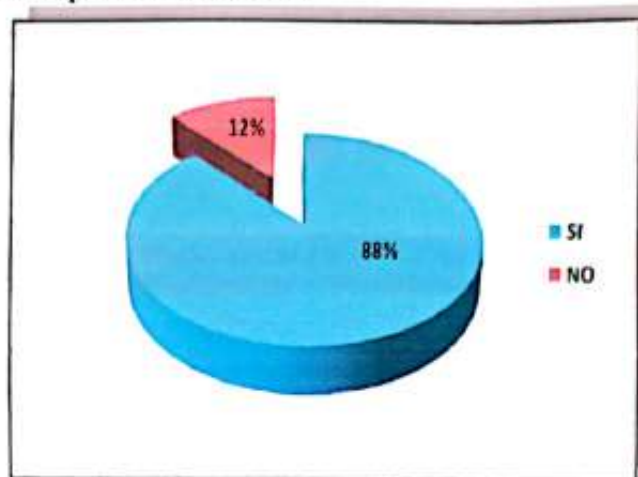
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

El 64% de los encuestados expresa que los ingresos que percibe por la comercialización de sus productos no es suficiente para el sustento de su familia, el 36% restante expresa que sus ingresos si son suficientes, esto debido principalmente a que la superficie de tierras con las que cuenta cada agricultor es diferente y por ende, la producción y beneficios económicos en el proceso de comercialización están determinados por este factor, es decir, a mayor extensión de tierras – mayor producción y mejores ingresos.



## II. ASPECTOS TURÍSTICOS

### 1. ¿Sabe lo que es el Turismo?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

El 88% si tiene conocimiento de lo que es la actividad turística de manera empírica y el restante 12% no conoce en qué consiste esta actividad.

### 2. ¿Por qué medio se enteró de lo que es la actividad turística?



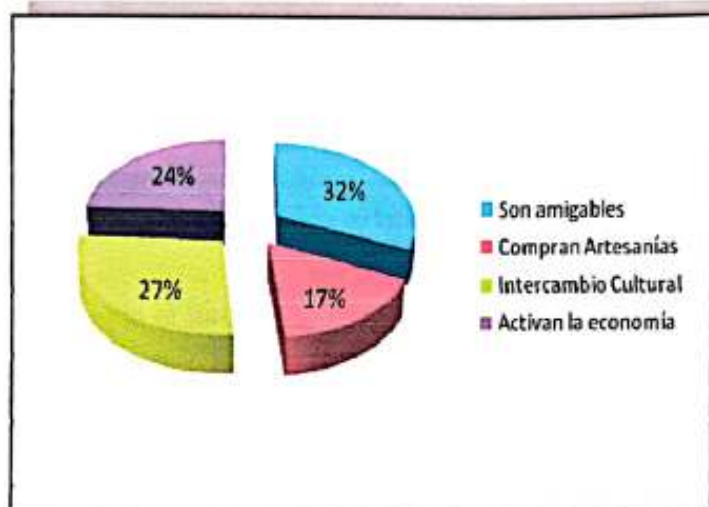
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

La mayor parte de la población encuestada tiene conocimiento de la actividad turística gracias a la intervención del municipio y a la declaratoria de Coroico como primer



Municipio de Desarrollo Turístico del país representando el 61% del total de encuestados; el 12% tiene conocimiento de la actividad turística por medio de la presencia de turistas extranjeros en el municipio; el 6% tuvo conocimiento de lo que es el turismo por medio de reuniones en las diferentes juntas vecinales; siendo el 21% de los comunarios informados sobre el desarrollo turístico en su municipio por medio de la Prefectura de Coroico.

### 3. Le gusta que turistas extranjeros visiten su Municipio. ¿Porque?

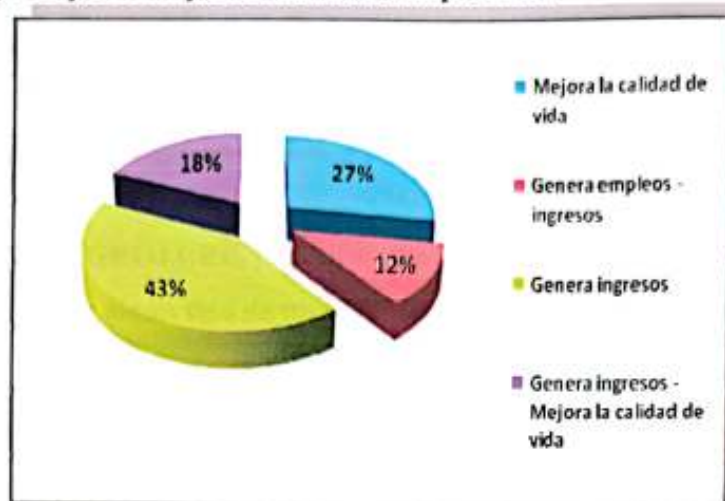


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Las 66 personas encuestadas respondieron de manera positiva a ésta pregunta, representando el 100% del cual los motivos en la aceptación de la visita de turistas extranjeros son variados, estando el 24% de acuerdo porque tiene claro que el desarrollo turístico en el municipio genera ingresos económicos, activando la economía local; un 32% porque opina que los turistas son amigables; al 27% de los encuestados les parece interesante la presencia de turistas extranjeros en el municipio debido a que propician un intercambio cultural; determinando el 17% que les parece atractiva la visita de turistas al municipio porque son ellos quienes compran sus artesanías.



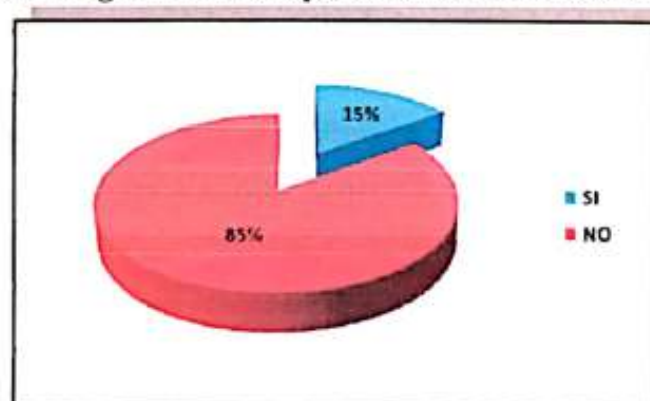
#### 4. ¿Por qué cree que el turismo es importante?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

El 43% expresa que el turismo es importante porque genera ingresos económicos; un 27% opina que el turismo es importante porque mejora la calidad de vida de la población en general; el 18% determina la importancia del turismo porque genera ingresos económicos; el 12% restante ve la importancia del turismo como actividad generadora de empleos e ingresos económicos a todo el municipio.

#### 5. ¿Recibió algún curso de capacitación o formación en Turismo?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

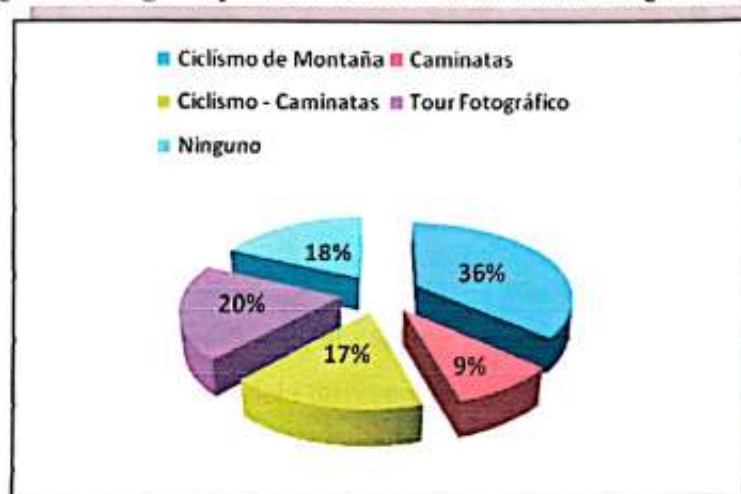
El 85% del total de encuestados nos dio a conocer que nunca recibió ningún tipo de capacitación o formación en temas de turismo, quedando un 15% que sí recibió algún tipo



de capacitación en este tema, de lo cual nos dieron a conocer que los temas en los que fueron capacitados fueron los siguientes: Turismo Comunitario, Guías nativos, explicación de los atractivos turísticos con los que cuenta su municipio, mismos que se desarrollaron en seminarios a cargo del gobierno municipal.

### III. ASPECTOS AGROTURÍSTICOS

#### 1. ¿Conoce algún tipo de modalidades de Turismo? ¿Cuáles?

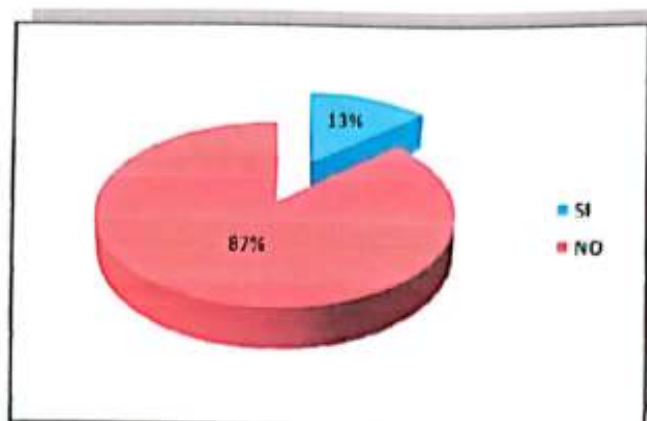


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

De acuerdo a las encuestas realizadas podemos determinar que el 36% de los pobladores tienen conocimiento del desarrollo de la actividad del ciclismo de montaña; un 20% expresa su conocimiento de la actividad de Tour Fotográfico; otro 17% tiene conocimiento de actividades como el ciclismo y las caminatas determinados por la observación de los pobladores a turistas realizando estas actividades; un 9% sólo tiene conocimiento de la actividad de caminatas o trekking, quedando un último 18% que no tiene conocimiento de ninguna de las modalidades de turismo antes mencionadas.



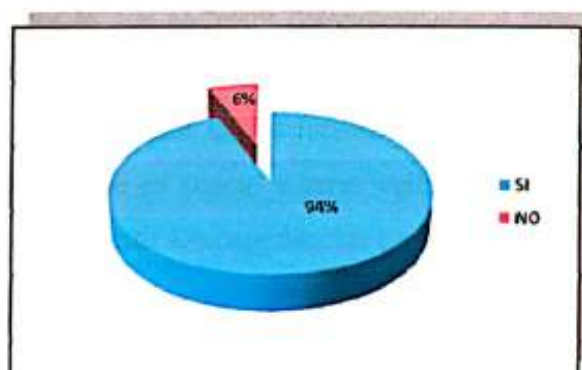
## 2. ¿Sabe a qué se refiere la actividad del agroturismo?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

De 66 personas encuestadas, el 87% expresa no tener conocimiento sobre esta modalidad de turismo ni su significado; el restante 13% tiene idea de lo que se refiere la actividad del agroturismo, vinculándolo directamente con la actividad agrícola, sin tener un concepto claro de las actividades que esto implica, ni los beneficios que genera en el ámbito rural.

## 3. ¿Le gustaría tener como visita a turistas extranjeros en su familia y alojarlos en su vivienda?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Al 94% del total de encuestados le gustaría tener la visita de turistas en su vivienda principalmente por compartir sus experiencias, generando un intercambio cultural. El 6%



indicó que no podrían albergar a turistas en sus viviendas debido al reducido espacio con el que cuentan e las mismas.

#### 4. ¿Quisiera compartir con turistas los procesos de la agricultura y recibir a cambio un ingreso económico? ¿Por qué?



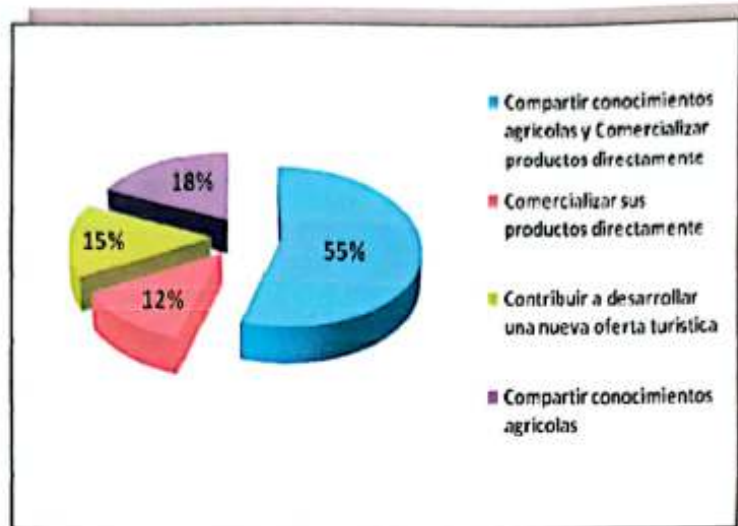
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

El 100% de los encuestados están de acuerdo en compartir sus experiencias agrícolas con turistas extranjeros, determinando diferentes aspectos del porqué les agradaría realizar esta actividad, por lo que podemos determinar que al 26% de los encuestados le parece atractiva la actividad para incrementar sus ingresos económicos; el 21% indica que le agradaría conocer las experiencias de los turistas; el 17% piensa que sería importante generar un intercambio de ideas en cuanto a temas culturales entre otros; el restante 36% indicó que sí le agradaría compartir sus experiencias agrícola pero no determinó el porqué.





**5. ¿Por qué le gustaría ser parte del desarrollo de la actividad agroturística en su municipio?**



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Las respuestas a esta pregunta fueron variadas, fusionando ideas de acuerdo al grado de importancia que cada comunario le da a la actividad agroturística de lo cual se pudo determinar que al 55% le gustaría compartir sus conocimientos agrícolas al mismo tiempo de poder comercializar sus productos directamente; el 18% expresa su interés por poder compartir sus conocimientos agrícolas con los turistas interesados en conocer todo el proceso de siembra y cosecha de sus productos; un 12% indica que le gustaría ser parte de éste proceso para comercializar sus productos y un 15% determina que le gustaría contribuir a desarrollar una nueva oferta turística como es el agroturismo.



6. ¿Cree que la capacitación turística es importante para la puesta en marcha del agroturismo en su Municipio? ¿Por qué?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Todos los encuestados están de acuerdo en que la capacitación es un factor importante para el desarrollo de la actividad turística como alternativa para generar ingresos económicos adicionales, determinando el 25% que la importancia radica en brindar servicios de calidad; el 18% determina que es importante saber cómo relacionarse y mejorar el trato con el turista; otro 18% indica que es necesario desarrollar la actividad de manera sostenible sin dañar el medio ambiente ni influir en el proceso cultural del municipio; un 12% optó por todas las opciones como fundamentales para el desarrollo agroturístico y otro 12% está de acuerdo en la importancia de la capacitación pero no especificó el porqué cree que es importante el proceso de capacitación.



**7. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación turística para ser parte del desarrollo de esta actividad en su municipio? ¿Por qué?**



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Los 66 encuestados están de acuerdo en participar de talleres de capacitación turística, determinando que es importante tener más claro lo que es la actividad del turismo con un 30%, un 14% cree que es importante conocer más sobre la actividad turística, sus características, influencia en el medio rural, etc. El 8% de los encuestados expresan que participaría del proceso de capacitación porque es importante para desarrollar sus actividades adecuadamente y el último 48% no especificó el porqué estaría dispuesto a ser capacitado en temas turísticos.



## ENCUESTA A TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITARON COROICO

### I. ASPECTOS TURÍSTICOS

#### 1. ¿Qué países sudamericanos visitó antes de llegar a Bolivia?

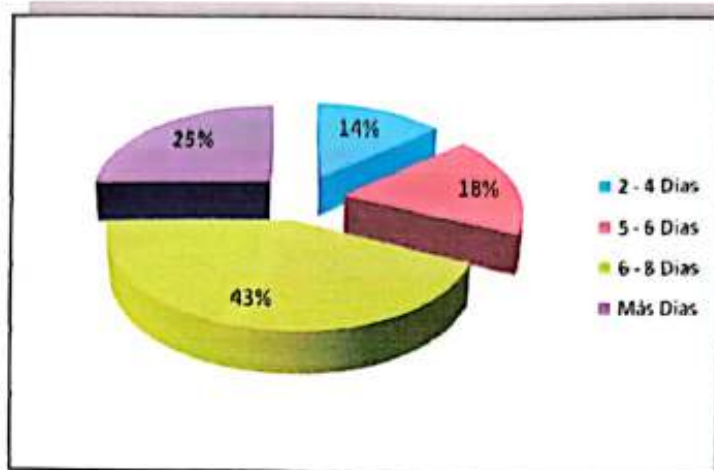


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Tomando en cuenta que nuestro tamaño en la muestra para la realización de encuestas a los turistas que visitan el municipio de Coroico es de 67 turistas, de acuerdo a la primera pregunta de la encuesta determinamos que un 30% de los encuestados visitaron Perú antes de llegar a Bolivia, un 22% estuvo por Chile y Perú, el 16% realizó actividades turísticas en la Argentina, otro 15% Visitó Ecuador y Perú antes de llegar al país, quedando un último 11% que visitó los países de Venezuela y Perú. Datos que nos permiten conocer que la visita al país no fue directa, sino de paso al término de su visita por otros países latinoamericanos.



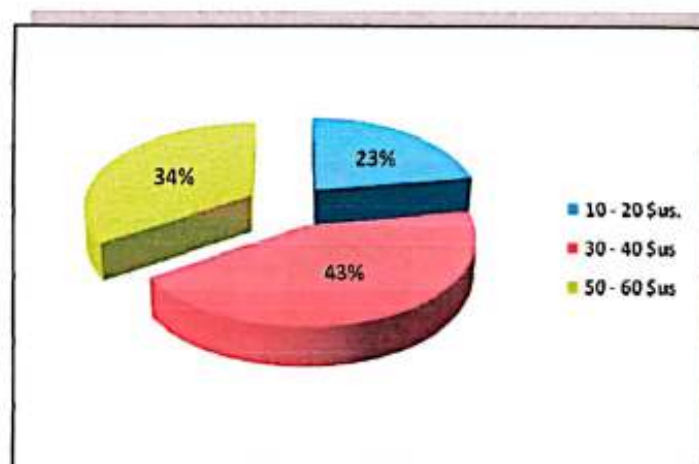
## 2. ¿Cuál es su promedio de pernocte en Bolivia?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Respecto al pernocte turístico en Bolivia el 43% pasa entre 6 y 8 días en el país, un 25% indicó que su visita al país superó los 8 días por las actividades turísticas que realizaron, un 18% indicó que su estadía promedio en el país es de 5 a 6 días, quedando un 14% que indicó su permanencia en Bolivia por 2 a 4 días.

## 3. ¿A cuánto ascienden su gasto diario en dólares en Bolivia?

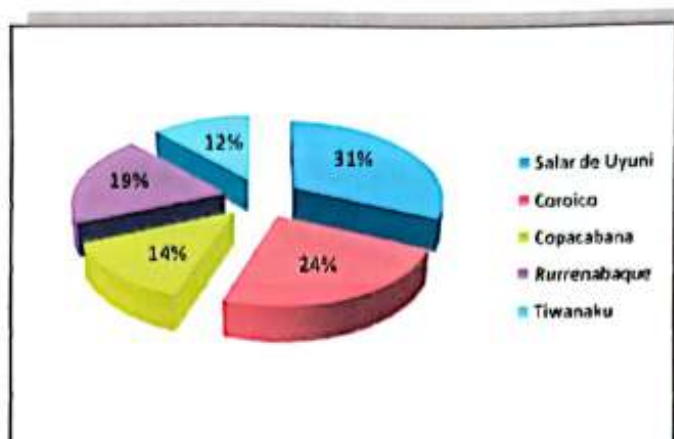


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

El promedio de gasto turístico en el país expresado por el 43% de los encuestados es de 30 a 40 dólares diarios, el 34% indicó que sus gastos ascienden de 50 a 60 dólares diarios y el último 23% indicó que su gasto está entre los 10 a 20 dólares diarios.



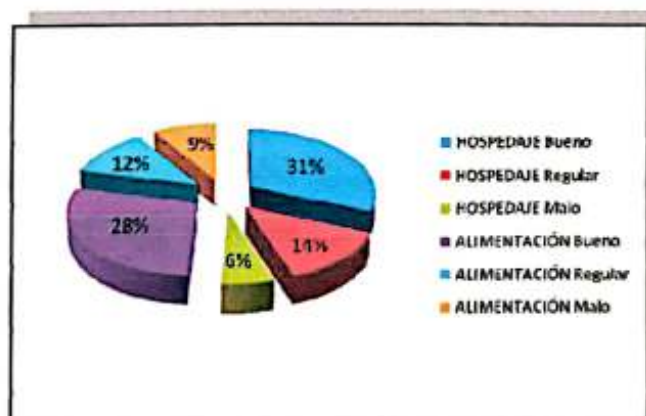
#### 4. ¿Qué atractivo turístico motivó su visita al país?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Entre los atractivos de mayor interés para los turistas que visitan el país, el primer lugar lo ocupa el Salar de Uyuni con un 31% del total de encuestados, en segundo lugar está el Municipio de Coroico; el 19% fue motivado a visitar el país por su interés de conocer Rurrenabaque, en cuarto lugar se encuentra Copacabana con el 14%, quedando Tiwanaku con el 12%.

#### 5. ¿Qué opina sobre los servicios de hospedaje y alimentación que se ofrecen en el país?



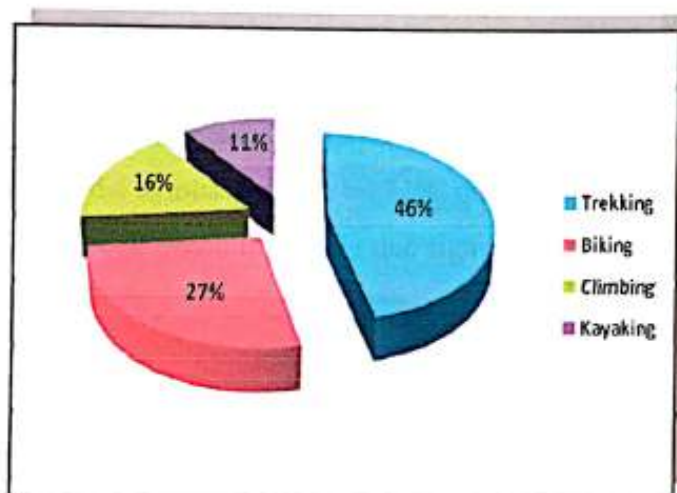
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

En cuanto a la pregunta sobre los servicios de hospedaje y alimentación que se brindan en el país, en cuanto al hospedaje el 31% de los encuestados piensa que el servicio



es bueno, el 14% respondió que el servicio es regular y un 6% indicó que el servicio de hospedaje en el país es malo; sobre el servicio de alimentación el 28% indicó que es bueno, el 12% indicó que los servicios son regulares, quedando un 9% que indicó que los servicios en la alimentación son malos. Cabe resaltar que la mayoría de los encuestados que respondieron que los servicios tanto de hospedaje como de alimentación son buenos, expresaron que son servicios buenos y baratos en relación a otros destinos turísticos que visitaron.

#### 6. ¿Practicó algún tipo de actividad turística?



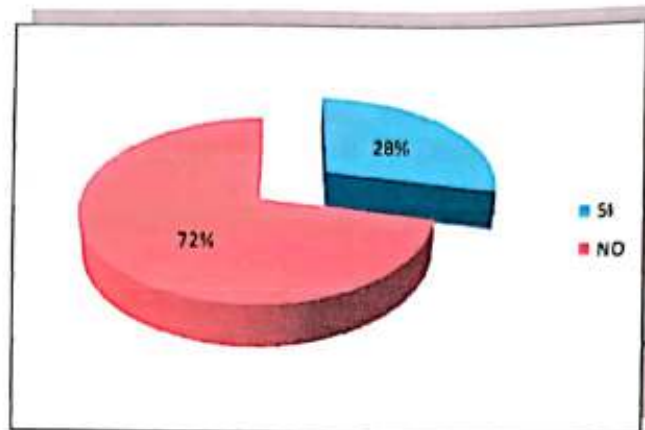
FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Entre los 67 encuestados predomina la actividad del trekking como principal actividad turística desarrollada con un 46% del total, un 27% indicó practicaron biking a la población de Coroico, un 16% expresó su preferencia por la actividad de escalada o climbing y un 11% que practicó kayaking.



## II. ASPECTOS AGROTURÍSTICOS

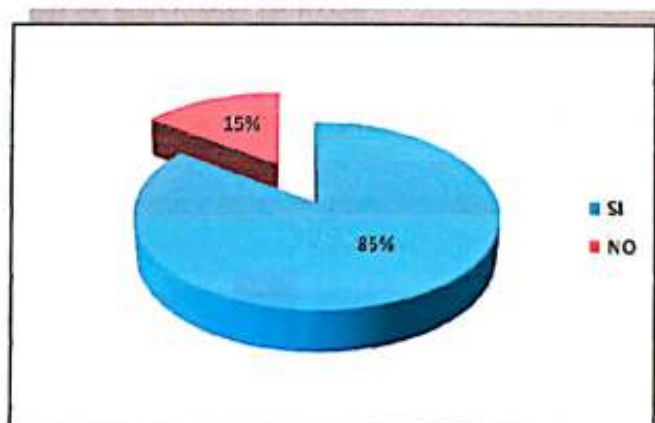
### 1. ¿Sabe a qué se refiere la actividad del agroturismo?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Entre el total de los encuestados, la mayoría de ellos expresó no tener conocimiento de lo que es la actividad del agroturismo con un 72%, quedando un 28% que indican que si conocen esta actividad o que tienen idea de lo que significa y que está relacionado con la actividad agrícola.

### 2. ¿Estaría interesado en participar de la actividad agroturística en el Municipio de Coroico?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

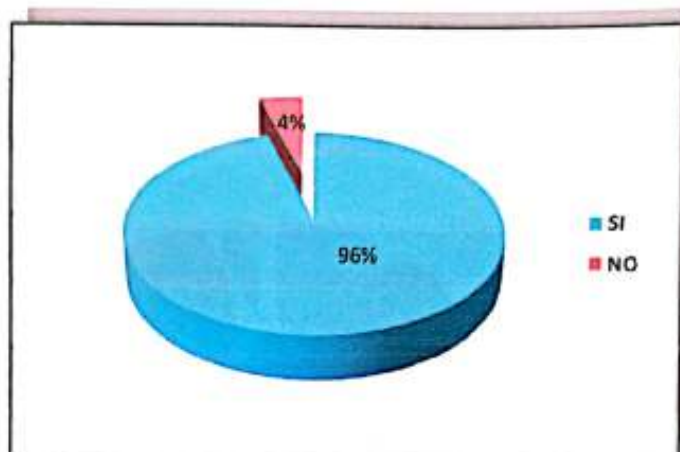
Es evidente que al tener un mayor conocimiento sobre lo que es la actividad del agroturismo luego de una breve explicación, la mayor parte de los encuestados expresó su





interés por participar en actividades propias del agroturismo en el municipio de Coroico, indicando de es una idea interesante y atractiva para el turismo en el país; el restante 15% indicó que no está interesado en participar en actividades agroturísticas pues sus motivaciones son otras.

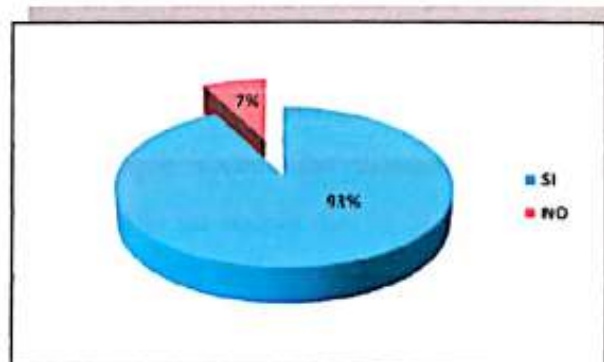
**3. ¿Le gustaría conocer las tradiciones, costumbres dentro de los procesos de siembra y cosecha en el cotidiano vivir del campesino?**



FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

En cuanto a las respuestas a esta pregunta, el 96% expresó su interés por conocer las tradiciones y costumbres de los pobladores rurales y su cotidiano vivir, un 4% expresó que no le gustaría participar de actividades agrícolas.

**¿Le gustaría compartir experiencias con los campesinos, convivir con ellos, pernoctar en sus domicilios y alimentarse con los productos cosechados en sus plantaciones agrícolas?**

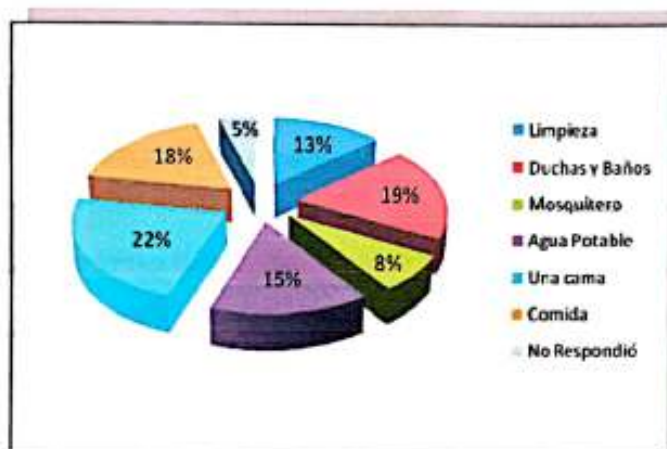


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas



Aunque a la mayor parte de los encuestados les parece interesante el compartir experiencias con los pobladores del área rural, convivir con ellos y pernoctar en sus domicilios, sólo el 93% respondió positivamente y un 7% negativamente, estando determinada esta respuesta por los servicios básicos que requerirían en las plantaciones agrícolas rurales.

**4. ¿Cuáles serían las necesidades básicas que requeriría para su comodidad en el área rural?**

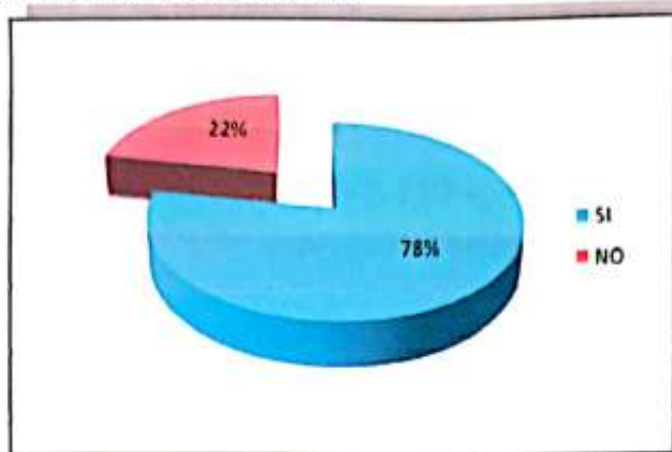


FUENTE: Elaboración propia en base a encuestas

Del total de los encuestados, el 22% expresó que lo más importante para su comodidad el área rural sería una cama para descansar luego de compartir las actividades agrícolas con los comunarios, un 19% piensa que necesitarían duchas y baños para su comodidad, otro 18% expresa que la comida es otro punto importante, un 15% piensa que el contar con agua potable en el área rural es necesario por el hecho de evitar enfermedades, el 13% de los turistas piensa que lo más importante para su comodidad en el área rural es la limpieza en todos los aspectos como el manejo de los alimentos, baños y el lugar de descanso; un 8% mencionó que necesitarían mosquiteros debido al clima cálido del municipio en general y tomando en cuenta que la presencia de mosquitos es mayor en ciertas épocas del año en el área rural más que en el urbano; el último 5% no respondió.



**5. ¿Le parece que es importante el diversificar las actividades turísticas actualmente desarrolladas en Bolivia?**



**FUENTE:** Elaboración propia en base a encuestas

El 78% indicó que sí es importante diversificar la oferta turística del país expresando varias razones para ello, como ser: para generar un mayor desarrollo económico y fomentar el cambio; porque es importante que las personas que viven en los pueblos pequeños tengan la oportunidad de desarrollar actividades turísticas para su desarrollo; porque es importante diversificar las actividades turísticas pero sin cambiar las costumbres de los pueblos que reciben turistas, entre otras opiniones; el 22% expresó que no porque piensan que es más importante enfocarse en otras actividades ya desarrolladas como el ecoturismo y mejorarlas, fortalecerlas.

**Sugerencias:** Entre algunas de las sugerencias que nos hicieron, resaltamos el hecho de que la mayor parte de los turistas encuestados piensan que no sería bueno el incorporar televisiones en los albergues, cabañas o infraestructura turística en el área rural.

#### **4.4.1.2. Entrevista**

La entrevista es un instrumento directo de recolección de datos y se la realiza a personas previamente seleccionadas, de acuerdo a la importancia de la información que se pueda obtener de ellas.



En el caso del proyecto, las entrevistas irán dirigidas al Alcalde del Municipio de Coroico como directo responsable del desarrollo y actividades que se realicen al interior del municipio; otra entrevista se la realizará al responsable de la Unidad de Turismo para conocer las actividades que se vienen desarrollando actualmente a nivel turístico, y en tercer lugar se entrevistará al representante del CENCOOP, como principal institución que vela por el sector productivo agrícola en Coroico, para conocer su interés en formar parte del Plan de Desarrollo Agroturístico con el que puedan beneficiarse directamente por medio de la actividad turística.

#### **4.4.2. Fuentes Secundarias**

Para la recopilación de datos se utilizaron fuentes secundarias como ser libros sobre metodología de la investigación, turismo, planificación, entre otros; además se realizó la revisión del último Plan de Desarrollo Municipal (PDM) del municipio de Coroico para ampliar la información sobre Coroico que es nuestro centro de estudio; revisión de diferentes tesis y proyectos de grado referidos al desarrollo del turismo de manera sostenible, modalidades de turismo y planificación de actividades turísticas.

Se realizó la revisión de diferentes páginas de internet por medio de las cuales pudimos obtener datos más precisos del desarrollo del agroturismo en diferentes países, sus características, servicios, demanda actual, etc.



## *CAPÍTULO V*



# *PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA*



## V. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA

### 5.1. Introducción

La Planificación de la actividad Agroturística como nueva actividad de desarrollo turístico es un instrumento de trabajo que nos permite organizar las actividades antes de su ejecución, buscando por sobre todo, resultados y beneficios en las comunidades involucradas en cuanto a aspectos sociales, educativos, recursos económicos y el cuidado ambiental de su entorno. La actividad agroturística tiene una línea coherente y paralela al desarrollo sostenible, buscando llegar a un equilibrio entre el desarrollo y la conservación tanto de los valores culturales, como naturales del medio en el que se desarrolla.

En este sentido el Plan de Desarrollo Agroturístico, dirigido a los pobladores del área rural de Coroico, se ha desarrollado tomando en cuenta los parámetros del desarrollo sostenible y está desglosado en tres programas, dentro de los cuales se desarrollan diferentes proyectos, mismos que serán explicados a continuación:

**Primer Programa:** *El Diseño Del Agroturismo Como Nuevo Producto Turístico* está compuesto por tres proyectos destinados al desarrollo de la actividad del agroturismo por medio del diseño del producto agroturístico; implementación y/o readecuación de la infraestructura turística; además de la incorporación de un museo agrícola, estos programas nos van a permitir consolidar la actividad del agroturismo con infraestructura destinada a brindar los servicios de recreación, hospedaje y alimentación fundamentales para el proyecto general.

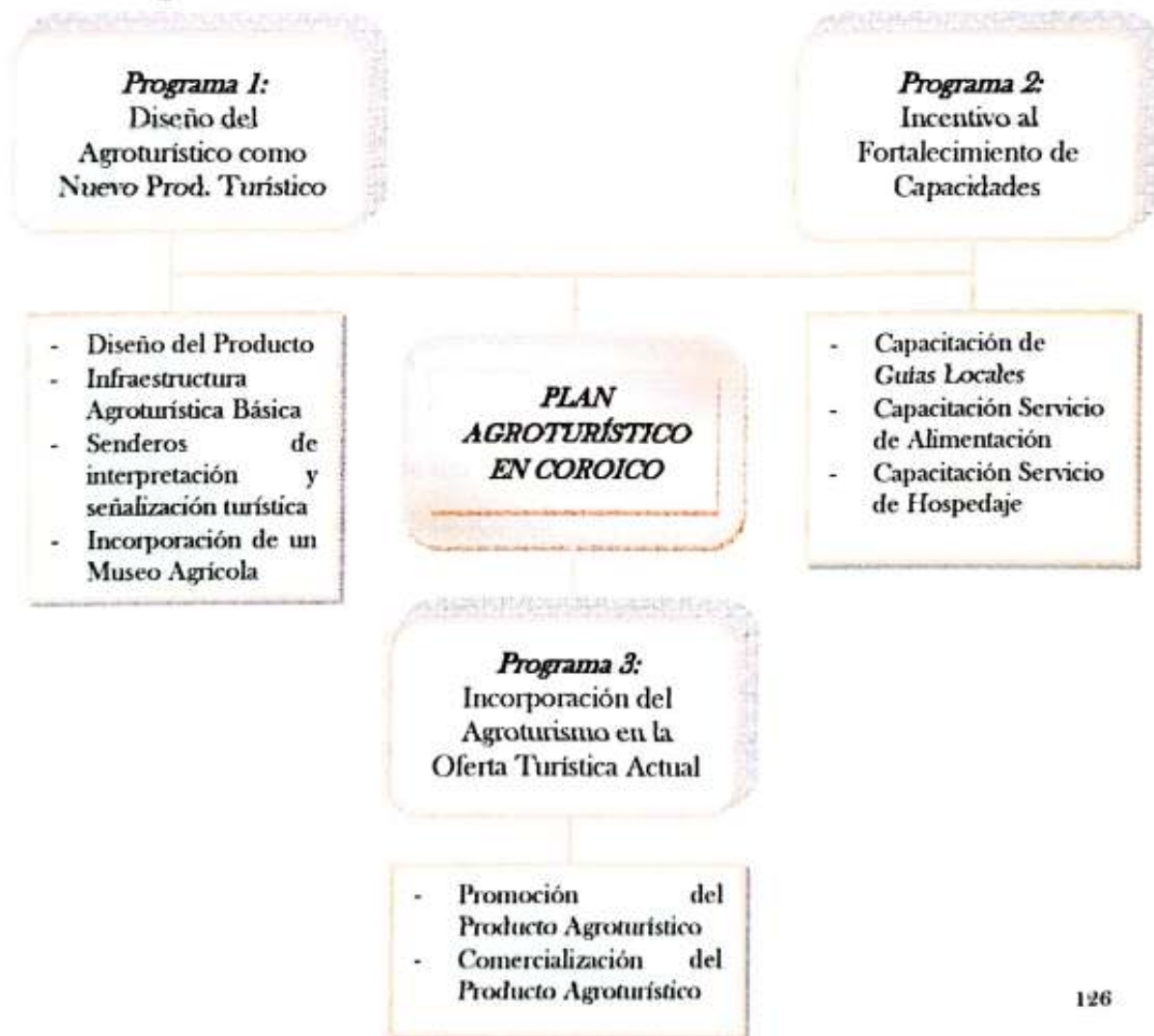
**Segundo Programa:** *Incentivo Al Fortalecimiento De Capacidades*, compuesto por tres Proyectos dirigidos a capacitar al personal, en este caso a los comunarios del área rural del Municipio de Coroico en tres aspectos, introducción a la actividad turística con conceptos básicos, capacitación para formar guías locales y nociones de primeros auxilios; el segundo programa se refiere a la prestación del servicio de alimentación con servicios de calidad e higiene; capacitación en el servicio de hospedaje para promover la prestación de



desarrollo de ésta este servicio de manera adecuada, siendo los comunarios los directos responsables del actividad.

**Tercer Programa:** *Incorporación del Agroturismo dentro de la Oferta Turística Actual*, compuesto por dos Proyectos como ser la promoción del producto agroturístico como aspecto fundamental para dar a conocer la actividad del agroturismo como nueva actividad en el mercado nacional; comercialización del producto agroturístico donde se determinan los medios de comercialización y las actividades a desarrollar para incrementar las ventas paulatinamente.

## 5.2. ESQUEMA GRÁFICO DE LA PROPUESTA





El presente plan se desarrollará a través de los siguientes proyectos:

### **PROGRAMA 1: DISEÑO DEL AGROTURISMO COMO NUEVO PRODUCTO TURÍSTICO**

- ↓ PROYECTO: Diseño Del Producto Agroturístico
- ↓ PROYECTO: Infraestructura Agroturística Básica
- ↓ PROYECTO: Senderos de Interpretación y Señalización Turística
- ↓ PROYECTO: Incorporación de un Museo Agrícola

### **PROGRAMA 2: INCENTIVO AL FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES**

- ↓ PROYECTO: Capacitación de Comunarios como Guías Locales
- ↓ PROYECTO: Capacitación para el Servicio de Alimentación
- ↓ PROYECTO: Capacitación para el Servicio de Hospedaje

### **PROGRAMA 3: INCORPORACIÓN DEL AGROTURISMO DENTRO DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL**

- ↓ PROYECTO: Promoción del Producto Agroturístico
- ↓ PROYECTO: Comercialización del Producto Agroturístico

Son 3 programas y 9 proyectos que se desarrollarán bajo es siguiente esquema:

Definición del programa, Objetivo, Descripción de Actividades, Metas del Programa, Actores del Programa, Presupuesto, Cronograma de Acciones.

El Plan se ejecutará en función a la programación de actuaciones y cronograma planteado.





### **5.3. Lineamientos para la formulación de Estrategias y Planteamiento de la Propuesta**

Toda actividad turística debe ser desarrollada en función al potencial turístico de cada región; en el caso del agroturismo es fundamental crear una oferta dinámica y novedosa aprovechando el potencial existente en el área rural de Coroico, tomando en cuenta que las nuevas modalidades de turismo se basan en las expectativas de la demanda turística actual y su necesidad de estar en contacto con la naturaleza.

#### **Nueva modalidad de turismo**

De acuerdo a las nuevas tendencias del turismo actual, la oferta debe ser creativa y dinámica. Es importante fusionar las actividades recreativas de descanso y ocio con el enriquecimiento cultural, el intercambio de ideas entre los prestadores del servicio y los turistas ampliando sus conocimientos sobre diferentes temas de interés para ellos.

#### **Sostenibilidad**

El agroturismo al no estar aún presente en la oferta turística nacional, no cuenta con reglamentos que regulen sus actividades por lo tanto, es necesario determinar normas que permitan el desarrollo sostenible del agroturismo, con respeto por las comunidades y sus costumbres, respeto por el medio natural en el que se desarrollan las actividades, permitiendo posicionar esta actividad en el mercado turístico actual y preservar los recursos naturales y culturales en el tiempo.

#### **Competitividad**

La actividad del agroturismo en el país debe ser capaz de competir con actividades similares desarrolladas en cualquier otro destino turístico, brindando servicios de calidad como resultado de la planificación en todas las acciones a desarrollar.



**PROGRAMA 1: DISEÑO DEL AGROTURISMO COMO NUEVO PRODUCTO  
TURÍSTICO**

- 1.1. PROYECTO: DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO**
- 1.2. PROYECTO: INFRAESTRUCTURA AGROTURÍSTICA BÁSICA**
- 1.3. PROYECTO: SENDEROS DE INTERPRETACIÓN Y SEÑALIZACIÓN  
TURÍSTICA**
- 1.4. PROYECTO: INCORPORACIÓN DE UN MUSEO AGRÍCOLA**



## **1.1. PROYECTO: DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO**

### **1.1.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

Las comunidades de Capellania, Cochuma y Yalaca escogidas para la implementación del plan agroturístico cuentan con características favorables para el desarrollo de esta actividad, donde los comunarios juegan un rol importante teniendo la oportunidad de desarrollar actividades turísticas de manera sostenible y en armonía con los turistas que visiten sus comunidades.

El diseño del producto agroturístico pretende ser una alternativa nueva para que turistas extranjeros y nacionales tengan la oportunidad de experimentar la vida cotidiana de los campesinos del área rural y actividades propias de la agricultura en armonía con la naturaleza, donde podrán pernoctar, alimentarse y compartir conocimientos culturales, sociales y agrícolas con los comunarios que los acojan en sus hogares.

### **1.1.2. OBJETIVO DEL PROYECTO**

Diseñar un plan de desarrollo agroturístico con la participación de pobladores dedicados a la agricultura como fomento al incremento de sus ingresos económicos y de esta manera promover el desarrollo económico social de las comunidades.

### **1.1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Fomentar el desarrollo de la actividad agroturística de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente desde el inicio de las actividades.
- ✓ Valorar el esfuerzo diario y la participación de la mujer en el desarrollo de la actividad agrícola en las diferentes comunidades.
- ✓ Promover la comercialización directa de los productos agrícolas en las plantaciones agroturísticas



#### **1.1.4. METAS DEL PROYECTO**

- Comercializar los primeros paquetes agroturísticos a partir del 3er año de haber iniciado las actividades de construcción, capacitación y promoción para el desarrollo del nuevo producto turístico
- Consolidar la presencia del producto agroturístico en el mercado turístico actual al año y medio de haber comercializado el primer paquete agroturístico

#### **1.1.5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

##### **➤ Elección de la familias responsables**

Para esta tarea se coordinarán reuniones entre el Gobierno Municipal de Coroico y los representantes de las comunidades involucradas, por medio de las cuales se elegirán a 3 familias por comunidad que serán las directas responsables de trabajar de manera coordinada y respetuosa con el medio ambiente, pero que además deberán cumplir con algunos requisitos como ser la predisposición de trabajar en beneficio del turismo, asistir a todos los talleres de capacitación, contar con plantaciones agrícolas diversas donde sea posible diseñar los recorridos turísticos, aceptar las condiciones de ampliación y/o readecuación de sus viviendas, estar de acuerdo en que parte del beneficio que se obtenga por la comercialización de este nuevo producto turístico sea destinado al desarrollo económico-social de toda su comunidad y por sobretodo estar dispuestos a compartir con turistas sus experiencias y actividades cotidianas de manera respetuosa y amigable.

##### **➤ Acondicionamiento del espacio físico e infraestructura existente**

Se procederá a la ampliación y mejora de las viviendas de los comunarios para que sean capaces de brindar servicios básicos a los turistas que los visiten, siendo una de las dependencias más importantes la cocina pues será este el lugar en el que las amas de casa prepararán los alimentos que serán ofrecidos diariamente a los turistas; se diseñarán y determinarán también senderos para los recorridos por las plantaciones agrícolas con la incorporación de señalización turística con materiales propios del lugar para no romper con las características del medio ambiente al igual que los contenedores de basura.



➤ **Aprovechamiento de los Recursos humanos**

Siendo los recursos humanos el principal factor para el desarrollo adecuado de cualquier actividad turística; se desarrollarán talleres de capacitación respecto a la introducción a la actividad turística, técnicas y métodos de guiaje y manejo y preparación de los alimentos de manera adecuada.

➤ **Diseño de los recorridos, itinerarios y precios de venta**

Se procederá al diseño de los recorridos una vez terminada la apertura de los senderos turísticos, gracias a los cuales se determinará el itinerario con las tareas a desarrollar diariamente.

Para establecer el precio de venta se realizará un análisis de costo – beneficio, por medio del cual se podrá determinar a cuánto asciende el gasto diario por persona en las plantaciones agrícolas y de acuerdo a este se determinará el precio de venta que contemple además el beneficio para las familias involucradas y para la comunidad en su conjunto.

➤ **Elaboración de los materiales de promoción**

El diseño y la elaboración de materiales de promoción será un aspecto muy importante pues gracias a ellos se dará a conocer a la demanda potencial el nuevo producto turístico; en este punto, con la ayuda de profesionales en el tema se determinará la identidad corporativa que será incorporada en el resto del material de promoción, como folletos, trípticos, página web, souvenirs, etc.

### **1.1.6. ACTORES DEL PROYECTO**

Los actores responsables del desarrollo del proyecto tendrán funciones y responsabilidades diferentes de acuerdo al requerimiento del proyecto.



#### ↪ **Gobierno Municipal de Coroico**

Como principal responsable de desarrollar acciones encaminadas al mejoramiento y ampliación de los servicios básicos en el área rural, gestionar financiamiento generando un ambiente propicio para los inversionistas locales y extranjeros, brindar seguridad, apoyar y liderar tareas de señalización de rutas, desarrollo y mantenimiento mínimo de senderos y caminos de acceso a las plantaciones agrícolas, velar por el cumplimiento de normativa referida al desarrollo sostenible de la actividad, promoción turística y participación popular, siendo su principal tarea la de colaborar de manera directa en la organización y elección de las familias responsables de la actividad agroturística, además de establecer normativas que velen por el beneficio de toda la comunidad de manera armónica, justa y equitativa.

#### ↪ **Prefectura de Coroico**

Su función se basará en promover el desarrollo de reuniones con la participación de los pobladores de las comunidades involucradas y sus representantes, donde se den a conocer los beneficios captados por el desarrollo del agroturismo, evaluar periódicamente las actividades a realizadas desde la puesta en marcha del proyecto hasta conocer los beneficios captados con el desarrollo del agroturismo para determinar la mejor manera de invertir los ingresos percibidos en pequeños proyectos que contribuyan al desarrollo social de toda la comunidad.

#### ↪ **Unidad de Turismo**

Encargada de la distribución de folletos, trípticos e información respecto a la actividad del agroturismo, para promocionar a nivel departamental la actividad agroturística y posteriormente a nivel nacional ampliando la demanda turística y generando presencia a nivel de desarrollo turístico nacional.

#### ↪ **Comunidades**

Quienes desarrollarán el rol más importante de todo el proyecto como ser la puesta en marcha del agroturismo al interior de sus viviendas, brindar servicios de alimentación y



compartir sus conocimientos agrícolas con los turistas que los visiten, además de a nivel general, deberán velar por el desarrollo adecuado de la actividad agroturística por parte de las familias designadas y determinar con sus representantes comunales las obras más inmediatas en las que se invertirá parte de los ingresos percibidos por la actividad agroturística que beneficie a todos sus pobladores y mejore su calidad de vida.

#### ↘ **Profesionales en Turismo**

Quiénes formarán parte importante en todo el desarrollo del plan agroturístico, debido a que serán ellos los responsables de supervisar, orientar, capacitar a los comunarios, elaborar diferentes paquetes turísticos para cada temporada del año en los procesos de siembra y cosecha; diseñar y supervisar los recorridos en las plantaciones agrícolas, diseñar y supervisar la elaboración de la señalización turística, además de proponer ideas y modelos tanto para la elaboración de la página web como del material impreso para la promoción del producto agroturístico como folletos, trípticos, etc. Los profesionales en turismo serán también responsables de velar por el desarrollo de la actividad del agroturismo en armonía con el medio ambiente y con respeto por la cultura tradicional de los pueblos del medio rural.

#### ↘ **Entidades Financieras del Proyecto**

Actualmente el Municipio de Coroico cuenta con la colaboración de instituciones privadas con diferentes funciones en cuanto al proceso de impulso para el desarrollo del municipio tanto para la actividad agrícola, turística, medio ambiental y desarrollo alternativo, mismos a los que por medio del municipio se podría solicitar su colaboración en el proceso de la puesta en marcha del proyecto agroturístico. Estas instituciones son las siguientes:

- ✓ Institución ARCO Bolivia con el fomento a la producción agropecuaria y la agroindustria.



- ✓ Institución ACDI VOCA que actualmente cumple la función de impulsar el Desarrollo del sector Turístico, el Mejoramiento urbano y el Apoyo a la producción.
- ✓ Caritas/Ayuda en Acción, que colabora con financiamiento para el desarrollo y mejora del sector educativo, vivienda, salud, producción agropecuaria, conservación del medio ambiente y reforestación.
- ✓ Unión Europea, con presencia en la puesta en marcha de diferentes proyectos de desarrollo turístico comunitario.
- ✓ USAID con apoyo también al desarrollo de actividades turísticas basadas en turismo ecológico social.

### 1.1.7. PRESUPUESTO

El presupuesto total necesario para la puesta en marcha del proyecto agroturístico está detallado a continuación por medio de diferentes ítems destinados a la implementación de infraestructura turística, procesos de capacitación y materiales de promoción para la posterior comercialización del producto turístico.

ITEM	MONTOS
Infraestructura Agroturística Básica	354803,13
Senderos de Interpretación y Señalización Turística	12.300
Incorporación de un Museo Agrícola	1.774,40
Capacitación de los Comunarios como Guías Locales	56.324
Capacitación para el Servicio de Alimentación	7.013
Capacitación para el Servicio de Hospedaje	2.129
Promoción del Producto Agroturístico	7.718
Comercialización del Producto Agroturístico	1.000
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>443061,53</b>





## 1.1.8. PAQUETE AGROTURÍSTICO

### TOUR AGROTURÍSTICO EN COROICO 4 DÍAS / 3 NOCHES

#### ITINERARIO

##### DÍA 1:

Hrs. 09:00am	Viaje a la población de Coroico
Hrs. 12:30am	Arribo a la población de Coroico y traslado a la comunidad designada
Hrs. 13:00pm	Bienvenida a las plantación agroturísticas donde conocerá a la familia con la que compartirá conocimientos durante su estadía. Acomodación en su habitación
Hrs. 14:00pm	Almuerzo y degustación de alimentos preparados con productos propios del lugar, como jugos naturales, postres, entre otros, donde se promoverá la convivencia con los agricultores
Hrs. 16:00pm	Recorrido por las instalaciones con una breve explicación sobre las actividades cotidianas del campo
Hrs. 19:00pm	Cena y descanso en la vivienda familiar

##### DÍA 2:

Hrs. 06:00am	Desayuno y preparado de los instrumentos necesarios para realizar la visita a las plantaciones
Hrs. 07:00am	Recorrido por los senderos turísticos donde se podrá apreciar la variedad de productos agrícolas, flora y fauna del lugar (variable según la temporada del año: preparado de la tierra, siembra, cosecha)
Hrs. 09:00am	Participación en los diferentes procesos agrícolas, compartiendo las vivencias diarias del campesino agricultor
Hrs. 11:00am	Refrigerio en las plantaciones
Hrs. 13:00pm	Almuerzo. Mismo que por la distancia entre la vivienda y las plantaciones se lo realizará a campo libre en contacto con la

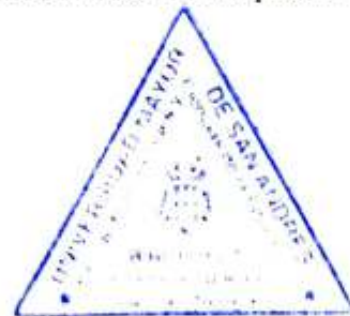


naturaleza y aprovechando para compartir experiencias y conocimientos con los campesinos. (Los alimentos serán preparados por la mañana temprano y debidamente empacados para su conservación, traslado y degustación en las plantaciones agrícolas).

- Hrs. 14:30pm      Luego de un breve descanso se continuará con el trabajo cotidiano del campesino agricultor
- Hrs. 18:00pm      Retorno a la vivienda. Aseo y descanso luego de un largo día de trabajo e intercambio cultural
- Hrs. 19:00pm      Cena y descanso en la vivienda familiar

**DÍA 3:**

- Hrs. 06:00am      Desayuno. Degustación del típico café de Coroico
- Hrs. 07:30am      Traslado a la plantación agrícola y participación activa en el desarrollo de las actividades diarias del agricultor
- Hrs. 11:30am      Retorno a la vivienda. Aseo y descanso
- Hrs. 12:30pm      Almuerzo en la vivienda familiar con la degustación de platos típicos de Bolivia, intercambio cultural
- Hrs. 14:00pm      Participación en la elaboración de productos caseros con productos naturales como mermeladas, jugos, repostería, convivencia con la madre de familia, resaltando su rol dentro de la vivienda campesina familiar.
- Hrs. 18:30pm      Degustación de los alimentos preparados.
- Hrs. 20:00pm      Cena y descanso en la vivienda familiar



**DÍA 4:**

- Hrs. 07:00am      Desayuno
- Mañana libre, descanso, toma de fotografías, etc.
- Hrs. 12:00pm      Almuerzo y despedida de la familia campesina en la vivienda



Hrs. 14:00pm	Traslado al pueblo de Coroico, recorrido que será aprovechado para visitar la planta procesadora de café, perteneciente a la Cooperativa de Café CENCOOP
Hrs. 15:00pm	Visita al Museo Agrícola que permitirá ampliar sus conocimientos sobre los procesos desarrollados en el campo, nombre científicos y otros. Tiempo libre para visitar el pueblo de Coroico, realizar compras, etc.
Hrs.17:30pm	Retorno a la ciudad de La Paz

### ***FIN DE NUESTROS SERVICIOS***

#### ***INCLUYE:***

- Transporte Coroico – Comunidad – Coroico
- Alimentación completa
- Hospedaje por el tiempo de estadía
- Ingreso al Museo Agrícola
- Visitas guiadas

#### ***NO INCLUYE:***

- Transporte La Paz – Coroico – La Paz

***PRECIO: \$us. 120.- (por persona, como precio de introducción)***

- *El itinerario puede ser modificado reduciendo o ampliando el número de días en las plantaciones dependiendo de la disponibilidad de tiempo y comodidad del turista*



### **1.1.9. IMPACTO SOCIAL**

La implementación de un Plan de Desarrollo Agroturístico se centra principalmente en la incorporación de los pobladores dedicados a la agricultura en el desarrollo turístico de su municipio, por medio del cual se crearán nuevas fuentes de empleo directos e indirectos que ayuden a reactivar la economía de las comunidades que en la actualidad se encuentran postergadas debido a que los ingresos que perciben por la comercialización de los productos generados por la agricultura, no son suficientes para el sustento de sus familias, mismos que se ven obligados a abandonar sus tierras y migrar a las ciudades en busca de nuevas oportunidades. Es por esta razón que la actividad agroturística podría convertirse en una alternativa atractiva que les posibilite no sólo continuar con su actividad productiva actual, sino que esta se complementará con el desarrollo turístico, pudiendo de esta manera ampliar sus posibilidades de ingreso al comercializar sus productos directamente y al mismo tiempo, compartir sus conocimientos con turistas que visiten sus comunidades minimizando la migración de sus pobladores y determinar de manera armónica la mejor manera de invertir parte de los ingresos percibidos en obras públicas que beneficien al desarrollo de toda la comunidad.

### **1.1.10. IMPACTO AMBIENTAL**

En cuanto al impacto ambiental, los comunarios rurales serán capaces de desarrollar acciones que velen por el desarrollo adecuado de la actividad turística sin deteriorar ni cambiar el entorno natural al interior de sus plantaciones agrícolas, al ser esta la principal motivación de la visita turística. Por medio de los talleres de capacitación se sensibilizará a las comunidades en el respeto por medio ambiente natural, además de conocer métodos de eliminación y reciclaje de desechos sólidos y líquidos. Se establecerán temporadas de acuerdo a las características del ciclo agrícola para que los procesos de preparado de la tierra, siembra y cosecha no desgasten las tierras agrícolas conservando sus nutrientes para el beneficio no sólo de la actividad agroturística, sino de de las comunidades en su conjunto.





## **1.2. PROYECTO: INFRAESTRUCTURA AGROTURÍSTICA BÁSICA**

### **1.2.1. DEFINICION DEL PROYECTO**

Se implementará nueva infraestructura turística en las tres comunidades antes mencionadas en un número de 3 viviendas por comunidad, donde cada vivienda contará con un dormitorio para los huéspedes con capacidad de 2 – 3 personas por vivienda; una cocina comedor, donde las amas de casa podrán preparar los alimentos para toda la familia y el huésped; un baño común, que podrá ser utilizado también por las familias que brinden los servicios. Entre los materiales a utilizar destaca el ladrillo gambote y la construcción de tipo turístico, dándole un aspecto más acorde al entorno natural y la vez vistoso para la comodidad y satisfacción de los turistas.

### **1.2.2. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO**

Implementar nueva infraestructura turística en el área rural capaz de brindar las comodidades necesarias a los turistas que visiten las plantaciones agrícolas.

### **1.2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Diseñar e incorporar ambientes destinados a brindar el servicio de hospedaje, alimentación y aseo de acuerdo a características propias del área rural para no dañar el entorno natural
- ✓ Construir una cocina - comedor que sirva para brindar alimentos tanto a los visitantes como a las familias, promoviendo de ésta manera la convivencia diaria entre el campesino y el turista
- ✓ Brindar el servicio higiénico por medio de la construcción de un baño y ducha que será utilizado tanto por los visitantes y por las familias, cuidando siempre la higiene de este ambiente luego de ser utilizado.
- ✓ Designar áreas de recreación y descanso turístico para hacer de su visita una experiencia más placentera capaz de satisfacer sus expectativas



#### 1.2.4. METAS DEL PROYECTO

- Llevar a cabo la construcción en 9 viviendas, 3 por población designadas a brindar el servicio de hospedaje, alimentación y aseo en el área rural en 6 meses.
- Equipar las 9 viviendas destinadas a brindar el servicio de hospedaje, alimentación y aseo en 2 meses, como parte final y fundamental para acoger en las poblaciones a los turistas que realicen la práctica agroturística

#### 1.2.5. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

##### ➤ Ubicación del área de construcción en las viviendas designadas

Se realizará un estudio de campo en las plantaciones agrícolas en las que se llevará a cabo la construcción de la infraestructura agroturística, por medio del cual se tendrá conocimiento del tipo de viviendas existentes y se determinará la manera más adecuada de aprovechar el espacio físico existente.

##### ➤ Organización de los comunarios para la construcción

En este aspecto se deberá coordinar con los comunarios las acciones a desarrollar para la implementación de la infraestructura turística en el tiempo establecido, de manera que no se perjudique el cotidiano vivir de los pobladores y su producción agrícola.

##### ➤ Construcción de las viviendas

Este trabajo se llevará a cabo de manera simultánea en las tres comunidades en las que se desarrollará el plan agroturístico, tomando en cuenta de que por comunidad se readecuarán tres viviendas en las que se incorporarán o mejoraran espacios destinados a brindar el servicio de hospedaje, alimentación (cocina con lava vajilla y un mesón para preparar los alimentos), además de un baño con ducha para brindarle la comodidad necesaria a los turistas que visiten las plantaciones agrícolas.



➔ **Trabajo en la mano de obra fina**

Luego de terminada la obra bruta en la construcción se realizará el trabajo de la mano de obra fina resaltando la construcción con el barnizado del ladrillo, además de incorporar materiales típicos de la región para darle un aspecto más rústico pero a la vez cálido y confortable.

➔ **Equipamiento de las viviendas**

Será el paso final antes de la entrega de toda la infraestructura, dónde se incorporarán camas para los dormitorios que por comunidad serán de dos dobles y una triple para albergar a 7 turistas a la vez, además de un velador, una a dos sillas, un closet empotrado y una lámpara de noche; los muebles y la lámpara serán cuidadosamente seleccionadas para darle el aspecto rústico a la vivienda no sólo por fuera, sino también por dentro. En la cocina se equipará con lo básico, como ser una cocina de 4 hornallas, utensilios de cocina (ollas, cubiertos, vasos, platos y tazas, los últimos en cantidad de media docena), 6 taburetes para la mesa comedor que estará empotrada en la estructura de la cocina para ahorrar espacio.

En el baño se incorporará una ducha para el aseo del visitante, el inodoro, lava manos y en cuanto al equipamiento se proporcionarán cortinas de baño, toallas, ambientadores, jaboncillos, shampoo, éstos últimos que deberán ser repuestos mensualmente o de acuerdo a su uso.

### **1.2.6. ACTORES DEL PROYECTO**

Los actores que intervendrán en el proyecto son:

✓ **Profesional (Arquitecto experto en construcciones de tipo turístico)**

Con el profesional en arquitectura coordinaremos acciones para la construcción de las viviendas de los comunarios que participarán en la actividad del agroturismo.





El experto deberá ser capaz de proponer la construcción de las viviendas de manera que no se rompan las características del medio natural.

✓ **Profesional en Turismo**

Quien estará encargado de coordinar acciones con el profesional en arquitectura para la construcción de la infraestructura turística de manera que no rompa con las características del medio ambiente natural.

↘ **Comunidades del área rural**

Quienes serán los actores principales en la prestación del servicio de hospedaje, alimentación y mantenimiento de los espacios destinados a brindar refugio a los turistas que visiten sus plantaciones y compartan sus actividades en torno a la vida agrícola.

➤ **El Gobierno Municipal**

Encargado de gestionar financiamiento para la construcción de las viviendas, principalmente con entidades que colaboran en la actualidad con programas que ayudan al desarrollo social, económico y turístico del municipio.

↘ **Entidades Financieras**

Las posibles fuentes de financiamiento se las buscará en instituciones públicas y privadas entre las cuales podemos mencionar a:

- ✓ Institución ACDI VOCA que actualmente cumple la función de impulsar al Desarrollo del sector Turístico
- ✓ Caritas/Ayuda en Acción, que colabora con financiamiento para el desarrollo y mejora del sector productivo agrícola entre otros.
- ✓ Institución FONDUR (Fomento al Desarrollo Urbano y Rural)



## 1.2.7. PRESUPUESTO

## ANALISIS DE COSTOS POR ACTIVIDADES (Bs.)

ITEM	DESCRIPCION	Unid.	Precio Material	Precio Mano de Obra	Precio Herramientas Equipo	Precio Total
<b>1</b>	<b>TRABAJOS PRELIMINARES</b>					
1.1	Replanteo y Trazado	GLB	350,00	120,00	8,11	478,11
<b>2</b>	<b>MOVIMIENTOS DE TIERRA</b>					
2.1	Excavación 0-1,5 m. Tierra Blanda	M3	0,00	14,95	0,90	15,85
<b>3</b>	<b>OBRA GRUESA</b>					
3.1	Cimientos de Ho Co	M3	190,30	53,15	3,19	246,64
3.2	Columnas de Ladrillo Gambote 25x25	ML	35,95	9,04	0,54	45,53
3.3	Cubierta Placa Ondina	M2	55,91	28,76	1,73	86,40
3.4	Cumbrera Teja Colonial	ML	12,86	4,69	0,28	17,83
3.5	Dintel de Madera	ML	23,95	5,63	0,03	29,61
3.6	Empedrado y Contrapiso de Ho	M3	33,93	15,94	0,96	50,83
3.7	Muro de Ladrillo Gambote 12 cm. Visto	M2	61,23	35,33	2,12	98,68
3.8	Sobrecimientos de Ho Co	M3	337,28	106,30	6,38	449,96
<b>4</b>	<b>OBRA FINA</b>					
4.1	Barnizado de Madera	M2	11,25	5,94	0,36	17,55
4.2	Botaguas Ladrillo Gambote	ML	21,21	17,01	1,02	39,24
4.3	Marco de Madera 2"x 4" Cedro	PZA	62,18	24,08	1,44	87,70
4.5	Mesón de Ho Ao Rev. Azul Blanco	M2	123,62	63,78	3,83	191,23
4.6	Piso Cerámica Nacional	M2	88,10	26,58	1,59	116,27
4.7	Piso Enlucido Fino	M2	19,77	10,63	0,64	31,04
4.8	Rev. de Azulejo Nacional 15x15 cm.	M2	47,68	27,64	1,66	76,98
4.9	Revoque Cielo Raso	M2	47,94	27,89	1,67	77,50
4.10	Ventana de Madera (marco 2"x3")	M2	169,28	41,28	2,49	213,05
4.11	Zócalo de Cemento	ML	13,33	7,44	0,45	21,22
<b>5</b>	<b>INSTALACIONES HIDRO-SANITARIAS</b>					
5.1	Caja Interceptora de Cemento	PZA	49,89	21,26	1,28	72,43
5.2	Cámara de Inspección Ladrillo Gambote	PZA	262,57	81,92	4,92	349,41
5.3	Canaleta de Calamina	ML	32,50	17,82	1,07	51,39
5.4	Ducha	PZA	415,58	129,75	7,78	553,11
5.5	Inodoro	PZA	515,66	52,50	3,15	571,31
5.6	Lavamanos	PZA	616,26	52,50	3,15	671,91
5.7	Lavaplatos 1 dep. 1 freg (Art)	PZA	570,56	35,00	2,10	607,66
5.8	Lavarropa de Cemento	PZA	224,32	15,33	4,33	243,98



5.9	Prov y Colocado Tub. PVC 1/2"	ML	8,42	3,92	0,24	12,58
5.10	Prov. Col Tub. Desagüe PVC 4"	ML	20,20	8,00	0,48	28,68
6	<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>					
6.1	Iluminación Incandescente	PZA	37,40	41,58	2,49	81,47
6.2	Tablero de Distribución Eléctrico	PZA	240,74	95,04	5,70	341,48
6.3	Tomacorrientes	PZA	16,00	20,00	1,20	37,20
7	<b>TRABAJOS DE ACABADOS</b>					
7.1	Colocado de Vidrio Doble	M2	62,11	5,94	0,36	68,41
7.2	Pintura de Cubierta Exterior	M2	5,20	5,35	0,32	10,87
7.3	Barnizado Ladrillo Gambote visto	M2	12,06	7,13	0,43	19,62
7.4	Pintura de Ho Zócalo de cemento	M2	9,35	5,94	0,36	15,65

<b>COMPUTO METRICO Y PRESUPUESTO</b>					
<b>ITEM</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>Unid.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
1	<b>TRABAJOS PRELIMINARES</b>				
1.1	Replanteo y Trazado	GLB	478,11	1,00	478,11
2	<b>MOVIMIENTOS DE TIERRA</b>				
2.1	Excavación 0-1,5 m. Tierra Blanda	M3	15,85	48,96	776,02
3	<b>OBRA GRUESA</b>				
3.1	Cimientos de Ho Co	M3	246,64	12,24	3018,87
3.2	Columnas de Ladrillo Gambote 25x25	ML	45,53	19,20	874,18
3.3	Cubierta Placa Ondina	M2	86,40	66,80	5771,52
3.4	Cumbrera Teja Colonial	ML	17,83	11,28	201,12
3.5	Dintel de Madera	ML	29,92	5,81	173,84
3.6	Empedrado y Contrapiso de Ho	M3	50,83	48,38	2459,16
3.7	Muro de Ladrillo Gambote 12 cm. Visto	M2	98,68	96,88	9560,12
3.8	Sobrecimientos de Ho Co	M3	449,96	3,89	1750,34
4	<b>OBRA FINA</b>				
4.1	Barnizado de Madera	M2	17,55	17,30	303,62
4.2	Botaguas Ladrillo Gambote	ML	39,24	2,50	98,10
4.3	Marco de Madera 2"x 4" Cedro	PZA	87,71	5,00	438,55
4.5	Mesón de Ho Ao Rev. Azul Blanco	M2	191,23	0,60	114,74
4.6	Piso Cerámica Nacional	M2	116,27	7,59	882,49
4.7	Piso Enlucido Fino	M2	25,04	16,20	405,65
4.8	Rev. de Azulejo Nacional 15x15 cm.	M2	76,68	5,40	414,07
4.9	Revoque Cielo Raso	M2	77,50	31,96	2476,90
4.10	Ventana de Madera (marco 2"x3")	M2	213,35	1,55	330,69
4.11	Zócalo de Cemento	ML	21,21	7,75	164,38



5	INSTALACIONES HIDRO-SANITARIAS				
5.1	Caja Interceptora de Cemento	PZA	72,43	1,00	72,43
5.2	Cámara de Inspección Ladrillo Gambote	PZA	349,40	1,00	349,40
5.3	Canaleta de Calamina	ML	51,39	20,16	1036,02
5.4	Ducha	PZA	553,12	1,00	553,12
5.5	Inodoro	PZA	571,31	1,00	571,31
5.6	Lavamanos	PZA	671,91	1,00	671,91
5.7	Lavaplatos 1 dep. 1 freg (Art)	PZA	607,66	1,00	607,66
5.8	Lavarropa de Cemento	PZA	300,86	1,00	300,86
5.9	Prov y Colocado Tub. PVC 1/2"	ML	12,58	12,20	153,48
5.10	Prov. Col Tub. Desagüe PVC 4"	ML	28,68	14,38	412,42
6	INSTALACIONES ELECTRICAS				
6.1	Iluminación Incandescente	PZA	81,47	6,00	488,82
6.2	Tablero de Distribución Eléctrico	PZA	340,74	1,00	340,74
6.3	Tomacorrientes	PZA	37,20	5,00	186,00
7	TRABAJOS DE ACABADOS				
7.1	Colocado de Vidrio Doble	M2	68,41	2,64	180,60
7.2	Pintura de Cubierta Exterior	M2	10,87	60,90	661,98
7.3	Barnizado Ladrillo Gambote visto	M2	19,62	96,88	1900,79
7.4	Pintura de Ho Zócalo de cemento	M2	15,65	15,50	242,58
<b>COSTO TOTAL Bs.</b>					<b>39422,57</b>

FUENTE: Elaboración por medio de orientación de un Profesional Arquitecto y a la Revista "Presupuestos y Construcción – Guía de Productos y Servicios". Año: 18. Nº 44. Noviembre 2007 – Febrero 2008.

Este es un detalle aproximando que pretende proporcionar una visión de la inversión que habrá de realizarse en cada vivienda, es decir que éste monto estimado deberá ser multiplicado por 9 que es el número total de viviendas que se readequarán en las tres comunidades involucradas.

### 1.2.8. IMPACTO SOCIAL

Mediante la construcción de viviendas en el área rural del municipio de Coroico se proporcionará una nueva visión de la actividad turística no sólo a los pobladores del área rural involucrados en el desarrollo del plan agroturístico, sino a la población en general y a los prestadores de servicios turísticos y de hospedaje. Además de resaltar el hecho de que con la puesta en marcha del proyecto no se pretende sólo desarrollar la actividad turística, ya que éste es un proyecto que busca por sobre todo incorporar a los pobladores originarios



de las comunidades para que sean ellos los actores principales del desarrollo turístico de su región por medio del cual podrán aprovechar sus recursos naturales, gestionar sus atractivos y tomar decisiones que posibiliten mejorar la calidad de vida de los pobladores directa e indirectamente involucrados, por medio de realización de obras públicas que favorezcan al desarrollo de toda la comunidad.

### **1.2.9. IMPACTO AMBIENTAL**

Por medio del proyecto se demuestra que es posible desarrollar actividades turísticas en armonía con la naturaleza, por medio del cual, los turistas que visiten el área rural podrán apreciar la gran riqueza y la diversidad de productos cultivados en el municipio de Coroico y ser parte de todo ese proceso. En cuanto a la construcción de las viviendas, se incorporará infraestructura que no rompa con el entorno natural del área rural, puesto que la construcción de las viviendas será de tipo turístico.



### 1.2.10. CRONOGRAMA DE ACCIONES

ACTIVIDADES	1er Mes	2do Mes	3er Mes	4to Mes	5to Mes	6to Mes	7mo Mes	8vo Mes	9no Mes	10mo Mes	11vo Mes	12vo Mes	13vo Mes
Presentación de los planos para la readecuación y/o ampliación de las viviendas	→												
Organización y coordinación con los comunarios		→											
Construcción y/o ampliación de las viviendas (dormitorios, cocinas)			→										
Trabajo de la mano de obra fina (planchado y pintado de paredes)									→				
Finalización del trabajo y entrega de la infraestructura												→	





### **1.3. PROYECTO: SENDEROS DE INTERPRETACIÓN Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA**

#### **1.3.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

Actualmente las comunidades del municipio de Coroico cuentan con senderos utilizados para la cosecha de sus productos, recolección de hierbas medicinales y como vías de acceso o comunicación con otras comunidades aledañas, donde se utilizará parte de estos senderos junto con la incorporación de otros, como senderos de interpretación a nivel agroturístico; para lo cual se realizarán jornadas de limpieza y apertura de senderos, delimitación de las rutas a seguir, incorporación de señalización turística de tipo educativo y recreacional que será ubicada a lo largo de los recorridos y donde sea necesario.

#### **1.3.2. OBJETIVO DEL PROYECTO**

Diseñar el recorrido de los senderos de interpretación en las plantaciones agrícolas, incorporando señalización turística para que permita una mejor comprensión del turista tanto sobre los procesos de siembra y cosecha observados como del recorrido en general.

#### **1.3.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Habilitar senderos de interpretación turística promoviendo la observación de flora y fauna originarias de la región y de esta manera aprovechar mejor los recorridos
- ✓ Incorporar señalización turística con materiales propios de la región para no dañar el entorno natural característico del municipio
- ✓ Promover el mantenimiento constante de los senderos de interpretación para asegurar un recorrido sin mayores complicaciones y asegurando apreciar adecuadamente el medio natural como principal motivación

#### **1.3.4. METAS DEL PROYECTO**

- ➔ Diseño y apertura de los senderos de interpretación turística de manera simultánea en las tres comunidades en un mes para su posterior señalización



- Construir y ubicar la señalización turística a los largo de los recorridos en las tres comunidades involucradas en dos meses posteriores a la apertura de los senderos
- Realizar el mantenimiento de los senderos de interpretación turística de una a dos veces por semana

### 1.3.5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

#### ➤ Trabajo de campo y determinación de las sendas

Se realizará la visita a las plantaciones agrícolas para evaluar sus características, áreas más atractivas para la visita turística, aspectos a mejorar como el regajo de basura y elementos que den mal aspecto al realizar este recorrido.

#### ➤ Diseño de los senderos turísticos y rutas de ingreso a las comunidades

Se diseñarán los senderos a manera de pequeños caminos que tendrán como fin el ingreso a las plantaciones tomando en cuenta que los turistas deben formar parte de todo el proceso de siembra y cosecha que diariamente, dependiendo de la época del año realizan los campesinos en sus tierras.

#### ➤ Determinación del tipo y número de señalización turística

Para la determinación del tipo de señalización turística a implementarse al interior de las plantaciones, la cantidad de señalizaciones, los lugares a ser implantados y el tipo de material a ser utilizado en la construcción de la señalización, se contratará con los servicios de un profesional en turismo que estará encargado de velar por la manera más adecuada de incorporar señalización turística en las plantaciones.

#### ➤ Construcción y ubicación de la señalización turística

El profesional en turismo además de determinar el número y tipo de señalización a incorporar, deberá velar por que la incorporación de señalización no produzca un impacto





visual negativo, es decir que los materiales a ser utilizados deben estar en armonía con el medio natural rural de las comunidades involucradas.

### 1.3.6. ACTORES DEL PROYECTO

#### ➤ **Gobierno Municipal de Coroico**

Encargado de buscar al profesional en turismo por medio de convocatorias, especificando los requisitos que debe cumplir y las funciones a desarrollar; además estará encargado de buscar el financiamiento para el pago por los servicios prestados al profesional en turismo, obreros encargados de la construcción e implantación de la señalización y la compra de los materiales a ser utilizados.

#### ➤ **Profesional en turismo**

Responsable de diseñar los senderos de interpretación turística; además de la forma, tipo y color de la señalización turística a ser incorporada en las plantaciones agrícolas de manera que no rompan con el entorno natural del área y evitando el impacto visual negativo.

#### ➤ **Entidades financieras**

Las posibles fuentes de financiamiento para este proyecto en particular, son las siguientes:

- ✓ Gobierno Municipal de Coroico
- ✓ Unidad de Turismo de Coroico



### 1.3.7. PRESUPUESTO

Ítem	Cantidad	Precio unitario en bs.	Total en bs.
Madera	100 metros	4.-	400.-
Clavos	2 kilos	10.-	20.-
Pintura	10 litros	35.-	350.-
Postes	200 metros	1.50	300.-
Barniz	10 litros	15.-	150.-
Profesional en turismo (2 meses)	1	3.500.-	7.000.-
Obreros (1 mes)	6	680.-	4.080.-
<b>TOTAL</b>			<b>12.300.-</b>

### 1.3.8. IMPACTO SOCIAL

El impacto social se centra en el hecho de que los pobladores de las comunidades valorarán más el medio que los rodea, tomando conciencia de que esta es la motivación primordial para la visita turística a las comunidades y viendo la importancia de mantener limpios los senderos y cuidar la señalización que será un apoyo para ellos mismos, siendo los encargados de guiar los recorridos por sus plantaciones y de esta manera dar a conocer la riqueza natural con la que cuentan.

### 1.3.9. IMPACTO AMBIENTAL

Por medio de la incorporación de senderos de interpretación y señalización, los turistas tendrán la posibilidad no sólo de observar la gran variedad existente en cuanto a la producción de tipo agrícola, sino que podrán observar y valorar la existencia de plantas medicinales utilizadas tradicionalmente por los pobladores, flores exóticas y animales también tradicionales de la región, mismos que serán observados de manera respetuosa y sin deteriorar ni producir impacto negativo en las características naturales propias del lugar.



### 1.3.10. CRONOGRAMA DE ACCIONES

Actividades	1er Mes	2do Mes	3er mes	4to Mes	5to Mes
Trabajo de campo p/ determinación de senderos	→				
Diseño de senderos y rutas de ingreso a las comunidades		→			
Diseño de la señalización turística			→		
Construcción y ubicación de la señalización				→	→



## **1.4. PROYECTO: INCORPORACIÓN DE UN MUSEO AGRÍCOLA**

### **1.4.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

Se plantea la incorporación de un Museo Agrícola para diversificar las actividades a desarrollar por los turistas que opten por el desarrollo agroturístico, como complemento a la participación de los procesos de siembra y cosecha en las plantaciones cafetaleras; además de adquirir conocimientos más amplios sobre la producción de los diferentes productos tradicionales del municipio.

### **1.4.2. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO**

Incorporar un Museo Agrícola en el municipio de Coroico como complemento al desarrollo de la actividad del agroturismo para brindar más y mejores servicios a nuestra demanda específica cuyo objetivo es el de ampliar sus conocimientos agrícolas.

### **1.4.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Dar a conocer la variedad de productos agrícolas producidos en las plantaciones del área rural de Coroico por medio de su exposición en las diferentes salas de visita en el museo
- ✓ Ampliar los conocimientos de los turistas sobre todos los procesos de preparado de la tierra, siembra, cosecha y tratamiento contra plagas para la obtención de los diferentes productos característicos del municipio.
- ✓ Brindar información general sobre el municipio de Coroico, costumbres, tradiciones, principales festividades y atractivos turísticos como principal motivación de la visita turística actual al municipio.

### **1.4.4. METAS DEL PROYECTO**

- ➔ Obtener un espacio físico para la puesta en marcha del proyecto “Museo agrícola” en un mes.



- Determinar la división de las diferentes salas de exposición del museo en tres meses.
- Equipar las salas de exposición con vitrinas, iluminación directa y simétrica dependiendo del espacio con el que se cuente y el lugar al que se le quiere dar realce en dos meses.
- Incorporar el material de exposición en el museo, (fotos, muestras de productos, semillas y equipos para la producción) clasificándolos por salas en 2 meses.
- Determinar y adecuar un espacio destinado a boletería y venta de souvenirs en un mes.
- Equipamiento y adecuación de un baño para el personal en un mes.

#### 1.4.5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

##### ➤ **Obtener un espacio físico para la implementación del Museo Agrícola**

El espacio determinado a la incorporación del museo de preferencia debe estar ubicado en el centro del pueblo de Coroico y en un lugar estratégico y atractivo para la visita de turistas.

##### ➤ **Adecuar el espacio determinado por el municipio para la división de las diferentes salas**

Se procederá a la adecuación, es decir refacción aprovechando al máximo el espacio destinado, clasificando las salas de exposición en tres.

La distribución de las Salas de exposición se realizará bajo el siguiente criterio:

- ≈ **Sala Introdutoria**, en la cual se expondrá información general sobre el Municipio de Coroico, costumbres, principales actividades económicas, diversidad de atractivos turísticos y actividades, cultura afro boliviana por medio de paneles informativos, fotografías, planos, maquetas
- ≈ **Sala Exposición de Café (Principal)**, estará destinada a la exposición del Café en todos sus procesos, desde la preparación de la tierra para la siembra, los cuidados en



las plantaciones (control de plagas, uso de pesticidas, abonamiento de la tierra entre otros, exposición de los diferentes tipos de granos de café). Se determinó que la sala principal estará destinada a la producción de café, porque se tomó en cuenta que este es uno de los productos más requeridos especialmente en el extranjero debido a su exportación constante.

- ≈ **Sala Exposición de Productos Varios**, donde se podrá apreciar la variedad de productos cultivados en el Municipio de Coroico, cítricos, coca, entre otros, sin dejar de lado la producción pecuaria con la cría de diferentes especies.

#### ➤ **Equipamiento de las Salas de Exposición**

Se deben equipar las salas designadas en cuanto a infraestructura con vitrinas, iluminación de acuerdo al lugar al que se le quiera dar realce, especificando dónde y cómo se incorporarán los cuadros que expliquen todo el proceso anual comunitario, pedestales para vitrinas centrales, etc.

#### ➤ **Incorporar todo el material de exposición en el museo, clasificándolos por salas**

Es de vital importancia, clasificar la información que se incorporará al interior del museo, entre materiales escritos, nombres científicos de cada una de las variedades de café producidos, y en la parte central de la sala se procederá a la presentación de los diferentes tipos de granos de café, una especie de maqueta que ayude a entender la composición de la tierra, los diferentes pisos ecológicos y la actividad agrícola en general, los procesos de siembra y cosecha, prácticas de conservación de los suelos, control de enfermedades y plagas, con la incorporación de fotografías y artesanías menores que la comunidad produce, siendo necesario elaborar un cronograma anual a manera de cuadro, donde se tenga claro todas las funciones que la población dedicada a la agricultura desempeña en un año.



➤ **Adecuar el espacio destinado a boletería y venta de souvenirs**

De acuerdo al espacio con el que se cuente para el funcionamiento del museo agrícola, se designará un espacio dedicado a la venta de los tickets de ingresos al museo a los turistas que lo visiten independientemente, puesto que para los turistas que compren el producto agroturístico, la visita al museo estará incorporada al paquete, siendo éste un servicio complementario destinado a incrementar la demanda turística.

Además de la venta de los tickets de ingreso al museo, el responsable de esta función también comercializará los souvenirs o recuerdos de la actividad agroturística, en los que esté impreso de manera visible el logo determinado en la incorporación de identidad corporativa de la actividad agroturística ya sea a manera de llaveros, poleras, gorras u otros.

➤ **Equipamiento y adecuación de un baño para el personal del museo**

Es importante determinar y adecuar un pequeño espacio destinado a la incorporación de un baño que esté al servicio directo del personal encargado de la venta de tickets y souvenirs, sin descartar la utilización de éste servicio en algún momento por turistas extranjeros.

#### **1.4.6. ACTORES DEL PROYECTO**

➤ **Gobierno Municipal de Coroico**

El Gobierno Municipal tendrá la función de buscar financiamiento externo para la puesta en marcha de este programa, la adecuación de las diferentes salas de exposición, infraestructura habilitada para el museo y personal encargado de la atención, venta de tickets de ingreso y souvenirs.

➤ **Cooperativa de Café CENCOOP**

Las funciones a desarrollar por la Cooperativa de Café se centrarán principalmente en proporcionar la variedad de granos de café que usualmente se exportan y comercializan, donde se explicará por ejemplo el proceso de cosecha, seleccionando el café verde,



Maduro, sobre maduro y kolo dando a conocer el estado en el que deben estar los granos de café para ponerlos en el mercado; además de información respecto a los procesos de siembra y cosecha del café, control de plagas y procesos de exportación al extranjero.

#### ➔ Personal Contratado

Estará encargada de la atención del museo en cuanto a la venta de Tkt's de ingreso y souvenirs a manera de recuerdos de su participación en la actividad agroturística.

#### 1.4.7. PRESUPUESTO

DETALLE	MONTO EN BS.
Equipamiento Sala Introductoria	10.000.-
Equipamiento Sala Exposición de Café	10.000.-
Equipamiento Sala Exposición de Productos Varios	10.000.-
Equipamiento baño	1.015,66
Albañil (2) para la construcción y/o readecuación x dos meses	2.700.-
Pintura Latex Texturador Monopol (Gl)	105,22
Cerámica Esmaltada para el Piso	1.774,40
Museólogo x 3 meses	3.000.-
<b>TOTAL</b>	<b>38.595,28</b>

Se debe considerar que el pago al o la recepcionista del Museo debe ser mensual, determinándose el sueldo mensual de esta persona con un monto de Bs. 570.- por la venta de tickets de ingreso, además de la venta de souvenirs en horarios de oficina. Cabe resaltar que los turistas que compren el paquete turístico tendrán la visita al museo como complemento al tour en general y sin necesidad de hacer ningún pago adicional al del paquete.





El pago por éste servicio se lo realizará con el dinero que genere la venta del paquete agroturístico, para lo cual el responsable designado del Municipio de Coroico debe coordinar este pago con las familias que participan del desarrollo agroturístico.

#### **1.4.8. IMPACTO SOCIAL**

El beneficio a nivel social será de vital importancia para la revalorización de las costumbres y tradiciones propias del medio rural, que además posibilitará dar a conocer a los visitantes en general aspectos que hasta el momento no han sido aprovechados como la producción agrícola y el cotidiano vivir de las familias del área rural, sus costumbres y tradiciones como complemento a la oferta turística existente en el municipio. Otro aspecto importante se basa en que el dinero recolectado por medio de la venta de tickets de ingreso al museo y souvenirs se utilizará para mejorar la calidad de vida de las comunidades por medio de la realización de obras sociales como la ampliación de los servicios básicos entre otros.

#### **1.4.9. IMPACTO AMBIENTAL**

Por medio de la incorporación del museo agrícola que abrirá sus puertas al público en general, no sólo turistas sino también visitantes nacionales podrán conocer aspectos que hasta el momento son desconocidos, como el trabajo diario del campesino en sus plantaciones para obtener los diferentes productos que luego llegan a nuestros hogares, la variedad de semillas utilizadas, el modo de preparar la tierra y cuidarla para conservar sus nutrientes entre otros procesos, que nos permitirá tomar conciencia sobre la importancia de ser respetuosos y cuidar del medio ambiente que nos provee diferentes productos para nuestra alimentación diaria.

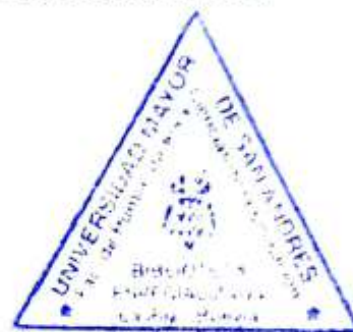


#### 1.4.10. CRONOGRAMA DE ACCIONES

ACTIVIDADES	1er Mes	2do Mes	3er Mes	4to Mes	5to Mes	6to Mes	7mo Mes	8vo Mes	9no Mes	10mo Mes
Obtener un espacio físico con la ayuda del municipio para la incorporación del museo agrícola	→									
Adecuar el espacio determinado para la división de las diferentes salas de exposición		→	→	→						
Equipar las salas de exposición					→	→				
Incorporar material de exposición en el museo agrícola							→	→		
Determinar y adecuar un espacio destinado a boletería y venta de souvenirs									→	
Incorporación de baños										→



## PROGRAMA 2: INCENTIVO AL FROTALECIMIENTO DE CAPACIDADES



- 2.1. PROYECTO: CAPACITACIÓN DE LOS COMUNARIOS COMO GUÍAS LOCALES
- 2.2. PROYECTO: CAPACITACIÓN PARA EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN
- 2.3. PROYECTO: CAPACITACIÓN PARA EL SERVICIO DE HOSPEDAJE



## **2.1. PROYECTO: CAPACITACIÓN DE COMUNARIOS COMO GUIAS LOCALES.**

### **2.1.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

Para la implementación de la nueva oferta “Agroturística” se realizará la capacitación de los comunarios que participarán directamente en el desarrollo del plan, mediante la prestación de los servicios del paquete turístico. La capacitación estará destinada a introducirlos en la actividad turística con conceptos, características, etc., pero a la vez se velará por capacitarlos en técnicas de manejo de grupos, primeros auxilios e idioma inglés como instrumentos importantes para su desempeño adecuado como guías locales.

### **2.1.2. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO**

Formar guías locales responsables del desarrollo agroturístico en sus comunidades, capaces de compartir con turistas extranjeros su cotidiano vivir, pero además preparados para poder resolver cualquier tipo de eventualidad en sus recorridos.

### **2.1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Introducir a los pobladores en temas turísticos para que desarrollen sus actividades de manera adecuada al ser ellos los directos responsables del desarrollo del agroturismo en sus comunidades
- ✓ Desarrollar habilidades en los pobladores que les permitan resolver diferentes situaciones por medio de la capacitación de primeros auxilios y manejo de grupos vitales para el desarrollo de sus actividades
- ✓ Brindar capacitación sobre el idioma inglés como herramienta fundamental para su comunicación e intercambio cultural con los turistas que visiten sus poblaciones



#### 2.1.4. METAS DEL PROYECTO

- Capacitar a los pobladores en temas turísticos y nociones de primeros auxilios en tres meses.
- Capacitación en cuanto a técnicas de manejo de grupos en un mes.
- Capacitación a los futuros guías locales en el idioma inglés de manera constante por el lapso de 16 meses.

#### 2.1.5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

##### ➤ **Capacitar a los pobladores en temas turísticos y nociones de primeros auxilios**

Donde se desarrollarán temas propios de la actividad turística, desde antecedentes, evolución en el tiempo, diversidad de modalidades turísticas entre otros; además de proporcionales nociones básicas de primeros auxilios, siendo éste un instrumento importante en caso de emergencias durante sus visitas.

##### ➤ **Capacitación en cuanto a técnicas de manejo de grupos**

Considerando que la capacitación en técnicas de manejo de grupos es otro instrumento importante, se capacitará a los pobladores en este sentido para brindarles seguridad y confianza en ellos mismos al momento de desarrollar los recorridos a las plantaciones.

##### ➤ **Capacitación en el idioma inglés**

Éste proceso tal vez es el más importante entre los módulos de capacitación para la formación de guías locales, pues de éste instrumento dependerá la comunicación adecuada entre los prestadores del servicio agroturístico (pobladores) y la demanda turística potencial durante toda la estadía de los turistas en las viviendas y plantaciones agrícolas.

En el desarrollo de los módulos de capacitación se fomentará la participación de los capacitados por medio de preguntas que permitan el intercambio de ideas en el grupo, además de promover una comunicación fluida y comprensible en público; el capacitador



estará siempre dispuesto a disipar dudas respecto a los temas explicados con el apoyo de material didáctico.

Los módulos de Capacitación a ser desarrollados serán los siguientes:

## **MÓDULO I: CAPACITACIÓN SOBRE TURISMO**

El modulo I de turismo tendrá básicamente los siguientes temas:

### **PARTE I**

#### **Conceptos Generales**

- ✓ ¿Qué es el Turismo?
- ✓ ¿A quienes llamamos turistas?
- ✓ Importancia del Turismo para el desarrollo de las Comunidades
- ✓ Clasificación del Turismo
- ✓ ¿Qué es Oferta Turística?
- ✓ Servicios Turísticos
- ✓ ¿Producto Turístico?
- ✓ ¿Qué es Demanda Turística?
- ✓ ¿Qué es un Paquete turístico?
- ✓ ¿Qué es un Tour?
- ✓ ¿Cuáles son los efectos negativos del Turismo?
- ✓ ¿Cuáles son los efectos positivos del Turismo?

### **PARTE II**

- ✓ Recursos turísticos
- ✓ Clasificación de los recursos
- ✓ Conciencia Turística
- ✓ Valoración Turística de los recursos
- ✓ Potencialidad
- ✓ Las corrientes turísticas



### PARTE III

- ✓ Marketing
- ✓ Elementos del Marketing
- ✓ Marketing Turístico
- ✓ Promoción Turística
- ✓ Desarrollo Económico
- ✓ Desarrollo Sostenible
- ✓ Desarrollo del Turismo Sostenible

## MÓDULO I: CAPACITACIÓN DE PRIMEROS AUXILIOS

### PARTE I

- ✓ Principios Generales
- ✓ Valoración del lesionado
- ✓ Examen de la Persona accidentada
- ✓ Aspectos importantes signos vitales.
- ✓ Respiración
- ✓ Temperatura
- ✓ Pulso y reflejo pupilar

### PARTE II

- ✓ Tratamiento de heridas y hemorragias
- ✓ Fracturas
- ✓ Tipo de Vendaje
- ✓ Picaduras y mordeduras
- ✓ Transporte de heridos
- ✓ Elementos importantes en un Botiquín
- ✓ Esguince y desgarre.



## **MÓDULO II: CAPACITACIÓN TÉCNICAS DE MANEJO DE GRUPO**

En este módulo se proporcionará conocimientos teóricos y prácticos sobre el tema de manejo de grupos y técnicas participativas que nos ayudaran en el desarrollo de la actividad del agroturismo.

### **PARTE I**

#### **Normas del comportamiento del Guía de turismo**

- ✓ Etimología
- ✓ Conceptos
- ✓ Diferencia entre viajeros y excursionistas
- ✓ Ética personal
- ✓ Las relaciones humanas y el turismo.

### **PARTE II**

#### **El guía de Turismo**

- ✓ Clasificación de Guías
- ✓ El guía ante el Turista
- ✓ Técnicas de manejo de grupos
- ✓ Técnicas de Oratoria y liderazgo

## **MÓDULO III: CAPACITACIÓN EN EL IDIOMA DEL INGLÉS**

El idioma inglés es muy importante para que los pobladores puedan ser capaces de comunicarse sin dificultad con turistas en su idioma luego de un tiempo relativamente largo de capacitación.

### **2.1.6. ACTORES DEL PROYECTO**

Los principales actores del proyecto serán los capacitadores (profesionales en las distintas áreas) y los capacitados (comunidad participante)





➤ **Profesionales en el área de Turismo**

- Técnico o Lic. en Turismo.
- Tener experiencia en trabajo de aula.
- Tener experiencia en cursos de capacitación en áreas rurales
- Tener conocimiento al menos básico del idioma Aymara.

➤ **Comunidades (como directas responsables del desarrollo de esta actividad)**

La capacitación se impartirá a los comunarios que se dediquen a la producción agrícola en las comunidades determinadas para que puedan encargarse directamente de desarrollar la actividad del agroturismo.

➤ **Entidades Financieras**

Gobierno Municipal de Coroico, encargado de brindar hospedaje a los profesionales responsables de la capacitación en el municipio, además de brindar ambientes del gobierno municipal para el desarrollo de los diferentes módulos de la capacitación, a llevarse a cabo los fines de semana para la asistencia de los comunarios.

- Institución FONDUR, encargado del apoyo a diferentes proyectos de desarrollo tanto en el área urbana como rural



## 2.1.7. PRESUPUESTO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL BS
Requerimiento de Materiales			
Hojas Bond en paquete de 500 hojas.	5	37	185.-
Catridge de impresora	1	400.-	400.-
Block de notas	45	5	225.-
Boligrafos	45	2	90.-
Lápices	45	0.50	22.5.-
Fólderes	50	1.50	90.-
Fotocopia de manuales	60	5	75.-
Diurex, CD's y otros.	Variado	150	150.-
Texto en Ingles	45	C/u 15.-	675.-
Grabadora	1	250	250
Refrigerio	45	3.50	157.5.-
Cartillas didácticas	1	250	2570
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>2820.-</b>

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL BS
Requerimiento de Recursos Humanos.			
-Profesional (Área de Turismo)	1	1500.- bs.	(2meses) 3000.
-Profesional (Área Manejo de grupos)	1	1500.-bs.	(1 mes) 1500.
-Profesional (Área primeros auxilios)	1	1500.-bs.	(1 mes) 1500.
Profesional(Área de idioma de Ingles)	1	1500.-	(2años y 4 meses) 42000.-
Viáticos para capacitadores	4	172.-x mes (capacitador)	5504.-
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>53504.-</b>



<b>Requerimiento de Materiales</b>	<b>2820.-</b>
<b>Requerimiento de Recursos Humanos.</b>	<b>53504.-</b>
<b>TOTAL</b>	<b>56324.-</b>

### **2.1.8. IMPACTO SOCIAL**

La relevancia social de la implementación de los diferentes módulos de capacitación dirigido a los pobladores del municipio de Coroico incentivara y desarrollara habilidades dentro de cada familia de los comunarios partícipes de la actividad turística, como a la organización y motivación para prestar el servicio del agroturismo, en el cual se reflejaran todos los conocimientos adquiridos mediante la capacitación para ofrecer servicios de calidad.



### 2.1.9. CRONOGRAMA DE ACCIONES

ACTIVIDADES	1er Mes	2do Mes	3er Mes	4to Mes	5to Mes	6to Mes	7mo Mes	8vo Mes	9no Mes	10mo Mes	11er Mes	12do Mes	13er Mes	14to Mes	15to Mes	16to Mes
Capacitación sobre Turismo - Primeros Auxilios	→															
Capacitación técnicas de manejo de grupo				→												
Capacitación en el idioma del inglés					→											



## **2.2 PROYECTO: CAPACITACIÓN PARA EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN**

### **2.2.1 DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

Por medio del proceso de capacitación en cuanto al servicio de alimentación, se resaltaré el rol importante que desempeña la mujer en las actividades cotidianas de la actividad agrícola, ya que la capacitación estará dirigida a las mujeres que se encargarán de la manipulación de los alimentos para preparar los alimentos que se ofrecerán a los turistas, además de darles a conocer las propiedades nutricionales de los alimentos a ser ofrecidos.

### **2.2.2. OBJETIVO DEL PROYECTO**

Lograr que la mujer como directa responsable de brindar el servicio de alimentación desarrolle habilidades en cuanto preparar menús variados con platos típicos del país y sea capaz de brindar una atención esmerada al o los turistas que formen parte del desarrollo de prácticas agroturísticas en sus plantaciones.

### **2.2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Promover la prestación del servicio de alimentación cuidando la limpieza en los ambientes para crear confianza en los turistas sobre los servicios que reciben
- ✓ Brindar el servicio de alimentación en la misma vivienda, manipulando los alimentos de manera adecuada
- ✓ Compartir conocimientos con los turistas respecto al modo de preparar platos tradicionales de la región que incorporen productos cosechados en sus mismas poblaciones

### **2.2.4. METAS DEL PROYECTO**

- ↓ Capacitar a la mujer como parte fundamental de la familia en temas referidos a la prestación del servicio de alimentación en tres meses.



### 2.2.5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

#### ↳ Capacitación para la prestación del servicio de alimentación

Tomando en cuenta que el papel de la mujer juega un rol muy importante en el desarrollo del plan agroturístico, se la capacitará en diferentes temas referidos a la prestación del servicio de alimentación como manipulación de los alimentos, higiene y elaboración de platos nacionales para contar con un menú variado durante la estadía de los turistas en sus viviendas, para lo cual se determinó una serie de módulos que serán desarrollados en todo el proceso de capacitación.

#### MODULO I

##### ↳ CAPACITACIÓN EN EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

- ✓ La calidad del Servicio
- ✓ Características del personal para brindar Servicios de calidad
- ✓ Ambientes y equipos para el servicio de alimentación
- ✓ Elaboración de platos típicos variados.
- ✓ Higiene y manejo de alimentos
- ✓ Higiene de los ambientes
- ✓ Manejo de la Basura
- ✓ Técnicas de atención al cliente

### 2.2.6. ACTORES DEL PROYECTO

#### ↳ La Población del Municipio (Las mujeres del grupo familiar)

Participaran en los programas de capacitación las mujeres de los grupos familiares de las comunidades, ya que es un grupo humano importante para el desarrollo del servicio de calidad en el desarrollo de las prácticas agroturísticas.

#### ↳ Profesionales en el Área de Alimentación

Los Profesionales tienen un rol importante en el desarrollo de la capacitación a las mujeres que formarán parte de éste proceso, quienes incentivarán su creatividad en cuanto a



la presentación de los diferentes platos de manera atractiva y a la vez agradables, que satisfagan al turista que llegara a su vivienda, creando confianza al momento de servirse los alimentos preparados por ellas.

### Perfil del profesional

- Deberá tener estudios en el área de nutrición y alimentación.
- Ser titulado o egresado de un instituto superior de estudios.
- Tener experiencia en trabajo de aula.
- Tener experiencia en cursos de capacitación en áreas rurales
- Tener conocimiento al menos básico del idioma Aymara.

### ↳ Entidades Financieras

Actualmente el Municipio de Coroico cuenta con Instituciones privadas que ayudan al desarrollo del municipio en diferentes áreas, mismas en las que se buscará apoyo para que sea posible la capacitación.

### 2.2.7. PRESUPUESTO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL BS
Requerimiento de Materiales			
- Fotocopias de manual de Prest. SS Alimentación.	18	10	180
- Marcadores de agua	12	3.50	42
- Pliegues de papel Sábana	50	1	50
Cuaderno para apuntes	45	5	225
Insumos y Viveres (prácticas – Cocina Nacional)	Variado	400	400
Cocina	1	700	700
Utensilios de Cocina	Variado	400	400
<b>TOTAL</b>			<b>1997.-</b>



Requerimiento de Recursos Humanos.	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL BS
- Chef Profesional	1	1500.-	(3 mese) 4500.-
Viáticos para capacitadores	1	172.-	516.-
<b>TOTAL</b>			<b>5016.-</b>
<b>TOTALES</b>			<b>7013.-</b>

### 2.2.8. IMPACTO SOCIAL

La relevancia social de la implementación de los diferentes módulos de capacitación dirigida a las mujeres del área rural que formen parte del desarrollo agroturístico, es el hecho de que se incentivarán y desarrollarán habilidades en ellas, capaces de satisfacer las expectativas turísticas en cuanto a la alimentación que se les brinda y la variedad de platos típicos característicos del país y de la región que tendrán la posibilidad de degustar.

### 2.2.9. IMPACTO AMBIENTAL

Se revalorizará la siembra de productos agrícolas tradicionales que actualmente se han visto reemplazadas por la producción masiva de la hoja de coca, por medio de la elaboración de mermeladas artesanales y variedad de postres y platos típicos con productos cosechados en las plantaciones agroturísticas.

### 2.2.10. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	1er Mes	2do Mes	3er Mes
Capacitación en el servicio de alimentación			





## **2.3. PROYECTO: CAPACITACIÓN PARA EL SERVICIO DE HOSPEDAJE**

### **2.3.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

Mediante la capacitación en el servicio de hospedaje los comunarios conocerán las características básicas de un hospedaje, las condiciones mínimas que se que deben cumplir, y las funciones que deben desempeñar para la prestación de este servicio, teniendo conocimiento de cómo deben mantener la infraestructura destinada a brindar el servicio de hospedaje, su trato con el turista, resaltando que la limpieza en la prestación de este servicio es fundamental para el disfrute del turista en su descanso diario.

### **2.3.2. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO**

Contar con personal capacitado en cuanto al servicio de hospedaje, capaz de hacerse cargo de manera responsable y cuidando aspectos como la limpieza en la infraestructura turística destinada a brindar el servicio de hospedaje a los turistas que desarrollen actividades agroturísticas, posibilitando un mayor disfrute turístico en el área rural.

### **2.3.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Dar a conocer la importancia de la higiene y mantenimiento constante de la infraestructura agroturística como principal herramienta para el desarrollo de sus actividades
- ✓ Desarrollar actividades que posibiliten reciclar basura de manera que no se dañe el medio ambiente promoviendo el desarrollo sostenible de la actividad agroturística

### **2.3.4. METAS DEL PROYECTO**

- ↘ Capacitar a los pobladores encargados de brindar el servicio de hospedaje en sus viviendas, en temas referidos a los insumos básicos con los que deben contar las viviendas, la higiene de los espacios y tratamiento de la basura un mes.



### 2.3.5. DESCRPCIÓN DE ACTIVIDADES

#### ↳ Capacitación para brindar el servicio de hospedaje

Donde se desarrollarán temas dirigidos a la prestación de éste servicio de manera adecuada, las actividades a realizar para brindar un servicio de calidad, la higiene y mantenimiento de la infraestructura de hospedaje entre otros, para lo cual a continuación se desarrolla el módulo por medio del cual se realizará este proceso de capacitación.

### MODÚLO I

#### CAPACITACIÓN EN EL SERVICIO DEL HOSPEDAJE

- ✓ La importancia del hospedaje en la actividad turística
- ✓ Condiciones de un hospedaje
- ✓ Calidad del Servicio hospedaje
- ✓ Atención al Cliente
- ✓ Cualidades del hospedaje
- ✓ Mantenimiento del hospedaje
- ✓ Manejo y tratamiento de la basura
- ✓ Higiene de los ambientes

### 2.3.6. ACTORES DEL PROYECTO

#### ↳ Población rural

Los directos responsables de brindar el servicio de hospedaje mediante la capacitación son los pobladores pertenecientes a las comunidades que formarán parte del desarrollo agroturístico.

#### ↳ Profesionales en Administración Hotelera

Encargados de transmitir sus conocimientos en el desempeño adecuado de las funciones que se deben cumplir para brindar el servicio de hospedaje higiénicamente, estando al tanto de la provisión permanente de insumos como sábanas, toallas, jaboncillos, entre otros, que posibiliten un mejor disfrute de los turistas en las plantaciones agrícolas.



### Perfil del profesional

- Técnico o Lic. De la Escuela Hotelera.
- Tener experiencia en trabajo de aula.
- Tener experiencia en cursos de capacitación en áreas rurales
- Tener conocimiento al menos básico del idioma Aymara.

### ↪ Entidades Financieras

Se buscara financiamiento en las entidades que colaboran en diversas actividades en el municipio y en cuanto a la capacitación.

### 2.3.7. PRESUPUESTO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL BS
<b>Requerimiento de Materiales</b>			
Fotocopia de manuales	18	8	144.-
Refrigerio	18	3.50	63.-
Cartillas didácticas	1	250	250
<b>TOTAL</b>			<b>457.-</b>
<b>Requerimiento de Recursos Humanos.</b>			
Profesional en hotelería	1	1500.-	1500.-
Viáticos para capacitadores	1	172.-	172.-
<b>TOTAL</b>			<b>1672.-</b>
<b>TOTALES</b>			<b>2129.-</b>



### 2.3.8. IMPACTO SOCIAL

La relevancia social en el proceso de capacitación para el servicio de hospedaje radica en que los pobladores serán capaces de desarrollar acciones dirigidas a conservar y mantener la infraestructura agroturística para un mejor disfrute turístico en las plantaciones agroturísticas.

### 2.3.9. IMPACTO AMBIENTAL

Por medio de este proceso de capacitación, se promoverá el desarrollo del tratamiento de basura generada en las plantaciones agrícolas buscando reciclar elementos que puedan dañar el medio ambiente y conservar los espacios naturales tanto en los senderos de interpretación como en las viviendas agroturísticas, tomando conciencia de la importancia de la higiene en el desarrollo de todas las actividades.

### 2.3.10. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	1er Mes	2do Mes	3er Mes
Capacitación en el servicio de hospedaje	→		



### **PROGRAMA 3: INCORPORACIÓN DEL AGROTURISMO DENTRO DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL**

**3.1. PROYECTO: PROMOCIÓN DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO**

**3.2. PROYECTO: COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO**



### **3.1. PROYECTO: PROMOCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

#### **3.1.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

Una vez diseñado el producto agroturístico, es necesario darlo a conocer a la demanda potencial turística, a través de medios masivos de comunicación como internet donde se dé a conocer como una nueva actividad turística, con servicios bien planificados y de calidad, que nos van a permitir la comercialización del producto turístico a los nichos de mercado ya establecidos.

#### **3.1.2. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO**

Promocionar la actividad del agroturístico como una nueva actividad dentro de la oferta turística de Coroico, para asegurar el interés y la venta del producto en el mercado turístico actual.

#### **3.1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Elaborar paquetes turísticos que se adecúen a las diferentes épocas de preparado de la tierra, siembra y cosecha, para un mejor aprovechamiento de la infraestructura agroturística
- ✓ Diseñar la identidad corporativa del producto agroturístico por medio del cual se lanzará esta nueva oferta turística al mercado nacional actual
- ✓ Proponer la elaboración de la página web del producto agroturístico promoviendo la interacción del turista con los responsables de brindar el servicio de manera activa

#### **3.1.4. METAS DEL PROYECTO**

- Elaboración del Paquete Agroturístico en dos meses
- Diseño de la identidad corporativa en tres meses
- Elaboración de una página Web en tres meses
- Elaboración de trípticos y folletos en dos meses
- Video/documentales en cuatro meses
- Diseño y elaboración de souvenirs en 2 meses



### **3.1.5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

#### **➤ Elaboración del paquete agroturístico**

Para la elaboración del paquete agroturístico se realizará un trabajo de campo en las plantaciones agrícolas involucradas para diseñar el recorrido por las mismas en los senderos ya determinados, los tiempos en el recorrido y las actividades a desarrollar diariamente, además de establecer el precio de venta del producto.

#### **➤ Diseño de la Identidad Corporativa**

El diseño de la Identidad Corporativa es el primer aspecto a desarrollar para darnos a conocer dentro del mercado turístico, y con el tiempo posicionarnos una imagen clara que resuma todo lo que es la actividad del agroturismo y nos ayude a captar la atención y reconocimiento del turista dentro de la oferta actual. Esta identidad corporativa deberá estar impresa en todo el material de promoción como trípticos, folletos, videos, etc., como parte fundamental para apoyar a la actividad de marketing del producto.

#### **➤ Elaboración de una Página Web**

La elaboración de la página web, nos permitirá llegar a la demanda potencial de manera rápida y segura, por medio de la cual se brindará información sobre los servicios que se ofrecen para el desarrollo del Agroturismo en Coroico, actividades a desarrollar, características, beneficios, precios, además de brindar la posibilidad de hacer consultas con los proveedores del servicio y reservas para participar del agroturismo desde cualquier parte del mundo.

#### **➤ Elaboración de Trípticos y Folletos**

Se realizará el diseño del material de promoción compuesto por trípticos, folletos que al igual que la página web, contarán con información sobre el paquete turístico, los servicios, características, contactos y precios que serán distribuidos en las diferentes



agencias de viaje, para llegar a la demanda turística que acude a los diferentes operadores de turismo en búsqueda de actividades nuevas de interés turístico.

➤ **Video/documentales**

La elaboración de video/documentales deberá realizarse de manera profesional, determinando un tiempo de duración no mayor a los 20 ó 30 minutos, música ambiente, participación de una persona encargada de la explicación de las características del servicio, recorrido por los senderos agroturisticos habilitados, infraestructura al servicio del turista, beneficio y experiencia de esta actividad y sobre todo reflejar la posibilidad de estar en contacto con la naturaleza y participar de todo el proceso agrícola, como experiencia única capaz de satisfacer las necesidades de recreación y ampliar los conocimientos del turista, a un precio accesible y con servicios de calidad.

➤ **Diseño y elaboración de souvenirs**

Se diseñará modelos de souvenirs (llaveros, poleras), con la identidad corporativa del agroturismo, que posteriormente serán elaborados y comercializados en un espacio determinado al interior del Museo Agrícola como un recuerdo de su participación en la actividad agroturística del municipio.

➤ **Participación en diferentes ferias de turismo a nivel local y nacional**

Se promoverá la participación de los responsables del desarrollo agroturístico en diferentes ferias de turismo para posibilitar la comercialización del producto directamente, además de ser un medio interesante para la promoción de esta actividad en diferentes áreas a nivel local y nacional.





### 3.1.6. ACTORES DEL PROYECTO

#### ➔ Profesional en turismo

Encargado de diseñar el paquete agroturístico, itinerarios, servicios que incluye el paquete y determinar el precio de venta tanto para la comercialización directa como indirecta del producto.

#### ➔ Empresa de publicidad y marketing

Se determinará la empresa encargada de la elaboración de la identidad corporativa de la actividad del agroturismo, seleccionando la mejor propuesta, como respuesta a la presentación de varias ofertas solicitadas bajo licitación pública, entrando en consenso entre el Gobierno Municipal de Coroico, Cooperativa de Café CENCOOP, y uno a dos representantes de las comunidades involucradas en éste proceso.

#### ➔ Empresa dedicada al diseño de páginas web

Ésta institución, estará encargada del diseño y funcionamiento de la página web de la actividad del agroturismo, siendo responsable del funcionamiento adecuado en la red y posibilitando el llegar a turistas interesados en esta actividad en cualquier parte del mundo.

La traducción de la página al inglés, estará a cargo de un profesional en el área del turismo que además tenga conocimiento del idioma y terminología técnica, posibilitando llegar no sólo a turistas latinos, sino a distintos mercados donde el idioma principal es el inglés.

#### ➔ Unidad de Turismo

La Unidad de Turismo en coordinación directa con el Gobierno Municipal y Prefectura de Coroico, será la responsable del diseño y elaboración del material de promoción (trípticos, folletos, video/documentales y souvenirs), que serán distribuidos en



las diferentes agencias y tour operadores de turismo, como parte fundamental de la promoción de la actividad del agroturismo.

Otra función importante será la de asegurar la presencia y participación de representantes de la actividad agroturística en el municipio, en diferentes ferias de turismo a nivel local y nacional que contribuyan a promocionar esta nueva modalidad de turismo desarrollada en el Municipio.

#### ➤ **Tour Operadores**

Tendrán la función de promocionar esta nueva actividad en el sector turístico por medio de información, facilitar el acceso al material de promoción elaborado (folletos, trípticos), y venta del producto turístico, servicio por el cual se brindará beneficios a la agencia a manera de comisiones, mismas que serán determinadas por los directos responsables del desarrollo agroturístico.

#### ➤ **Líneas Aéreas (A modo de auspicios en material de promoción)**

La participación de las líneas aéreas encargadas de brindar el servicio de vuelos nacionales será de vital importancia, puesto que por medio de ellas se procederá a proyectar el video/documental de la actividad agroturística en el Municipio de Coroico, que no tendrá una duración mayor a los 20 - 30 minutos, para llegar a la demanda no sólo de turistas extranjeros sino nacionales interesados en experimentar las vivencias diarias de los comunarios dedicados a la agricultura y estar en contacto con la naturaleza.

Para la difusión de estos video/documentales, se deberán hacer convenios con las diferentes aerolíneas y el Municipio de Coroico, que a manera de auspicios, permitan la difusión de estos videos en sus vuelos diarios.



### ↘ **Transporte interdepartamental (Terrestre)**

Gracias al apoyo de convenios entre el Municipio de Coroico y los prestadores de este servicio, se podría difundir el video/documental de la actividad agroturística en el trayecto de viajes interdepartamentales con la finalidad también de dar a conocer a la demanda turística potencial sobre el desarrollo de esta actividad en el municipio de Coroico; posteriormente se recomienda conseguir el apoyo de transporte terrestre internacional (Arica, Iquique, Cuzco entre otros) que posibiliten acceder a segmentos turísticos importantes.

### ↘ **Medios de Comunicación Masivo**

Es de vital importancia coordinar con el Canal de Televisión Estatal (Canal 7), la transmisión del video promocional de la actividad del agroturismo en Coroico siendo un canal transmitido a todo el mundo por medio de TV Cable, por el cual será mucho más rápido llegar a la demanda turística interesada en la realización de este tipo de actividad en el área rural.

### ↘ **Entidades Financieras del Proyecto**

- ✓ Gobierno Municipal, para la grabación del video/documental del agroturismo en el municipio, además del financiamiento para la participación de los responsables del agroturismo en diferentes ferias de promoción turística.
- ✓ Buscar financiamiento en empresas privadas para la elaboración de trípticos, folletos y souvenirs de la actividad agroturística.
- ✓ Búsqueda de financiamiento externo en instituciones como USAID Bolivia, que posibiliten la creación de la identidad corporativa del agroturismo y la página web como medio de promoción masivo de la actividad.



### 3.1.7. PRESUPUESTO

DETALLE	COSTO EN Bs.
Diseño de la Identidad Corporativa	1.500.-
Elaboración de la Página Web	
Proveedor de Hosting y Dominio Bs. 200.- (Anual)	
Desarrollo de la Pág. Web \$u\$. . 250.- (Bs. 1750)	1.897.-
Casilla de Correo \$u\$. 6.- (Mes = Bs. 42)	
Mantenimiento \$u\$. 15.- (Trim. = Bs. 105)	
Diseño y elaboración de Material de Promoción	
Tripticos Bs. 500.-	2.500.-
Folletos Bs. 500.-	
Souvenirs Bs. 1500.-	
Elaboración de video/documentales	
Filmación de DVD - VHS Bs. 600.-	
Otros Gastos Bs. 221.-	Bs. 821.-
Presencia en Ferias de Turismo	
Viáticos	Bs. 1.000.-
<b>TOTAL</b>	<b>Bs. 7.718.-</b>

### 3.1.8. IMPACTO SOCIAL

Los resultados esperados por medio de la puesta en marcha del Proyecto de Promoción del Producto Turístico son principalmente el formar parte de la oferta turística actual a nivel nacional y posteriormente, ser reconocidos en el extranjero con una actividad capaz de competir con otros destinos turísticos de similares condiciones en cualquier parte del mundo, además de incrementar las ventas.



### 3.1.9. CRONOGRAMA DE ACCIONES

ACTIVIDADES	1er Mes	2do Mes	3er Mes	4to Mes	5to Mes	6to mes	7mo Mes	8vo Mes	9no Mes	10mo Mes	11e Mes	12do Mes
Elaboración del paquete turístico	→											
Diseño de la identidad corporativa		→										
Elaboración de una página Web					→							
Elaboración de trípticos y folletos							→					
Elaboración de Video / documentales								→				
Diseño y elaboración de souvenirs											→	



### **3.2. PROYECTO: COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

#### **3.2.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO**

Sólo cuando se inicie el proceso de comercialización del producto, se verá el resultado de meses de planificación, capacitación, implementación y/o readecuación de infraestructura y promoción, siendo el resultado esperado por todos los colaboradores y responsables de la actividad agroturística; la estrategia de comercialización permitirá la venta directa e indirecta del producto que generará beneficios a las comunidades partícipes de su desarrollo, siendo ésta la única manera de determinar si el producto agroturístico es atractivo para la demanda turística.

#### **3.2.2. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO**

Comercializar el producto agroturístico directa o indirectamente, gracias a todo el proceso de promoción para captar mayores ingresos económicos que beneficien a las comunidades responsables del agroturismo en el área rural de Coroico

#### **3.2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Promover la comercialización del producto agroturístico en el departamento de La Paz por medio de agencias operadoras de turismo que posibiliten comercializar el producto agroturístico a nivel departamental posteriormente
- ✓ Ampliar la comercialización del producto agroturístico por medio de la promoción de esta actividad vía internet que nos permita llegar a la demanda turística potencial

#### **3.2.4. METAS DEL PROYECTO**

- ↓ Comercializar el producto turístico a los tres meses de la implementación y puesta en marcha de la actividad agroturística



### **3.2.5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

#### **➤ Comercialización del Producto Turístico**

La comercialización del producto turístico se realizará de la siguiente manera: De forma directa por medio del personal encargado de la atención del museo agrícola y de forma indirecta, a través de las diferentes empresas prestadoras de servicios turísticos (Agencias de Viaje y Tour Operadores) en primera instancia de la ciudad de La Paz y posteriormente de los distintos departamentos del país.

#### **➤ Incrementar la venta del Producto Agroturístico**

Se buscará ampliar las ventas del producto agroturístico al año de iniciadas las actividades por medio de la asistencia a ferias internacionales de turismo, donde el principal objetivo será el de ampliar la demanda turística específica interesada en la participación de la actividad del agroturismo.

### **3.2.6. ACTORES DEL PROYECTO**

#### **➤ Pasante y/o contrato de un profesional de la Carrera de Turismo de la U.M.S.A.**

La comercialización directa del producto turístico estará a cargo de un profesional o egresado de la Carrera de Turismo en el pueblo de Coroico, que a su vez, estará encargado de la revisión periódica del correo electrónico destinado a responder inquietudes o solicitud de turistas que visiten la página web de promoción del agroturismo, además del control mensual de las actividades agroturísticas desarrolladas en las plantaciones agrícolas; por la prestación de éste servicio se procederá a cancelar un monto determinado a modo de sueldo mensual al responsable del desempeño de éstas funciones.



### ➤ **Tour Operadores y/o Agencias de Viaje y Turismo**

Los prestadores de servicio de la actividad turística, serán los responsables de la comercialización indirecta del producto agroturístico, servicio por el cual recibirán un incentivo a manera de comisiones.

### ➤ **Entidades Financieras del Proyecto**

- ✓ Gobierno Municipal de Coroico, encargado de cancelar el sueldo mensual al profesional en turismo encargado de la comercialización o venta directa del paquete agroturístico.
- ✓ Búsqueda de financiamiento externo, destinado al fomento de la participación de él o los responsables del producto agroturístico a ferias internacionales de turismo. (Viáticos)

#### **3.2.7. PRESUPUESTO**

<b>DETALLE</b>	<b>MONTO EN BS.</b>
Pago de Sueldo mensual	1.000.--
<b>TOTAL</b>	<b>1.000.-</b>

No se puede determinar el costo de viáticos para la asistencia a Ferias Internacionales de Turismo, ya que éste es un costo variable que depende del tiempo de estadía en el destino, la distancia, el requerimiento específico de la participación de personas (2, 3 o más personas), temporada alta o baja en el año en la venta de boletos aéreos entre otros.

#### **3.2.8. IMPACTO SOCIAL**

El resultado de la comercialización directa o indirecta del producto turístico, tendrá como resultado el incremento de los ingresos económicos percibidos por los comunarios dedicados a la agricultura, siendo una posibilidad de mejorar su calidad de vida al desarrollar esta actividad como complemento a la actividad agrícola.





Las empresas de turismo encargadas de la comercialización del producto turístico serán también beneficiadas al captar ingresos económicos a manera de comisiones por el servicio prestado.

El municipio de Coroico será beneficiado de manera indirecta, al promoverse el ingreso de divisas al municipio y reactivar la economía local.

### 3.2.9. CRONOGRAMA DE ACCIONES

ACTIVIDADES	1 - 3 Meses	4 - 6 Meses	7 - 9 Meses	10 - 12 Meses	13 - 15 Meses	16 - 18 Meses	19 - 21 Meses	22 - 24 Meses	25 - 27 Meses	28 - 31 Meses
Comercialización del Producto Agroturístico		→								
Incremento en las Ventas					→					



## CONCLUSIONES

Coroico es un municipio con gran diversidad en cuanto a riqueza natural y cultural que le brindan la posibilidad de desarrollar actividades diversas aprovechando éste potencial turístico, que junto con la declaratoria de Primer Municipio de Desarrollo Turístico en el país es capaz de captar la atención de turistas extranjeros y nacionales quienes se interesan por visitar el municipio para adquirir nuevas experiencias en un área con características únicas y clima cálido.

Es importante resaltar que la planificación en el desarrollo de cualquier actividad de interés turístico debe ser un aspecto fundamental para coordinar acciones encaminadas no sólo a contribuir al desarrollo de la actividad turística, sino que promuevan el bienestar y desarrollo de los pueblos involucrados sin dañar el medio natural en el que viven y teniendo la posibilidad de ya sea directa o indirectamente captar ingresos económicos adicionales para el sustento de sus familias.

Es necesario orientar a las comunidades rurales sobre los beneficios socioeconómicos y de conservación que implica el turismo, pero además de ello deben tener conocimiento de que toda actividad turística también puede tener aspectos negativos como la pérdida de sus tradiciones (aculturación), impacto ambiental y sobrecarga turística que podrían resultar desventajosas para su desarrollo; es por esta razón que es importante que tengan conocimiento de que son ellos los responsables del desarrollo agroturístico en sus comunidades y el componente primordial para el desarrollo de un turismo participativo, organizado y respetuoso con el medio ambiente y la cultura local como principales atractivos de interés turístico.

Cabe resaltar que para el desarrollo adecuado de esta nueva modalidad de turismo, la infraestructura básica y los servicios turísticos son un factor determinante para la visita de turistas interesados en participar del agroturismo, servicios que deben ser



complementados con la capacitación de los recursos humanos, capaces de brindar servicios de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de los turistas.

El crecimiento constante de la demanda turística interesada por prácticas en contacto con la naturaleza (conclusión a la que se llegó por medio del proceso de encuestas a los turistas que visitan el municipio), nos permite determinar que Coroico como atractivo turístico, responde a las necesidades e intereses de la demanda turística actual por lo que es importante el diversificar la oferta turística aprovechando en éste caso las plantaciones agrícolas en el medio rural, para promover el disfrute turístico en el medio natural y fomentar el incremento del gasto y pernocte turístico para beneficio de las comunidades.

El Agroturismo como nueva modalidad de desarrollo en nuestro país, es una alternativa para el crecimiento de las comunidades y del sector turístico en su conjunto, que promueve el desarrollo participativo, viable y rentable en el tiempo, posibilitando considerar su incorporación en la oferta turística no sólo del municipio de Coroico, sino también a nivel departamental y nacional.

Apostar por el desarrollo del agroturismo rural es una opción de desarrollo para los pueblos y la mejor manera de satisfacer las necesidades de una demanda turística creciente interesada por compartir costumbres y tradiciones características de los pobladores del medio rural y en contacto con la naturaleza.



## RECOMENDACIONES

- ❖ Lo importante para el desarrollo turístico de las comunidades no sólo es contar con atractivos turísticos únicos, sino tener ideas innovadoras y bien planificadas que junto con el atractivo natural o cultural de los pueblos, se convierta en un atractivo de interés motivando la visita de turistas nacionales y extranjeros.
- ❖ Para captar una mayor afluencia turística es necesario conocer la demanda, sus gustos y preferencias, sus necesidades básicas para de acuerdo a ellas, planificar acciones dirigidas a desarrollar o mejorar actividades turísticas atractivas e interesantes para su disfrute.
- ❖ Es necesario también hacer un análisis sobre los puntos fuertes y débiles que forman parte de todo destino turístico, para desarrollar acciones encaminadas a sacarle el máximo provecho a lo positivo del destino turístico y corregir los aspectos negativos como la mejora en la prestación de los servicios y la ampliación de los servicios básicos.
- ❖ Al momento de crear un nuevo producto turístico es necesario analizar aspectos referidos al tipo de recursos turísticos con los que cuenta el lugar, la infraestructura básica, servicios y equipamiento turístico existente, la accesibilidad para llegar a los atractivos, crear una imagen turística y determinar un precio de venta del producto.
- ❖ El éxito o el fracaso en el desarrollo del turismo en las comunidades va a depender del proceso de planificación de las acciones a desarrollar, tomando en cuenta no sólo el desarrollo turístico, sino la participación de las poblaciones locales y la protección y conservación del medio ambiente y el paisaje natural.
- ❖ Es importante fomentar la participación de las comunidades para que comprendan qué es la actividad turística, sus ventajas y desventajas; su participación en la toma de decisiones para que se beneficien del turismo evitando tensiones entre los comunarios y los turistas, para que sean capaces de adaptarse poco a poco a la actividad turística y acepten los cambios; sólo de esta manera se asegurará el desarrollo de la actividad turística de manera coordinada y para beneficio de todos.



- ❖ Es importante no olvidar que sólo desarrollando actividades en el marco del desarrollo sostenible y respeto por la cultura local y el medio ambiente, podremos asegurar el disfrute de estos atractivos por las generaciones venideras.



## BIBLIOGRAFÍA

- **ALIAGA**, Reguerin Javier Reynaldo y otros. “Manual de Educación Ambiental como Estrategia de Eco-Hotelaría para los responsables de la Administración de Establecimientos de Hospedaje de Coroico” Proyecto de Grado. Carrera de Turismo. U.M.S.A. 2004. La Paz, Bolivia.
- **AGUILAR**, MARIA JOSE y otros. “Como elaborar un Proyecto”, 6ª. Ed. Ed., Editorial LUMEN/MANITAS, Buenos Aires Argentina, 2004.
- **BID**. “Proyecto de desarrollo: Planificación, Implementación y control”. La Paz, Bolivia. 2004.
- **BULLÓN**, Roberto C. “Planificación del Espacio Turístico”. Ed. Trillas, 2ª Edición, México 1994.
- **CAMACHO**, Pinto Jacqueline. “Educación Ambiental del PROMIC, una Experiencia Comunicacional”. Tesis U.C.B. 1997, La Paz – Bolivia.
- **CHÁVEZ**, de la Peña Jorge. “Ecoturismo como Estrategia para el Desarrollo Regional Sustentable”. Noviembre, 1997. México.
- **CASASOLA**, Luis. “Turismo y Ambiente”. Editorial Trillas. Primera Edición. Agosto 1990. México.
- **CRESPO**, Callao J. Renato. “Diccionario de Términos Ambientales”. Editorial CESU. 1999.
- **CORRERÍO**, M. Vicén, “Diccionario de Términos Ecológicos”. Ed. Paraninfo. Magallanes, Madrid. 1996.
- **DE LA BORDA**, Crespo Ligia Eliana, “Diseño de una estrategia institucional de capacitación para proyectos rurales de saneamiento básico”. Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Sociología. La Paz, Bolivia, 2000.
- **DURSTON**, John. “La Participación Comunitaria en la Gestión Rural”. División de Desarrollo Social. CEPAL. Santiago, Chile. 2003



- **ESPINOZA, G. y otros.** "Percepción de los Problemas Ambientales en las Regiones de Chile". Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA). 1994.
- **ESPINOZA, Mario,** "Dinámica de Grupos Juveniles". Ed. Humanitas. 1982.
- **FIGUEROLA, Palomo Manuel,** "Manual para el Estudio de la Economía Turística en el Ámbito Macroeconómico". Madrid, España. 1992
- **GURRÍA, Di-Bella Manuel.** "Turismo Moderno de Orientación Ecológica, un Caso de Estudio en Colombia. Estudios y Perspectivas en Turismo". Vol. 5, N° 4. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires. Octubre, 1996.
- **GURRÍA, Di-Bella Manuel.** "El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo". Presentado en la Cuarta Feria Ecoturística y de Producción. 23 Julio, 2000.
- **HERNANDEZ, Díaz Edgar Alfonso.** "Planificación Turística". Ed. Trillas. México 1998.
- **HERNÁNDEZ, Sampieri Roberto y otros.** "Metodología de la Investigación". Ed. Nomos. Segunda Edición. Colombia. 1999.
- **MUNICH, Lourdes y otros,** "Metodología de la Investigación para Administración e Ingeniería". Ed. Trillas. México. 1988.
- **MENDEZ, Álvarez. Carlos.** "Metodología, guía para la elaboración de investigación en Ciencias Económicas, Contables y Administrativas" Editorial Mc Graw Hill, Bogotá, 1988,
- **MINISTERIO DE DASARROLLO SOSTENIBLE Y PLANIFICACIÓN.** "Guía de Capacitación en Gestión de Calidad Ambiental". Julio de 2001. La Paz, Bolivia.
- **MANRIQUE, R. Alfredo.** "Participación Comunitaria en Colombia". Editorial DIKE; Tercera Edición. Medellín, Colombia. 1998.



- **MALDONADO, Carlos** "Potenciando redes de turismo Comunitario Sostenible en América Latina". Foro Internacional de Turismo. Febrero 2004.
- **MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN.** Viceministerio de Turismo. "Manual de Gestión Turística a nivel Local". La Paz, Bolivia. 2001.
- **NACIONES UNIDAS** (Departamento de información económica, social y análisis de políticas, división de estadística), "Recomendaciones sobre estadísticas del turismo", ed. Naciones Unidas, Nueva Cork, 1994,
- **NAMAKFOROOSH, Nashi.** "Metodología de la Investigación", Ed. Limusa S.A. México, 1987.
- **NOVO, Valencia Gerardo.** "Diccionario general de turismo". Ed. Diana. Pág. 184.
- **PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE COROICO (PDM) 2006 – 2001.**
- **PEÑARANDA, Marín Carlos,** "La Realidad no Oficial del Turismo en Bolivia", Impreso en Artes Gráficas Sagitario. La Paz, Bolivia. 2003.
- **RIVEROS, S. Hernando y otros.** "El Agroturismo, una Alternativa para Revalorizar la Agroindustria como Mecanismo de Desarrollo Local". Documento Técnico. Junio 2003.
- **RUSCHMANN, D. V. M.** "Gestión de la Capacidad de Carga Turística – recreativa como Factor de Sostenibilidad Ambiental – el Caso de la Isla Joao da Cunha". In: Lage, B. H. G.; Milone, P. C., (orgs.). Turismo: teoría y Práctica. Sao Paulo: Atlas. 2000.
- **RIVAS, Rivera Felipe Atilio.** "Agroturismo, una alternativa para el Desarrollo Económico de la Zona Rural". Foro: Fomento al Ecoturismo como Herramienta de Desarrollo Económico. Asamblea Legislativa, Chalatenango, 28 de Junio de 2002.





- **RODRÍGUEZ, Roberto**, "Capacitación en el área laboral". Ed. Ital Perú S.A., Lima, Perú, 1979.
- **REVISTA "Presupuestos y Construcción – Guía de Productos y Servicios"**. Año: 18. N° 44. Noviembre 2007 – Febrero 2008.
- **SALAZAR, Salamanca Gabriela**. "Chirca Atractivo Turístico en Sud Yungas"; Bolivia 1995.
- **TÉLLEZ, José Rodolfo**. "Legislación Turística". La Paz, Bolivia. 2002.
- **TORRE, Padilla Oscar de la**. "Turismo Fenómeno Social". México, 1980.
- **VICEMINISTERIO DE TURISMO**. Cartilla: "Principales Indicadores de la Actividad Turística". La Paz, Bolivia.
- **VICEMINISTERIO DE TURISMO**. Evaluación rápida de turismo sostenible". La Paz, Bolivia. Julio 1999
- **VERARDI, Fialho Marco Antonio**. "Turismo Rural y el Empleo no Agrícola: El caso de la Ruta de Dois Irmaos. Rio Grande do Sul – Brasil". Documento Técnico. 2003.
- [www.conam.gob.pe](http://www.conam.gob.pe)
- [www.redesma.org](http://www.redesma.org)
- [www.cnice.mecd.es/eos/materialeseducativos/mem/pronatura/sostenib](http://www.cnice.mecd.es/eos/materialeseducativos/mem/pronatura/sostenib)
- [www.sdgateway.net/introsd/es\\_characteristics.htm](http://www.sdgateway.net/introsd/es_characteristics.htm)
- [www.colombia.com/especiales/2002/agroturismo.asp](http://www.colombia.com/especiales/2002/agroturismo.asp)
- [www.fia.cl/temas/agrot.htm](http://www.fia.cl/temas/agrot.htm)
- [www.imagenvasca.info/897/panoramas897.html](http://www.imagenvasca.info/897/panoramas897.html)
- [www.agroturismo.net/conceptos.html](http://www.agroturismo.net/conceptos.html)
- [www.mailxmail.com/curso/vida/agricultura/capitulo14.htm](http://www.mailxmail.com/curso/vida/agricultura/capitulo14.htm)
- [www.rdfs.net/themes/sard\\_es.htm](http://www.rdfs.net/themes/sard_es.htm)
- [www.eumed.net/libros/2006b/voz/1a.htm](http://www.eumed.net/libros/2006b/voz/1a.htm)
- [www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/enfoquesistemico](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/enfoquesistemico)
- **YAPU, Gutiérrez Freddy**. "Turismo Rural, Economía y Desarrollo Local". 2001.



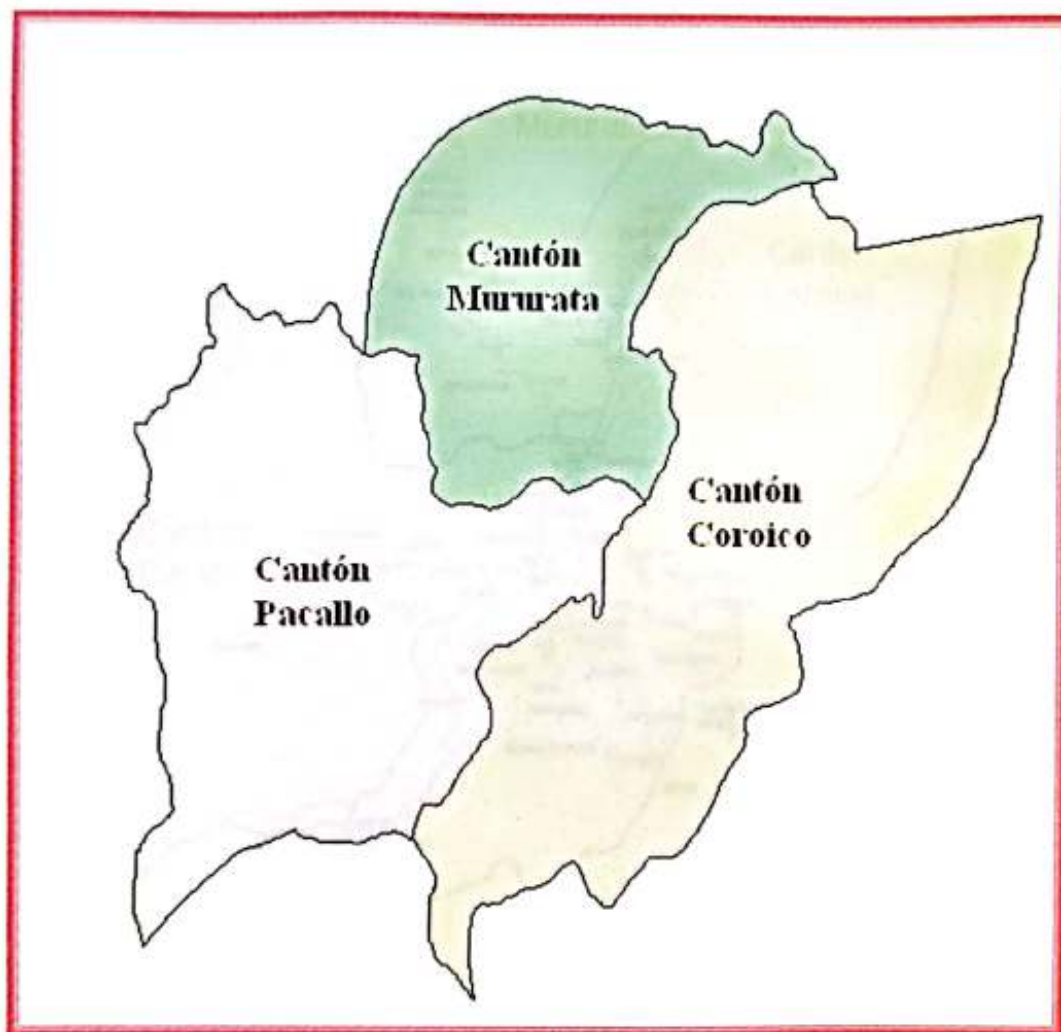
# ANEXOS





*Mapa Político – Administrativo*

*Municipio de Coroico*

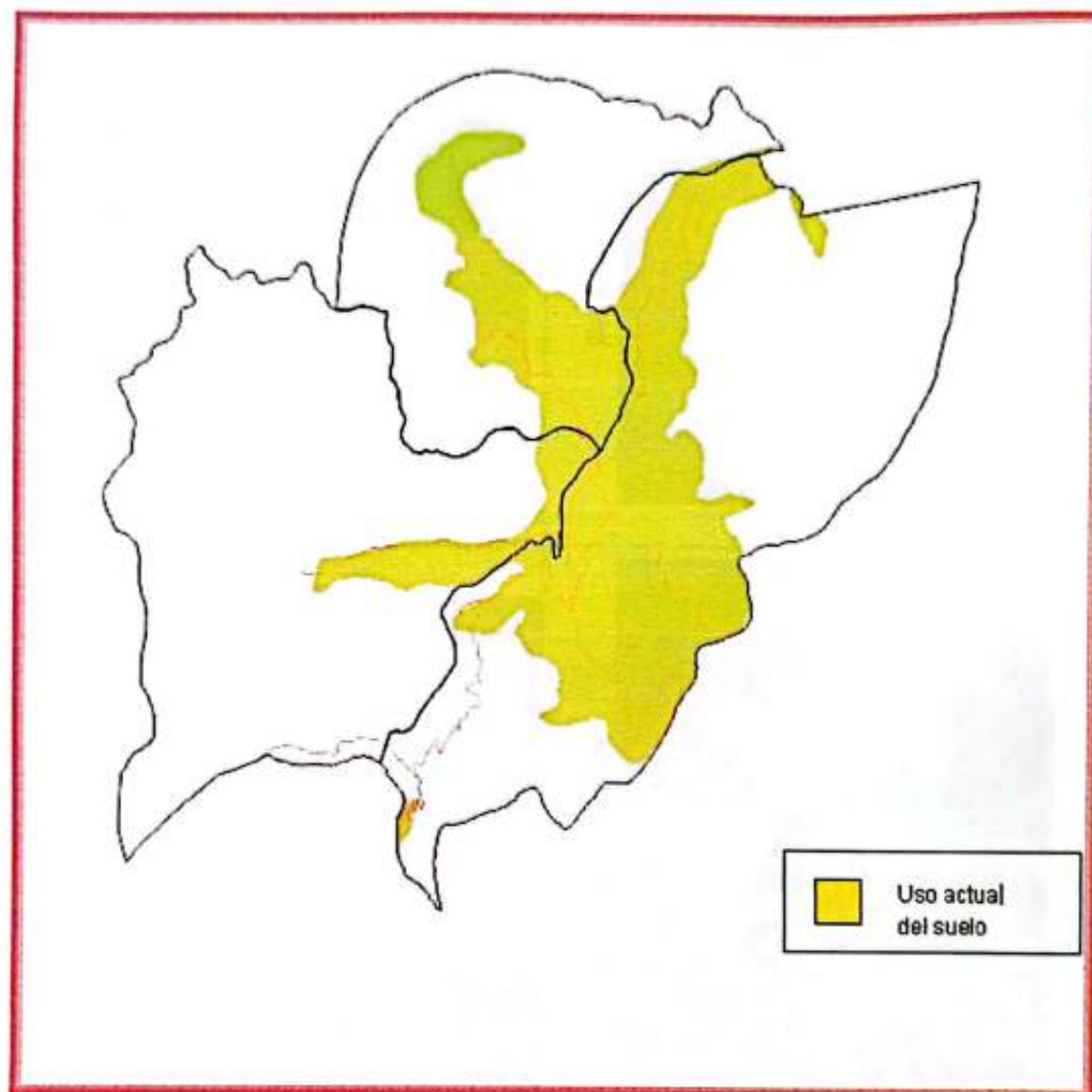






*Mapa del Uso Agropecuario del Suelo*

*Municipio de Corolco*





*Plantación de Plátano*



*Sembradíos*



*Plantación de Coca*



*Plantación de Naranja*





*Flor de Café*



*Plantación de Café*



*Cosecha de Café*



*Selección de quindas en la cosecha de Café*





**Central de Cooperativas Cafetaleras "CENCOOP"**

**Resumen de exportaciones**

**Gestión 2001**

n°	Contrato n°	Mes/embarque	País destino	Cantidad	Calidad	Condicion	Fact/FOB/\$us	Premio FLO/\$us
1	P62766	julio	Holanda	280 sacos/70kg	Extra	Transfair	53580,00	2181,00
2	P29234	septiembre	Alemania	280 sacos/70kg	Orgánico	NY	25494,20	0,00

**Gestión 2002**

1	P62948	febrero	Holanda	280 sacos/70kg	Orgánico	Transfair	60078,30	2181,00
2	P63039	julio	Holanda	280 sacos/70kg	Extra	Transfair	53580,40	2181,00
3	P55003	septiembre	Holanda	280 sacos/70kg	Extra	NY	20309,00	0,00
4	P63040	octubre	Holanda	280 sacos/70kg	Orgánico	Transfair	60078,30	2181,00

**Gestión 2003**

1		enero	Puesto La Paz	200 sacos/70kg	Extra	NY	15400,00	0,00
2	P55191	mayo	Holanda	21 TM	Extra	NY	22639,24	0,00
3	P32960	junio	Alemania	280 sacos/70kg	Orgánico	TransFair	60062,67	2181,00

**Gestión 2004**

1	P34658	julio	Alemania	280 sacos/70kg	Orgánico	TransFair	60062,67	2181,00
2	P34659	agosto	Alemania	280 sacos/70kg	Extra	TransFair	53581,15	2181,00
3	P34661	septiembre	Alemania	280 sacos/70kg	Extra	NY	24198,00	0,00
4	P34660	octubre	Alemania	280 sacos/70kg	Orgánico	NY	33272,10	0,00

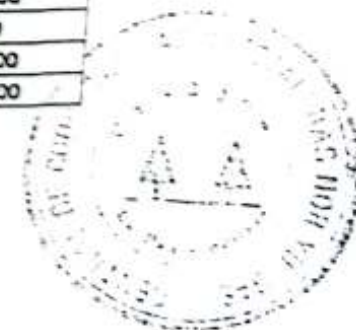
**Gestión 2005**

1	P36663	agosto	Alemania	280 sacos/70kg	Orgánico	Transfair	60062,67	2181,00
2	P36665	septiembre	Alemania	280 sacos/70kg	Extra	Transfair	53581,00	2181,00
3	P36664	noviembre	Alemania	280 sacos/70kg	Extra	NY	37377,00	0,00

**Gestión 2006**

1	P38434	Mayo	Alemania	280 sacos/70kg	Extra	Transfair	53581,00	2181,00
2	C-03/2006	Junio	Puesto La Paz	246sacos/70kg	Orgánico	Transfair	44850,00	1898,00
3	P38435	Julio	Alemania	280 sacos/70kg	Orgánico	Transfair	60062,67	2181,00
4	P38433	Septiembre	Alemania	280 sacos/70kg	Extra	NY	40185,44	0,00
5	P39117	Octubre	Alemania	280 sacos/70kg	Extra	Transfair	53581,00	2181,00
*6	6259/06	Diciembre	Belgica	280 sacos/69kg	Extra	Transfair	52815,00	-2130,00

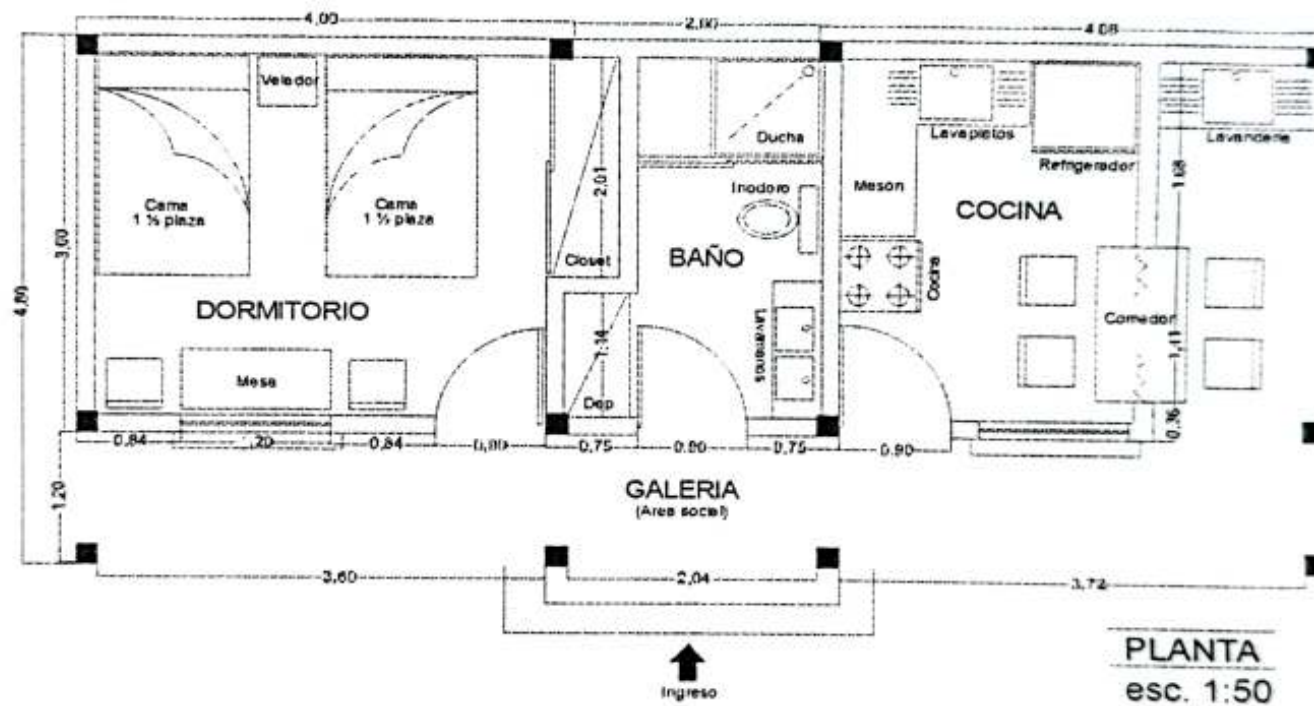
Nota: el valor del "Premio FLO" esta incluido en el valor factura FOB





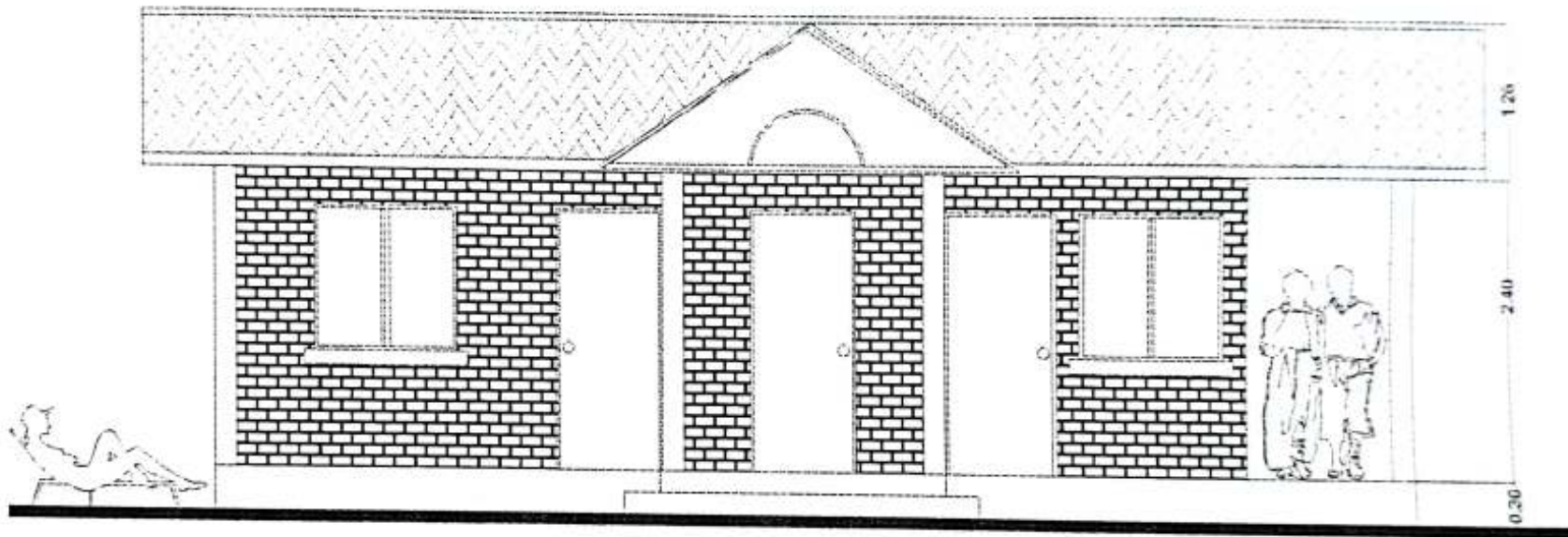
# Plano de Construcción de la Infraestructura

## Agroturística





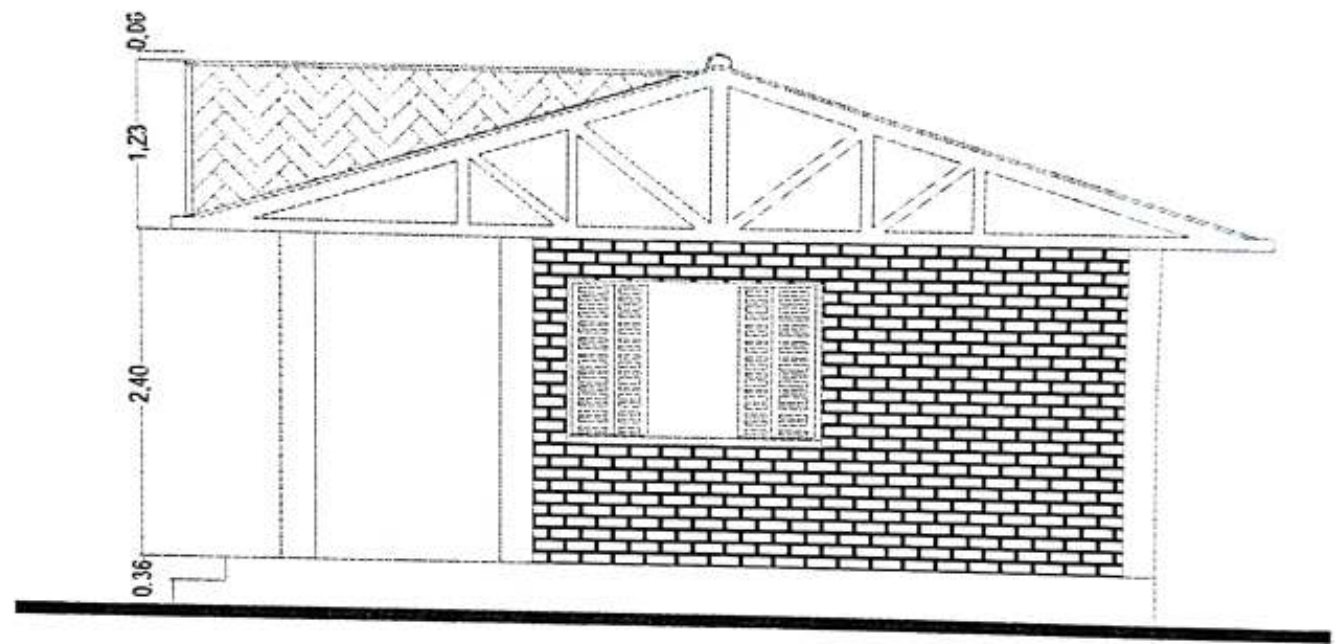
*Vivienda Agroturística*



ELEVACION FRONTAL  
esc. 1:50



*Vivienda Agroturística*



ELEVACION LATERAL  
esc. 1:50



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
CARRERA DE TURISMO

ENCUESTA

GRADO DE FORMACION:

a) Ninguno	b) Básico	c) Bachiller	d) Técnico	e) Profesional
------------	-----------	--------------	------------	----------------

EDAD ENTRE:

a) 15-20 años	21 – 30 años	31 – 40 años	41- 50 años	51 - adelante
---------------	--------------	--------------	-------------	---------------

SEXO:

Masculino	Femenino
-----------	----------

I. ASPECTOS ECONÓMICOS: (Encierre en un círculo su o sus respuestas)

1. ¿Cuál es la actividad en la que basa actualmente su economía?

- a) Agricultura
- b) Avicultura
- c) Comercialización de Madera
- f) Porcino cultura

Otros.....

2. Si su actividad principal es la agricultura, ¿Qué tipo de productos siembra?

- a) Fruta –café-coca
- b) Hortalizas-café-coca
- c) Fruta-café
- d) Fruta –hortalizas –café
- e) Café- coca
- f) fruta – Coca
- f) Coca
- g) Todos los Productos

Otros.....





5. ¿Recibió usted algún curso de capacitación o formación en Turismo?

a) SI

b) NO

¿Cuáles?.....

**III. ASPECTOS AGROTURÍSTICOS: (Encierre en un círculo su o sus respuestas)**

1. ¿Conoce algún tipo de modalidades de Turismo? ¿Cuáles?

a) Ciclismo de montaña

b) Caminatas

c) Tour Fotográfico

d) Agroturismo

Otros.....

2. ¿Sabe a qué se refiere la actividad turística del agroturismo?

Respuesta: .....

3. ¿Le gustaría tener como visita a turistas extranjeros en su familia y alojarlos en su vivienda?

a) SI

b) NO

¿Por qué?

.....

4. ¿Quisiera compartir con turistas los procesos de la agricultura y recibir a cambio un ingreso económico? ¿Por qué?

a) SI

b) NO

a) Para obtener mayores ingresos económicos

b) Compartir experiencia con los turistas

c) Intercambiar ideas



5. ¿Por qué le gustaría ser parte del desarrollo de la actividad agroturística en su Municipio?

- a) Para compartir conocimientos agrícolas con los turistas
- b) Comercializar sus productos directamente
- c) Contribuir al desarrollo de una nueva actividad.

Otros.....

6. ¿Cree que la capacitación turística es importante para la puesta en marcha del agroturismo en su Municipio? ¿Por qué?

- a) Ser los directos responsables de su desarrollo
- b) Mejor trato con los turistas
- c) Desarrollar la actividad Sosteniblemente
- d) Brindar Servicios de Calidad

Otros.....

7. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación turística para ser parte del desarrollo de esta actividad en su municipio?

- a) SI
- b) NO

¿Por qué?

- a) Es importante
- b) Conocer más la actividad Turística
- c) Saber lo que es el turismo

*Gracias!!!*





**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
CARRERA DE TURISMO**

**INTERVIEW**

**I. GENERAL ASPECTS**

Nationality .....

Age .....

Profession .....

Sex .....

**II. TOURIST ASPECTS**

**1. What South American countries did you visit before arriving in Bolivia?**

a) Argentina

b) Brasil

c) Chile

d) Perú

e) Ecuador

f) Uruguay

Other.....

**2. Which is your average spends the night in Bolivia?**

a) 2 - 4 Días

b) 5 - 6 Días

c) 6 - 8 Días

Other.....



3. How much is your daily expense in dollars in Bolivia?

a) 10 a 20 \$us.

b) 30 a 40 \$us.

c) 50 a 60 \$us.

Other.....

4. How attractive tourist motivated your visit to the country?

a) Salar de Uyuni

b) Copacabana

c) Rurrenabaque

d) Coroico

e) Misiones Jesuíticas

Other.....

5. What do you say on the lodging services and feeding that offer in the country?

**HOTELS**

GOOD

REGULAR

BAD

**RESTAURANTS**

GOOD

REGULAR

BAD

Why?.....  
.....

6. Did you practice some type of tourist activity?

a) Trekking

b) Biking

c) Rafting

d) Kayaking

Other.....



**III. AGROTOURISTIC ASPECTS**

**1. Do you know to what refers the activity of the agrotourism?**

a) YES

b) NO

**2. Would you be interested in participating of the activity agrotouristic in the Municipality of Coroico?**

a) YES

b) NO

Why?.....  
.....

**3. Would you like to know the traditions and the peasants' customs in their cultivation processes?**

a) YES

b) NO

Why?.....  
.....

**4. Would you like to share experiences with the peasants, to cohabit with them, to spend the night in their homes and to feed with the products harvested in their agricultural plantations?**

a) YES

b) NO

Why?.....  
.....



**5. Which would the basic necessities that you would require for your comfort in the rural area be?**

Answer: .....

.....

**6. Do you find that it is important to diversify the tourist activities at the moment developed in Bolivia?**

Why? .....

.....

*Suggestions:* .....

.....

*Thank you!*