



Universidad Técnica de Oruro
Dirección de Postgrado e Investigación Científica

Telf.: 75798 - 55877 Fax: 42215 - Casilla 49

E-mail: dpic@uto.edu.bo

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACION¹

Innovación del Producto Turístico

Sostenible Pampa Aullagas

CODIGO: UTO11/A01/INV14

Dr. Ing. Ronald Huanca López

Ing. Néstor Dennis García Ocaña

Oruro (Bolivia)

¹ Proyecto de investigación no concluido por problemas internos en la Dirección de la Carrera de Ing. Industrial (2008).

RESUMEN	3
TITULO DEL PROYECTO.....	3
1. INTRODUCCION.....	4
2. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO.....	4
2.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
3. PROBLEMA DE ESTUDIO O PREGUNTA DE INVESTIGACION	5
4. ALCANCE DEL PROYECTO	5
5. ESTADO ACTUAL DEL CONOCIMIENTO	6
6. FUNDAMENTO TEORICO.....	10
7. PLAN DE INVESTIGACION, DE TRABAJO O DE ESTUDIO	11
8. PLAN DE TRABAJO O PROCEDIMIENTO EXPERIMENTAL.....	14
9. METAS	15
10. RESULTADOS PARCIALES.....	15
11. CONCLUSIONES PARCIALES.....	21
12. BIBLIOGRAFIA.....	21

RESUMEN

El presente proyecto de investigación pretendió dar los lineamientos estratégicos para consolidar y promover el desarrollo del turismo en el Municipio de PAMPA AULLAGAS, mediante la investigación de mercado aplicado a un flujo referencial de turistas, los cuales proporcionará factores significativos para determinar la demanda; así como, las condiciones y características que debe contemplar la oferta turística.

Con los resultados de la investigación de mercado, se quiso desarrollar estrategias para promover el turismo sostenible, tomando en cuenta atractivos y su clasificación, servicios de acuerdo a las demandas del turismo nacional e internacional y vías de acceso disponibles. Por otro lado, el proyecto definió estrategias socioeconómicas, ambientales, culturales y políticas para desarrollar el turismo sostenible en Pampa Aullagas. Igualmente, se diseñó una estructura organizativa de una entidad de coordinación interinstitucional para la gestión y desarrollo del turismo sostenible, que contribuya al desarrollo de la región rural.

TITULO DEL PROYECTO

Innovación del Producto Turístico Sostenible Pampa Aullagas

1. INTRODUCCION

A principios de la década de los 80, el investigador Ingles Jim Allem comienza con un trabajo de investigación sugestivo y polémico en el mundo, a principios del 2000, se traduce en “La teoría de la Atlántida en Bolivia” en la cual se plantea como hipótesis que Pampa Aullagas se constituye en la capital de la Atlántida. Estos antecedentes constituyen en una oportunidad para el desarrollo del turismo en la región, especialmente en Pampa Aullagas, que actualmente es uno de los municipios con poco desarrollo económico y presenta una elevada migración hacia las ciudades por la situación de pobreza y desempleo existente. Por otra parte, el Municipio cuenta con un patrimonio natural, cultural y ancestral²; el que no se da a conocer por la poca importancia que se da a los mismos, la cual podría constituirse en un producto turístico que conlleve a la generación de empleos, al crecimiento económico y reducción de la pobreza, con este propósito se planteo una investigación científica para determinar las estrategias y bases para el desarrollo turístico en pampa aullagas.

El proyecto pretende rescatar las riquezas turísticas en el Municipio de Pampa Aullagas, para establecer, generar políticas y alternativas de desarrollo, a través de las autoridades originarias, municipales, departamentales y otras organizaciones.

2. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Diseñar una estrategia de desarrollo turístico caracterizando los: servicio, vías de acceso y atractivos a ofertar como producto sostenible en el Municipio de Pampa Aullagas mediante la investigación del mercado.

2.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Establecer un marco conceptual, en términos genéricos de la investigación de mercado en el rubro del turismo, a partir de las experiencias existentes, que permita establecer diferentes modelos encaminados a desarrollar las estrategias del turismo y, sus características referente a atractivos, servicios y vías de acceso con los que debe contar un producto turístico sostenible.
- ✓ Analizar la oferta del turismo regional, describiendo los atractivos, servicios y vías de acceso con los que cuenta el municipio de Pampa Aullagas.
- ✓ Identificar segmentos potenciales de turistas y sus demandas, para el Municipio de Pampa Aullagas.

² Trabajo de inventariación desarrollado por el municipio de Pampa Aullagas (2005).

- ✓ Diseñar estrategias que permitan atraer a los segmentos potenciales de turistas identificados.
- ✓ Proponer rutas de accesibilidad para el producto turístico.
- ✓ Describir los tipos de servicios requeridos para el producto turístico.
- ✓ Clasificar los atractivos turísticos que formaran parte del producto turístico.
- ✓ Elaborar propuestas de desarrollo sostenible para el producto turístico.

3. PROBLEMA DE ESTUDIO O PREGUNTA DE INVESTIGACION

La investigación pretende precisar y dar respuestas a interrogantes fundamentales como:

- ✓ ¿De qué manera el Municipio de Pampa Aullagas se puede consolidar como un centro turístico departamental y nacional?
- ✓ ¿Cuáles serían los lineamientos estratégicos que podrían seguir los actores involucrados?
- ✓ ¿Cómo está conformado la demanda turística en el Departamento de Oruro?
- ✓ ¿Cuáles serían los atractivos potenciales que podrían atraer y absorber, tanto turistas nacionales como extranjeros al municipio de Pampa Aullagas?
- ✓ ¿Cuál sería el diseño adecuado del producto turístico?
- ✓ ¿Qué requisitos deberán tener los servicios turísticos de Pampa Aullagas?
- ✓ ¿Cuál es el estado actual y requerimientos de infraestructura para consolidarse como centro turístico? ¿De qué forma podría incorporarse dentro de las rutas turísticas bolivianas?
- ✓ ¿Cuáles serían los atractivos turísticos que se pueden promover? ¿De qué manera se lograría posicionar y difundir de forma sostenible?

En este sentido, el propósito del proyecto es fundamentar a través de una investigación científica las respuestas a estas interrogantes que nos guíen para promover el desarrollo y emprendimiento de un producto turístico sostenible en pampa aullagas.

4. ALCANCE DEL PROYECTO

La importancia del proyecto radica en la investigación de mercado y diseño del producto, las cuales permitirán tomar decisiones para la creación y generación de nuevos emprendimientos comunitarios; así

como, minimizar los riesgos de inversión que se requieren para el desarrollo del producto turístico en el municipio de Pampa Aullagas. En este sentido, los alcances del proyecto son:

- ✓ Al Municipio de Pampa Aullagas, definir los segmentos de turistas potenciales que podría atraer y absorber.
- ✓ En Pampa Aullagas, existe un leve crecimiento de la demanda turística, la misma que afronta sin una adecuada planificación.
- ✓ Se desconoce las características que ofertan otros centros turísticos en la región.
- ✓ Los habitantes de Pampa Aullagas, no distinguen las características de los servicios e infraestructura requeridos por los turistas.
- ✓ Pampa Aullagas no es parte ni tiene identificado ruta turística alguna, para su incorporación.
- ✓ El municipio tiene identificado los atractivos turísticos, pero existe una serie de dificultades para su consolidación.

5. ESTADO ACTUAL DEL CONOCIMIENTO

En la Investigación de Mercado se pretende aplicar conceptos de la Matriz de Planificación de Investigación Científica (MAPIC), la cual sirve básicamente como apoyo al proceso de planificación en la investigación; mediante la misma se pretende evitar errores de: definición de resultados esperados, definición de la población y las unidades de observación, definición de las variables, selección inadecuada de métodos de recopilación de datos; así como, plan de muestreo, tamaño de la muestra; las misma nos permitirá definir los métodos estadísticos adecuados a utilizar.

Asimismo, se pretende aplicar el Análisis multivariante, cuya finalidad es la de analizar simultáneamente conjuntos de variables o factores de riesgo, medidas para cada individuo ú objeto estudiado. Su razón de ser, radica en un mejor entendimiento del objeto de estudio o resultado esperado. Entre las principales ventajas del análisis multivariante se tiene:

- ✓ Trabajar con matrices que contengan más variables que observaciones.
- ✓ Trabajar con matrices incompletas, siempre que los valores faltantes estén aleatoriamente distribuidos y no superen un 10%.
- ✓ Posibilidad de extracción secuencial de los factores, obteniendo la mayor variabilidad posible en la matriz de las variables independientes.

En la elaboración de propuestas para el desarrollo del turismo, como los servicios, atractivos y vías de acceso del producto turístico; se pretende recurrir a las particularidades de usos y costumbres que practican los habitantes de la comunidad, los mismos serán de gran apoyo para el desarrollo de la investigación.

Por otro lado, el proyecto de investigación pretende desarrollar un producto turístico en el municipio de Pampa Aullagas, el mismo puede irradiar a otras regiones del país, teniendo la posibilidad de introducir esta metodología en el proceso de Planificación estratégica de las acciones a emprender.

En la investigación de mercado se utilizarán modelos, que permiten desarrollar el proyecto de investigación para el sector de turismo, por ejemplo:

- Modelos avanzados de regresión
- Análisis de Clúster
- Análisis Factorial (AF)
- Análisis Factorial de Correspondencias (AFC)

Por otro lado, la industria del turismo a nivel mundial representa ingresos por un valor de \$us. 514 mil millones, que significan alrededor del 10% de PIB combinado de todos los países en el mundo y, emplea a más de 100 millones de personas. Reportan un crecimiento anual de 9% en los ingresos generados y de 684 millones de personas que se desplazan entre destinos turísticos (equivalente al 10% del total de la población mundial), con una tasa de crecimiento del 4.6%³.

La participación de Bolivia en el turismo receptivo no es significativa, ya que el año 2003 registro apenas 352000 turistas que representa el 0.3% del total de visitantes que se mueven entre destinos en el continente americano, históricamente este porcentaje ha oscilado entre el 0.1% y 0.3% anual. Lo cual es muy bajo tomando en cuenta la potencialidad que tiene nuestro país en cuanto a riqueza cultural, histórica, geográfica y de recursos naturales (biodiversidad).

Si se detalla esta mínima participación de nuestro país a nivel regional, se detecto que la mayor parte del flujo receptivo concentra los departamentos del eje troncal.

Pese al crecimiento mundial del sector turístico y, la cantidad de patrimonio turístico con que cuenta el país, Bolivia no se encuentra entre las regiones de mayor participación. Qué decir de Oruro, aquel que

³ Datos obtenidos de la Organización Mundial de Turismo

cuenta con el 30% del total de atractivos turísticos de Bolivia⁴, no es considerado aun como destino turístico, ya que el único mes donde existe una afluencia de turismo receptivo es el mes de Febrero, fruto de las actividades culturales que se desarrollan en carnavales (cuadro 1). En cuanto al turismo interno, la situación no es distinta, el mayor flujo ocurre entre los meses de Diciembre y Enero (cuadro 2).

Sin embargo, se sabe que en todo el mundo el mayor flujo receptivo de turistas se da en los meses de Julio a Septiembre, la cual es denominada como temporada alta.

Por tanto, se cree que entre los factores más influyentes de este desequilibrio, por el que Oruro no es considerado como destino, están como:

- ✓ El hecho de que Bolivia se encuentra deficientemente posicionada turísticamente.
- ✓ La Deficiente segmentación hecha a la demanda y una oferta desorientada.
- ✓ La insuficiente articulación entre los atractivos que formaran parte de una oferta regional.
- ✓ La deficiente incorporación al mercado de mayor tendencia para aprovechar la demanda, sobre todo al estar ésta solicitando algo que nos sobra: unicidad cultural y belleza paisajística.
- ✓ La deficiente implementación del modelo de turismo comunitario y/o rural⁵.

Cuadro 1: Estadísticas de turismo receptivo

GESTION		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2004	Cantidad	962	1745	859	772	597	567	862	969	787	890	902	821	10733
	%	9,0	16,3	8,0	7,2	5,6	5,3	8,0	9,0	7,3	8,3	8,4	7,6	100
2005	Cantidad	1092	1265	888	723	745	928	1052	1018	788	545	886	968	10898
	%	10,0	11,6	8,1	6,6	6,8	8,5	9,7	9,3	7,2	5,0	8,1	8,9	100
2006	Cantidad	3580	6982	3020	1365	1295	1347	1456	1529	1298	1383	1437	1563	26255
	%	13,6	26,6	11,5	5,2	4,9	5,1	5,5	5,8	4,9	5,3	5,5	6,0	100
TOTAL	Cantidad	5.634	9.992	4.767	2.860	2.637	2.842	3.370	3.516	2.873	2.818	3.225	3.352	47.886
	%	32,6	54,5	27,7	19,0	17,3	18,9	23,2	24,2	19,5	18,6	22,0	22,5	

FUENTE: Estadísticas mensuales entregadas por los Establecimientos de Hospedaje/Unidad de Turismo y Cultura (Oruro, 2008)

⁴ Según datos proporcionados del Vice ministerio de Turismo (Bolivia)

⁵ No se tiene definida claramente si se implementara una política de turismo rural o seguir con la de turismo comunitario, tomando en cuenta que existe diferencia (OMT, 2003).

Cuadro 2: Estadísticas de turismo interno

GESTION		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2004	Cantidad	7643	7150	6316	6514	5246	5567	6304	5948	6507	7014	6611	8690	79510
	%	9,6	9,0	7,9	8,2	6,6	7,0	7,9	7,5	8,2	8,8	8,3	10,9	100
2005	Cantidad	5633	6376	4090	4953	5683	4838	5716	5301	4692	4498	6404	7533	65717
	%	7,1	8,0	5,1	6,2	7,1	6,1	7,2	6,7	5,9	5,7	8,1	9,5	82,7
2006	Cantidad	12378	4652	8762	7907	7592	8186	9068	8390	8473	8730	10222	11320	105680
	%	15,6	5,9	11,0	9,9	9,5	10,3	11,4	10,6	10,7	11,0	12,9	14,2	132,9
TOTAL	Cantidad	25.654	18.178	19.168	19.374	18.521	18.591	21.088	19.639	19.672	20.242	23.237	27.543	250.907
	%	32,3	22,9	24,1	24,4	23,3	23,4	26,5	24,7	24,7	25,5	29,2	34,6	

FUENTE: Estadísticas mensuales entregadas por los Establecimientos de Hospedaje/Unidad de Turismo y Cultura (Oruro, 2008)

Bolivia, al ser un país multiétnico y pluricultural con multiplicidad de manifestaciones culturales en sus incomparables regiones con su folklore en su música, danzas, vestimenta, arte popular como la cerámica, destilería y orfebrería, costumbres, la diferente gastronomía regional, mismos que sumados a la belleza natural de las diferentes regiones geográficas, constituyen una asombrosa oferta para los visitantes y un destino potencial para el mundo⁶. Sin embargo, al reconocer la importancia de la actividad turística para nuestro medio, es primordial escrutarla como un eje de desarrollo dinámico, que engloba a todas las áreas de producción, permitiendo la generación de empleos a corto plazo y mejora de la región, basado en la participación de la población local en el proceso de producción y provisión de insumos.

En este sentido, si la meta es transformar el municipio de Pampa Aullagas, en un efectivo destino turístico, es prudente identificar las potencialidades que le brindan sus recursos naturales y sus valores culturales e históricos, lo que implica evaluar muy bien las capacidades que tienen sus habitantes, su cultura, su patrimonio histórico y el ambiente natural que les rodea; así como también, determinar las oportunidades que le ofrecen los mercados en el ámbito local, nacional e internacional. Todo lo cual implica un profundo análisis de factores que pueden favorecer al desarrollo de la actividad y de aquellas que, por el contrario, entorpecerían su logro. Sólo de esta manera se podría definir el proceso objetivo mediante el cual se acentuarían al máximo los aspectos positivos y se eliminarían o atenuarían los negativos para facilitar esa transformación.

⁶ Para ampliar información ver: Estructura del sector turístico en Bolivia (UDAPE, 2004).

Es por eso la importancia del presente proyecto, que plantea diseñar un producto turístico sostenible en el Municipio de Pampa Aullagas, partiendo de una investigación científica que permita conocer las bases para la estructuración de dicho producto para el desarrollo equilibrado y sostenible de la región.

6. FUNDAMENTO TEORICO

Turismo; visitantes temporales a un país en el que estén por lo menos 24 horas por motivos de negocios, recrearse, divertirse o trabajar (Bull, 1994).

Producto Turístico; malgama de atractivos, facilidades y accesibilidad (Acerenza, 1984).

Valls (1995) incorpora elementos de marketing definiendo producto turístico como la suma de componentes tangibles e intangibles que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el turista percibe.

Turismo sostenible; “aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje” (Maldonado, 2006).

Dar uso óptimo a los recursos ambientales, ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica de la región. Así mismo, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos; así como sus valores tradicionales y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.

Turismo comunitario: Según Organización Mundial de Turismo (OMT), define el turismo comunitario como: toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas de cooperación y equidad en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados para el bienestar de sus miembros.

El rasgo distintivo del turismo comunitario es su dimensión humana y cultural, orientada a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes⁷. Por lo tanto para el turismo comunitario, puntualizando rotundamente quién se encarga de la gestión de la actividad, desde el diseño hasta la implementación y operación. Es decir, se busca la toma de mando de una organización local desde diferentes niveles de participación activa (Mader, 2006).

⁷ Referenciado en Maldonado (2006), ver: El turismo comunitario en América Latina.

Igualmente, Maldonado (2005) aclara el concepto de turismo comunitario en términos de propiedad empresarial e indica que “lo comunitario” se refiere a una forma de propiedad y organización productiva con fines sociales, que la diferencian de la empresa privada y pública. Una cualidad primordial, es el control social que ejerce el colectivo y el reparto equitativo de los beneficios económicos. Además, la empresa comunitaria tiene como fundamentos la solidaridad, cooperación laboral y la autogestión. En este concepto, se incluyen las empresas familiares, empresas comunales o incluso empresas locales que se asocien con el sector privado.

Turismo rural: es una actividad sobresaliente en el marco de la nueva oferta que ha desarrollado el sector agropecuario, ha tomado auge en los países europeos contribuyendo a diversificar la oferta turística. Este desarrollo apunta a contrarrestar la tendencia a la baja que muestran los destinos de sol y playa en esos países⁸.

7. PLAN DE INVESTIGACION, DE TRABAJO O DE ESTUDIO

Para cumplimiento del Objetivo Específico 1:

Establecer un marco conceptual en términos genéricos de la investigación de mercado en el rubro del turismo, a partir de las experiencias existentes, que permita establecer diferentes modelos encaminados a desarrollar las estrategias de turismo y, sus características referente a atractivos, servicios y vías de acceso con los que debe contar un producto turístico sostenible.

Tarea 1:

- ✓ Revisión bibliográfica sobre "Investigación de mercado en el sector de turismo".
- ✓ Elaboración y diseño de un plan operativo de investigación de mercado mediante la Metodología MAPIC y el análisis multivariante.
- ✓ Obtener información de emprendimientos exitosos en el desarrollo de turismo comunitario.
- ✓ Diseño del formulario de encuestas.
- ✓ Recolección de datos e información de la demanda turística.
- ✓ Análisis y tratamiento de datos mediante herramientas estadísticas.
- ✓ Estructuración de la etiquetas de segmentos de mercado.
- ✓ Identificación, cuantificación y análisis de las motivaciones determinantes de la demanda.

⁸ Referenciado en Promer (2003), ver: Manual del turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales.

- ✓ Identificación y diseño de un mapa de posicionamiento de los productos más importantes del Departamento (Competidores Reales).
- ✓ Identificación y análisis de los tipos de producto preferidos por los segmentos de turistas.
- ✓ Preparación de informes y material didáctico de difusión.
- ✓ Elaboración de un marco teórico para el "Diseño de un producto turístico Sostenible".

Para cumplimiento del Objetivo Específico 2:

Analizar la oferta del turismo regional, describiendo los atractivos, servicios y vías de acceso con los que cuenta el municipio de Pampa Aullagas.

Tarea 2:

- ✓ Atractivos turísticos
 - Identificación y recopilación de información acerca de los sitios naturales y manifestaciones culturales de Pampa Aullagas.
 - Clasificación de los Sitios Naturales y Manifestaciones culturales.
 - Evaluación de los atractivos, a efectos de calificar la calidad intrínseca de sus atributos para satisfacer necesidades específicas del Mercado.
- ✓ Vías de acceso
 - Descripción de las posibles vías de acceso con los que cuenta el municipio.
 - Identificación de las rutas del circuito interno.
- ✓ Servicios
 - Evaluar las condiciones actuales de servicio turístico en Pampa Aullagas.

Para cumplimiento del Objetivo Específico 3:

Identificar segmentos potenciales de turistas y sus demandas para el Municipio de Pampa Aullagas.

Tarea 3:

- ✓ Evaluar resultados de las encuestas realizadas al sector turístico.
- ✓ Recabar información estadística del flujo de turistas que llegan a la región y el país.
- ✓ Identificar el segmento potencial en base a la información primaria y secundaria.
- ✓ Analizar las características del segmento identificado.
- ✓ Identificar y analizar el tipo de producto requerido por el segmento identificado.

Para cumplimiento del Objetivo Específico 4:

Diseñar estrategias que permitan atraer a los segmentos potenciales de turistas identificados.

Tarea 4:

- ✓ Elaborar propuestas para Insertar el producto dentro de las rutas turísticas existentes en la región y País.
- ✓ Evaluar y clasificar los medios de mayor alcance para promocionar el producto.
- ✓ Proponer planes de difusión.

Para cumplimiento del Objetivo Específico 5:

Proponer rutas de accesibilidad para el producto turístico.

Tarea 5:

- ✓ Elaborar propuestas para mejorar las rutas de acceso al producto
- ✓ Elaborar y diseñar rutas alternas al producto

Para cumplimiento del Objetivo Específico 6:

Describir los tipos de servicios requeridos para el producto turístico.

Tarea 6:

- ✓ Analizar las condiciones mínimas que debe contar una ruta turística para su desarrollo.
- ✓ Verificar los servicios que se deben mejorar o implementar para el desarrollo del turismo.

- ✓ Elaborar planes para la implementación de servicios turísticos en Pampa Aullagas.

Para cumplimiento del Objetivo Específico 7:

Clasificar los atractivos turísticos que formaran parte del producto turístico.

Tarea 7:

- ✓ Cuantificar los atractivos potenciales con los que cuenta el municipio de Pampa Aullagas.
- ✓ Clasificar los atractivos que formaran parte del producto
- ✓ Analizar las características del segmento identificado en cuanto a atractivos
- ✓ Evaluar los resultados de las características requeridas por la demanda

Para cumplimiento del Objetivo Específico 8:

Elaborar propuestas de desarrollo sostenible para el producto turístico.

Tarea 8:

- ✓ Elaboración de propuestas para la conservación y el manejo adecuado de los recursos naturales y ambientales
- ✓ Diseño de programas de concientización del turismo sostenible.
- ✓ Elaborar propuestas para la creación de una entidad interinstitucional de coordinación y gestión del producto.
- ✓ Elaboración de Informes Finales.
- ✓ Presentación de Informes a la comunidad de Pampa Aullagas.

8. PLAN DE TRABAJO O PROCEDIMIENTO EXPERIMENTAL

1. Estudio de las características más importantes de la demanda y oferta turística

Identificar los segmentos atractivos de turistas, las motivaciones determinantes de la demanda, mapa de posicionamiento de los productos más importantes, tipos de producto preferido por los segmentos de turistas.

2. Diseño del producto turístico

Elaboración de estrategias para promover empresas comunitarias de servicio turístico, clasificación de los atractivos turísticos, descripción de la accesibilidad a los atractivos, elaboración de propuestas para la conservación de los recursos naturales y ambientales. Proponer la formación de una entidad interinstitucional de coordinación y gestión del producto.

9. METAS

- Revisión bibliográfica
- Determinación de la composición del turismo regional
- Segmentos de turistas identificados y clasificados en función a sus requerimientos
- Diseño de estrategias para atraer turistas potenciales
- Elaboración de rutas de acceso para el producto turístico en Pampa Aullagas
- Descripción los tipos de servicios requeridos para el producto turístico.
- Clasificación los atractivos turísticos que formarán parte del producto turístico.
- Elaboración de propuestas de desarrollo sostenible para el producto turístico.

10. RESULTADOS PARCIALES

Aspectos socioculturales: el Municipio de Pampa Aullagas se halla en el sector oriental del Departamento de Oruro. Se constituye como la segunda sección municipal de la provincia Ladislao Cabrera.

La población de Pampa Aullagas es una localidad concentrada y situada a una distancia aproximadamente de 225 Km. desde la ciudad de Oruro, la accesibilidad es mediante vía terrestre, parte de esta vía es asfaltada que tiene una longitud de 154 Km. y el restante es vía terraplén de tierra y está compuesta de seis ayllus (cuadro 3).

Cuadro 3: Ayllus del Municipio de Pampa Aullagas.

MUNICIPIO	AYLLUS
PAMPA AULLAGAS	1.- SACATIRI
	2.- GEOPACHA
	3.- COLLANA
	4.- CHURO
	5.- SUCTITA
	6.- T'AKA

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, para diseñar las estrategias que permitan atraer segmentos de turistas, se logro identificar los factores que determinan las potencialidades de un destino turístico. Igualmente las variables que definirán el comportamiento de los turistas extranjeros según el atractivo final o estén de paso para determinar la estructura de preferencias del consumidor, para lo cual se selecciono los atractivos potenciales, servicios complementarios requeridos, vías de acceso y medios de transporte del producto turístico del municipio de Pampa Aullagas (Cuadro 4).

Igualmente, se logro identificar otros servicios para generar valor agregado, oportunidades de negocios para familias campesinas, asociación de productores agrarios y gobiernos locales rurales en base a la generación de ofertas turísticas ligadas a la producción agrícola, patrimonio natural y cultural existente en la región (Cuadro 5). Lo que permitirá determinar las mejores alternativas para realizar alianzas estratégicas en el marco del desarrollo sostenible para el Municipio de Pampa Aullagas.

Cuadro 4: Determinación de variables

OBJETIVOS ESPECIFICOS	RESULTADOS ESPERADOS	UNIDAD DE OBSERVACION	VARIABLES
<p>Identificar los atributos más importantes de los atractivos, servicios y vías de acceso para el diseño de un producto turístico (que demandan los turistas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificar los sitios naturales y las manifestaciones culturales que demandan como atractivos turísticos. ➤ Identificar los servicios previos al viaje, durante el viaje, en el destino y post viaje que demandan los turistas. ➤ Identificar las vías de acceso y medios de transporte que demandan los turistas. 	<p>Turistas del exterior que tienen como destino o están de paso por el Departamento de Oruro.</p>	<p>X1: Sitios Naturales X2: Manifestaciones culturales X3: Servicios previos al viaje X4: Servicios durante el viaje X5: Servicios post viaje X6: Vías de acceso X7: Medios de transporte</p>

Fuente: *Elaboración propia*

Cuadro 5: Definición de variables relacionados con factores: socio demográficos, Socioculturales y motivaciones del turista

OBJETIVOS ESPECIFICOS	RESULTADOS ESPERADOS	UNIDAD DE OBSERVACION	VARIABLES
<p>Identificar segmentos potenciales de turistas y su perfil, para el diseño de un producto turístico.</p> <p>Analizar la oferta del turismo regional, describiendo los atractivos, servicios y vías de acceso con los que cuenta el municipio de Pampa Aullagas</p> <p>Diseñar estrategias que permitan atraer a los segmentos potenciales de turistas identificados.</p>	<p>➤ Identificar los factores socio demográficos, socioculturales, para el diseño de un producto turístico.</p> <p>➤ Identificar las motivaciones básicas y específicas que permitirán diseñar un producto turístico.</p> <p>➤ Realizar la inventariación del patrimonio natural y cultural del Municipio de Pampa Aullagas.</p> <p>➤ Realizar la valoración del patrimonio natural y cultural del municipio de Pampa Aullagas</p>	<p>Turistas del exterior que tienen como destino o están de paso por el Departamento de Oruro.</p>	<p>Factores Sociodemográficos X9: Edad X10: Sexo X11: Origen X12: Condición social X13: Nivel de educación X14: Nivel de ingreso X15: Experiencia en el viaje</p> <p>Factores socioculturales X16: Situación política X17: Condiciones sociales X18: Expresiones culturales X19: Medios de difusión e información</p> <p>Motivaciones Básicas: X20: Descanso y esparcimiento X21: Salud X22: Religión X23: Negocios y motivos profesionales X24: Visitas a familiares amigos</p> <p>Motivaciones Específicas: X25: Participar en actividades de la ganadería X26: Participar en actividades de la agricultura X27: Participar de actividades en paisajes naturales X28: Participar de festividades culturales X30: Participar de rituales ancestrales X31: Convivir de las actividades diarias de la mujer X32: Convivir de las actividades diarias del hombre X33: Conocer de medicamentos naturales y tradicionales. X34: Practicar deportes X35: Participar en actividades exploratorias con alto riesgo en medios naturales X36: Realizar investigaciones en el área de turismo altiplánico X37: Aprender a tocar instrumentos típicos del altiplano X38: Aprender a bailar danzas típicas del altiplano. X39: Aprender gastronomía altiplánica X40: Aprender artesanía típica X41: Aprender idiomas nativos X42: Conocer de historias y leyendas X43: Realizar eventos familiares especiales X44: Realizar negocios. X45: Degustar de gastronomía derivada de la agricultura X46: Degustar de gastronomía derivada de ganadería X47: Participar de fiestas patronales X48: Participar de ceremonias religiosas X49: Consultar a curanderos y brujos.</p>

Fuente: Elaboración propia

Asimis, la ruta turistica revelada en la figura 1, muestra un circuito que va desde la ciudad de Oruro, Challapata, Huari, Quillacas, Pampa Aullagas, pudiendo llegar a visitar el Volcan Thunupa, Alcaya y el retorno por Orinoca hacia Oruro.

Figura 1: Ruta turistica 1

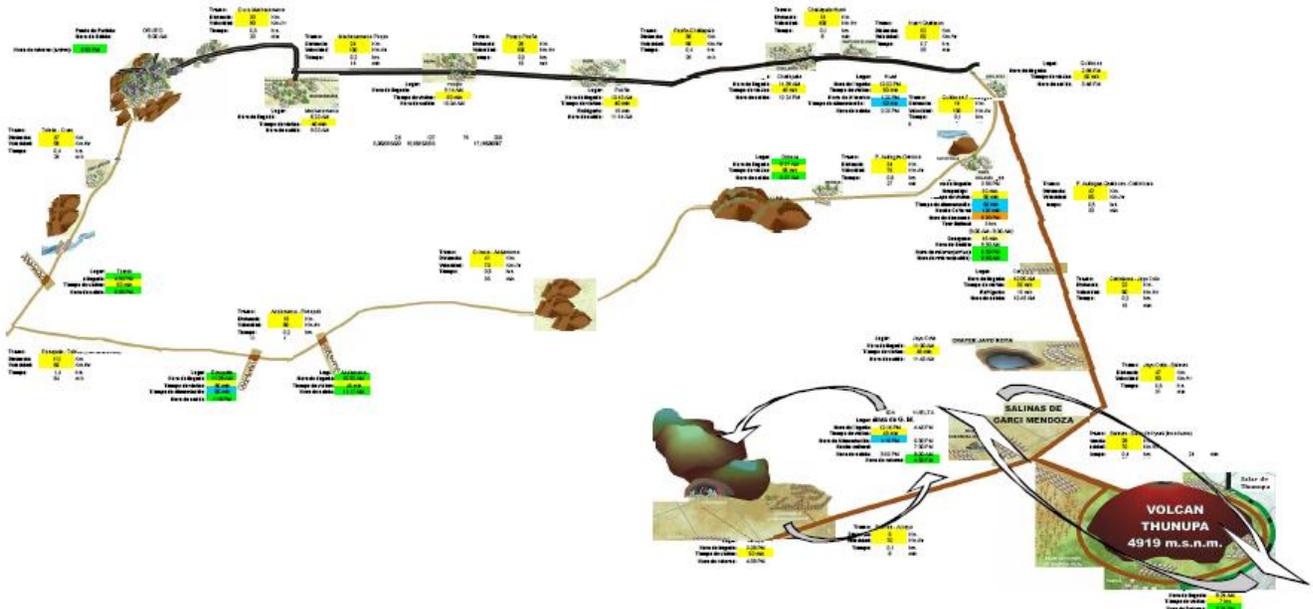
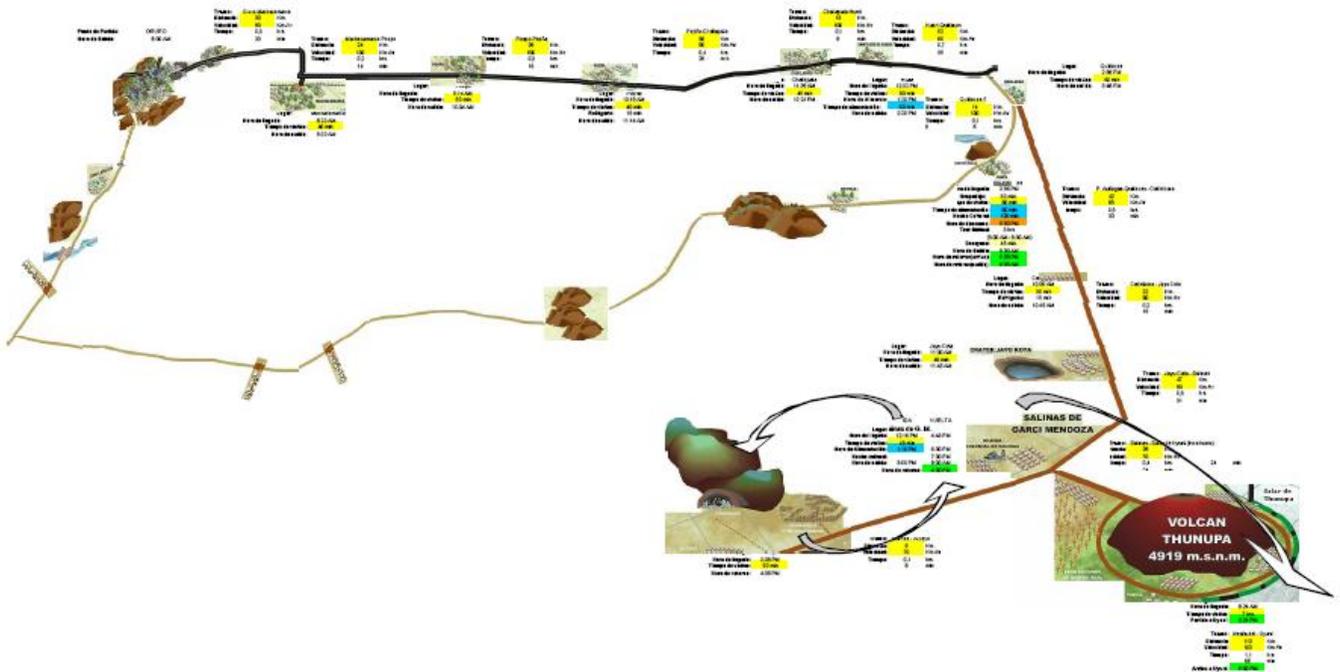


Figura 2: Ruta turistica 2



La ruta turística mostrada en la figura 2, contempla el circuito Oruro, Challapata, Huari, Quillacas, Pampa Aullagas, Volcan Thunupa, Alcaya y retorno por la misma Ruta hacia Oruro. Igualmente, la ruta turística mostrada en la figura 3, contempla el circuito Oruro, Challacollo, Orinoca, Pampa Aullagas, siguiendo hacia el volcan Thunupa, Alcaya y retorno por la misma ruta hacia Oruro.

Figura 3: Ruta turística 3

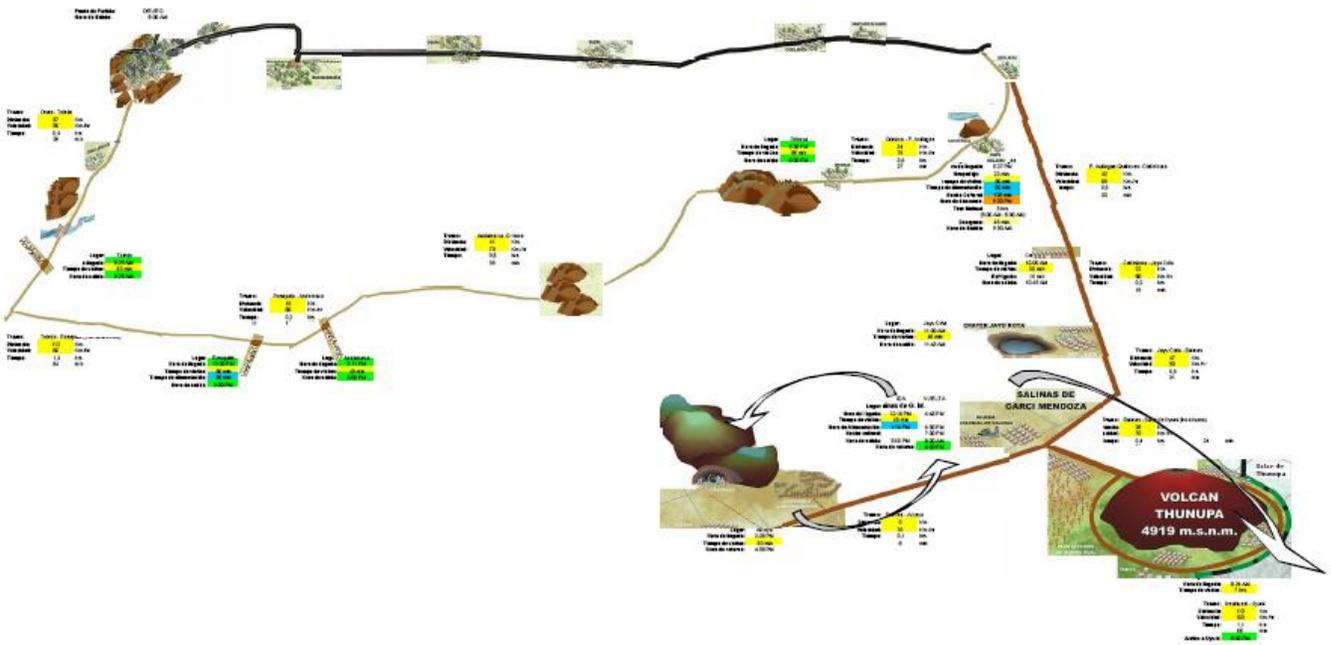
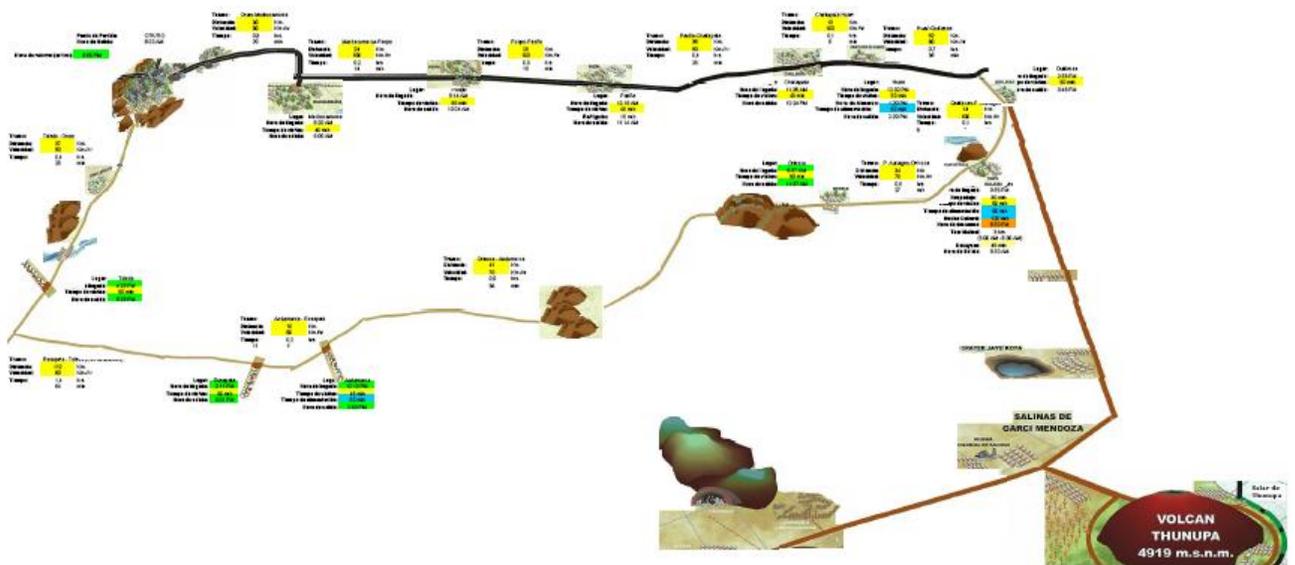


Figura 4: Ruta turística 4



La ruta turística mostrada en la figura 4, contempla el circuito que inicia en la ciudad de Oruro, Challapata, Huari, Quillacas, Pampa Aullagas, retornando por Orinoca, Andamarca, Toledo, Challacollo hacia Oruro.

11. CONCLUSIONES PARCIALES

- ✓ Se analizó las diferentes alternativas y condiciones mínimas que debe contar una ruta turística para su desarrollo.
- ✓ Se verificó la deficiencia en los servicios, los mismos deben mejorar o implementarse para el desarrollo del turismo en Pampa Aullagas.
- ✓ Se identificó los sitios naturales en el municipio de Pampa Aullagas.
- ✓ Está en proceso de diseño las vías de acceso y atractivos preferidos por los turistas.

LINEA DE INVESTIGACION A FUTURO

- ✓ Analizar los factores determinantes del turismo comunitario.
- ✓ El proyecto pretende fortalecer la actual oferta turística del Departamento.

12. BIBLIOGRAFIA

- HAIR, JOSEPH F., BUSH, ROBERT P., ORTINAU, DAVID J. *Investigación de mercados*. Mexico: McGraw Hill, 2003.
- VICEMINISTERIO DE TURISMO, *Manual de Gestión Turística a Nivel Local*. Viceministerio de Turismo, La Paz – Bolivia, 2005.
- FRANCESC VALLS, JOSEP. *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. España: GESTIÓN 2000, 2004.
- MARTIN ROJO, INMACULADA. *Dirección y Gestión de empresas del sector turístico*. España: PIRAMIDE, 2006.
- ACERENZA, M. A. *Administración del Turismo .Conceptualización y Organización*. México: Trillas Vol. I, 2002
- MALDONADO, CARLOS. *Turismo y comunidades indígenas*, OIT, serie REDTURS, 2006, WP79
- CARDENAS TABARES, FABIO. *Producto Turístico*, Mexico: TRILLAS, 2001