

CAPITULO I
MARCO CONTEXTUAL

1. DESCRIPCIÓN DEL MUNICIPIO DE SAN LORENZO

1.1. Localización

San Lorenzo se encuentra localizado en la parte norte del departamento de Tarija, con una orientación Noroeste en proximidad de la serranía de la cordillera de Sama y se prolonga hasta Localidad de Tomatitas

1.1.1. Latitud y longitud

El Departamento de Tarija se ubica en el extremo Sur Este del país, entre los paralelos 20° 53' 00'' y 22° 52' 30'' de Latitud Sur y entre los meridianos 65° 25' 48'' y 62° 15' 34'' de Longitud Oeste. La provincia Méndez se sitúa al Noreste del departamento de Tarija, entre los paralelos 20°56' y 21°36' de latitud sud y los 64°05' y 65°13' de longitud oeste.

La provincia Méndez, política y administrativamente se divide en dos secciones municipales:

-) San Lorenzo
-) El Puente.

El Municipio de San Lorenzo, corresponde a la primera sección de la provincia Méndez. Se encuentra ubicada al Este de la Provincia, entre los paralelos 20[57 y 21[36' de Latitud Sud y 64[25' y 64[58' de Longitud Oeste.

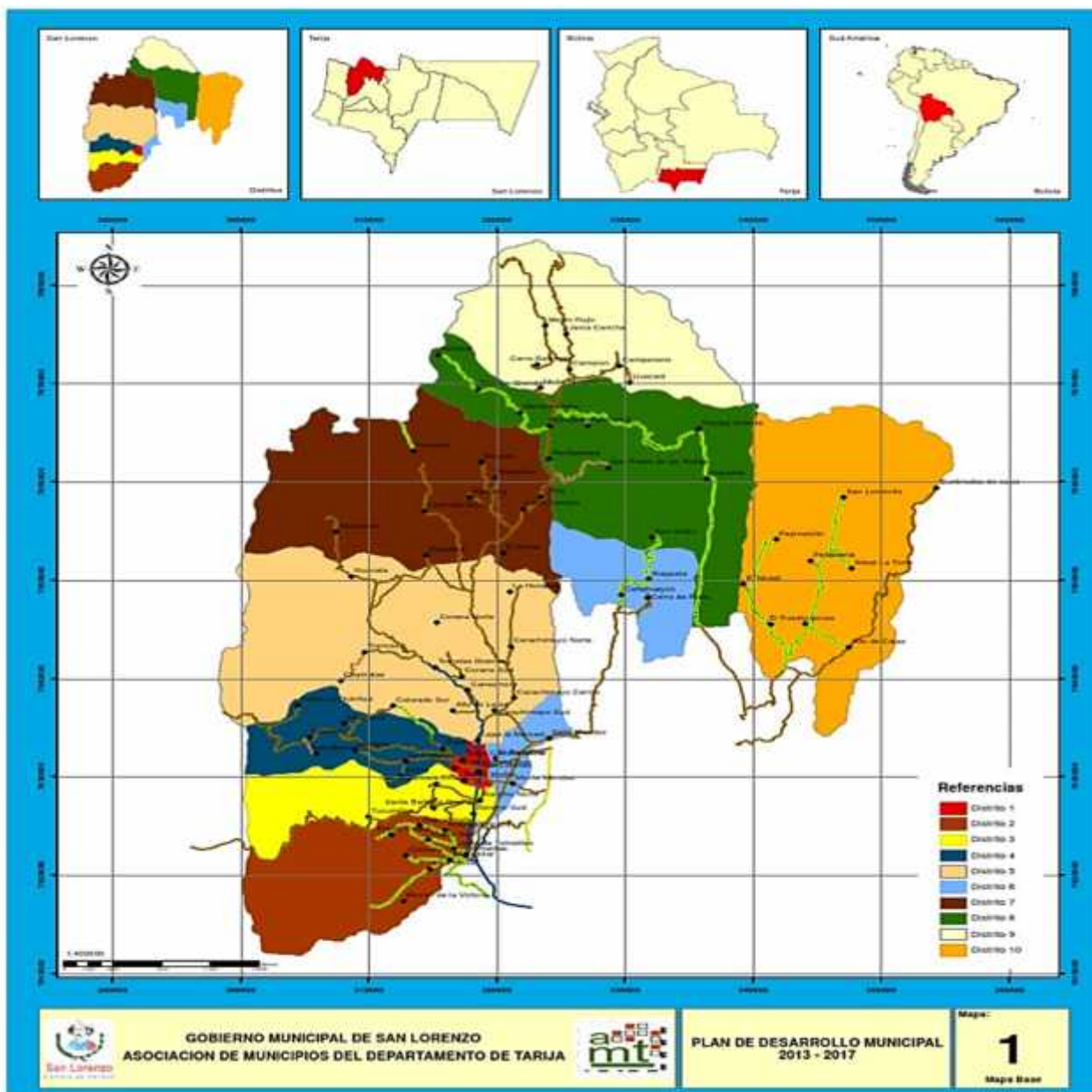
1.1.2. Extensión Territorial

El Municipio de San Lorenzo está Constituida como la primera sección de la Provincia Méndez, su superficie comprende aproximadamente 2.116 km, según el Instituto Geográfico Militar, con (23.863) Habitantes según el año 2012.

1.1.3. Límites

El Municipio de San Lorenzo limita al norte con la provincia Sud Cinti (Departamento de Chuquisaca), al sur con la sección municipal de Cercado, al este con las secciones municipales de O'Connor y Cercado y al oeste con la segunda sección municipal de la Provincia Méndez Municipio El Puente.

1.2. Ubicación Geográfica



1.3. División política

El municipio de San Lorenzo tiene una superficie total aproximadamente de 2.116 Km², lo que en cifras relativas representa el 5,68% del territorio departamental.

La división política del San Lorenzo, cuenta con 10 distritos, distribuidos en 75 comunidades y 6 barrios urbanos legalmente reconocidos. La localidad de San Lorenzo considerado como centro urbano, concentra al 12,11% de la población.

1.4. Distritos y Comunidades del Municipio de San Lorenzo

Cuadro 1: Distritos y comunidades del Municipio de San Lorenzo

<i>Distrito</i>	<i>Descripción</i>	<i>N° de Hab.</i>
<i>1. San Lorenzo (3 barrios y 4 comunidades)</i>	Barrio Central	3.401
	Barrio la Banda	
	Barrio Oscar Alfaro	
	San Pedro	
	Bordo Mollar	667
	Tarija Cancha Norte	295
	Tarija Cancha Sud	276
<i>2. Tomatitas (10 comunidades)</i>	Coimata	698
	El Cadillar	230
	El Ceibal	158
	Erquis Norte	390
	Erquis Oropeza	322
	Erquis Sud	465
	La Victoria	899
	Rincón de la Victoria	216
	Loma de Tomatitas	450
	Tomatitas	1702
<i>3. Santa Bárbara (5 comunidades)</i>	Rancho Norte	1123
	Rancho Sud	432
	Santa Bárbara Chica	211
	Santa Bárbara Grande	391
	Tucumillas	196
<i>4. Choroma (7 comunidades)</i>	Choroma	98
	Cochas	36
	Falda la Quiñua	90

	La Calama	711
	Marquiri	95
	Pajchani	104
	Tres Morros	60
	Jurina	90
5. Eustaquio Méndez (14 comunidades)	Canasmoro	1156
	Carachimayo Norte	12
	Bordo Guadalquivir	186
	Carachimayo Centro	528
	Chamata	52
	Colorado Sud	36
	Corana Norte	69
	Corana Sud	226
	Huacata	158
	La Hondura	74
	Tomatas Grande	657
	Lajas la Merced	580
	Alto Lajas	99
	Trancas	184
6. Sella (6 comunidades)	Alaypata	58
	Cañahuayco	68
	Cerro de Plata	37
	El Barranco	59
	Monte Méndez	398
	Sella Méndez	531
7. El Rosal (11 comunidades)	Colorado Norte	169
	Criva	152
	El Rosal	215
	Huancoiro	172
	León Cancha	316
	Nogalitos	34
	Noques	142
	Palacios	99
	San Isidro	125
	Yumasa	65
	Zapatera	117
8. Pantipampa (9 comunidades)	Acheral	42
	Allpahuasi	99
	Hoyadas	153
	Mandor chico	79

	Mardor Grande	78
	Pampa Grande	220
	Pantipampa	93
	Quirusillas	90
	San Pedro de las Peñas	123
9. Jarca Cancha (7 comunidades)	Camarón	104
	Valles de Campanario	83
	Cerro Redondo	140
	Jarca Cancha	198
	Lluscani	70
	Melon Pujio	173
	Mollehuayco	43
10. Alto de Cajas (9 comunidades)	Alizar La Torre	53
	Alto de Cajas	79
	El Nogal	54
	El Puesto	164
	Jarcas	119
	Pajonalcito	149
	Peñaderia	93
	Quebrada de Cajas	8
	San Lorencito	174
Total habitantes del Municipio de San Lorenzo		23.863 h

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas 2012

1.5. Condiciones Ambientales

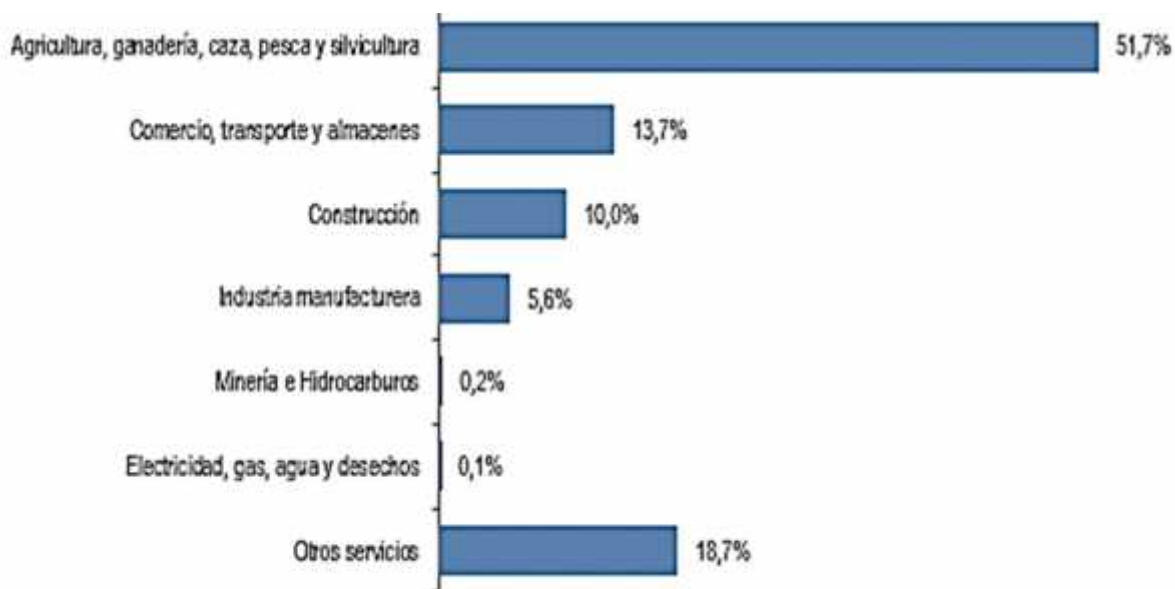
1.5.1. Clima

Por las diferencias de Altitud, Fisiografía, Topografía, Vegetación, corrientes de aire, además de otros factores, la Primera Sección de la Provincia Méndez presenta una variedad de Mesoclimas y Microclimas. Se puede clasificar en forma general como un clima Semiárido, Fresco, Mesotermal con poco o ningún exceso de agua. Sub Andino, Cabecera de Valle, Valle y Subtrópico. Entre las localidades más representativas de esta unidad climática se tiene a San Lorenzo, Canasmoro, Tucumilla, Sella, Alto Cajas, León Cancha.

1.6. Aspectos Socioeconómicos

La principal actividad económica del municipio de Villa San Lorenzo en el Departamento de Tarija es la agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura con 5.884 personas ocupadas a este rubro, le sigue la actividad de comercio, transporte y almacenes con 1.563 personas, según el Censo 2012, informó el Instituto Nacional de Estadística al conmemorar los 141 años de creación de este municipio.

Gráfico 1: MUNICIPIO DE VILLA SAN LORENZO: Población ocupada por actividad económica, Censo 2012



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

1.7. Atractivos Turísticos

Cuadro 2: Sitios Turísticos de San Lorenzo

SITIOS NATURALES	PATRIMONIO URBANO Y ARQUITECTÓNICO	ETNOGRAFÍA Y FOLKLORE
Res. Biológica Cordillera de Sama/Coimata	Cerámica precolombina y arte rupestre	Instrumentos Musicales
Res. Biológica Cordillera de Sama/Rincón de la Victoria	Sitios Históricos	La Caja ,El Erque, Violín Chapaco, La Caña y la quena
Chorros de Jurina	Capilla Sitio Histórico	Arcos de rosa de Pascua
Cascadas de Coimata	Lomas Patrióticas Sitio Histórico	Música
Campiña de Alameda	Pueblo Histórico de San Lorenzo	Danzas
Balneario de Corana	Capilla de la Merced	Bebidas Tradicionales
Acheral	Iglesia de San Lorenzo	Comidas Tradicionales
Rio Guadalquivir	Iglesia Colonial	Masa tradicionales
Caminos y Ruinas Incas	Museo Casa De Eustaquio Méndez	Fiesta de Todos Santos y difuntos
Erquis Campiña y Cañón	Plaza principal y Monumento al Moto Méndez	Carnaval Chapaco
Sitio Fosilífero	Puentes del zapateo	Vestimenta Chapaca
Rio Pilaya	Fachada y calles restauradas	Carnaval Chapaco en el Campo
Rio Rincón de San Pedro	Tarija Cancha Pueblo Histórico	
Vistas Panorámicas	Casa del poeta Oscar Alfaro	
Cerro de la plata	Normal Superior Canasmoro	
El infiernillo	Capilla Histórica	
Sitio con formación es geológica interesantes	Ruinas arqueológicas	
Sitio Fosilífero	Arte Rupestres	

FUENTE: Unidad de Turismo, Cultura y Deportes del Municipio de San Lorenzo

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

MARCO TEÓRICO

1. FUNDAMENTOS DE PLANIFICACIÓN

1.1. Definición de planificación.

La planificación consiste en determinar los resultados que se pretenden obtener, a través del análisis del entorno con la finalidad de prever escenarios futuros, riesgos y oportunidades, los recursos y las alternativas óptimas para lograr dichos resultados minimizando riesgos y mejorar condiciones futuras de la organización.

1.2. Características de la planificación

Entre las características más importantes de la planificación, según Bernal (2012), podemos mencionar:

- La planificación es un proceso permanente y continuo.
- La planificación está siempre orientada hacia el futuro, está ligada a la previsión.
- La planificación busca la racionalidad en la toma de decisiones: al establecer esquemas para el futuro, la planificación funciona como un medio orientador del proceso decisorio.
- La planificación es sistemática: la planificación debe tener en cuenta el sistema y los subsistemas que lo conforman; debe abarcar la organización como totalidad.
- La planificación es una técnica de asignación de recursos: tiene por fin la definición, el dimensionamiento y la asignación de los recursos humanos y no humanos, según se haya estudiado y decidido con anterioridad.
- La planificación es una función administrativa que interactúa con las demás; está estrechamente ligada a las demás funciones – organización, dirección y control – sobre las que influye y de las que recibe influencia en todo momento y en todos los niveles de la organización.
- La planificación es una técnica de coordinación e integración: permite la coordinación e integración de varias actividades para conseguir los objetivos previstos.

- La planificación es una técnica de cambio e innovación: constituye una de las mejores maneras deliberadas de introducir cambios e innovaciones en una empresa, definidos y seleccionados con anticipación y debidamente programados para el futuro.

1.3. Clasificación de la planificación

La planificación puede formularse de manera estratégica, táctica, operativa o normativa.

Planificación estratégica.

Los objetivos se establecen a largo plazo, sumando metas parciales u objetivos específicos e integrando circunstancias internas y externas por igual. Suele realizarse en los ámbitos de jerarquía y no en los operativos.

Planificación táctica.

Se realiza de manera continua, determinando las acciones en forma sistemática y va ajustándose en relación con los impactos logrados o a los cambios en las circunstancias.

Planificación operativa.

Incluye planeamientos menores, metas específicas a corto plazo y se ejecuta normalmente en los sectores operativos.

Planificación normativa.

Tiene como objetivo conformar normas y reglamentos para su aplicación a largo plazo y define, por ejemplo, la manera de actuar en la empresa o metas generales, sustentables en el tiempo

1.4. Etapas de la planificación

La planificación debe poder medirse en su avance. Para ello, se diseña en un cierto orden, definido como una serie consecutiva de etapas (Uriarte, 2020):

- Identificar el problema, la necesidad actual o futura, o el objetivo por alcanzar.
- Desarrollar las alternativas o propuestas para alcanzar el objetivo en un tiempo asignado.

Ejecutar las soluciones o propuestas en un orden previamente establecido, cumpliendo metas parciales, priorizadas según necesidad o posibilidades actuales.

2. FUNDAMENTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO

2.1. Definición del Plan Estratégico

La Planificación Estratégica es una herramienta fundamental para el desarrollo y ejecución de proyectos, es un proceso sistemático, que da sentido de dirección y continuidad a las actividades diarias de una organización, permitiéndole visualizar el futuro e identificando los recursos, principios y valores requeridos para transitar desde el presente hacia el futuro, siguiendo para ello una serie de pasos y estrategias que puedan definir los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias (Chiavenato, 2000)

El concepto de planificación estratégica se centra en la integración de varios departamentos comerciales como contabilidad, investigación y desarrollo, producción, marketing, sistemas de información y gestión, para lograr los objetivos de la organización.

Es el proceso en el cual se desarrolla y mantienen una relación viable entre los objetivos y recursos de la organización y las oportunidades cambiantes del mercado. Es la fórmula para alcanzar el éxito en el mundo de los negocios, es el plan para lograr el mejor rendimiento de los recursos, la selección de la base de negocios en que participan y el esquema para obtener una posición favorable en el mercado. Es la estructura para establecer relaciones con el siempre cambiante mundo exterior (Escobar, s.f.)

2.2. Objetivo del Plan Estratégico

El objetivo del plan estratégico es diseñar la ruta que se va a seguir para alcanzar las metas y establecer la manera en que esas decisiones se transformen en acciones. Sin embargo, para establecer esta ruta, antes es necesario: Analizar y definir las características de la empresa

manera en que esas decisiones se transformen en acciones. Sin embargo, para establecer esta ruta, antes es necesario:

- Analizar y definir las características de la empresa.
- Reflexionar sobre sus puntos fuertes e identificar las posibles amenazas que puedan suponer un problema.
- Meditar sobre cuáles son los objetivos de la empresa y qué mejoras se deben realizar para alcanzarlos (Excellence, 2015).

2.3. Características del Plan Estratégico

A continuación, se menciona las siguientes características:

- Exige y contempla el exterior de la organización para prevenir amenazas y aprovechar oportunidades.
- Presume observar el interior de la organización para contemplar debilidades y puntos fuertes.
- Incluye el panorama a largo plazo
- Tiende a ser una responsabilidad de la alta gerencia, pero refleja una mentalidad que es útil en todos los niveles (Escobar, s.f.).

3. FASES DEL PLAN ESTRATÉGICO

3.1. Análisis de la Situación

Aunque precede a la planeación, y, por lo tanto, no es estrictamente parte del proceso de planeación, la detección de las oportunidades tanto en el ambiente externo como dentro de la organización, es el verdadero punto de partida de la planeación. Convendría hacer un examen preliminar de las posibles oportunidades futuras y verlas con claridad y de manera completa, saber dónde se encuentra de acuerdo con los puntos fuertes y débiles, comprender que problemas se desean resolver y por qué, así como saber lo que se espera ganar.

El establecimiento de objetivos factibles depende de este conocimiento y la planeación requiere de un diagnóstico realista de la determinación de las oportunidades.

Como parte del análisis de la situación, algunas empresas llevan a cabo una evaluación FODA. En la cual identifican y juzgan sus más importantes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Para cumplir su misión una organización debe aprovechar sus puntos fuertes más importantes, se refiere a las fuerzas las cuales constituyen una consideración importante en la formulación de la estrategia debido a las habilidades y capacidades que proporcionan para aprovechar una oportunidad en especial, la posición competitiva que puede proporcionar en el mercado y el potencial que tiene para convertirse en punto clave de la estrategia; debilidades de sus propias capacidades, superar o atenuar sus debilidades importantes, evitar riesgos graves y sacar partido de las oportunidades prometedoras

3.2.Determinación de la Misión

Asimismo, la misión nos indica cuál es el propósito de la existencia de la empresa, la pregunta que nos haremos en este caso es: ¿cuál es la razón de ser de la empresa? La misión de la empresa justifica su existencia.

3.3.Determinación de la Visión

Por una parte, la visión es un enunciado que nos señala hacia dónde queremos llevar la empresa en el futuro, o qué es lo que queremos llegar a ser como organización. La pregunta fundamental que nos debemos formular para establecer la visión es: ¿qué queremos ser? La visión determina el conjunto de valores con los cuáles la empresa justifica sus acciones.

3.4.Formulación de Objetivos

Un objetivo es simplemente un resultado. Una buena planeación comenzará con un conjunto de objetivos que se cumplen poniendo en práctica los planes. Para que los objetivos sean alcanzables y valga la pena el esfuerzo, deben reunir los siguientes requisitos:

- Claros y específicos
- Formularse por escrito
- Ambiciosos pero realistas

- Congruentes entre si
- Realizarse en determinado periodo

La formulación de los objetivos implica comprender la misión de la organización y después establecer objetivos que la traduzcan a términos concretos. Dado que los objetivos seleccionados se llevarán gran cantidad de los recursos de la organización y gobernarán muchas de sus actividades.

3.5. Diseño, Evaluación y Selección de estrategias

Una vez que se han establecido los objetivos generales de la empresa, se procede a diseñar, evaluar y seleccionar las estrategias que permitan alcanzar, de la mejor manera posible, dichos objetivos.

El proceso para diseñar, evaluar y seleccionar estrategias es el siguiente:

- Se evalúa información sobre el análisis externo (la situación del entorno), se evalúa información sobre el análisis interno (los recursos y la capacidad de la empresa), se evalúa el enunciado de la misión y los valores, se evalúan los objetivos, y se evalúan las estrategias que se hayan utilizado anteriormente, hayan tenido o no buenos resultados.
- Se diseña una serie manejable de estrategias factibles, teniendo en cuenta la información analizada en el punto anterior.
- Se evalúan las estrategias propuestas, se determinan las ventajas, las desventajas, los costos y los beneficios de cada una.
- Se seleccionan las estrategias a utilizar, y se clasifican por orden de su atractivo.

3.6. Implantación de las estrategias

Una cosa es desarrollar estrategias claras y significativas. Y otra de gran importancia es implementarlas con eficiencia. A fin de que la planeación Estratégica tenga éxito, se deben

dar ciertos pasos para implementarlas, las cuales consisten en las siguientes recomendaciones que los gerentes deberán considerar cuando quieran hacer que sus estrategias funcionen como ser:

- Comunicar las estrategias a todos los gerentes que toman decisiones claves
- Planes de acción, contribuyen y reflejan objetivos y estrategias personales
- Revisión periódica de las Estrategias
- Desarrollo de estrategias y programas de contingencia

3.7.Presupuesto

El presupuesto es la expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la dirección de una empresa en un periodo. Por lo tanto, no se debe confundir presupuesto con plan estratégico, ya que este último constituye un marco de actuación mucho más amplio en el que se insiere el presupuesto como culminación del proceso de planificación estratégica.

Un presupuesto es un plan, integrado y coordinado, que se expresa en términos financieros, respecto de las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un período determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la dirección. (Arturo, 2020)

4. CONCEPTO REACTIVACION DEL TURISMO

Recuperar la confianza del turista nacional e internacional de manera progresiva y fortalecer la competitividad turística a través del Reconocimiento de los Destinos Bioseguros e Innovar la oferta turística y artesanal acorde a las nuevas expectativas del nuevo turista y a la “Nueva normalidad”.

5. CONCEPTO DE TURISMO

Según la OMT el turismo es una de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines recreativos, negocios u otros.

“El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” según. (Oscar, 1980)

El turismo es muy importante desde el punto de vista social, cultural y económico. Gracias al turismo aumenta notablemente la inversión en construcciones de infraestructura, y edificaciones, genera un mayor nivel de desarrollo en las áreas involucradas, los medios de transporte suelen ser mejorados en cuanto a la calidad y la frecuencia, así como también aumentan las divisas, las tasas de desempleo disminuyen notablemente, generando un mayor bienestar en las comunidades afectadas.

Desde el punto de vista cultural resulta muy útil ya que no solo permite la apreciación de cultura, tradiciones, geografía, artesanías y otros aspectos de miembros ajenos a la comunidad, sino que también permite la valorización y la concientización dentro de la misma comunidad. Además, en un medio de intercambio cultural, donde personas de diversos orígenes conviven y comparten ideas y costumbres. (Najera)

6. TIPOS DE TURISMO

Existe un gran número de tipos de turismo, estos se van clasificando en función del tipo de viaje, el fin del mismo, la actividad a desarrollar, los motivos, la compañía, así como un sin fin de características que nos motivan a viajar de un lugar u otro.

Todos estos tipos se clasifican en función del fin con el que se realiza el viaje, así como el interés que provocó la motivación. Dependiendo de la actividad que se realice durante el viaje, la duración, la estancia, la compañía, así como otros factores, podemos clasificar el turismo entre los siguientes tipos:

6.1. Turismo de Aventura

El turismo de aventura es un tipo de turismo que implica exploración o viajes, Implican actividades de riesgo bajo, Moderado y Alto, muy a menudo combina varios tipos de recreación, incluyendo deportes extremos.

6.2. Turismo natural

El turismo natural es un tipo de turismo que, como su propio nombre indica, se desarrolla en espacios y ambientes naturales. Estos suelen desarrollarse en medios rurales o áreas naturales protegidas. La idea de este turismo es el poder realizar actividades recreativas en el entorno natural, pero siempre con la responsabilidad sobre el deterioro del terreno.

6.3. Turismo cultural

Es un tipo de turismo en el que la principal actividad demandada es la visita y el desarrollo del conocimiento de lugares culturales. Estos suelen ser monumentos o museos. Dentro de este turismo podemos encontrar el turismo creativo, el arqueológico, el monumental, el funerario, el turismo de compras, el etnográfico, el literario, gastronómico, el idiomático, el urbano, el enológico, así como el turismo industrial.

6.4. Turismo Rural o Vivencial

El turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, o natural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1000 o 2000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño.

6.5. Turismo Gastronómico

Es una forma de Turismo donde el interés está puesto en la gastronómica, tiene por finalidad conocer y disfrutar de los manjares típicos, reconocer ingredientes, preparaciones y acercarse

a la cultura local a través de sus platillos en la Actualidad se lo considera como un componente vital de la experiencia turística.

7. QUE ES EL TURISMO INTERNO Y EL TURISMO EXTERNO

El turismo interno lo realizan los turistas nacionales que salen de su entorno habitual para visitar algún lugar del país por motivos familiares, de paseo, para visitar sitios arqueológicos, divertirse, etc. El turismo externo o agresivo son aquellos residentes o nacionales que viajan a otro país. (Tecno-Turismo, 2012)

8. DEMANDA TURISTICA

Definimos como demanda turística al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda. (INACAP, 2013).

9. OFERTA TURISTICA

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.

Distinguimos aquí los recursos turísticos de los productos turísticos. Un recurso turístico es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística.

La oferta turística está relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión. En turismo el mayor impacto económico lo producen los servicios directos: hoteles, transportes, diversiones. Pero la oferta turística en su totalidad, forma parte de la vida de la comunidad. Los bosques, las plazas de las ciudades, los paseos, las instalaciones deportivas y los lugares de culto son con frecuencia de tanta importancia para los turistas extranjeros, con las siguientes características:

- La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: nieve, playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente. (Socatelli, 2013)

10. SECTORES QUE INTERVIENEN EN EL TURISMO

El sector turístico, al igual que otros sectores, posee un elenco de subsectores que lo integran y lo hacen ser tan variado. Entre estos subsectores se engloban a un gran número de empresas que, de una forma u otra, se encuentran directa o indirectamente, relacionadas con el mundo del turismo, son los siguientes:

- **Transporte:** Se Clasifica en tres tipos; Transporte aéreo, marítimo y terrestre. Es uno de los mayores subsectores del sector turístico y se compone por las agencias de viajes y operadores turísticos.
- **Hostelería:** Otro gran subsector dentro del sector turístico. Este engloba a empresas relacionadas con la estancia turística. Tales como hoteles, pensiones, apartamentos, ciudades de vacaciones, campings, así como todo lo relacionado con la estancia del turista.

- **Restauración:** Un subsector muy ligado al subsector de la hostelería. Integra a todas las empresas relacionadas con la alimentación y la gastronomía. Entre las empresas que lo integran están los bares, restaurantes, cafeterías,
- **Asistencia de seguros y viajes:** Las aseguradoras venden sus productos con coberturas para aquellos turistas que lo precisen. No solo a nivel individual, sino que muchos productos lo incluyen. Por ejemplo, cuando viajamos en transporte público puede que estemos pagando también el seguro de viaje.
- **Eventos, exposiciones y congresos:** Las grandes ferias encajarían dentro de este tipo. Es decir, grandes salones o congregaciones en las que se exponen sectores o productos. Así existen grandes eventos en relación al sector del automóvil, la tecnología o los videojuegos.

Adicionalmente, podríamos incluir cualquier otra empresa cuya actividad se encuentre relacionada con el turismo. Por ejemplo, guías turísticos, actividades para visitantes o formación profesional o personal contratado para otros temas como la seguridad que se hacen necesarios para la celebración de ciertos eventos. (Morales, 2020)

11. MARKETING

11.1. Definición de Marketing

El marketing es la actividad encaminada a involucrar clientes y administrar relaciones redituables con ellos. La meta doble del marketing consiste en involucrar a nuevos clientes prometiéndoles un valor superior, y mantener y hacer crecer a la clientela actual satisfaciendo sus necesidades. Por lo tanto, se define al marketing como el propósito mediante el cual las compañías atraen a los clientes, establecen relaciones sólidas con ellos y crean valor para los consumidores con la finalidad de obtener, a cambio, valor de estos. (Philip kotler, 2017)

11.2. El proceso de marketing

El proceso de marketing consta de cinco pasos. En los primeros cuatro pasos, las empresas trabajan para entender a los consumidores, generar valor del cliente y construir fuertes relaciones con los clientes. Al crear valor para los clientes, a su vez captan valor de los

clientes que toma la forma de ventas, utilidades y capital de clientes a largo plazo. (Philip Kotler, 2017)

- Comprender el mercado y las necesidades y deseos de los clientes.
- Diseñar una estrategia de marketing orientada a los clientes.
- Crear un programa de marketing integrado que entregue un valor superior.
- Construir relaciones rentables y crear deleite en los clientes.
- Captar valor de los clientes para generar utilidades y capital de clientes.

11.3. Estrategias de Marketing

Son las siguientes:

11.3.1. Estrategia de segmentación

La estrategia de segmentación de mercado la utilizan todas las empresas cuando decide dividir el mercado total en el que compete en grupos que tengan características homogéneas.

Para que la estrategia resulte efectiva, la empresa debe dividir a sus clientes en grupos de miembros que tengan necesidades, gustos, deseos y preferencias similares. Cada grupo forma un segmento diferente, es decir que cada grupo debe ser distinto uno a otro.

Por lo tanto, cada segmento tiene rasgos que son comunes entre sus miembros, lo que hace que se conforme un grupo homogéneo. Pero a la vez tiene que ser heterogéneo entre un grupo y otro, porque todos los segmentos deben ser diferentes entre sí. (Quiroa, 2020)

11.3.2. Estrategia de posicionamiento o branding

Las estrategias de marketing de posicionamiento tienen como objetivo final dibujar en la mente del consumidor la imagen de marca que hayamos definido. Hacer que el usuario nos conozca y nos identifique con una marca y a esa marca con un estilo y valores concretos.

En la estrategia de posicionamiento se deberá determinar quiénes son los competidores, qué hace la empresa y en qué se diferencian de las otras: ¿por qué es la mejor opción?

Se debe definir la necesidad de los clientes que está cubriendo los productos y por qué la relación calidad precio es la mejor (incluso aunque el producto sea más caro, la calidad puede ser tan brutal que los clientes, acaben eligiendo siempre a la empresa).

11.3.3. Estrategia funcional

Es la mezcla de 4 variables de marketing para conseguir cumplir los objetivos comerciales. La empresa deberá mantener coherencia entre las 4 variables para que su estrategia de marketing sea un éxito. Estas son las variables:

- **Producto:** Aquí se explica la necesidad que se trata de satisfacer en el consumidor y los servicios relacionados que puedan ser necesarios para el disfrute del producto, los cuales mejoran y añaden valor al producto como, por ejemplo, el servicio post-venta, la garantía o el servicio técnico.
- **Precio:** métodos de pago (una empresa que quiera dar imagen de flexible y digital, deberá ofrecer métodos de pago alternativos como la financiación o Bizum), política de pagos.
- **Distribución:** gestión de pedidos, seguimiento, almacenamiento y localización de puntos de venta (una empresa de lujo deberá tener puntos de venta en los barrios con mayor nivel adquisitivo de las ciudades).
- **La comunicación:** deberá estar adaptada al tipo de producto, precio y persona a la que se quiera vender el producto.

11.3.4. Estrategia de cartera

Consiste en disminuir los costes de tus estrategias de marketing disminuyendo también el número de productos de tu cartera que intentas dar a conocer. Darás a conocer los productos que más beneficios te reporten en lugar de toda tu gama de productos para así comercializar los más rentables.

Analizar la rentabilidad de un producto no solo sirve para establecer una estrategia de marketing de cartera, también podría ser la raíz de la pregunta: ¿debería seguir invirtiendo en comercializar este otro producto que apenas me da beneficio? (Galan, 2015)

12. MARKETING TURISTICO

12.1. Definición del Marketing Turístico

El Marketing Turístico es un área dedicada a diseñar planes de comercialización para el negocio del turismo. En ella se integran tanto viajes como alojamientos. La disciplina se basa en ofrecer las mejores ofertas al cliente adecuado, cuidando cada detalle a través de estrategias integradas en las últimas tendencias.

En la actualidad, los viajes ya no se venden como simples paseos o paquetes todo incluido. Los consumidores desean probar cosas nuevas y experimentar sensaciones, razón por la cual este negocio apela al marketing turístico para diversificar su oferta y satisfacer las necesidades de cada cliente. Además, con motivo del COVID-19 el contenido debe adecuarse a una nueva realidad que pasa por la seguridad y la confianza del viajero.

12.2. Características del Marketing Turístico

Aunque está presente en múltiples ámbitos, el marketing turístico posee características que lo definen en su totalidad y que no cambian a pesar de su enfoque. Algunas de ellas son (Cajal, 2019):

- Favorece la comunicación y el contacto directo entre clientes y operadores turísticos.
- Se enfoca en investigar todos los aspectos de un destino antes de que el turista lo haga. Gracias a él, es posible obtener información inmediata sobre las ventajas de un lugar, su cultura y variedad de actividades.
- Estudia las necesidades del cliente y su reacción ante múltiples opciones de viaje.
- Analiza los márgenes de precio y evalúa promociones que puedan favorecer tanto al cliente como al negocio.
- Se encarga de elegir los canales más adecuados para la implementación de estrategias de mercado, segmentando al público y gestionando el reconocimiento de la marca.

12.3. Estrategias del Marketing Turístico

Algunas de ellas son (Niad, s.f.):

Estrategia de contenidos de valor

Se basa en una serie de estrategias para atraer a los turistas potenciales a través del marketing de contenidos. Ser capaces de generar un valor real que guste, atraiga, persuada y fidelice es un reto. Este tipo de marketing se basa en conocer el buyer persona y crear una estrategia en torno a su perfil.

Recomendaciones

El marketing de recomendación se basa en la confianza. Las reseñas y las opiniones de otros usuarios harán que los potenciales clientes te elijan a ti o a tu competencia. Se debe cuidar la reputación online en foros, redes sociales, blogs... e incentivar las recomendaciones positivas sobre el negocio en las diferentes plataformas sociales y digitales.

Marketing de influencers

Los influencers tienen un gran poder de persuasión en redes sociales, sobre todo en el sector turístico. Existen distintos tipos de cuentas con las que podrías colaborar: rutas gastronómicas, influencers especializados en viajes, turismo en pareja... Los influencers se han convertido en los nuevos guías de viajes: al vivir ellos las experiencias, les dan a sus seguidores la oportunidad de vivirla junto a ellos. Esta estrategia está íntimamente ligada con la de recomendación. Y es que la experiencia y opinión de estos influenciadores genera confianza en los potenciales turistas que están en proceso de decisión.

Gamificación para fidelizar a tus clientes

La gamificación consiste en convertir el proceso de compra en un juego con el objetivo de fidelizar aún más y mejor a tus clientes. Con las herramientas digitales que tenemos hoy en día es muy sencillo: juegos de geolocalización en el destino con plataformas de terceros, realidad aumentada para crear atracciones virtuales que lleven a los turistas a lugares que de otra forma no hubieran visitado.

Vídeo in streaming para crear comunidad

El video marketing es una realidad. ¿Cómo enganchar aún más a los usuarios? Con vídeos en directo. El contenido instantáneo es el que manda y las marcas que retransmiten en tiempo real lo que están haciendo, donde están, los eventos a los que asisten, la creación de un producto... transmiten aún más confianza. Las redes más empleadas en turismo para ello son Facebook, Instagram, Snapchat y Periscope.

Big data para mejorar la experiencia del consumidor

Las aplicaciones de big data permiten tener información de los usuarios, sus movimientos y preferencias. Los parámetros clave que se emplean para el sector turístico y con los que luego se puede mejorar la experiencia de los clientes son:

- De dónde proceden los visitantes y cuántos hay en cada destino
- Cuánto tiempo permanecen los turistas en un destino.
- Qué desplazamientos entre ciudades son los más comunes
- Cuáles son las estancias preferidas.
- Cuáles son los niveles de gasto.

CAPITULO III
DIAGNÓSTICO

1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

La finalidad de realizar el análisis del Macroentorno es determinar las oportunidades que podrían beneficiar al Municipio de San Lorenzo que es la primera sección de la Provincia Méndez y los riesgos que se tendrían que prevenir.

Actualmente el Desarrollo del turismo es fruto de la evolución que se ha manifestado como una consecuencia del grado de avance que en el transcurso del tiempo ha experimentado la humanidad. Considerando que las últimas gestiones tuvieron grandes cambios en el entorno, se realizara el análisis aplicando el método PESTA que es el Contexto Político, Económico, Social, Tecnológico y Ambiental que influyen en el proceso evolutivo de la actividad turística.

1.1. Contexto Político – Legal

La lucha contra esta pandemia ha obligado al Gobierno, a implementar políticas de aislamiento social para evitar la propagación de esta enfermedad, generando en consecuencia un impacto negativo en el desarrollo de la actividad turística, tanto en la producción de bienes y prestación de servicios, e indudablemente a todos los tratos y contratos turísticos en todos sus efectos jurídicos y económicos.

El 25 de noviembre, a través del Decreto Supremo No. 4400, se determinan medidas para la promoción y recuperación del sector turismo. A través de este Decreto, se disponen medidas de incentivo al turismo interno mediante la participación de los servidores y trabajadores públicos del sector central del Estado como ser:

-)] Decreto Departamental N°053/2021 y el Decreto Departamental N°047/2021 disponen la contención y la prevención de contagios del Covid -19.
-)] La Ley N°292 del 25 de septiembre 2012, Ley General del Turismo “Bolivia te espera” en su Art. 298, párrafo II, Numeral 37, define a las políticas generales del Turismo como una competencia exclusiva del nivel central del Estado.

- J El Art. 300, Parágrafo II, Numeral 20, define a las Políticas de Turismo Departamental como competencias exclusivas de los Gobiernos Departamentales Autónomos, en su jurisdicción.
- J El Art. 302, parágrafo II, numeral 17, define a las Políticas de Turismo Local, como competencias exclusivas de los Gobiernos Municipales Autónomos, en su jurisdicción.
- J El Art. 304, parágrafo I, numeral 11, dispone que las Autonomías Indígena Originario Campesinas tienen como una de sus competencias exclusivas las denominadas “Políticas de Turismo”.
- J Art. 337, parágrafo I, señala que “el turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo que tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respecto al medio ambiente.”
- J Art. 391, parágrafo I dispone que el “Estado Fomentará el acceso al financiamiento para las actividades turísticas, ecoturísticas y otras iniciativas de emprendimiento regional
- J El Art. 406, parágrafo I, dice que el Estado garantizará el desarrollo rural integral sustentable por medio de políticas, planes, programas y proyectos integrales de fomento a la producción agropecuaria, artesanal, forestal y al turismo, con el objetivo de obtener el mejor aprovechamiento, transformación, industrialización y comercialización de los recursos naturales renovables.
- J Según el Decreto Supremo N° 4451 Implican las medidas y acciones para la contención y prevención del COVID – 19 y la vacunación como requisito para ingresar a nuestro País. ART.14.

1.1.1. Políticas y Normas de bioseguridad

Según Resolución Ministerial n° 320/2021 las medidas para la prevención del COVID-19, implementados por los establecimientos son:

- ✓ Información para nuestros Huéspedes y clientes
- ✓ Productos de desinfección
- ✓ Procesos importadores que son:
 -) Lavado de Manos
 -) uso de mascarilla y equipo de protección
 -) distanciamiento social
 -) medición de temperatura
 -) desinfección de calzados
 -) Equipaje
 -) Sanitizado
 -) Limpieza y desinfección constantes
 -) Control y monitoreo
 -) Cultura de prevención y buenas practicas

1.1.2. Manuales de bioseguridad para el funcionamiento y atención de viajes y turismo post cuarentena- 19.

La Secretaría Municipal de Turismo y Cultura dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de Tarija realizó la socialización con los diferentes sectores del Turismo en Tarija sobre los Protocolos de Bioseguridad establecidos por el Vice Ministerio de Turismo mismo que depende de Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural del Estado Plurinacional de Bolivia. Estos protocolos servirán a la reactivación de las diferentes áreas del turismo a la brevedad posible. El Municipio realizará las inspecciones correspondientes antes de la apertura de estas áreas, con el fin de precautelar la seguridad sanitaria de todos.

A continuación, se muestran los diferentes manuales de bioseguridad:

- J Manual de Bioseguridad para el Funcionamiento y Atención de los SERVICIOS DE HOSPEDAJE TURÍSTICOS post cuarentena COVID-19.
- J Manual de Bioseguridad para el Funcionamiento y Atención de TRANSPORTE TURÍSTICO post cuarentena COVID-19.
- J Manual de Bioseguridad para el Funcionamiento y Atención de los SERVICIOS GASTRONÓMICOS TURÍSTICOS post cuarentena COVID-19.
- J Manual de Bioseguridad para el Funcionamiento y Atención de los SERVICIOS DE OPERADORAS DE TURISMO post cuarentena COVID-19.
- J Manual de Bioseguridad para el Funcionamiento y Atención de AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO post cuarentena COVID-19.
- J Manual de Bioseguridad para el Funcionamiento y Atención de los SERVICIOS DE GUIAS DE TURISMO post cuarentena COVID-19.

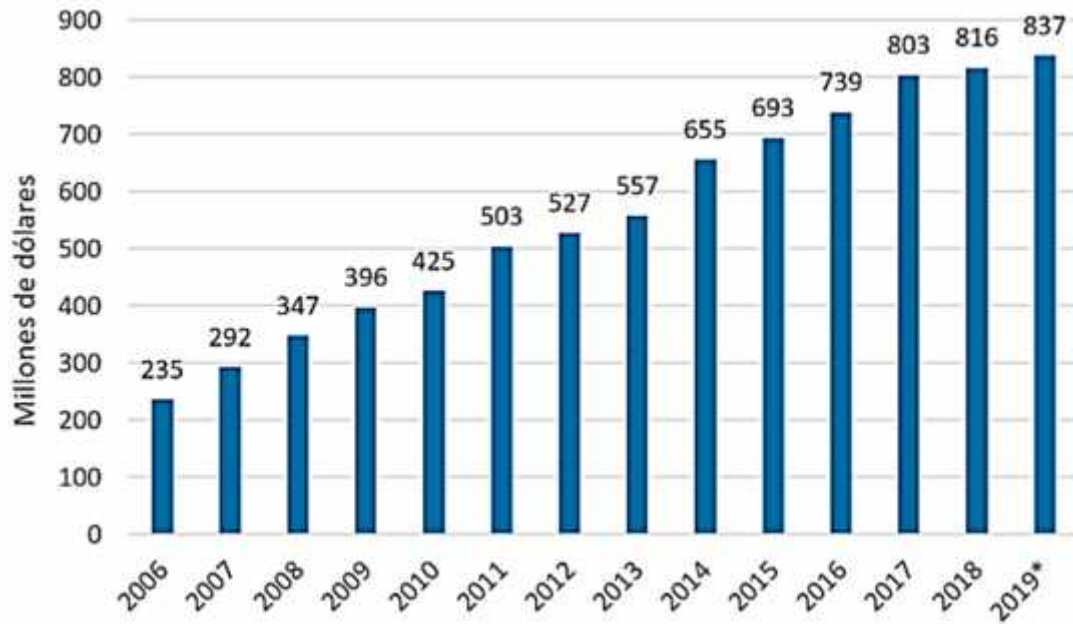
1.2. Contexto Económico

La crisis Sanitaria provocada por el Covid-19 ha sumido a la economía en una profunda recesión, actualmente el Gobierno tiene el objetivo de contener nuevas olas de contagio, acelerar la vacunación y promover una recuperación de la actividad económica y el empleo.

En caso del sector Turismo según la OMT (Organización Mundial del Turismo) en el 2020 se registró una reducción del 80% de la actividad Turística que impacto no solo en los ingresos sino también a las fuentes de empleo que ofrecía este sector.

A continuación, podemos mostrar las siguientes cifras se muestran cuan prometedora era esta industria del Turismo. En el caso de Bolivia, pese a la limitada inversión del gobierno, el panorama era mejor. El Gráfico 1 muestra como los ingresos generados por el turismo receptivo en Bolivia han aumentado a un ritmo mayor al 10% anual entre 2006 y 2019.

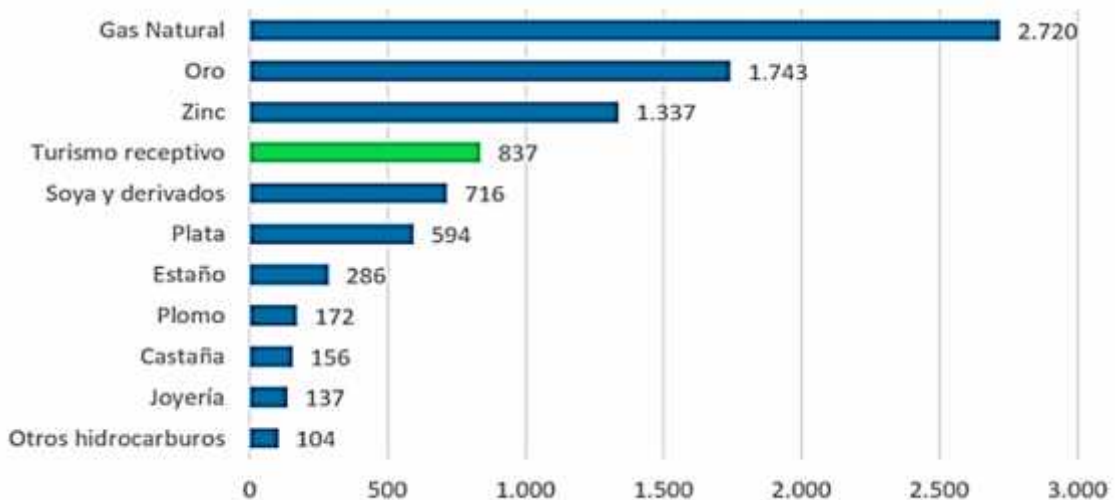
Gráfico 2: Gasto turístico de extranjeros en Bolivia, 2006 – 2019 (millones de dólares)



Fuente: Elaborado por Sustainable Development Solutions Network – Bolivia

En 2019 el turismo internacional fue el cuarto producto de exportación más importante del país, después de gas natural, oro y zinc, y por encima de la soya y de sus derivados (ver el Gráfico 3).

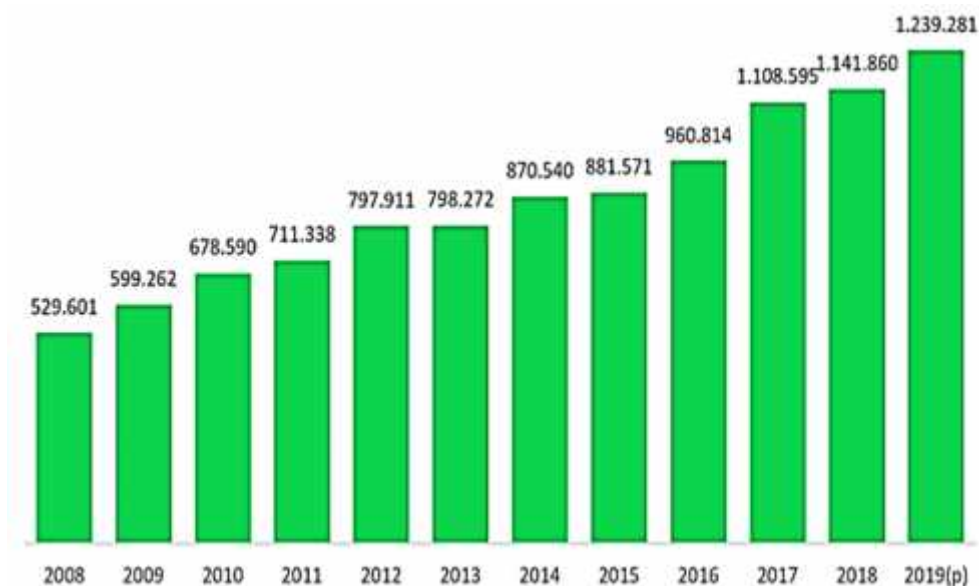
Gráfico 3: Ingresos por turismo receptivo en comparación con los diez principales productos de exportación, 2019 (millones de dólares)



Fuente: Elaborado por Sustainable Development Solutions Network – Bolivia

El Gráfico 4 muestra que el número de visitantes extranjeros ha aumentado de 529.601 en 2008 a 1.239.281, en 2019, lo que corresponde a una tasa de crecimiento anual promedio de 8%.

Gráfico 4: Llegada de visitantes extranjeros en Bolivia, 2008-2019 (número de personas)



Fuente: Elaborado por Sustainable Development Solutions Network – Bolivia

Según UDAPE (Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas) solo el 15% del gasto es en hospedaje, mientras que el 63% es en servicios como transporte, alimentación y esparcimiento. El restante 22% se gasta en bienes como suvenires, artesanías, vestimenta y/o regalos.

Actualmente las Autoridades buscan medidas para reactivar la economía del Turismo.

1.3. Contexto Social

Los impactos Socio culturales del turismo han sido descrito como las formas en que el turismo y los viajes transforman los sistemas de valores sociales y colectivos, patrones de comportamiento, estructuras comunitarias, estilo y calidad de vida (hally Lew, 2009: 57)

En el aspecto social las transformaciones generadas por el Covid 19 fundamentalmente están dadas por cambios en la percepción de prioridades dominando la primera necesidad.

Es razonable pensar que para el operador en turismo una opción de salvación será el turismo de proximidad, cuya principal característica es que no requiere de largos desplazamientos y puede hacerse sin el uso del transporte tradicional un aspecto que será crucial en este escenario post pandemia, además las necesidades más urgentes son la alimentación la educación y la salud pues estos absorben todos los gastos de la economía de las familias.

El turismo puede diversificarse en una gama de opciones, como ser: turismo ecológico, de aventura, histórico, gastronómico, recreativo, entre otros.

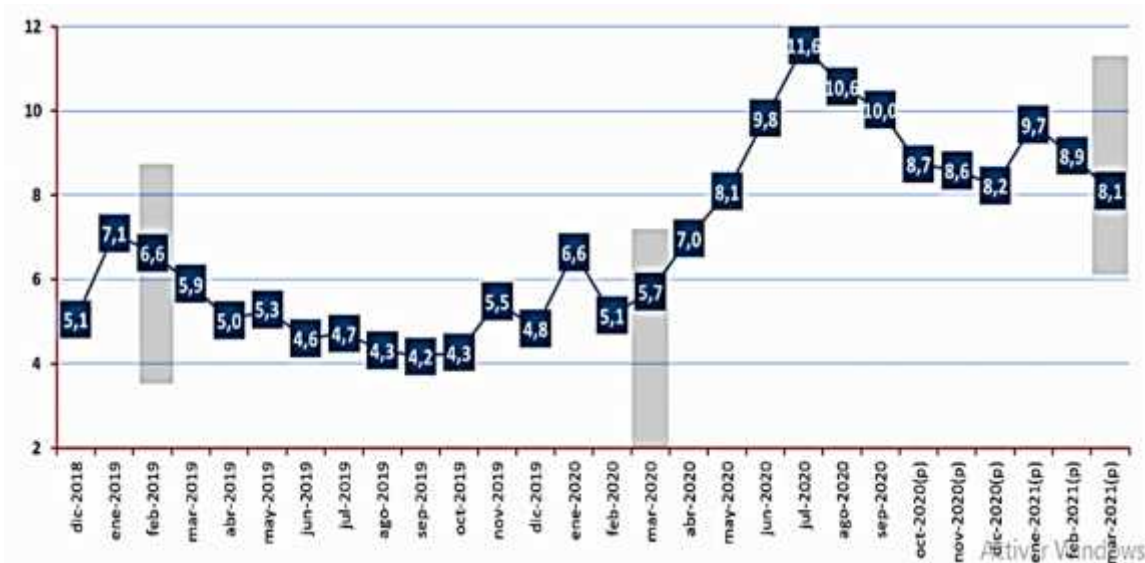
Además, la diversidad geográfica, cultural y étnica de Bolivia, le atribuyen ciertas ventajas competitivas en cuanto a turismo ecológico y de aventura. Este tipo de turismo está caracterizado por un alto cuidado medio ambiental y el bienestar de las poblaciones locales.

Es por todo esto, y por la oferta boliviana de naturaleza, biodiversidad, cultura, etc., que el turismo puede llegar a ser un motor de desarrollo sostenible que, con un buen direccionamiento, puede coadyuvar a un crecimiento económico, a generar empleo de mejor calidad y con un enfoque de género, mejorar las condiciones de vida de los pobladores de lugares turísticos mediante un incremento de la cobertura de servicios básicos, además de promover el cuidado medio ambiental.

Según el INE la mayor tasa de desempleo es de 8,1% después de la más baja por la pandemia en julio 2020 del 11,6%.

Gráfico 5: Tasa de Desocupación de Bolivia de Diciembre 2018 a marzo de 2021

Bolivia – Urbana

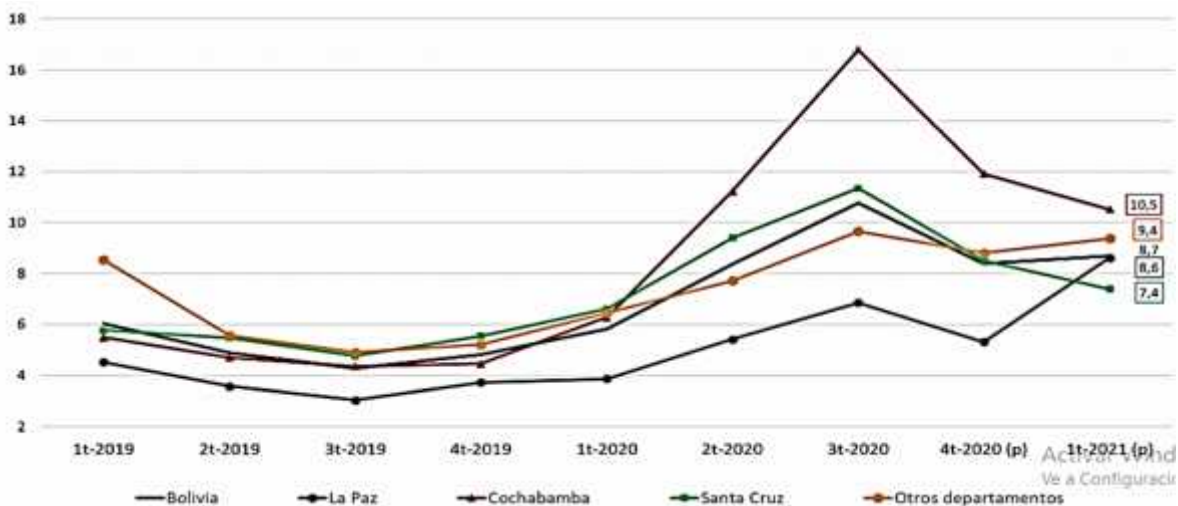


Fuente: Instituto Nacional de Estadística

La tasa de desocupación urbana por departamento respecto al tercer trimestre de 2020 (después de la cuarentena) ha disminuido en casi todos los departamentos, excepto La Paz que registró un incremento. Al primer trimestre de 2021, Cochabamba (urbana) presenta una tasa de desocupación de 10,5%, La Paz 8,6%, Santa Cruz 7,4% y otros departamentos 9,4%.

Gráfico 6: Tasa de Desocupación por Departamento

1T-2019 – 1T-2021(p)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

En 2020 en Bolivia la pobreza moderada aumentó de 31,1% a 37,5% y la pobreza extrema de 12,1% a 14,7% (con transferencias), producto de la crisis y la pandemia del coronavirus que golpeó al mundo, según las estimaciones de la Comisión Económica para América Latina. (Pagina Siete, s.f.)

1.4. Contexto Tecnológico

En estos días resulta bastante común escuchar términos como Webinar, Zoom, Google Meet y otros. Podríamos decir que la tecnología ha ingresado en los hogares de cada familia de una manera inusual, al menos en esta parte del mundo donde las posibilidades económicas no son suficientes como para comprar equipos y pagar servicios de Internet, no obstante todos hacen esfuerzos para poder ponerse a tono con esta tendencia, no solamente por el hecho de querer estar involucrados en una nueva forma de comunicación, sino más bien, porque ésta se ha convertido en una de las opciones más adecuadas para mantener el relacionamiento social, de trabajo y de estudio en tiempos en los cuales se ha instaurado un confinamiento absolutamente necesario a raíz del brote del Covid-19.

1.4.1. Plataforma web

En Bolivia se elaboró una plataforma digital véase en el (ANEXO4) que comenzó en noviembre del 2020, con el objetivo de tener información actualizada para la promoción de lugares turísticos de los nueve departamentos, esta plataforma contiene, las normativas, actividades e información sanitaria y bioseguridad por lo que se busca apoyar a la reactivación económica de la actividad turística, también capacitar a los emprendimientos turísticos comunitarios. (PROMOCION Y REACTIVACION DEL TURISMO, s.f.)

1.4.2. Aplicación Móvil

La Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Tarija y la Provincia Cercado buscan implementar una aplicación que contenga información acerca de los destinos turísticos en la ciudad de Tarija, como también restaurantes, hoteles, transporte

mediante el uso de un código Qr que se mostraran en puntos de llegada como ser en aeropuertos y terminal de Buses que servirá para ingresar de manera fácil.

1.5. Contexto Ambiental

El carácter multisectorial, multidisciplinario y territorial del turismo exige la necesaria sujeción e interrelación con la normativa ambiental. El régimen ambiental en Bolivia está constituido básicamente por la Ley del Medio Ambiente 1333 y el Decreto Supremo 24176 que aprueba los reglamentos de dicha Ley, con disposiciones conexas como el Reglamento Ambiental Minero y el Reglamento Ambiental de Hidrocarburos. La norma principal del proceso de evaluación de impacto ambiental está contenida en el Reglamento de Prevención y Control Ambiental, que por un lado previene los impactos ambientales y por otro monitorea los impactos de actividades y obras sean estas agropecuarias, mineras, hidrocarburífera, de infraestructura y urbanización entre otras. La Ley de Medio Ambiente establece instrumentos de planificación como el Plan de ordenamiento territorial y el Plan del uso del suelo, para garantizar el uso sostenible de la tierra en función a la capacidad de carga de los ecosistemas.

Las Áreas Protegidas están legalmente amparadas por la Ley N° 1580, que ratifica el Convenio de Biodiversidad; la Ley N° 1333 de Medio Ambiente; el Reglamento General de Áreas Protegidas; y el Reglamento del Servicio Nacional de Áreas Protegidas (sernap) cuyo mandato es coordinar el funcionamiento integral del Sistema de Áreas Protegidas en cogestión con las organizaciones comunitarias locales. El Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Bolivia aglutina un conjunto de 49 áreas protegidas de carácter nacional y departamental legalmente constituidas, abarcando en total más del 20% del territorio nacional.

Al presente, las áreas protegidas de carácter nacional representan un conjunto de 22 áreas, todas bajo gestión, que abarcan en total 170.048 km² de superficie o un 15.5% del territorio nacional. Al presente, se cuenta con 27 áreas protegidas de carácter departamental con una norma de creación o en proceso de aprobación, abarcando más de 51.600 km² equivalente a 4.7% del territorio nacional. En todo caso, las 49 áreas protegidas que posee el país son los territorios más propicios para el desarrollo del ecoturismo en el modelo de turismo indígena y comunitario, que ya se ha convertido en su firme defensor debido a los beneficios

económicos y socio/culturales que ofrece a las comunidades locales asentadas dentro de ellas en sus zonas de amortiguación.

En el Departamento de Tarija existen 6 áreas protegidas donde se puede desarrollar el turismo ecológico socio comunitario las cuales son: Área protegida Municipal San Nicolás se encuentra en la Provincia Gran Chaco, Reserva Natural El Corbalán se encuentra en la tercera sección de la Provincia Gran Chaco, Reserva Natural Alarachi ubicada en el Municipio de Padcaya Primera sección de la Provincia Arce, Reserva Biológica Cordillera de Sama, Reserva Nacional de Flora y Fauna Tariquia y El Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado de la Serranía del Aguaragüe ubicada en la Provincia Gran Chaco.

Cuadro 3: Resumen del Macroentorno

Resumen del Macroentorno		
<p>Contexto Político:</p> <p>El Gobierno debido a la pandemia se ha visto obligado a implementar políticas, decretos y Normas de aislamiento social para la prevención y evitar la propagación del COVID – 19.</p> <p>Esto ha generado un impacto Negativo en el Desarrollo de la actividad turística, tanto en la producción de bienes y de prestación de servicios, e indudablemente a todos los tratos y contratos turísticos en todos sus efectos jurídicos y económicos</p>	<p>Contexto Económico:</p> <p>La crisis sanitaria provocada por el Covid-19 ha sumido a la economía en una profunda recesión en el caso del sector Turismo.</p> <p>Según la OMT en la gestión del 2020 se registró una reducción del 80% de la actividad turística que impacto no solo en los ingresos sino también a las fuentes de empleo que ofrecía este sector.</p>	<p>Contexto Social:</p> <p>Las transformaciones en la sociedad generadas por el Covid-19 fundamentalmente están dadas por cambios en la percepción de prioridades como ser la alimentación, educación y la salud, las cuales absorben los gastos de la economía de las familias.</p> <p>La Tasa de desocupación Urbana con respecto al 2020 ha disminuido en casi todos los departamentos en el primer trimestre del 2021.</p>

	Actualmente las Autoridades buscan medidas para reactivar la economía del Turismo.	
<p>Contexto Tecnológico:</p> <p>A raíz de la propagación del Covid – 19, es común actualmente utilizar aplicaciones ya sea para la educación o trabajo como ser webinar, zoom, Google Meet y otros.</p> <p>En cuanto al sector del Turismo en Bolivia se elaboró una plataforma digital la cual contiene las normativas, actividades e información sanitaria y bioseguridad y en el Departamento de Tarija según la Secretaria de Turismo y Cultura se piensa implementar una aplicación móvil que contenga información de todos los destinos turísticos en la ciudad de Tarija mediante el uso de un Código Qr.</p>		<p>Contexto Ambiental:</p> <p>En Bolivia existen normas y reglamentos de prevención y control ambiental, por un lado, previene los impactos ambientales y por otro monitorea los impactos de actividades y obras sean estas agropecuarias, mineras, hidrocarburífera, de infraestructura y urbanización entre otras.</p> <p>Bolivia posee 49 áreas protegidas que están más propicios para el desarrollo del ecoturismo en el modelo de turismo indígena comunitario debido a los beneficios económicos y socio culturales que ofrece a las comunidades locales.</p> <p>De las cuales 6 pertenecen al Departamento de Tarija.</p>

2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

Es importante realizar el análisis del Microentorno, ya que el ambiente específico de cada organización es único y cambia al mismo tiempo que las condiciones circundantes, agencias del gobierno y grupos públicos de presión.

En el sector del turismo, el análisis del Microentorno trata de identificar los cambios en el entorno más cercano al sector Turismo, formado por los grupos de los partícipes sociales que inciden en la obtención de valor, incluyendo dentro de este análisis el de las fuerzas competitivas de mercado. Para lo cual utilizaremos las Cinco Fuerzas de Porter que

determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento.

2.1. Competidores en el Mercado

La competencia potencial para el Municipio de San Lorenzo-Tarija son todos aquellos Municipios del Departamento de Tarija interesados en realizar actividades relacionadas al turismo con la finalidad de lograr el desarrollo de la región.

En el Departamento de Tarija existen 6 provincias que es Aniceto Arce, Avilés, Cercado, Gran Chaco, Méndez y O'conor.

A continuación, aparecen 8 Municipios del Departamento de Tarija agrupados en 5 Provincias.

Cuadro 4: Provincias y Municipios de Tarija

Provincias de la Ciudad de Tarija	Municipios de la Ciudad de Tarija
<p>Provincia de Aniceto Arce La Capital de la Provincia de Aniceto Arce es Padcaya</p>	<p>Padcaya posee los siguientes Atractivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De sitio naturales <ul style="list-style-type: none">) La Mesada grande - Culturales <ul style="list-style-type: none">) Santuario de Chaguaya) Iglesia de Rosillas) Parroquia purísima Concepción) Plaza de Padcaya - De eventos: <ul style="list-style-type: none">) Carnaval) Ferias de Queso

	<p>Bermejo</p> <p>Subzona Bermejo-Tariquia</p> <p>Comprende la Reserva de Vida Silvestre Tariquia. Esta Área protegida es la de menor capacidad instalada y su potencial turístico está basado en la práctica del ecoturismo.</p>
<p>Provincia de Avilés</p> <p>La Capital de la Provincia de Avilés es Uriondo.</p>	<p>Uriondo</p> <p>En el municipio de Uriondo puedes encontrar los siguientes atractivos:</p> <ul style="list-style-type: none">) La Casa Vieja.) El Valle D´Vino.) Vinoteca El Valle.) Bodega Boutique La Resolana.) La Heredad de Jacob.) Viñedos de Singani Rujero. <p>Yunchará</p> <p>Los atractivos turísticos, como los restos arqueológicos del incario en Tomatas y Saire, las lagunas de Tajzara, las dunas de arena y el camino precolombino del Inca. Asimismo, la reserva biológica de Sama presenta una notable belleza natural por su gradiente pronunciada. Existen, además, paisajes cordilleranos y profundos valles meso térmicos. En lo referente a su fauna, destacan especies como vicuña, cóndor, vizcacha y avifauna acuática.</p>
<p>Provincia de Cercado</p>	<p>Tarija</p> <p>Posee los siguientes atractivos turísticos:</p>

<p>La Capital de la Provincia de Cercado es Tarija.</p>	<p>) La Plaza de Armas Luis de Fuentes, la Catedral, el Mercado Central, la Iglesia San Roque, el Convento de San Francisco, la Casa de la Cultura “Maison d’or , museo paleontológico y el Castillo Azul.</p> <p>) También se puede visitar la Avenida de las Américas, el Parque Bolívar, el Puente San Martín, la Fuente de los Deseos, Parque de las Flores y el Mirador Juan Pablo II.</p>
<p>Gran Chaco La Capital de la Provincia de Gran Chaco es Yacuiba.</p>	<p>Yacuiba - Villa montes Villa montes-Yacuiba, su potencial principal gira en torno al turismo de aventura y naturaleza; la práctica de pesca deportiva, como la realización de eventos de carácter internacional.</p> <p>Caraparí Entre los principales atractivos turísticos de Caraparí está, por ejemplo, la inmensa riqueza natural que ofrece el Parque Nacional y Reserva Natural del Aguaragüe, la serranía de Santa Rosa también está en la lista de las zonas más ricas en turismo, laguna de San Isidro, es otra de las bellezas turísticas de la zona.</p>
<p>Provincia de O’Connor La Capital de la Provincia de O’Connor es Entre Ríos.</p>	<p>Entre Ríos Cascadas de Narváez ,se caracteriza por sus caídas de aguas cristalinas, que se encuentran en las comunidades Narváez bajo, la cascadas la vilca es una espectacular cascada ubicada a una hora de la comunidad del mismo</p>

	<p>nombre en el recorrido se atraviesa por senderos y quebradas de bastante vegetación, las lomas se encuentra a 2 km. del centro urbano de entre ríos, posee un gran atractivo paisajístico con diferentes colinas donde se puede apreciar un panorama completo de la capital y entre otros lugares.</p>
--	---

Fuente: Elaboración Propia

2.2. Compradores o clientes

Se considera tres clases de clientes o consumidores:

- **El Consumidor Local:** Son aquellas personas que están geográficamente próximos al destino turístico, es decir que nuestros consumidores locales serian la Población Tarijeña.
- **El Turista:** Es aquella parte que se traslada temporalmente a un lugar distinto de aquel en el cual tiene su residencia habitual, con el fin de conocer y visitar diversos atractivos turísticos. El turista puedes ser la población Departamental, Nacional de Bolivia o extranjeros.
- **El Consumidor Institucional:** Es el conjunto de personas que se trasladan de un lugar a otro, en representación de alguna institución para realizar una determinada actividad y que alguna u otra manera tiene interés por conocer algunos de los atractivos turísticos del lugar visitado. Es decir, colegios, diversas Universidades del interior y exterior, como también empresas.

2.3. Proveedores

Los proveedores para el turismo lo constituyen el Estado y el cumulo de actores que operan en el entorno cuyas acciones puedan afectar el desenvolvimiento de la actividad como ser:

- Estado: quienes proveen la infraestructura comunicación e información y constituyéndose en un importante agente patrocinador de la actividad turística
- Unidad de Turismo y Cultura del Municipio de San Lorenzo
- Alcaldía municipal
- Las comunidades
- Redes Sociales.
- Hospedajes, transportes y gastronomía

2.4. Productos sustitutos

En el departamento de Tarija se explotan diversas clases de turismo, como ser: turismo paleontológico, turismo deportivo acuático, turismo etnográfico, turismo Comunitario, Turismo de pesca, turismo de paisajismo entre otros, pero a ninguno de estos se los considera como sustitutos, debido a que todos juntamente con el turismo histórico- cultural y turismo ecológico de las diferentes Provincias del Departamento, contribuyen al desarrollo del Turismo.

2.5. Nuevos Competidores

Nuestros nuevos competidores serian aquellas comunidades que se ven encaminadas al desarrollo turístico, como también potencializar a los lugares poco conocidos como:

-) Lazareto
-) Bella vista
-) El valle de los Cóndores
-) El cañón de la Angostura

Cuadro 5: Resumen del Microentorno

Resumen del Microentorno		
<p>Competidores en el mercado: La principal competencia para el Municipio de San Lorenzo son todos aquellos municipios de Tarija estén interesados a realizar actividades relacionadas al Turismo, con la finalidad de lograr el desarrollo de la región.</p>	<p>Compradores o clientes:) Consumidor local (Población de Tarija)) El turista (Población Boliviana y Extranjera)) El Consumidor Institucional (colegio, Universidades y Empresas)</p>	<p>Proveedores: Los proveedores lo constituyen el Estado y los diferentes actores que están involucrados en el desarrollo de la actividad turística.</p>
<p>Productos sustitutos: Existen diferentes tipos de Turismo que se realiza en el Departamento de Tarija como ser: Turismos paleontológico, deportivo, etnográfico entre otros, pero a ninguno de estos se lo considera como productos sustitutos debido a que juntamente con el turismo Histórico cultural y ecológico contribuyen al desarrollo del Turismo.</p>		<p>Nuevos Competidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lazareto - Bella vista - El Valle de los cóndores - El cañón de la Angostura

3. ANÁLISIS INTERNO

El Análisis Interno se realizará con el objetivo de conocer la oferta turística, Servicios de Hotelería, Transporte, Restaurante, los recursos naturales y Atractivos turísticos que ofrece el Municipio de San Lorenzo.

3.1. Oferta Turística

La oferta turística es un conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura que se encuentre en un determinado lugar y se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para que estos sean usados o consumidos por los turistas. Estas están compuestas por recursos turísticos, infraestructuras, Servicios Turísticos. A continuación, se detallará cada uno de estos componentes:

3.1.1. Recursos Turísticos en el Municipio de San Lorenzo

A continuación, se tiene los siguientes atractivos naturales, culturales e históricos.

Cuadro 6: Atractivos Naturales del Municipio de San Lorenzo

Nº	Atractivos Naturales
1	Rincon de la Victoria
2	Chorros de Jurina
3	Chorros de Marquiri
4	Cascada de Coimata
5	Campiña de Alameda
6	Balneario de Corana
7	Acheral
8	Rio Guadalquivir
9	Caminos y Ruinas Incas
10	Erquis Campiña y Cañón
11	Sitio Fosilífero
12	Rio Pilaya
13	Rio Rincon de San Pedro
14	Cerro de la plata
15	Infernillos
16	Cascada de Payuyo
17	Laguna de la Sirena

18	Cascada del Angosto
19	Cañón de Pilaya
20	Cascada de Pajchani
21	Cascada de Molle Huayco
22	Chorros de los Culebrillos

Fuente: Unidad de Cultura, Turismo y Deportes – Entrevistas Informales

Elaboración: Propia

Cuadro 7: Patrimonio Urbano y Arquitectónico

(Atractivos Históricos)

Nº	Atractivos Históricos
1	Pueblo Histórico de San Lorenzo, fachadas y calles restauradas de la población
2	Capilla de la Merced
3	Lomas Patrióticas
4	Iglesia de San Lorenzo
5	Museo Casa de Eustaquio Méndez
6	Plaza Principal y Monumento al Moto Méndez
7	Puente del Zapateo
8	Tarija Cancha/ pueblo histórico
9	Casa del poeta escritor Oscar Alfaro
10	El Picacho
11	Normal Superior de Canasmoro
12	Tumbas de Piedra
13	Piedra Mirador
14	Cuevas de Moto Méndez
15	Sitio con arte Rupestre

Fuente: Unidad de Cultura, Turismo y Deportes

Elaboración: Propia

Cuadro 8: Etnografía y Folklore
(Atractivos Culturales)

N°	Atractivos Culturales
1	Instrumentos Musicales (La Caja, El Erque, Violín Chapaco, La Caña y la Quena)
2	Arcos de Rosa de Pascua
3	Bebidas Tradicionales
4	Comidas Tradicionales
5	Masitas Tradicionales
6	Fiestas de Todo Santos
7	Carnaval Chapaco
8	Vestimenta Chapaca

Fuente: Unidad de Cultura, Turismo y Deportes

Elaboración: Propia

3.1.2. Equipamiento e Infraestructura

a) Infraestructura vial

El Municipio en general presenta una regular conexión vial contando con una articulación en proceso de consolidarse, obviamente existen comunidades que no cuentan acceso carretero, pero en un gran porcentaje está sólidamente articulado, a pesar que el acceso de los mismos no llega a la mayoría de los domicilios y generalmente entran y/o pasan por inmuebles de bien común como son las escuelas, centros de salud, entre otros.

Continuando con el análisis del área rural, la vía de primer orden está constituida por la Ruta que conecta desde la Ciudad de Tarija- Tomatitas- San Lorenzo – Tomatas Grande, esta ruta esta asfaltada y es parte de una de las principales vías del municipio esta es la única vía asfaltada, el resto se distribuye en: Empedrado, Ripio y de tierra. (ver ANEXO 5)

Cuadro 9: Vías Camineras

<i>Tipo de Vía</i>	<i>Longitud Km.</i>	<i>Porcentaje</i>
Asfalto	70	7%
Empedrado	35	5%
En Construcción	25	3%
Ripio	590	79%
Tierra	41	6%
Total	761	100%

Fuente: SEDECA

b) Estacionamientos

En el Municipio de San Lorenzo no existe una terminal terrestre es por ello que la plaza Principal se utiliza como punto de llegada y de salida de pasajeros, causando congestión de tráfico y dificultando a los visitantes, la apreciación del valor histórico y cultural de los edificios y sitios de Centro Cívico del Municipio

c) Servicios de Saneamiento

En este punto se hace referencia al acceso de servicios básicos que tiene la población del Municipio de San Lorenzo, según el (ANEXO 6), se realizó un cuadro de resumen por el número de comunidades que poseen los servicios de Agua potable, alcantarillado, pozo ciego, servicios de electricidad, gas domiciliario y Internet que se detalla a continuación:

En el cuadro de resumen de los Servicios básicos se observó que casi el 88% de los pobladores cuentan con Agua potable, el 14 % de las comunidades cuentan con alcantarillado mientras que el 64% de las comunidades utilizan alcantarillado y pozo ciego y solamente el 24 % no utiliza pozo Ciego.

El 73 % de las comunidades tiene acceso a la energía eléctrica y el 27% no posee este servicio, el Gas Domiciliario solamente el 17% tiene este servicio mientras que 83 % no

posee este servicio en cuanto al Internet el 77% si tiene acceso a internet y el 23% no posee este servicio.

Cuadro 10: Resumen de Acceso a Servicios Básicos del Municipio de San Lorenzo

N° De comunidades con Servicios básicos	
Agua por cañerías	
9	Si
66	Si*
Alcantarillado	
5	Si
3	Si*
67	No
Pozo Ciego	
9	Si
48	Si*
18	No
Energía Eléctrica	
27	Si
28	Si*
20	No
Gas Domiciliario	
5	Si
8	Si*
67	No
Internet	
58	Si
17	No

Si*: No toda la comunidad cuenta con servicio

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3. Servicios Turísticos

Los servicios turísticos se crean debido a las necesidades de los turistas, en este punto veremos los elementos que conforman el servicio Turístico.

a) Información

Durante las visitas que realizamos al Municipio de San Lorenzo se pudo observar que no se cuenta con un punto de información de los diferentes atractivos turísticos, de los sitios naturales, de las fiestas tradicionales, platos típicos, las masitas típicas del lugar, para aquellos que visitan el Municipio de San Lorenzo.

Un punto de información donde pueden acudir los visitantes o turistas está en la Ciudad de Tarija, ubicado en la Plaza Luis de Fuentes, ahí se tiene un punto de información Turística de la Secretaria de Turismo y Cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Tarija de la Provincia Cercado, donde se tienen diferentes folletos de las operadoras de turismo que existe en la Ciudad con los destinos turísticos que tiene.

b) Medios de transporte

Cuadro 11: Servicios Transporte Público del Municipio de San Lorenzo

N°	Tranporte de Servicio Público
1	Sindicato de Trufis San Lorenzo
2	Asociacion de Taxis 10 de Agosto

Fuente: Elaboración Propia

Para desplazarse se utiliza los medios de transporte terrestre, en el Municipio existe la “Asociación de Trufis de San Lorenzo” la cual esta se deslaza desde la ciudad de Tarija pasando por Tomatitas, El Rancho, Villa San Lorenzo hasta San Pedro.

c) Señalización Turística

La señalización Turística es importante porque el turista al llegar a una localidad, debe poder encontrar fácilmente lo que le atrae del lugar y poder experimentarlo de la mejor forma posible para tener una buena impresión del lugar y que pueda volver o recomendar a sus conocidos para que visiten el lugar.

Dicho esto, la señalización turística, tiene un papel importante para orientar, informar e interpretar el recurso turístico que el visitante ha venido a descubrir. Mediante entrevistas informales realizadas a comunarios del Municipio de San Lorenzo se pudo identificar y observar que no existe una adecuada señalización turística, para poder llegar a los diferentes atractivos que tiene el Municipio de San Lorenzo.

d) Alojamiento

La Unidad de Turismo, Cultura y Deportes no tiene un registro oficial de centros de hospedaje porque algunos de ellos son casas de campo que no las registran, pero si las alquilan para la actividad turística y de acuerdo a investigaciones realizadas y entrevistas informales se identificó los siguientes sitios de hospedaje:

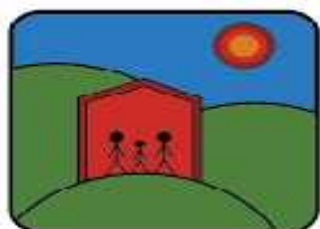
Cuadro 12: Sitios de Hospedaje en el Municipio de San Lorenzo

Hotel o Alojamiento	
	
	

RESIDENCIA TOMATITAS



HOTEL PANELOYA



Cabañas
del Cadillar



e) Restaurantes

No existe un registro oficial de Restaurantes en el Municipio de San Lorenzo ya que algunos son clandestinos y no cuentan con los permisos correspondientes. En el siguiente cuadro se muestra el número aproximado de restaurantes que ofrecen sus servicios entre semana y los fines de semana.

Cuadro 13: Numero de Restaurantes que funcionan entre semana y fines de semana en el Municipio de San Lorenzo

Comunidad	Número Aproximado Fin de Semana	Entre semana
La Victoria	10	3
Coimata	3	0
Erquiz	25	10
Tomatitas	15	10
Rancho Sud	5	2
Rancho Norte	5	3
San Lorenzo	5	5
Tarija Cancha	1	0
Canasmoro	10	1
Tomatas Grande	1	0
Corana	2	0

Fuente: Unidad de Cultura, Turismo y Deportes

f) Agencias de viajes

En el Municipio de San Lorenzo cuenta con una Agencia Turística “San Lorenzo Tours” es la primera operadora de turismo rural de base comunitario, la cual esta ofrece paseos turísticos inolvidables, para toda la familia, delegaciones y grupos cuya preferencia apoya a nuestros pequeños emprendimientos.



g) Centros de comercio

La concurrencia a los principales centros de comercialización depende del producto y el volumen comercializable con que cuenta, como también de acuerdo a la necesidad de adquirir productos para el consumo familiar.

Los lugares a los que recurren para comercializar son al mercado en mayor o menor escala son: la ciudad de Tarija, en varios de sus centros de abasto con los que cuenta, la capital de San Lorenzo, en su principal centro de abasto, su mercado y en otras comunidades como Carachimayo, Canasmoro y Sella.

4. MATRIZ FODA

La realización de la Matriz de las Amenazas, Oportunidades, Debilidades y Fortalezas, es un instrumento de ajuste que ayuda a los gerentes a desarrollar estrategias.

4.1. Análisis Interno

Fortalezas

-)] Existencia de una variedad de sitios naturales, fiestas tradicionales, religiosas y eventos culturales, lo cual se constituye en una de las principales fortalezas del turismo en el Municipio de San Lorenzo.
-)] Existencia de una infraestructura caminera asfaltada en la ruta principal al Municipio de San Lorenzo.
-)] Localización geográfica adecuada para atraer turistas de países vecinos.
-)] El Municipio de San Lorenzo es apto para realizar diferentes tipos de turismo (turismo de aventura, turismo rural, turismo gastronómico, etc.)

Debilidades

- J Escasa información y poca accesibilidad de los diversos atractivos turísticos en el Municipio de San Lorenzo
- J Falta de Señalizaciones en los tramos del municipio de San Lorenzo, por lo que se dificulta llegar da diferentes atractivos turísticos.
- J Falta de coordinación con los sectores involucrados tanto de la parte privada y pública para el desarrollo del turismo comunitario
- J Escasa promoción del producto turísticos tanto a nivel nacional como Internacional.
- J Deficiencia en la infraestructura caminera comunal, que dificulta la visita de los turistas a los diversos lugares Turísticos de la primera sección de la Provincia Méndez.

4.2. Análisis Externo

Oportunidades:

- J Existencia de Leyes que apoyan la actividad turística en Bolivia, como ser la Ley de Promoción y Desarrollo de la actividad turística en Bolivia, Ley de medio Ambiente y otras.
- J Existe diferentes manuales de bioseguridad para el funcionamiento y atención de viajes y turismo post- Covid- 19, para la reactivación del sector turístico.
- J Tecnología e informática avanzada, ya que se constituye en un medio muy importante que actualmente se usa de gran manera para dar a conocer los diversos atractivos turísticos de una región, tanto a nivel departamental, nacional e internacional.
- J Hospitalidad y calidad humana que caracteriza a la población Tarijeña, este es un factor importante para una buena experiencia turística de las personas que visitan el departamento y en especial el Municipio de San Lorenzo.

Amenazas

- J Existen Problemas sociales como ser marchas, huelgas y bloqueo que afecta la imagen de Bolivia en el Exterior.

- J La crisis sanitaria que se está viendo actualmente por el Covid-19 afecto a la economía de la población tanto Nacional como internacional.
- J Desarrollo del turismo en otros lugares del departamento y en el resto del país.
- J Cambio de pensamiento en la sociedad en cuanto a la percepción de prioridades como ser alimentación, educación y salud en las cuales gastan las familias su economía.

5. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

5.1. Introducción

La Investigación de Campo proporcionara información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en el turismo del Municipio de San Lorenzo.

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación que consiste en la elaboración de un Plan de Estratégico de Reactivación del turismo en el Municipio de San Lorenzo es preciso realizar una investigación de campo, con la que se pretende obtener información relevante acerca del comportamiento de las diferentes personas que visitan el Municipio, de los diferentes atractivos turísticos y la implementación de métodos de bioseguridad según nuestro contexto actual para la reactivación del turismo, como también el uso de los diferentes medios digitales de comunicación.

El estudio de campo se realizará para diagnosticar la situación actual del turismo dentro de municipio de San Lorenzo en esta investigación se llevará a cabo la realización de trabajo de campo, como entrevistas a las principales autoridades del municipio y a los diferentes agentes que intervienen en el turismo y también encuestas dirigidas a personas que visitan la Ciudad de Tarija.

5.2. Objetivos de la Investigación de Campo

- o Determinar el grado de información con que cuentan las agencias de viajes y turismo de la Ciudad de Tarija, con respecto a los diversos atractivos Turísticos que tiene el Municipio de San Lorenzo.

- Recopilar información acerca del conocimiento que tiene las personas que visitan Tarija respecto a los diversos atractivos del Municipio de San Lorenzo.
- Determinar el grado de importancia que tienen los medios digitales para los visitantes en cuanto al acceso de información turista.
- Identificar que protocolos de bioseguridad se están utilizando en las agencias de viaje y turismo para la reactivación del turismo en el entorno actual en que vivimos.

5.3. Metodología de Investigación

5.3.1. Investigación Exploratoria

5.3.1.1. Análisis de fuentes y Datos Secundarios

La información de las fuentes secundarias son datos que ya existen en otro lugar la cual estas han sido recabadas con otros propósitos.

Este tipo de datos secundarios se presentan en: forma interna (aquella información que está dentro de la empresa o la organización), forma externa (aquella información que está fuera de la empresa u organización)

a) Análisis de fuentes internas

En cuanto a las fuentes internas se pudo obtener folletos, mapa geográfico, documentación histórica y demás información que fue proporcionada uno por la Unidad de Secretaria de Cultura, Turismo y Deportes del Municipio de San Lorenzo.

b) Análisis de fuentes externas

Para la recolección de datos secundarios externos se recurrió a las siguientes fuentes de información:

- Instituto nacional de estadística INE
- Cámara Hotelera de Tarija

- Encargada de la Casa de Moto Méndez
- Secretaria de Turismo y Cultura de Tarija
- Internet
- Revisión documental.
- Bibliografía necesaria.

5.3.1.2. Análisis de fuentes y datos Primarios

a) Datos Cualitativos

Los Datos Cualitativos son:

-) Entrevistas dirigidas a las autoridades del Municipio de San Lorenzo.
-) Entrevistas dirigidas a propietarios de los diferentes agentes que intervienen en el desarrollo del turismo, como ser hospedajes, agencias turísticas entre otros.
-) Entrevistas Informales a los comunarios del Municipio de San Lorenzo.

b) Datos Cuantitativos

Los Datos Cuantitativos son:

-) Encuestas dirigidas a personas que visitan la Ciudad de Tarija

5.3.2. Investigación Descriptiva

5.3.2.1. Diseño del cuestionario

Para la obtención de la información primaria que se necesitara para el presente trabajo, se optó por el uso de la técnica de la encuesta, ya que esta técnica de investigación se utiliza con mayor frecuencia para la obtención de datos primarios cuantitativos, es la más adecuada para reunir información descriptiva, y se basa en cuestionarios estructurados, de preguntas para obtener información ver. (ANEXO N°8).

5.3.2.2. Proceso de la muestra

En la presente investigación se realizará un muestreo aleatorio estratificado, ya que este es un tipo de muestreo que consiste en dividir a la población en grupos mutuamente excluyentes (como grupos de edad) y se obtienen muestras aleatorias de cada grupo.

5.3.2.3. Definición de la Población meta

La población que se tomará en cuenta para la presente investigación será: Personas que visitan la ciudad de Tarija, sean estos de las diferentes Provincias del Departamento y de otros Departamentos de Bolivia o extranjeros.

5.3.2.4. Marco de la muestra

En el presente trabajo el marco muestral está representada por los datos estadísticos de la cantidad de visitantes a la ciudad de Tarija del mes de enero hasta mediados de septiembre de la gestión 2021 ver (ANEXO N°7).

5.3.2.5. Técnicas de muestreo a emplear

Para el presente trabajo se consideró un muestreo probabilístico, siendo más específicos el muestreo aleatorio estratificado ya que este divide a la población en grupos mutuamente excluyentes y se obtienen muestras aleatorias de cada grupo.

5.3.2.6. Determinación del Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra primeramente se definió la población objetivo de estudio, la cual está conformada por la cantidad de visitantes a la ciudad de Tarija que son 42980 personas de enero hasta septiembre del 2021 ver el (ANEXO 7).

A continuación, se realizará el cálculo del tamaño de la muestra para el proyecto, donde se utilizará la siguiente formula y variables:

$$n_0 = \frac{Z^2 E/2 * N * p * q}{e^2 N + Z^2 E/2 * P * q}$$

Donde:

N = Cantidad neta de visitantes a la ciudad de Tarija (2021)

(1-E) = Nivel de Confianza

Z_{E/2} = Valor de la abscisa visto en la tabla de la distribución normal

e = error permitido

p = probabilidad de ocurrencia

q = probabilidad de no ocurrencia

n = ?

Datos:

N = 42980

(1-E) = 90%

Z_{e/2} = 1,645

e = 0,07%

p = 0,5

q = 0,5

$$n_0 = \frac{Z^2 E/2 * N * p * q}{e^2 N + Z^2 E/2 * P * q}$$

$$n_0 = \frac{(1,645^2) * 42980 * 0,5 * 0,5}{0,07^2 * 42980 + 1,645^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n_0 = 138,73 \quad 139$$

El tamaño de muestra a la cual se debe dirigir la investigación de campo es de 139 personas que visitan la ciudad de Tarija.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA PARA CADA ESTRATO

La población objetivo se dividirá en los siguientes estratos o segmentos porque los elementos que la componen reúnen características comunes que las hacen ser homogéneas, se dividirá en 3 estratos que son:

-) Personas que se hospedan en Alojamientos
-) Personas que se hospedan en Residenciales
-) Personas que se hospedan en Hoteles

Determinación del número de personas que se encuestaran en Alojamientos

$$nh = \left(\frac{Nh}{N} \right) n$$

Donde:

N= Cantidad neta de visitantes en la ciudad de Tarija

n= N° total de personas encuestadas

N_h=Total de personas alojadas en cada establecimiento de hospedaje

nH=N° de personas encuestados en cada establecimiento de hospedaje

Datos:

N= 42980

n= 139

N_h= 9753

nh=?

$$nh = \left(\frac{Nh}{N} \right) n$$

$$nh = \left(\frac{9753}{42980} \right) 139$$

$$nh = 31,54 \quad 32$$

Determinación del número de personas encuestadas en Residenciales

Datos:

$$N = 42980$$

$$n = 139$$

$$N_z = 5979$$

$$nh = ?$$

$$nh = \left(\frac{Nh}{N} \right) n$$

$$nh = \left(\frac{5979}{42980} \right) 139$$

$$nh = 19$$

Determinación del número de personas encuestadas en Hoteles

Datos:

$$N = 42980$$

$$n = 139$$

$$N_z = 27248$$

$$nh = ?$$

$$n = \left(\frac{N}{N} \right) n$$

$$nh = \left(\frac{27248}{42980} \right) 139$$

$$nh = 88$$

Cuadro 14: Tamaño de Muestra de cada estrato

N°	Establecimientos	Nh	n _h
1	Hoteles	27248	88
2	Residenciales	5979	19
3	Alojamientos	9753	32
	TOTAL	42980	139

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADO

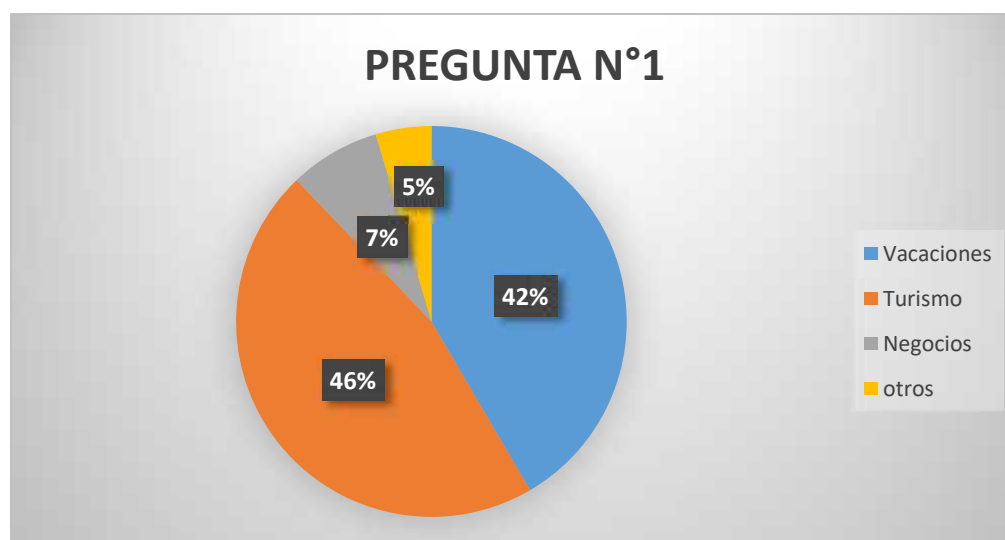
1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La presente encuesta fue dirigida a turistas que visitan la Ciudad de Tarija, mediante esta técnica podemos obtener información acerca de la percepción que tiene el turista sobre los destinos turísticos del Municipio de San Lorenzo.

Para la realización de la presente encuesta primeramente se pasó a un muestreo del total de visitantes, la muestra obtenida es de 139 para ser analizados ver (ANEXO N°6).

1.1. Análisis del Cuestionario

PREGUNTA 1								
P1. Seleccione solo una opción ¿Cuál es el motivo por el cual visita la ciudad de Tarija?								
Vacaciones		Turismo		Negocios		Otros		TOTAL
T	%	T	%	T	%	T	%	%
58	41,6%	64	46,2%	10	7,5%	7	4,7%	100%



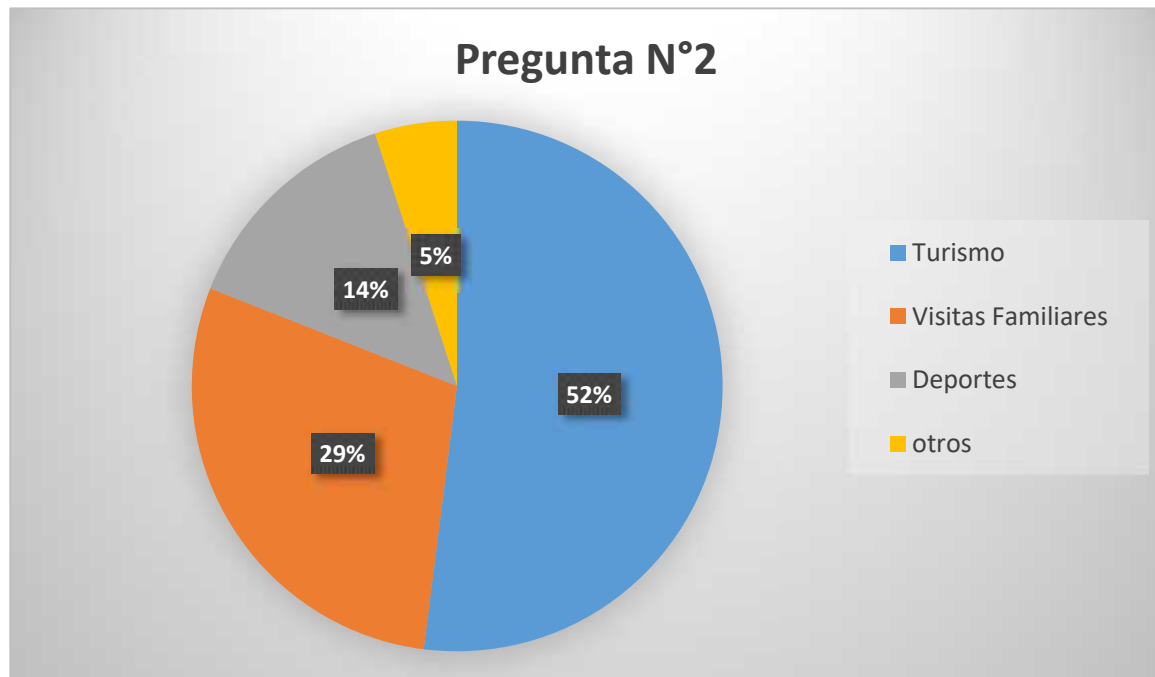
Interpretación:

Los resultados obtenidos nos muestran que de los 139 visitantes encuestados a 64 personas que nos visitan están interesadas a conocer diversos lugares de Tarija, conocer su cultura, gastronomía, sus riquezas naturales y vivir nuevas experiencias por lo que nos quiere decir que las personas ya se están adaptando poco a poco al nuevo contexto en que vivimos, pues ya están volviendo a realizar este tipo de actividades, por lo que es muy favorable.

PREGUNTA 2

P2. Seleccione una o varias opciones ¿En sus vacaciones o momentos libres que tipo de actividad le gustaría realizar principalmente?

Turismo		Visitas Familiares		Deportes		Otros		TOTAL
T	%	T	%	T	%	T	%	%
72	52%	40	29%	20	14%	7	5%	100%



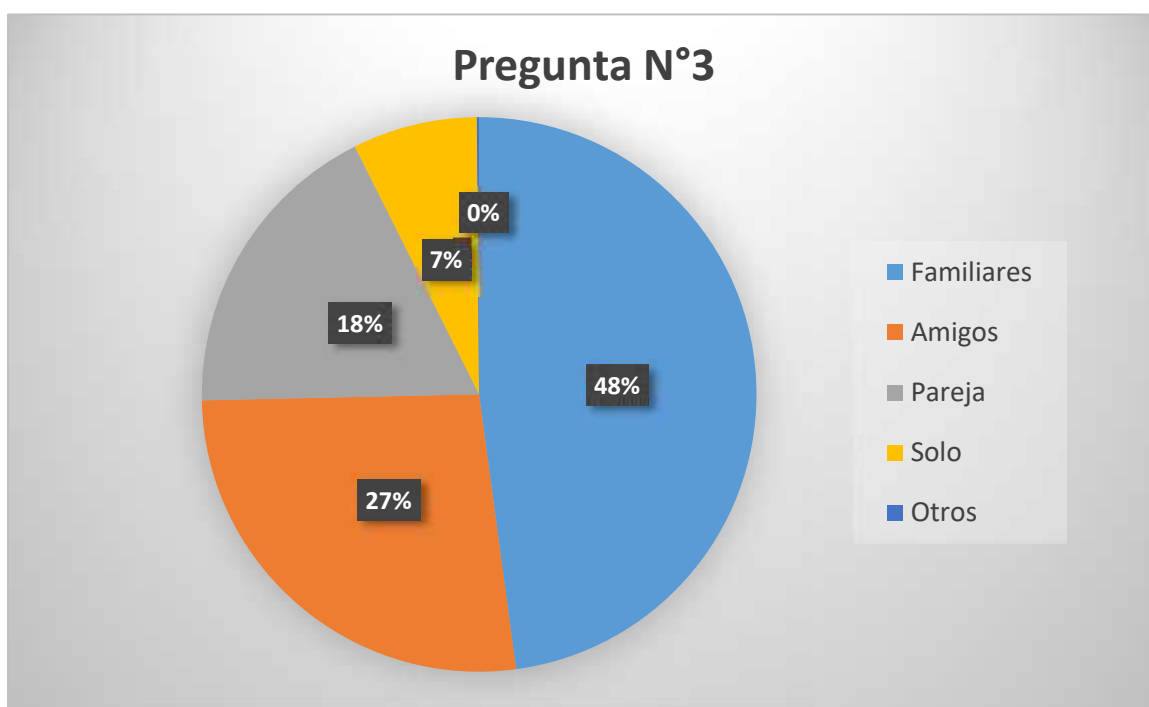
Interpretación:

Esta pregunta nos indica que de los 139 visitantes que fueron encuestados, 72 de ellos les gustaría realizar turismo en sus tiempos libres o vacaciones a 40 de ellos les gustaría realizar visitas familiares y a 20 de ellos les gustaría realizar deportes en sus tiempos libres.

Los Resultados de esta pregunta nos indica que existe un mercado favorable para las ofertas turísticas, por lo que se debe fomentar, desarrollar, descubrir nuevos atractivos turísticos

donde las personas puedan llegar a disfrutar en sus momentos libres de estos lugares maravillosos.

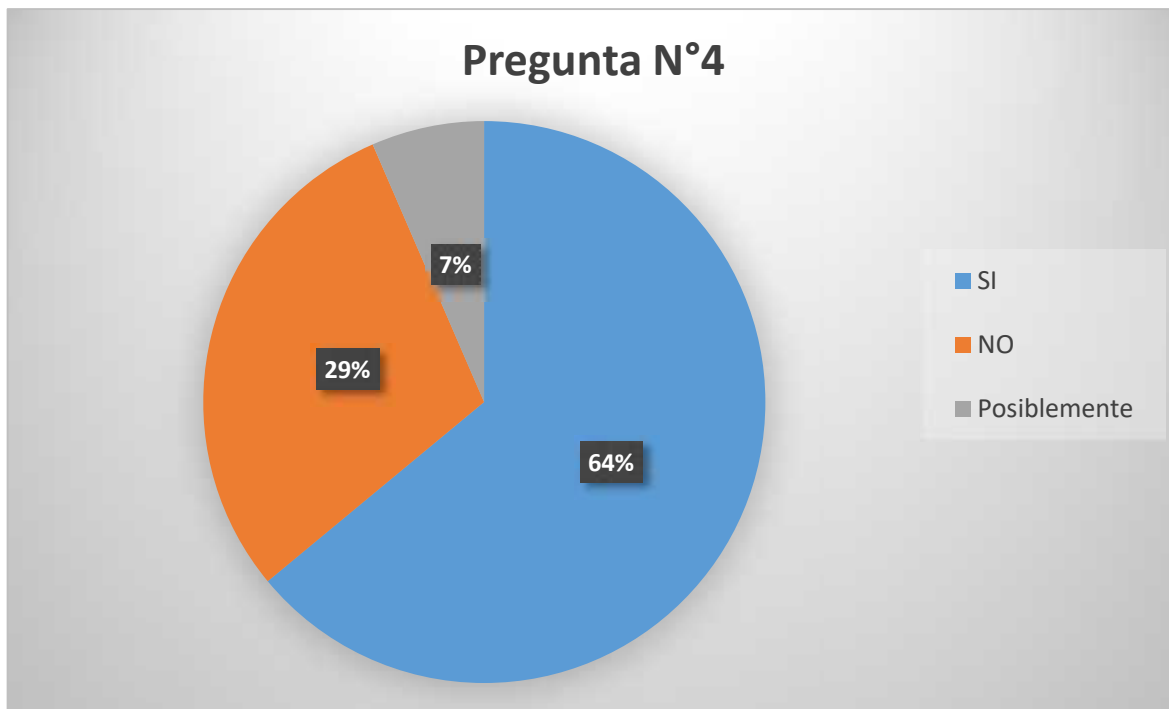
PREGUNTA N°3										
P3.¿Al momento de viajar con que personas suele hacerlo o con quien le gustaría realizarlo?										
Familiares		Amigos		Pareja		Solo		Otros		TOTAL
T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	%
66	47,5%	37	26,6%	24	17,3%	10	7,2%	2	0,14%	100%



Interpretación:

Esta pregunta nos indica que de los 139 visitantes encuestados a 66 de ellos les gustaría realizar viajes con sus familias, seguidamente 37 de ellos con amigos y en pareja 24 visitantes. Por lo que los resultados obtenidos son favorables por el hecho de que se considera a la familia como un grupo grande de personas, las cuales estas buscan convivir más tiempo entre ellos, lo que esto es un gran aporte para los sectores que están involucrados en el turismo y así también estar preparados para cubrir las demandas.

PREGUNTA 4	SI		NO		POSIBLEMENTE		TOTAL
	T	%	T	%	T	%	%
P4. Seleccione solo una opción ¿Usted Viajaría por Motivos Turísticos en el Actual Contexto que Vivimos? si su respuesta es SI pase a la pregunta 6 si es NO pase a la siguiente pregunta.	89	64%	41	29,5%	9	6,5%	100%

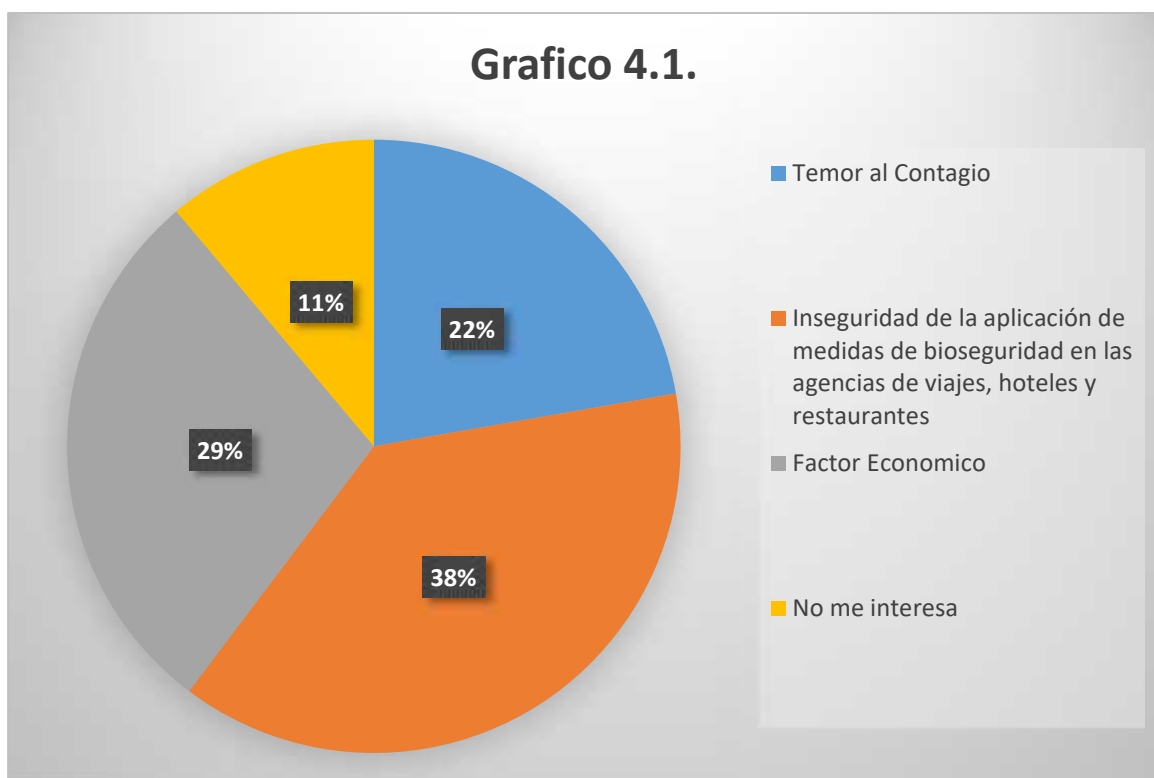


Interpretación:

La mayoría de los visitantes es decir 89 de ellos que fueron encuestadas respondieron a esta pregunta que, si viajarían en el actual contexto en que vivimos, lo cual es muy favorable para que nuevamente se vuelvan a realizar actividades turísticas y así reactivar la economía del sector de turismo y 41 de ellos dijo que no lo harían, para analizar a fondo a este número y saber el motivo por el cual no viajarían, en la siguiente pregunta coadyuvara a esta pregunta.

4.1. ¿Cuáles serían los motivos por lo que NO realizaría viajes turísticos en el Contexto actual?

FACTORES	TOTAL	TOTAL %
Temor al contagio	9	22,22%
Inseguridad de la Aplicación de medidas de bioseguridad en las agencias de viajes, hoteles y restaurantes	15	38,01%
Factor Económico	12	28,57%
No me interesa	5	11,11%



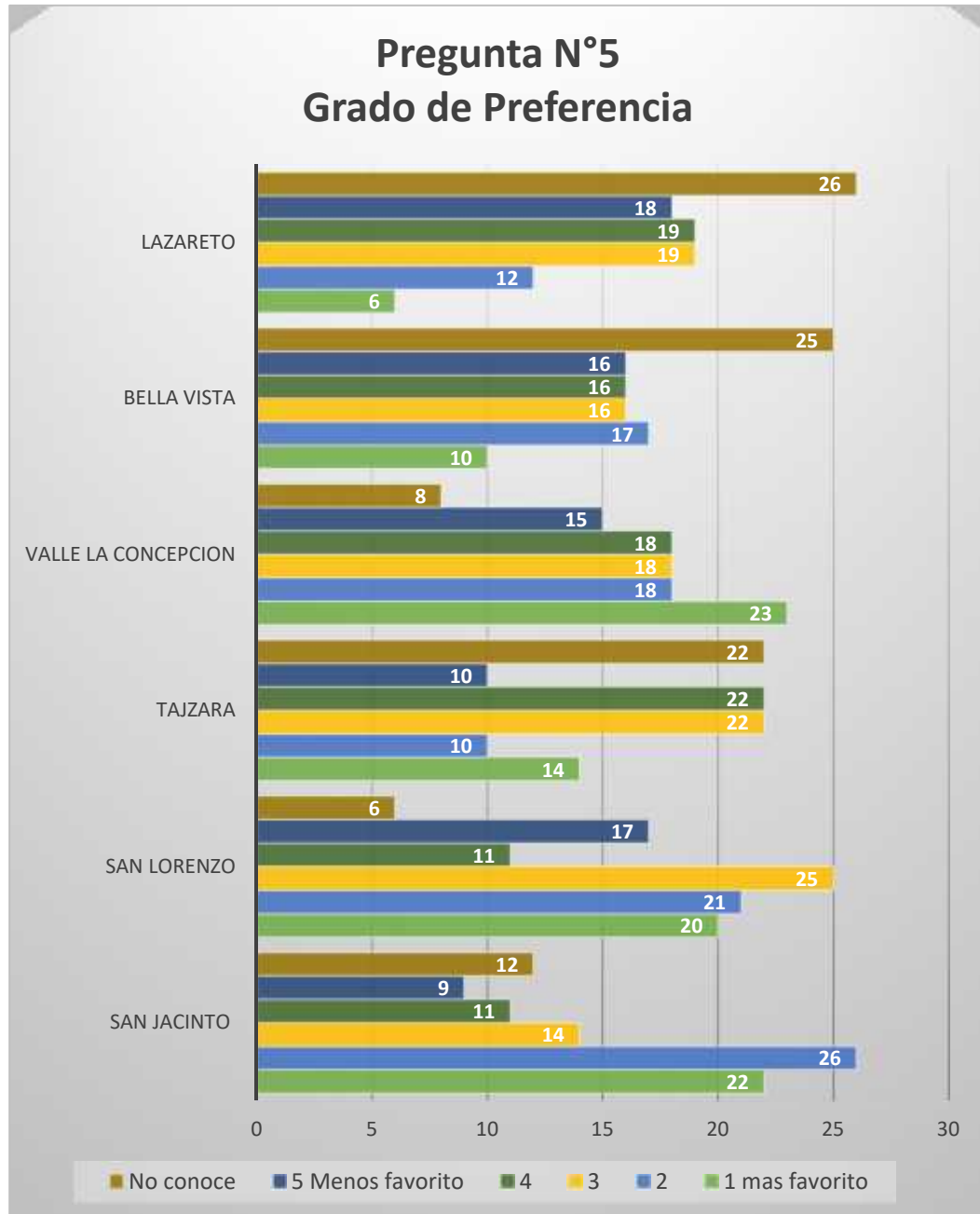
Interpretación:

Esta pregunta ayudara al análisis de la pregunta 4 para saber en realidad cual es el motivo de ese 29% que representan 41 visitantes que no realizarían viajes turísticos, según los resultados obtenidos, 15 de ellos no viajarían por motivo de la inseguridad de la aplicación

de medidas de bioseguridad de las agencias de viajes, hoteles y restaurantes y 12 visitantes dijeron que no viajarían debido al factor económico.

Esto nos quiere, decir que las personas que nos visitan no se sienten seguras con respecto a las medidas de bioseguridad que manejan los diferentes sectores que contribuyen a la actividad Turística, también nos muestra que se tiene que trabajar más, el control de la aplicación de las medidas de bioseguridad para que así el turista se sienta seguro y también difundir los manuales de bioseguridad que manejan cada sector involucrado en el sector.

PREGUNTA N°5							
P.5¿Qué lugares Turísticos son de su agrado de la ciudad de Tarija? siendo 1 el más favorito y 5 el menos favorito.							
LUGARES TURÍSTICOS	1	2	3	4	5	N	T
San Jacinto	30	36	20	15	13	17	139
	22%	26%	14%	11%	9%	12%	100%
San Lorenzo	28	29	35	15	24	8	139
	20%	21%	25%	11%	17%	6%	100%
Tajzara	18	14	31	31	14	31	139
	14%	10%	22%	22%	10%	22%	100%
Valle la Concepción	32	25	25	25	20	12	139
	23%	18%	18%	18%	15%	8%	100%
Bella vista	15	23	22	22	22	35	139
	10%	17%	16%	16%	16%	25%	100%
Lazareto	9	16	27	27	25	35	139
	6%	12%	19%	19%	18%	26%	100%



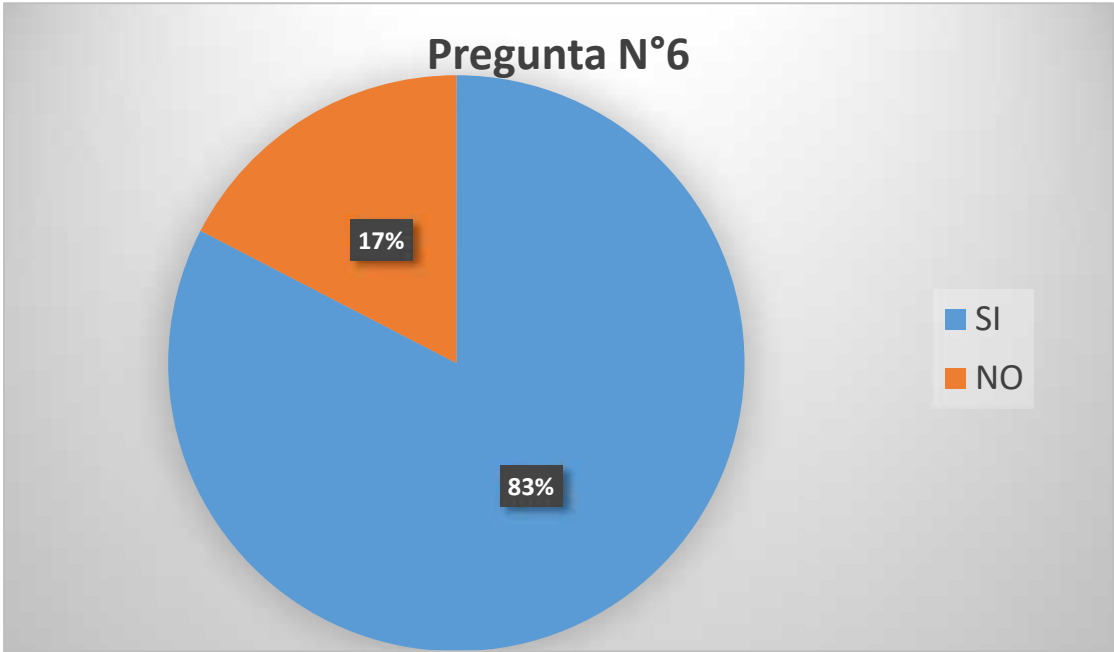
Interpretación:

Según los resultados obtenidos de los visitantes a la ciudad de Tarija, de los 139 visitantes a 32 de ellos que representa un 23% tienen como preferencia el valle la concepción, a 30 de ellos que representan un 22% el lugar de su preferencia es San Jacinto, seguidamente esta San Lorenzo con un 20% que serían 28 visitantes, quiere decir que estos tres lugares son los

más preferidos por los visitantes, donde analizaremos principalmente hasta donde conocen el Municipio de San Lorenzo que lo corroboraremos en la Pregunta 6 y 7 que se analizarán seguidamente.

Y las regiones menos preferidas serían Bella Vista, Lazareto y Tajzara, también hay visitantes que no conocen ninguno de estos lugares con un promedio de 16,5 % que sería 23 visitantes de las 139 encuestas.

PREGUNTA 6	SI		NO		TOTAL
	T	%	T	%	%
P6.¿Usted alguna vez ha visitado o visita el municipio de San Lorenzo? si su respuesta es No pase a la pregunta 9.	115	82,6%	24	17,4%	100%



Interpretación:

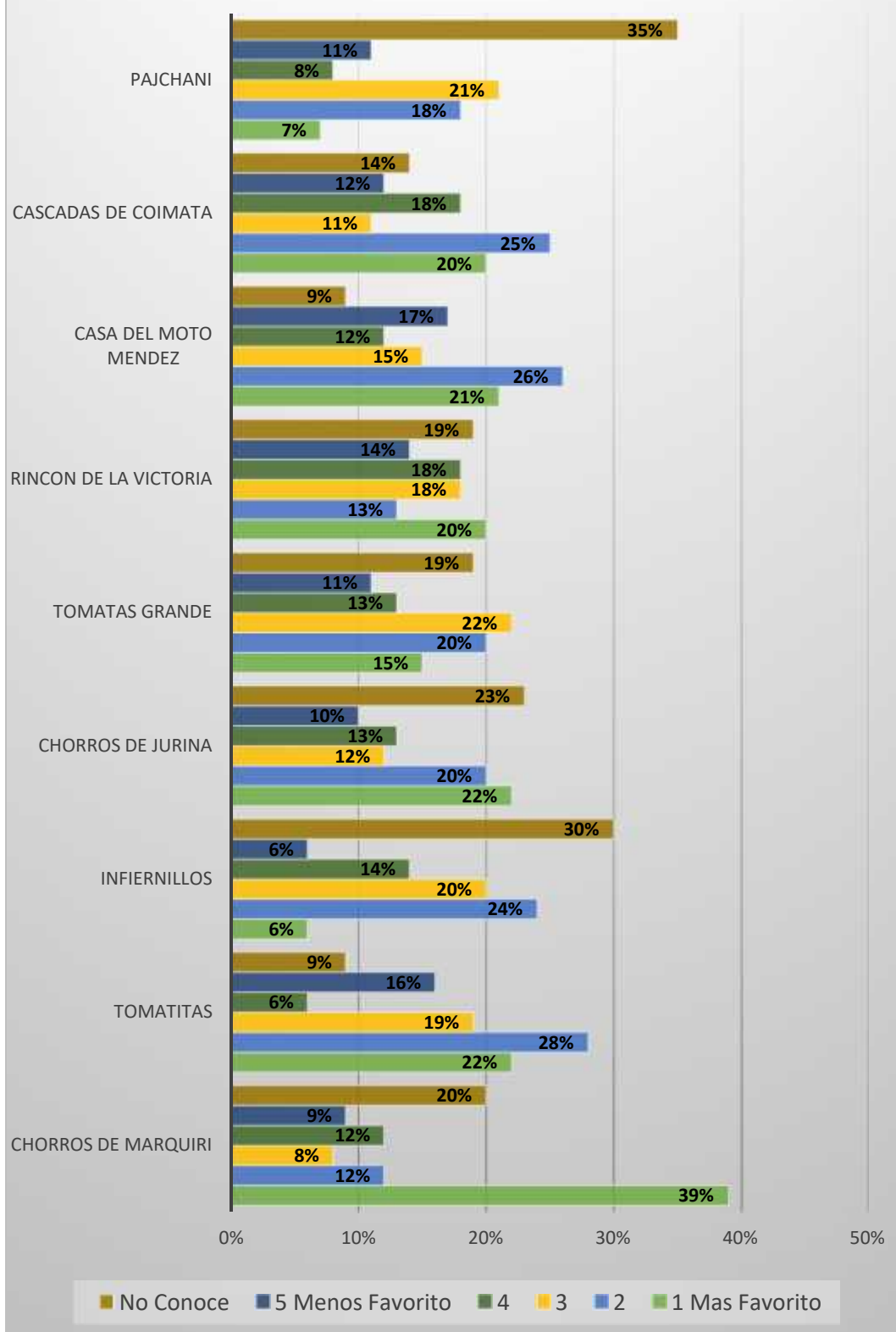
Esta pregunta nos da a conocer que de los 139 visitantes que llegan a Tarija 115 de ellos visitaron el municipio de San Lorenzo la cual es una mayor parte y el 17% que llegaría a ser 24 personas no visitaron el Municipio de San Lorenzo la cual es una menor parte de los visitantes.

PREGUNTA N°7

P.7¿Cuáles son los lugares Turísticos de su preferencia en el Municipio de San Lorenzo? Ordene estas opciones según el grado de preferencia, siendo 1 el más favorito y 5 el menos favorito.

LUGARES TURÍSTICOS	1	2	3	4	5	N	T
Chorros de Marquiri	54	17	10	17	13	28	139
	39%	12%	8%	12%	9%	20%	100%
Tomatitas	30	39	26	9	22	13	139
	22%	28%	19%	6%	16%	9%	100%
Infiernillos	9	34	28	18	8	42	139
	6%	24%	20%	14%	6%	30%	100%
Chorros de Jurina	30	28	16	19	14	32	139
	22%	20%	12%	13%	10%	23%	100%
Tomatas Grande	22	28	30	18	15	26	139
	15%	20%	22%	13%	11%	19%	100%
Rincón de la Victoria	28	19	24	25	19	26	139
	20%	13%	18%	18%	14%	19%	100%
Casa del Moto Méndez	29	36	21	17	24	12	139
	21%	26%	15%	12%	17%	9%	100%
Cascadas de Coimata	28	35	15	25	17	19	139
	20%	25%	11%	18%	12%	14%	100%
Pajchani	10	25	29	11	15	49	139
	7%	18%	21%	8%	11%	35%	100%

Pregunta N °7



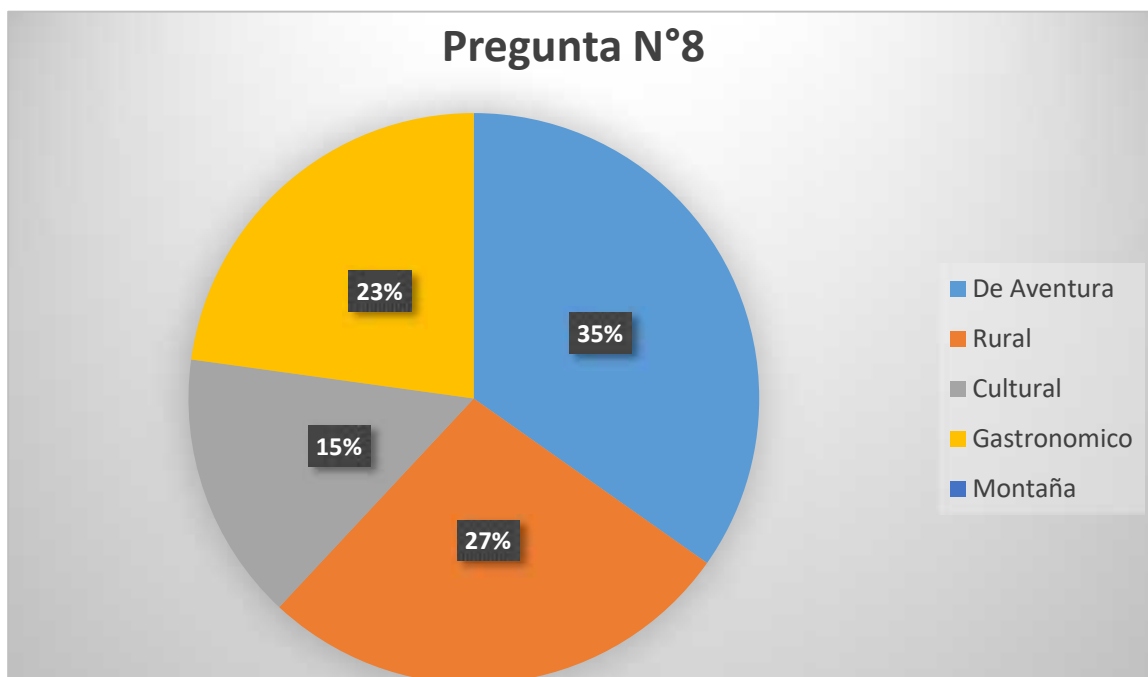
Interpretación:

Según los resultados obtenidos, los lugares más preferidos y favoritos de los visitantes en el Municipio de San Lorenzo son:

Los Chorros de Marquiri con un 39% que sería 54 personas de los 139 visitantes encuestados, como segundo tenemos los chorros de Jurina con un 22% que serían 30 visitantes y con la misma cantidad se tiene el lugar de Tomatitas, la Casa del Moto Méndez es uno de los terceros lugares preferidos por los visitantes con un 21 % que son 29 visitantes y las cascadas de Coimata con 28 personas que representa el 20% que optaron por esta opción, esto nos muestra que la mayoría de las personas reciben información de estos lugares por lo cual los conocen, y estos lugares son más promocionados por diversas agencias turísticas, esto hace que las personas se centren solo en esos atractivo y no ven otras alternativas nuevas que pueden llegar a ser de gran atracción.

Y entre los menos favoritos y que no conocen están Infiernillos de los 139 visitantes 42 de ellos no lo conocen y seguidamente esta Pajchani siendo estos 49 visitantes, en cuanto a los visitantes que no conocen alguno de estos lugares esta con un promedio de 49 visitantes. Esto nos quiere decir que estos lugares no son tan fomentados, a pesar de que tienen un gran potencial turístico donde se puede realizar variedad de actividades.

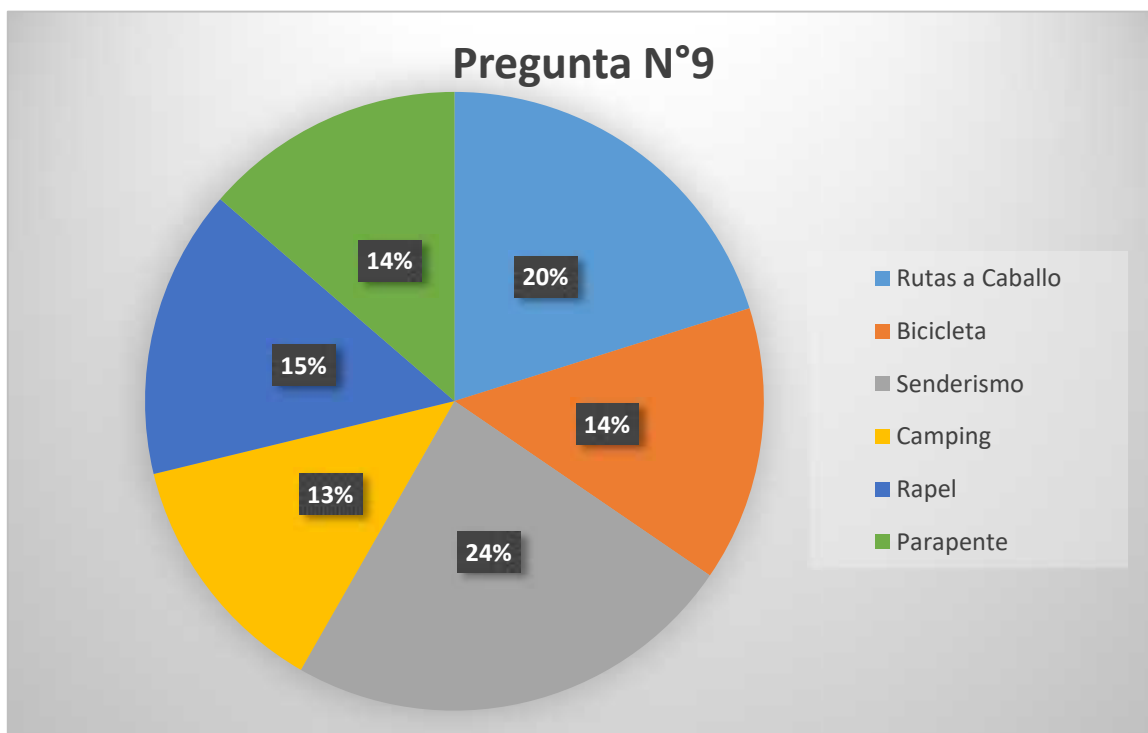
PREGUNTA N°8										
P8. Selecciones una o varias opciones ¿En qué tipo de turismo usted desea incursionar?										
De Aventura		Rural		Cultura		Gastronómico		Montaña		TOTAL
T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	%
49	35%	37	27%	21	15%	32	23%	0	0%	100%



Interpretación:

Según la Recopilación de datos 49 visitantes de los 139 que fueron encuestados el tipo de turismo que desean incursionar es el de Aventura, en el turismo rural tenemos 37 visitantes que les gustaría incursionar en este tipo de turismo, en cuanto al turismo gastronómico tenemos 32 visitantes que desean realizar este tipo de turismo y en el cultural tenemos 21 visitantes que les gustaría participar en este tipo de turismo. Por lo que se puede fomentar estos tipos de turismo ya que San Lorenzo cuenta con mucho potencial turístico que no está siendo explotado.

PREGUNTA N°9												
P9. Seleccione una o varias opciones ¿Qué tipo de Actividades desearía realizar?												
Rutas de Caballo		Bicicleta		Senderismo		Camping		Rapel		Parapente		TOTAL
T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	%
28	20%	20	14%	33	24%	18	13%	21	15%	19	14%	100%



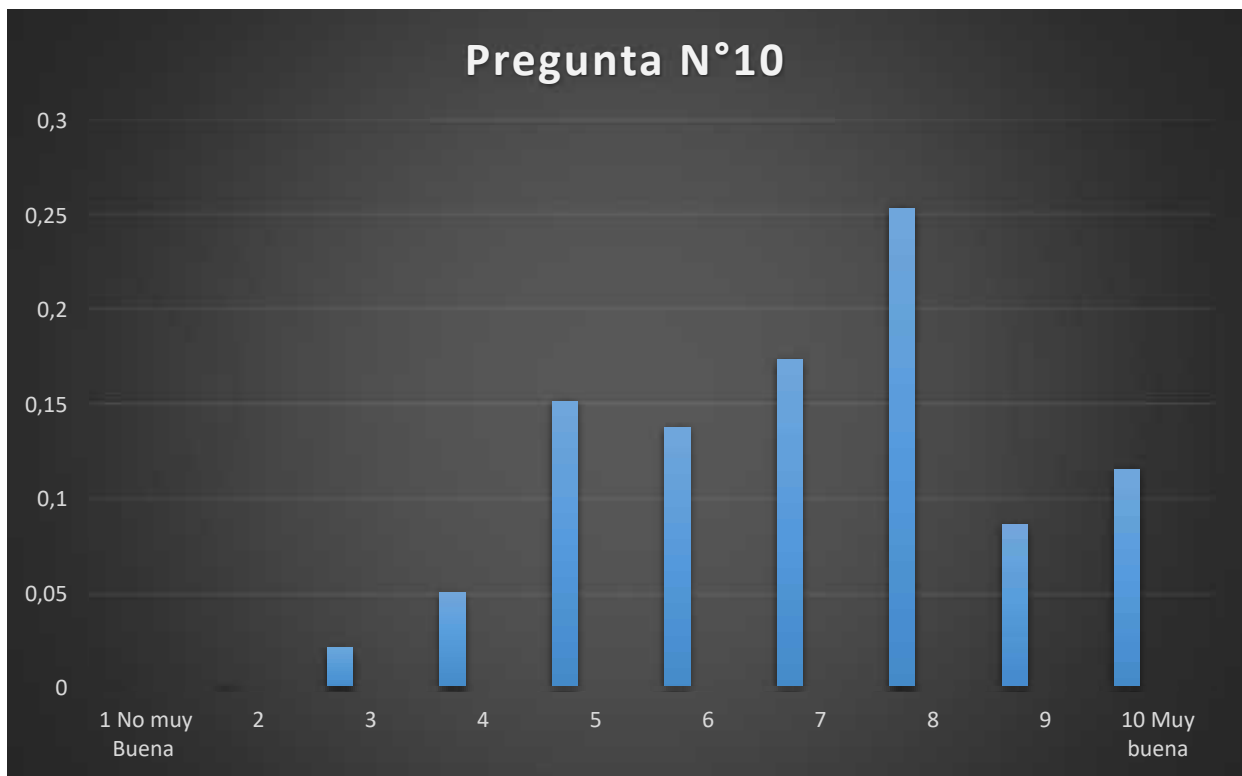
Interpretación:

Según la recopilación de información de los 139 visitantes un mayor porcentaje se tiene en la actividad de senderismo con 33 visitantes que prefieren realizar esta actividad, como segunda opción se tiene a la actividad de rutas de caballo con 28 visitantes que les gustaría realizar esta actividad y en cuanto a las demás actividades se tiene un porcentaje no muy reducido que esta entre el 13% al 15% por lo que también les gustaría realizar estas actividades.

PREGUNTA N°10

P.10. En una escala del 1 al 10 ¿Cómo consideras de útiles las páginas web y páginas de redes sociales de las diferentes agencias de turismos?

1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%
0	0,0	2	0,14	3	2,2	7	5,1	21	15,2	19	13,8	24	17,4	35	25,4	12	8,7	16	11,6



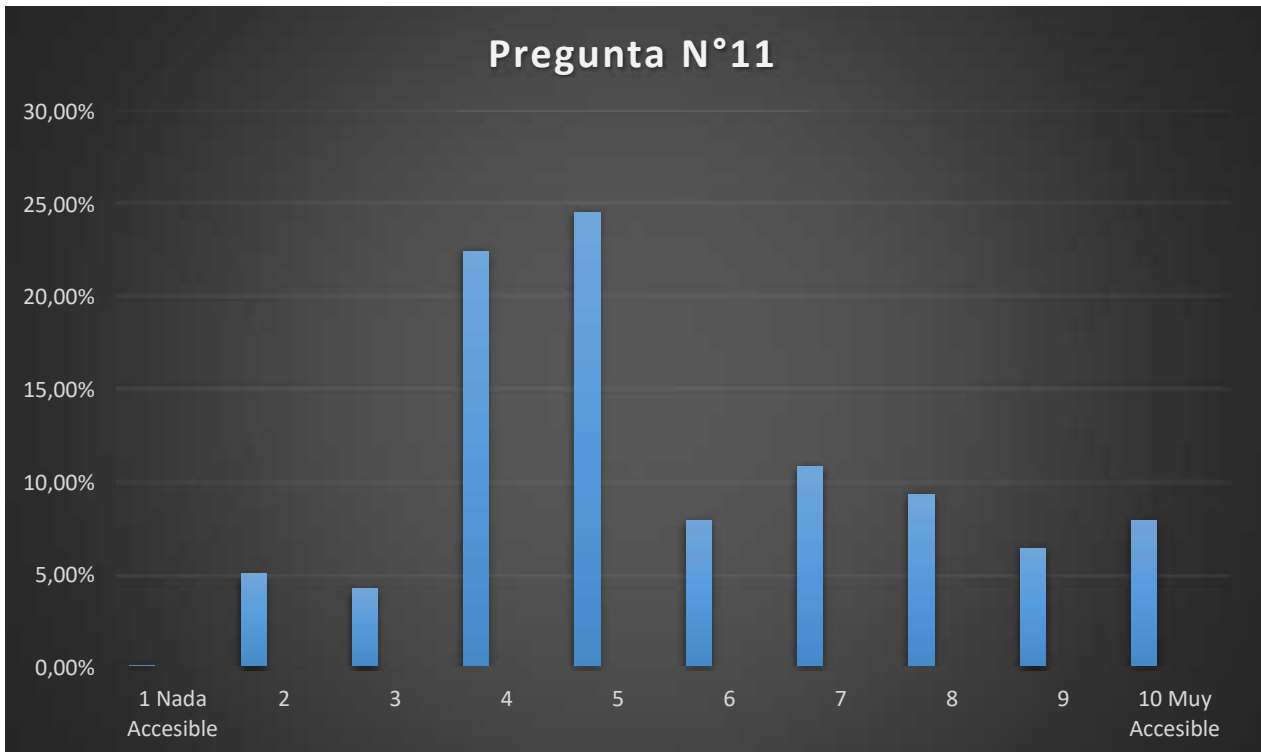
Interpretación:

Dentro de los resultados obtenidos en la escala del 1 al 10 se considera que si son útiles las páginas web y páginas de redes sociales para fomentar el turismo y mediante estas plataformas dar a conocer los diferentes atractivos turísticos y sitios naturales que tiene el Municipio de San Lorenzo ya que los mayores porcentajes están en una escala del 5 al 10, por lo que se considera 92,2% que representa a 128 visitantes de los 139 encuestados.

PREGUNTA N°11

P11. En una Escala del 1 al 10 ¿Cómo cree que es la información relacionada con el turismo del Municipio de San Lorenzo?

1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%
2	0,14	7	5,1	6	4,3	11	22,5	34	24,6	31	8	15	10,9	13	9,4	9	6,5	11	8



Interpretación:

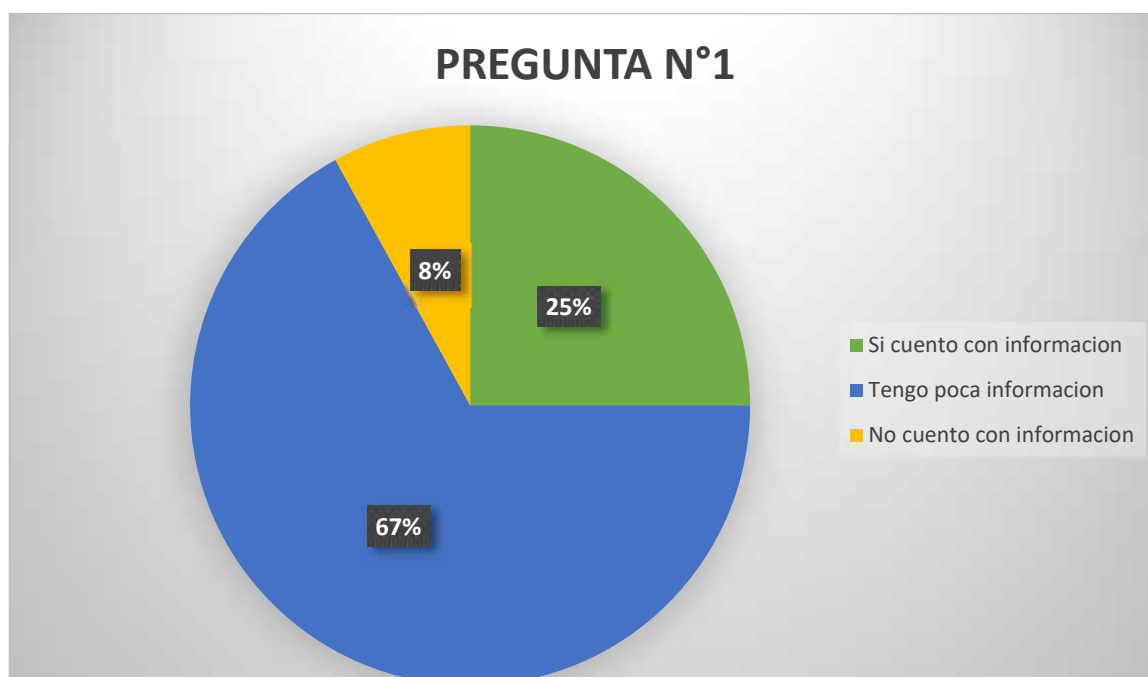
Según los resultados obtenidos en la escala del 1 al 10 se tiene en la escala 5 con un mayor porcentaje que es el 24.6 % que son 34 visitantes de los 139 encuestados que consideran que la información acerca del turismo del Municipio de San Lorenzo es poco accesible y en la escala 10 se tiene un porcentaje mínimo que es de 8% que presenta 11 visitantes de los 139 que consideran que la información es muy accesible.

ENTREVISTAS FORMULADAS A LAS OPERADORAS O AGENCIAS DE VIAJES DE TURISMO DE LA CIUDAD DE TARIJA

Según la Secretaria de Turismo y Cultura en el Departamento de Tarija se tiene 17 operadoras o agencias de viaje, de las cuales solamente 12 fueron entrevistadas.

A continuación, se realiza el análisis e interpretación de resultados de la entrevista.

1. ¿Actualmente cuenta con la información suficiente para promover los diversos atractivos turísticos del Municipio de San Lorenzo?



De la entrevista realizada a las diferentes agencias de viaje de turismo el 67% cuenta con poca información acerca de los diversos atractivos turísticos que tiene el Municipio de San Lorenzo y el 25% si cuenta con la información de los atractivos turísticos y áreas naturales.

2. ¿Qué Atractivos turísticos promociona mayormente en sus paquetes turísticos?

De las 12 operadoras y Agencias de viaje que entrevistamos, la mayor parte ofertan paquetes similares que son:

) La Ruta del Vino

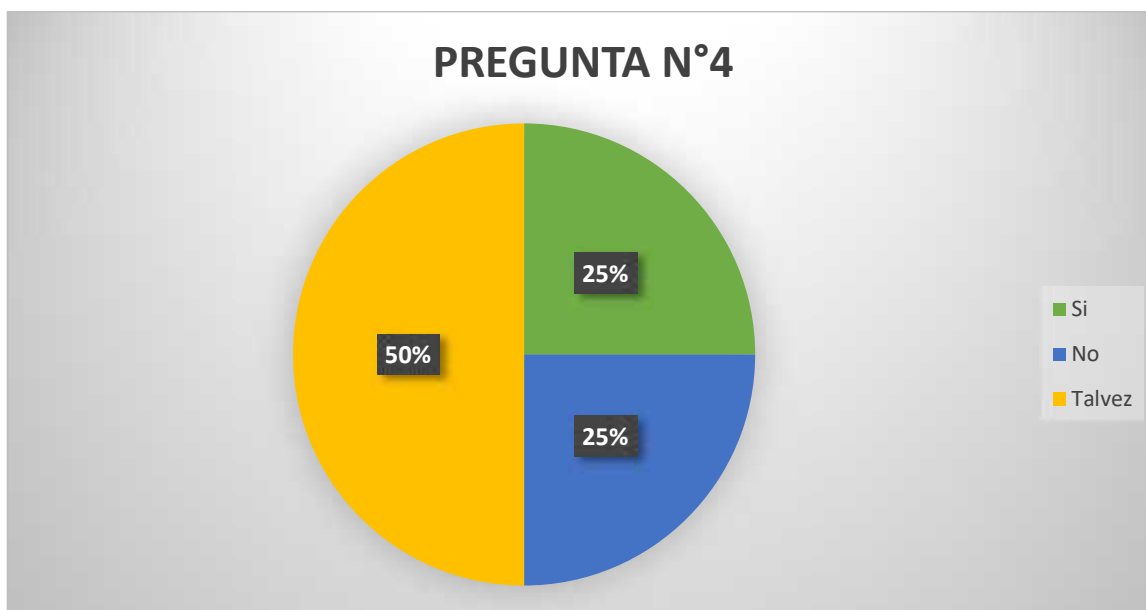
-) La Campiña Chapaca conformada por la casa de Moto Méndez, San Lorenzo, Degustaciones, Represa de San Jacinto, Tomatitas y Coimata.
-) Visita a los Chorros de Marquiri y Jurina
-) Lagunas de Tajzara

3. ¿Atraves de que medios digitales promociona su establecimiento?

Medios Digitales	N° de Agencias de Turismo
Facebook	12
WhatsApp	12
Instagram	4
Página Web	6

Se puede observar en el cuadro anterior los medios digitales más utilizados por agencias de viajes son Facebook y WhatsApp, los que no son muy usados son instagram y las páginas Web.

4. ¿Usted estaría dispuesto a participar en un convenio con otras empresas para impulsar el turismo?



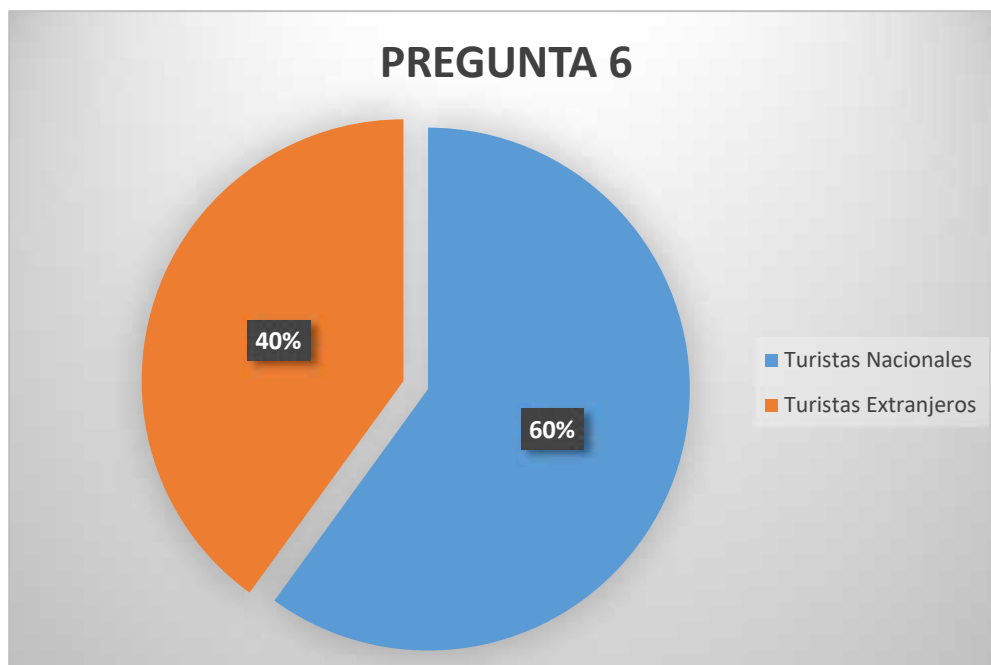
Según a las entrevistas realizadas a las agencias turísticas, el 50% posiblemente realizaría un convenio con las diferentes empresas del Sector Turismo, para impulsar el turismo.

5. ¿Cuáles son las medidas de Bioseguridad que se está tomando en cuenta para la recepción de los turistas?

Medidas de Bioseguridad	N° de Agencias de Turismo
Alcohol en gel para la desinfección de las manos	12
Toma de temperatura al ingreso de la agencia	6
Desinfección de Calzados	10
Distanciamiento dentro del transporte	4
Desinfección de los vehículos	3

Según las entrevistas realizadas a las agencias de turismo las medidas de bioseguridad más utilizadas son el alcohol en gel para la desinfección de las manos, algunas realizan la toma de temperaturas al ingreso de cada agencia de viaje como también la desinfección de calzados.

6. ¿De qué procedencia son los turistas que con mayor frecuencia solicitan información en su agencia turística?



Como se puede observar en la gráfica el 60% solicitan información Turística son turistas Nacionales y el 40% son turistas extranjeros

2. CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

- J En conclusión, en la investigación de campo se obtuvieron resultados favorables que nos ayudó a obtener información relevante a cerca del comportamiento de las diferentes personas que visitan el Municipio de San Lorenzo y los diferentes atractivos turísticos que posee, así también como es su percepción en cuanto a la implementación de las medidas de bioseguridad en el contexto actual.
- J Según los resultados obtenidos en la investigación de campo, las personas que visitan Tarija tienden a tener preferencia hacia el Valle de la Concepción (La Ruta del Vino) y como siguiente, San Lorenzo que es más conocida por la casa de Moto Méndez y uno de sus atractivos más preferidos los Chorros de Marquiri.
- J Por lo general las personas que visitan Tarija se hospedan en alojamientos y residenciales, por lo que se puede considerar a estos establecimientos como puntos estratégicos para la distribución de información turística, a través de publicidad (Trípticos, folletos, volantes).
- J Las agencias de viajes y Turismo de Tarija no cuentan con suficiente información acerca de los diversos atractivos turísticos que tiene el Municipio de San Lorenzo y sus alrededores ya que este Municipio tiene muchos atractivos que no se fomentan y que hay mucho por descubrir ya que es un lugar con mucho potencial turístico, además se puede realizar diferentes actividades, deporte que atraigan al mercado meta.
- J En base a la investigación que se realizó se considera que las pagina web y las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, otros) de las diferentes agencias turística, hoteles son importantes para la promoción de los diferentes servicios que estas

ofrecen, ya que por medio de ellas se puede llegar a más personas, porque hoy en la actualidad los medios digitales se convirtieron en una gran tendencia.

) En la investigación realizada también se pudo identificar las preferencias de los turistas al momento de realizar un viaje turístico o elegir el destino turístico, en cuanto a las actividades y tipos de turismo que prefieren realizar, por la cual es favorable ya que en los diferentes atractivos del municipio de San Lorenzo se pueden practicar estas actividades y tipos de turismo que prefieren los turistas, por lo cual aplicar estas mismas sería de gran atracción a los turistas.

CAPITULO V
PROPUESTA

1. PLAN ESTRATÉGICO DE REACTIVACIÓN DEL TURISMO

1.1.Introducción

La Elaboración del Plan Estratégico de Reactivación del Turismo va dirigido a la Unidad de Turismo, Cultura y Deportes del Municipio de San Lorenzo, involucra actividades estrategicas que tienen como fin persuadir a los turistas internos y externos a que visiten el Municipio de San Lorenzo ya que este sitio tiene mucha riqueza turística y solo queda a pocos minutos de la Ciudad de Tarija.

La propuesta turística para el Municipio de San Lorenzo, identifica comunidades de la parte alta y baja del Municipio, además de crear nuevos circuitos que permitan visualizar los atractivos del lugar.

Estas actividades serán propuestas al sector privado como al sector público, para que las mismas realicen nuevos tours y de esta manera se pueda diversificar la oferta de acuerdo al perfil de turista para satisfacer sus necesidades, para esto se deberá contar con el apoyo de los actores involucrados como ser comunidad, hoteles, restaurantes y agencias de turismo.

Por otra parte, la Unidad de Turismo, Cultura y Deportes del Municipio de San Lorenzo deberá trabajar en forma coordinada con todos los sectores involucrados en el Turismo para llevar a cabo la reactivación turística y lograr los objetivos planteados del presente proyecto.

1.2.Misión

Promover la actividad turística en el Municipio de San Lorenzo y la promoción de los destinos turísticos y áreas naturales, culturales e históricas, mejorando la calidad de los servicios turísticos, generando más empleos en las comunidades del Municipio.

1.3. Visión

Que el Municipio de San Lorenzo llegue a ser reconocido a nivel Nacional e Internacional como un destino turístico, a partir de la creatividad, innovación y el compromiso con los turísticos, con las comunidades locales y el medio ambiente.

1.4. Objetivo General

Diversificar y mejorar la oferta turística del Municipio de San Lorenzo, que permita reactivar el turismo y a todos aquellos sectores involucrados para el desarrollo económico, social y cultural del Municipio.

1.5. Objetivo Especifico

-) Elaborar estrategias que ayuden a potencializar e integrar actividades turísticas.
-) Diseñar nuevos circuitos que integren las diferentes comunidades del Municipio de San Lorenzo.
-) Implementar y fortalecer actividades que complementen los productos actuales.
-) Realizar alianzas estrategias con el sector privado y público para impulsar el turismo comunitario.
-) Diseñar una página web para la Unidad de Turismo, Cultura y Deportes del Municipio de San Lorenzo, para que así se llegue a fomentar más los diferentes atractivos que posee el municipio.

1.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

1.6.1. Estrategias Identificadas

Dentro de la Investigación realizada se pudo identificar las siguientes estrategias:

- ✓ Estrategia de Crecimiento
- ✓ Estrategia de Diversificación

- ✓ Estrategia de Promoción
- ✓ Estrategia de Atención al cliente

1.6.1.1. Estrategias de crecimiento

Esta estrategia está enmarcada en contribuir a captar mayor cuota de mercado, sobre todo a impulsar más el turismo interno y esto puede ser posible mediante la implementación de nuevos productos en el Municipio de San Lorenzo, que puedan complementar el tour tradicional que se realiza en el Municipio, como también productos diferentes que estén dirigidos a determinados grupos de turistas con diferentes preferencias o perfiles.

Las actividades están basadas en la práctica del turismo de aventura ya que es un tipo de turismo con la que se caracteriza por ser un destino que cuenta con zonas montañosas, valles, balnearios naturales, cascadas, donde se puede también rescatar y tomar en cuenta diferentes aspectos como ser sus fiestas tradiciones, su historia, las artesanías, los diferentes emprendimientos que realizan las personas que viven en el Municipio. También se puede apreciar las calles angostas, las casas de estilo pre colonial con fachadas pintadas de color blanco y tejados de arcilla color naranja y otros de paja la cual distinguen la peculiaridad del Municipio de San Lorenzo.

A continuación, se explicará algunas de las actividades que se implementaran para llevar a cabo esta estrategia como ser donde se lo realizara, como se lo realiza y cuánto será el costo:

-) Senderismo
-) Paseo en Bicicleta
-) Vuelo en Parapente
-) Paseo a Caballo
-) Degustación de masitas, platos típicos y de bebidas
-) Fiestas Tradicionales
-) Agroturismo
-) Talleres artesanales

TURISMO DE AVENTURA

Son actividades al aire libre, la práctica de este tipo de turismo atrae más a las personas que buscan una oportunidad para involucrarse en la exploración o viajes con un riesgo latente donde inevitablemente será necesario hacer uso de habilidades tanto físicas como psicológicas, el municipio de San Lorenzo cuenta con una variedad de atractivos las cuales no están siendo explorados, estos pueden ofrecer una experiencia para toda la vida ya que se caracteriza por retos, adrenalina y la diversión en cada deporte de aventura que se desarrolla.



ACTIVIDADES QUE SE PUEDEN REALIZAR EN EL TURISMO DE AVENTURA

SENDERISMO

Es una actividad deportiva que consiste en realizar caminatas por senderos, caminos de bosques, montañas con el fin de descubrir las bellezas naturales que existe en el lugar, contemplar hermosas vistas y al mismo momento disfrutar de la práctica del ejercicio físico en la naturaleza.



LUGARES DONDE SE REALIZA

-) Comunidad de Marquiri (Chorros de Marquiri)
-) Comunidad de Tomatas Grande (El eco del Diablo la Mesada el Mojón)

- J Comunidad de Jurina (Chorros de Jurina)
- J Comunidad de Coimata (Chorros de Coimata)
- J Comunidad de Tucumillas (Laguna de la sirena)
- J Comunidad de Tucumillas (Cascada del Angosto)
- J Comunidad de Yumasa (Cañón de Pilaya)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Para realizar esta actividad primeramente se planificará la ruta, llevar un mapa impreso y un GPS ya que en algunos lugares no hay cobertura de señal, previo a la actividad se debe informar al turista, la ropa adecuada que debe utilizar para realizar el senderismo y evitar inconvenientes: debe llevar zapatos de suela gruesa y buen agarre, una gorra para el sol, en cuanto a la ropa debe ser cómoda y que permita hacer movimientos sin ninguna dificultad, tomar en cuenta el estado del clima.

Se debe llevar refrigerio de hidratación y ración seca, es recomendable llevar barras de cereales, fruta y frutos secos, así como agua suficiente para hidratarse durante la actividad. Se debe recomendar a las agencias turísticas y a las personas particulares llevar una bolsa para el depósito de la basura fomentando el cuidado del medio ambiente.

Para este tipo de actividad se deberá tomar en cuenta los cambios climatológicos, la hora de salida y hora de llegada tomar en cuenta las temporadas en que se deben realizar preferentemente se realiza en: Primavera, otoño e Inverno, en verano se puede realizar esta actividad, pero se debe tomar en cuenta los días de precipitación pluvial.

EQUIPAMIENTO PARA ESTE TIPO DE ACTIVIDAD	COSTO TOTAL
<ul style="list-style-type: none"> J Botiquín J Refrigerio (Ración Seca) y de hidratación J Teléfono Satelital J Mapa J Guía del lugar J Transporte 	250 bs

PASEO EN BICICLETA

Es una actividad recreativa que consiste en viajar en bicicleta visitando los diferentes atractivos naturales que existe en el paso.



LUGARES DONDE SE REALIZA

-) Comunidad de Sella Méndez
-) Comunidad de Pampa de Carachimayo
-) Comunidad de Canasmoro
-) Comunidad de Lajas
-) Comunidad de Marquiri (Ciclismo de Montaña)
-) Comunidad de Victoria
-) Comunidad de Erquiz
-) Comunidad de Tomatitas

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Esta Actividad se realiza mediante convenio con la Empresa SurBike. Antes de Planificar la Ruta se tomará en cuenta las personas que van a participar en la actividad: niños, familias y ciclistas.

Al igual que en la actividad del senderismo se planificará lo que es la ruta y tomar en cuenta la dificultad que tendrá el camino y de acuerdo a la distancia se deberá establecer lugares de descanso y de hidratación.

El turista debe llevar una ropa cómoda que le permita moverse sin dificultad también se le recomienda llevar un GPS para trazar sus rutas.

EQUIPAMIENTO	COSTO
<ul style="list-style-type: none">)] Flete de Bicicletas)] Guía del Lugar)] Botiquín)] Refrigerio (Ración Seca) y de hidratación <p>Mediante convenio con la Empresa SurBike</p>	210 bs

VUELO EN PARAPENTE

Es una de las actividades en donde puedes volar como las aves, el despegue es desde una montaña o ladera afrentada al viento, este tipo de actividad deportiva es una de las formas más sencillas y emocionantes de



volar, a pesar de que es poco conocida por el medio, tiene una importante aceptación.

LUGARES DONDE SE REALIZA

-)] Comunidad de Pajchani (Despegue)
-)] Comunidad la Falda de Queñua(Despegue)
-)] Comunidad de Calama (Aterrizaje)



DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD

Esta actividad se realizara mediante convenio con el Club de las Aguilas de Parapente Tarija, ya que este club tiene pilotos preparados, el equipo adecuado para esta actividad.

El pasajero no necesita intruccion especializada porque siempre se va con un instructor y se revisa que las condiciones del dia sean optimas para realizar la actividad de vuelo, preferentemente la actividad se realiza por la mañana ya que por la tarde las condiciones no son optimas, aproximadamente el vuelo tiene una duracion entre 10, 15 y 20 minutos, dependiendo de las condiciones climaticas o de la velocidad del viento.

Se recomienda a los turistas llevar tenis comodoss, gafas de sol, Bloqueador Solar, gorras y ropas comoda y abrigada

EQUIPAMIENTO	COSTO TOTAL
<p>Convenio con las Águilas Parapente Tarija</p> <p>Incluye: Transporte privado, fotos y la filmación de su vuelo en HD.</p>	<p>300 bs</p>

PASEO A CABALLO

Es una actividad recreativa donde se disfruta de un paseo en el campo, que también se pueden dar en haciendas que los mismos



comunarios ofrecen o también por diferentes senderos, así conocer más de la naturaleza ya que es una actividad relajante.



LUGARES DONDE SE REALIZA

-)] Comunidad Tarija Cancha Sud (Finca la Ceibas)
-)] Comunidad de Lajas (Hacienda Cahumalu)
-)] Comunidad Sella Cercado (Casa de Don Victorino)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Antes de esta actividad se da un paseo por la hacienda luego se asiste a una demostración de las técnicas básicas para aprender a cabalgarlos, una vez aprendido el manejo y las distintas posiciones, se realiza el paseo a caballo siempre con un instructor que guíe el caballo.

Se recomienda siempre seguir las instrucciones de los trabajadores de la hacienda para prevenir accidentes, el paseo tiene una duración de unas 4 a 5 horas.

EQUIPAMIENTO	COSTO
<input type="checkbox"/> Transporte	150 bs
<input type="checkbox"/> Guía del Lugar	

CAMPISMO

Es una actividad que se realiza al aire libre y que consiste en acampar, en tienda de campaña o a la intemperie, este tipo de actividades son ideales para aquellas personas que les encanta despertar con ese olor fresco que da la naturaleza en las mañanas.



LUGARES DONDE SE REALIZA

- Comunidad de Corana
- Comunidad de Coimata
- Comunidad de Tomatas Grande (Complejo Turístico el Sausal)
- Comunidad de Jurina (Balneario Chorros de Jurina)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Previa a la actividad se coordinará con los lugares donde se realizará esta actividad, para la limpieza y preparación de los campings dependiendo del número de personas, como también se planificará su refrigerio y las subactividades que se realizaran.

Este tipo de actividad se lo realiza mayormente por las mañanas y dependiendo del turista si desea descansar en el lugar, se le equipara con los implementos necesarios para realizar campismo, se debe llevar ropa abrigada.

EQUIPAMIENTO	COSTO
<ul style="list-style-type: none">)] Tienda de campaña)] Saco para dormir)] Estera)] bolsas de basura)] Botiquín)] linternas)] Guía del Lugar)] Transporte)] Alimentacion 	<p>180 bs</p>

RAPEL

Es un deporte extremo de tipo escala que consiste en descender de forma controlada de superficies verticales rocosas, nos permite llegar a lugares donde el único acceso es mediante el descenso en cuerda y es una de las actividades preferidas de aquellas personas que les gusta la aventura y el riesgo.



LUGARES DONDE SE REALIZA

-)] Comunidad de Marquiri (Chorros de Marquiri)
-)] Comunidad de Coimata (Coimata)
-)] Comunidad de Tomatas Grande (Infiernillos)
-)] Comunidad de Erquiz Ceibal

DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD

Esta actividad se realizará mediante convenio con la empresa SurBike quienes son especialistas en realizar este tipo de actividades, poseen el material necesario, la actividad se realizará con la presencia de un instructor quien explicará la manera correcta del descenso y también armará el equipo necesario para la seguridad de los turistas.

Se recomienda tener una buena coordinación de movimientos entre el descenso de las piernas y el brazo que controla la cuerda para mantener el equilibrio, se debe informar al turista el tipo de calzado que debe llevar, la ropa cómoda y de abrigo, una mochila y un rompe vientos.

EQUIPAMIENTO	COSTO
<ul style="list-style-type: none">) Casco) Arnés con cabos de seguridad) Mosquetón y descensor) Cuerdas y otro material de seguridad) Guía especializado en Rapel) Botiquín de Primeros auxilios) Refrigerio) Transporte) Fotografías	180 bs

TURISMO GASTRONOMICO

Es un tipo de turismo que tiene como propósito la degustación de las comidas, bebidas y otros productos que caracterizan al lugar, tiene como finalidad que el turista pueda degustar la variedad gastronómica y técnicas de preparación, recetas y propiedades nutricional típicos del Municipio además de su significado simbólico.



ACTIVIDADES QUE SE PUEDEN REALIZAR EN EL TURISMO GASTRONÓMICO

DEGUSTACIÓN DE MASITAS

Son pequeñas muestras que una marca entrega a los potenciales clientes para que prueben un producto con el objetivo de conocer mediante la gastronomía típica del lugar y las bondades que ofrece.



MASITAS TÍPICAS DEL LUGAR

- J Rosquetes
- J Hojarascas
- J Empanadas Blanqueadas
- J Masitas de Maiz
- J Pan de Maiz
- J Las chirriadas
- J Humintas
- J Pan de Lajas



LUGARES DONDE SE REALIZA

- J Villa San Lorenzo
- J Comunidad de La Victoria
- J Comunidad de Tomatitas
- J Comunidad de Rancho Sur
- J Comunidad de Rancho Norte
- J Comunidad La Calama
- J Comunidad de Lajas

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Antes de realizar la degustación se debe elegir el sitio donde se realizará dependiendo el turista para preparar la zona y las masitas de mejor calidad para recibir a los turistas.

Se debe dar una explicación previa a los turistas acerca del lugar donde se realizará la degustación, se proporcionará información acerca de la preparación de cada masita para luego realizar la degustación y para finalizar se le otorgará un obsequio de la masita que más le gusto y un recorrido por el lugar explicando las costumbres del lugar.

EQUIPAMIENTO	COSTO
<input type="checkbox"/> Transporte	150bs
<input type="checkbox"/> Guía del lugar	
<input type="checkbox"/> Colaboración de los pobladores	
<input type="checkbox"/> Degustación masitas	

DEGUSTACION DE PLATOS TIPICOS

PLATOS TIPICOS DE SAN LORENZO

- Saice
- Cangrejitos
- Picante de Pollo
- Sopa de Mani
- Aji de Cara
- Chaunfaina
- Zanco
- Anchi



LUGARES DONDE SE REALIZA

- La Victoria
- Tomatitas
- Rancho Sur
- Rancho Norte

- Calama
- Villa San Lorenzo
- Erquiz

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Para la degustación de platos típicos se deberá establecer el lugar dependiendo si quiere un lugar más privado al aire libre, etc. Para luego preparar el sitio para su llegada.

Se mostraran al turista una variedad de platillos típicos del lugar y se explicara la preparación e ingredientes de cada platillo y lo que representa, para luego hacer la degustación y dependiendo del platillo que les haya agradado, elijan cual quisieran servirse en el lugar.

<i>EQUIPAMIENTO</i>	<i>COSTO</i>
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Guía del lugar <input type="checkbox"/> Colaboración de los pobladores <input type="checkbox"/> Degustación de platillos típicos 	170 bs

DEGUSTACION DE BEBIDAS TRADICIONALES DEL LUGAR

BEBIDAS TIPICAS DEL LUGAR

- Aloja de Mani
- Aloja de Cebada
- Chicha de Uva
- Chicha de Maiz



LUGARES DONDE SE REALIZA

- La Victoria
- Tomatitas
- Rancho Sur

-) Rancho Norte
-) Calama
-) Villa San Lorenzo

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Para la degustación de bebidas se elegirá el lugar, y se preparará la actividad se realizará previa consulta con lugar para coordinar.

Se expondrán todas las bebidas tradicionales, el guía del lugar dará una explicación de los ingredientes que se utilizan y la preparación de cada bebida acompañando con unas coplas para mostrar la cultura tarijeña, aproximadamente tendrá una duración de entre 30 minutos a 1 hora, al finalizar se le obsequiará una pequeña muestra de la bebida que le haya agradado y si gusta también puede realizar la compra del producto.

EQUIPAMIENTO

COSTO

-) Transporte
-) Guía del lugar
-) Colaboración de los pobladores
-) Degustación de las bebidas tradicionales

160 bs

TURISMO RURAL O VIVENCIAL

Es un tipo de turismo que tiene como propósito el de realizar actividades de convivencia e interacción con las diferentes comunidades rurales, para así aprovechar los recursos naturales propias de cada comunidad, se puede decir que también se practica un tipo de turismo vivencial y cultural lo que permite al turista vivir la experiencia de conocer y ser partícipes de las diferentes costumbres y tradiciones.

COSTUMBRES Y TRADICIONES DEL MUNICIPIO SAN LORENZO



FIESTAS TRADICIONALES

-) Fiesta de reyes
-) Compadres
-) Comadres
-) Fiesta de la Cruz
-) Pascua Florida “Mañanitas de Pascua”
-) San Juan “El santo del Campesino” 24 de junio
-) Festividad de San Santiago “El abogado del Pueblo” 25 de Julio
-) Fista Grande de San Roque “Medico del Pueblo”
-) San lorenzo “Santo Patrono del Pueblo” 10 de agosto

LUGARES DONDE SE REALIZA

Casi todas las fiestas tradicionales se celebran en Villa San Lorenzo, pero también se realizan en las diferentes comunidades del Municipio de San Lorenzo.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Primeramente se proporcionara al turista información acerca de los diferentes actos cívicos y fiestas tradicionales del lugar, el guía del lugar les mostrara las zonas y los horarios en que se realizara, a medida que las actividades transcurran realizara una explicación de las costumbres y la historia que tiene, se realizara la degustación de la gastronomía que se expondrán en esas fechas.

<i>EQUIPAMIENTO</i>	<i>COSTO</i>
) Guía del lugar	150bs
) Transporte	

AGROTURISMO

Es una de las actividades en donde el turista llega a conocer como produce los comunarios sus diferentes productos, muestran y comparten las técnicas agrícolas, además de su entorno natural.



LUGARES DONDE SE REALIZA

-) Comunidad de Canasmoro (Finca de Berrys)
-) Comunidad de Tarija Cancha Sud (Finca las Ceibas)
-) Comunidad de La Victoria (Finca La Abrita)
-) Comunidad de Canasmoro huerta de Don Fernando perales

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Para esta actividad primeramente se coordinará con los propietarios donde se realizará la actividad y preparar el lugar para recibir a los turistas, esta actividad se realiza al aire libre disfrutando de la naturaleza.

Se iniciará con un recorrido por el lugar recomendando a los turistas que no se alejen y siempre sigan las instrucciones del guía del lugar, donde se realizara la cosecha de las diferentes frutas de temporada y también se realizara la degustación de las frutas juntamente con una explicación de los beneficios que tienen los frutos. También se realizará la degustación de jugos y mermeladas elaborados a base las frutas de las huertas.

EQUIPAMIENTO

-) Guía del Lugar
-) Transporte
-) Degustación de frutos y mermeladas

COSTO

150bs

TALLERES ARTESANALES

Esta experiencia se basa en, participar y aprender la elaboración de las diferentes artesanías que se realiza en el lugar.



LUGARES DONDE SE REALIZA

-) Villa San Lorenzo (Artesanías San Lorenzo)
-) Villa San Lorenzo (Los Corceles de Méndez)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Para esta actividad se realizará primeramente una breve explicación de la historia de los talleres que se irán a visitar, se mostraran las diferente herramientas o instrumentos con las que se realiza las diferentes artesanías (como ser los tejidos tradicionales, ropa típica chapaca y diversas artesanías), se dará un espacio para que aprecien detalladamente las artesanías y si gustan realizar la compra de las artesanías.

<i>EQUIPAMIENTO</i>	<i>COSTO</i>
) Guía de lugar	70 bs
) Transporte	

Cuadro 15: Cuadro de Resumen de Costos de la Estrategia de Crecimiento

DETALLE	ACTIVIDAD	COSTO
TURISMO DE AVENTURA	Senderismo	250 bs
	Paseo en Bicicleta	210 bs
	Vuelo Parapente	300 bs
	Paseo a Caballo	150bs
	Campismo	180 bs
	Rapel	180 bs
TURISMO GASTRONOMICO	Degustación de Masitas	150 bs
	Degustación de Platos Típicos	170 bs

	Degustación de Bebidas Tradicionales	160 bs
TURISMO RURAL O VIVENCIAL	Fiestas Tradicionales	150 bs
	Agroturismo	150 bs
	Visitas a talleres artesanales	70 bs
COSTO TOTAL		2120 bs

1.6.1.2. Estrategias de diversificación

La estrategia de diversificación al igual que la estrategia de crecimiento pretende diferenciar los productos turísticos que se tienen, complementando los mismos o creando otros nuevos productos que diversifiquen la oferta turística actual del lugar.

Para aplicar esta estrategia se propone implementar nuevos circuitos donde se tomará en cuenta las actividades mencionadas en la estrategia de crecimiento y nuevos sitios turísticos.

A continuación, se detalla los nuevos lugares turísticos y actividades que se pueden realizar en el circuito turístico de las comunidades:

Cuadro 16: Atractivos Naturales del Municipio de San Lorenzo

Atractivos Naturales del Municipio de San Lorenzo	
<p>Pajchani</p> <p>Esta comunidad está ubicada a unos 10 a 15 minutos en auto desde San Lorenzo, uno de sus principales atractivos es la cascada de pajchani que es un lugar donde las casas aún son de abobe, es un valle poblado de churquis y otras especies nativas de árboles que le dan su encanto propio al lugar.</p> <p>Otro atractivo es la represa de Pajchani donde se realizó un campeonato del canotaje, pues esto trajo mucho movimiento turístico de acuerdo al relato de los</p>	

comunarios, por lo que sería un gran potencial desarrollar este tipo de actividades. También es un lugar potencial para la piscicultura.

Cañón de Pilaya

El Cañón de Pilayo es el sexto más profundo del mundo aproximadamente con unos 3.030 metros, es un gran atractivo natural que no está siendo explotada turísticamente está ubicado entre las comunidades de Yumasa y Culpina del departamento de Chuquisaca. Está compuesta por formaciones rocosas con pendientes casi verticales, las cuales ofrece vistas sorprendentes que no solo maravillan los ojos si no el alma, por la sensación de paz que se respira en el lugar, para ingresar a este sitio se pasa por la comunidad de Yumasa donde se puede realizar actividades de camping ya que se debe descansar por una noche para luego al día siguiente seguir con las actividades de tracking y senderismo.



Infernillos

El mirador de Infernillos un atractivo natural, que se encuentra ubicado en la zona alta de la provincia de Moto Méndez, que tiene una vista hermosa que nos es muy frecuentada o conocida. En este atractivo se puede realizar una de las actividades de Senderismo.



Falda de la Queñua

Está ubicada al Norte pasando la tranca donde se puede observar una hermosa vista de los ríos, valles, etc. Este atractivo es adecuado para realizar la actividad de parapente donde se inicia en la falda de Queñua y se aterriza en la comunidad de Calama.



Corana

En el Municipio de San Lorenzo se encuentra la comunidad de Corana, sus verdes pozas con tintes azules se mecen entre las lajas, rocas y planicies que son convertidas en playas para los días de campo. Su paisaje natural y los balnearios naturales con aguas cristalinas en medio de formaciones rocosas con una amplia vegetación hacen de Corana un lugar muy visitado por la población local, nacional e internacional y amplio espacio para disfrutar un churrasco en familia o con amigos.



Los Chorros de Marquiri

Es una de los atractivos más visitados por los turistas, por su atractiva y gigante cascada, para llegar a este lugar se inicia con una caminata aproximadamente de unos 45 minutos, en la que se puede disfrutar de la grandeza de las serranías y el paisaje.



Tomatitas

Es conocida más por su gastronomía como ser las humintas y los cangrejos.



Chorros de Jurina

Es conocida por su valor paisajístico, por ser una cascada doble, donde se puede disfrutar de su naturaleza son caídas de agua hasta de 40 metros de altura que por acción natural se forman pozas de aguas profundas y cristalinas, con una flora diversa, con la presencia de ruinas de caminos antiguos hechos de piedra.



Coimata

El lugar cuenta con hermosas cascadas y balnearios naturales esto le ha dado tanto reconocimiento al lugar que se ha convertido en uno de los sitios turísticos más conocidos de la región. El área cuenta con interesantes sitios, ideales para realizar actividades como: turismo fotográfico, senderismo, excursiones y observación paisajística.

También es un excelente lugar para refugiarse ya que existe un hospedaje llamado la Poza del Pato.



Cuadro 17: Nuevos Sitios Naturales Identificados en el Municipio de San Lorenzo

Nuevos Sitios Naturales Identificados en el Municipio de San Lorenzo

Laguna de la Sirena

Está ubicada en la comunidad de Tucumillas es un lugar ideal para el turismo de aventura ya que para llegar a este lugar se realiza senderismo disfrutando de sus hermosos paisajes. Antiguamente los pobladores veían a una bella señorita alrededor de la laguna, por lo que ellos decían que era una sirena es por ello el nombre del lugar.



El Chorro del Angosto

Se encuentra ubicada en la Comunidad de Tucumillas a pocos metros de la poza de la Sirena, se le denomina el chorro del Angosto por sus paredes estrechas que conforman este Chorro, tiene una altura entre 15 a 20 metros y tiene una profundidad de entre 3 a 4 metros. Es ideal para realizar senderismo y disfrutar sus aguas cristalinas.



El Chorro de los Culebrillos

Es un pequeño chorro ubicada en la comunidad de Huancata denominada así por lo comunarios del lugar.



Chorros de Mollehuayco

Se encuentra ubicada en la Comunidad de Tomatas Grande, aproximadamente se realiza 15 min de caminata desde el cruce para llegar a este lugar paradisiaco que son los chorros de Mollehuayco el ascenso se realiza por el rio y es un lugar apto para el senderismo , escalar y sentirse completamente en armonia con la naturaleza.



Cuevas del Moto Mendez

La travesía comienza en Canasmoro, es el punto de partida rumbo a la cueva. Al cruzar la normal y salir por la parte trasera de aquel lugar, es necesario cruzar descalzo el río Guadalquivir, para inmediatamente subir a un pequeño cerro de Bordo Carachimayo, donde se debe caminar sobre una pradera completamente pedregosa.



Luego el panorama cambia, ya que se debe cruzar la quebrada del Arenal. Después de casi una hora de caminata y escalada, la cueva se deja ver donde se observa una plaqueta que data de los años 80 y que fue puesta por los normalistas en honor al Moto y sus guerrilleros.

Cascada de Payuyo localizado en Huacata



Poza La Candelaria localizado en Sella



Cuadro 18: Atractivos Turísticos identificados en el Municipio de San Lorenzo

Atractivos Turísticos identificados en el Municipio San Lorenzo

Tomatas grandes (complejo turístico el sauzal)

Tomatas Grande es otro de los lugares elegidos para disfrutar del agua en los días de calor, donde el río que está a la altura del puente es muy visitado por familias o grupos de amigos para hacer un día de campo. Siguiendo el curso del río está El Sauzal, un complejo turístico con una poza natural de agua que semeja a una pequeña piscina cubierta por laja negra. Se trata del mismo río que procede de la serranía y que atraviesa varias comunidades como Corana, Canasmoro o Lajas, donde se puede realizar actividades deportivas como también camping, y senderismos donde se llega a conocer el Eco del Diablo, Mesada y el Mojón.



Balnearios de Chorros de Jurina

Es un lugar ideal de encanto y diversión para disfrutar en familia, con amigos, cuenta con toboganes, Piscinas para adultos y niños, parque para niños, espacios para acampar, cancha de futbol, parrilleros y mucho más. Este hermoso lugar está ubicado camino a los Chorros de Jurina.



Finca las Ceibas Tarija

Se encuentra ubicada en la Comunidad de Tarija Cancha Sud, ofrece un variedad de platillos típicos del lugar y bebidas, también posee un amplio espacio para realizar paseos a caballos o actividades recreativas.



Balneario la Tranquera ubicado en la comunidad de Erquiz



Balnerio La Ensenada ubicado en la comunidad de Erquiz



Balneario tierra linda ubicado en la Comunidad de Tomatitas



Balneario turistico La Candelaria Ubicado en el municipio de Rancho norte



Complejo Tursitico Coimata ubicada en la Comunidad de Coimata



Finca La Abrita ubicada en la Comunidad de La Victoria



Finca de Berrys ubicada en la Comunidad de Canasmoro



Huerta de Don fernando Perales ubicada en la Comunidad de Canasmoro




A continuación, se mostrará un cuadro descriptivo de los lugares históricos del Municipio de San Lorenzo.

Cuadro 19: Sitios Históricos del Municipio de San Lorenzo

Sitios Históricos del Municipio de San Lorenzo	
<p><i>Casa de Moto Méndez</i></p> <p>Corresponde a la casa en la que vivió el célebre guerrillero u héroe de la independencia el coronel Eustaquio Méndez Arenas. Declarada en la actualidad como Monumento Nacional instalándose en sus dependencias un museo histórico.</p>	
<p><i>Capilla historica la merced</i></p> <p>Capilla de la comunidad de Lajas La Merced, posee hermosos paisajes y mucha riqueza histórica, con las costumbres Chapacas intactas.</p>	
<p><i>Iglesia de San Lorenzo</i></p> <p>Un gran Patrimonio, Cultural Religioso. Parroquia San Lorenzo, Mas de 400 años de Historia. Donde se realizan varias fiestas tradicionales del lugar</p>	
<p><i>Puente del Zapateo</i></p> <p>Se realiza el tradicional “zapateo de la Pascua”, una costumbre de antaño que se hacía en el puente que atraviesa el riachuelo que pasa por el pueblo y que actualmente son dos; éstos han sido refaccionados, al igual que los espacios verdes y casas aledañas en lo que se ha denominado plaza Las Pascuas.</p>	

Circuitos Propuestos
(Ver el Anexo 11)

CIRCUITO HISTORICO	
<p>Transporte desde Tarija</p> <p>Visita al pueblo histórico de San Lorenzo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visita a la iglesia de San Lorenzo - Visita a la casa del Moto Méndez - Degustación de masitas típicas del lugar. - Sesión Fotográfica <p>Visita a la Comunidad de Lajas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visita a la capilla de la Merced <p><i>Se almorzará en la comunidad de Lajas en el Restaurante La Deseada Restaurant Campestre.</i></p>  <p>Visita a la Comunidad de Canasmoro</p> <ul style="list-style-type: none"> - Senderismo a las Cuevas del Moto Méndez <p>Retorno a San Lorenzo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visita a los talleres Artesanales de vino Los Corceles de Méndez <p>Retorno a la Ciudad de Tarija</p>	     
COSTO TOTAL DEL CIRCUITO	250 BS

CIRCUITO DE AVENTURA	
<p>Transporte desde Tarija</p> <p>Visita al pueblo histórico de San Lorenzo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visita a la iglesia de San Lorenzo - Visita a la casa del Moto Méndez - Degustación de masitas típicas del lugar. 	 

- Sesión Fotográfica

Cada una de las opciones que se presentaran a continuación, antes de realizarlas se visitara el Pueblo Histórico de San Lorenzo.

OPCION N°1 (Paseo en bicicleta)

Dotación de bicicletas

Ruta n°1

-) Tarija, La Victoria, Coimata, tomatitas, Erquiz sud, Erquiz Ceibal, Erquiz Norte y San Lorenzo.

Ruta n°2

-) San Lorenzo y Marquiri



PRECIO

180 BS

OPCION N°2 (Vuelo en Parapente)

Transporte a pajchani

Vuelo en parapente puntos de partida:

-) La falda de Queñua
-) Serranías de pajchani

Aterrizaje en la Comunidad de Calama

Visita a la Comunidad de Calama

-) Recorrido del Lugar
-) Degustación de masitas

Visita a los Balnearios de Chorros de Jurina

-) Almuerzo, Piscina, lugares para acampar.
-) Senderismo al chorro de Jurina

Retorno a San Lorenzo



PRECIO

350 BS

OPCION N°3 (Paseo a Caballo)

Transporte a la Comunidad de Lajas

Visita por la Hacienda Cahumalu

- Clases de Equitación
- Paseo a Caballo por la Hacienda

Visita a la Comunidad de Tomatas Grande

Visita a el Mirador de Infiernillos

Visita al Complejo turístico el Sausal

-) Senderismo por el Eco del Diablo
-) La Mesada
-) El Mojón



Descanso de 1 noche acampando en el complejo turístico el Sausal

Visita a La comunidad de Huancata

-) Senderismo a los chorros del culebrillo
-) Senderismo la cascada Payuyo



Visita a la comunidad de Yumasa

-) Cañón de Pilaya

Retorno a la Comunidad de Coimata

-) Hospedaje en el Hotel la Pasarela
-) piscina, sauna y grandes espacios de recreación



PRECIO

350Bbs

CIRCUITO GASTRONOMICO E HISTORICO

Transporte desde de Tarija

Opción 1

Visita al pueblo histórico de San Lorenzo

- Visita a la iglesia de San Lorenzo
- Visita a la casa del Moto Méndez
- Degustación de masitas típicas del lugar.
- Sesión Fotográfica



Visita a la comunidad de Tarija Cancha

Visita a la Finca las Ceibas

-) Degustación de platillos típicos de San Lorenzo
-) Degustación de frutas de temporada
-) Paseos a caballo



Opción 2

Visita a la comunidad de Canasmoro

Visita a la Huerta de Don Fernando Perales

-) Degustación de frutas de temporada
-) Recorridos por las huertas
-) Participación en la cosecha de las frutas
-) Sesión de Fotos

Visita a la Finca Berrys

-) Recorrido por la finca
-) Degustación de los arándanos y Berrys



Retorno a San Lorenzo recorrido por las artesanías para recuerdo del turista

Retorno a Tarija

PRECIO

260 Bs

CIRCUITO DE BALNERIOS NATURALES

Transporte desde de Tarija

Visita la Comunidad de Coimata

) Cascadas de Coimata

Visita la Comunidad de la Victoria

) Recorrido por la Finca La Abrita

) Hospedaje y alimentación

Visita la Comunidad de Tucumillas

) Senderismo a la Laguna de la Sirena

) Chorros del Angosto

Retorno a la Finca La Abrita y descanso de 1 noche



PRECIO

260 Bs

Cuadro 20: Cuadro de Resumen de Costos de los Circuitos propuestos

CIRCUITOS	COSTO
Circuito Histórico	250 bs
Circuito de Aventura opción 1	180 bs
Circuito de Aventura opción 2	350 bs
Circuito de Aventura opción 3	350 bs
Circuito Gastronómico e Histórico	260 bs
Circuito de Balnearios Naturales	260 bs
COSTO TOTAL	1300

1.6.1.3.Estrategias de Promoción Web

Hoy en día la red es el canal de comunicación más accesible y utilizada para los turistas. Razón por la cual se propone desarrollar un sitio Web que cumplan las funciones de informar, persuadir, incentivar y comercializar los productos del municipio de San Lorenzo, este portal estará en los principales idiomas que es el:

-) Inglés
-) Español

a. Contenido de la Pagina Web

Este sitio web se propone para la Unidad de Turismo, Cultura y Deportes del Municipio de San Lorenzo, la cual tendrá información acerca de los atractivos turísticos más visitados por los turistas y también los atractivos nuevos que recién están abriendo puerta al turismo. Información acerca de los hospedajes o alojamientos, restaurantes, lugares de entretenimiento y agencias turísticas.

También se tendrá información de las fechas festivas de San Lorenzo dando a conocer así su Cultura, como también sus platos típicos, masitas, bebidas, etc. y así impulsar su gastronomía.

Como también se publicará el calendario de las diferentes ferias que se realizaran en el Municipio de San Lorenzo, de esa manera mediante este medio llegar al público objetivo y llamar su atención para que sean partícipes de estas ferias así puedan conocer las costumbres y tradiciones que tiene el lugar, también se promocionaran las diferentes rutas turísticas, la plataforma también tendrá información acerca de prevención del COVID en los servicios de hospedaje, gastronomía, guía de turismo y agencias turísticas.

Para la creación de la página web para la secretaria de turismo y Deportes, se requiere lo siguiente:

-) Inversión
-) Nombre para la página (San Lorenzo un destino Turístico)
-) Información cultural y Turística necesaria para la imagen del sitio

-) El Mapa Turístico de la primera Sección de la Provincia Méndez
-) Fotografía de los diferentes atractivos turísticos
-) Circuitos propuestos.
-) Información turística Sanitaria

Cuadro 21: Presupuesto de la Estrategia de promoción Web

<i>DETALLE</i>	<i>COSTO ANUAL</i>
<i>Página Web (Incluye)</i>	
- <i>Hosting</i>	
- <i>Dominio</i>	<i>3350bs</i>
- <i>Sistema</i>	
- <i>Software</i>	
- <i>Wordpress</i>	
<i>TOTAL</i>	<i>3350 bs</i>

1.6.1.4.Estrategia de Atención al Cliente

La principal función de la estrategia de atención al cliente estará basada en la calidad de los servicios, esto significa la satisfacción del cliente, ya que no se debe realizar promoción del producto que en realidad no se va a cumplir porque se corre el riesgo de engañar al turista y no cumplir sus expectativas, razón por la cual el turista tendrá una imagen negativa del destino en este caso el Municipio de San Lorenzo.

CAPACITACIONES	
Capacitación en servicios de Hospedaje y Alimentación	<p>Se debe capacitar a las personas en cuanto a la:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción - Adecuación de vivienda - Manipulación de alimentos y bebidas <p>Cada uno de ellos contendrá temas específicos como ser: el proceso de registro, atención de huéspedes, técnicas</p>

	<p>sobre buenas prácticas en manipulación y conservación de alimentos.</p> <p>Capacitación de la limpieza de los ambientes y también tener una infraestructura adecuada , tener los servicios sanitarios higienizados</p>
Capacitación de atención al cliente en el Transporte	<p>Se debe capacitar a los choferes en cuanto a la limpieza y desinfección de sus vehículos, como también que tengan información acerca de los sitios turístico y el vehículo debe estar en buenas condiciones.</p>
Capacitación para formar guías turísticos locales	<ul style="list-style-type: none"> - Se desarrollar un taller turístico participativo en técnicas guianza. - Se capacitará en el área de primeros auxilios. - Se desarrollará una conciencia ambiental de respeto y responsabilidad hacia su entorno y atractivos turísticos. - Se capacitará a personas para que lleven a cabo la actividad turística de manera responsable. - Se capacitará a las personas en cuanto a los diferentes atractivos naturales, históricos y gastronómicos.
<p>El costo del Capacitador es de 50 bs la hora, la capacitación tendrá una duración de 4 horas y se realizara una vez a la semana.</p>	
TOTAL MENSUAL	800 bs mensuales

La estrategia de atención al cliente también implica el darles un valor agregado a los servicios no necesariamente este valor debe representar altos costos, sino que se debe tratar de que el turista tenga un buen recuerdo del sitio visitado, para lo cual se propone entregar obsequios sencillos y económicos, pero que en realidad para el turista representan un plus, como ser llaveros, monederos, fotos instantáneas y un CD informativo sobre el destino turístico.

Para todo esto se llevará un control apoyado por el Gobierno Municipal del Municipio de San Lorenzo donde supervisen todos estos aspectos, de tal modo que el turista se lleve una buena imagen del Municipio.

La estrategia estará basada en brindar confort, placer y satisfacción para ello. Al finalizar el tour se entregará a cada turista un formulario donde se califique los servicios como ser:

-) **Empresas de Turismo:** Para saber cómo fue atendido si recibió suficiente información, que le dieron en lo que se refiere material promocional, suvenires.
-) **Servicio de Hospedaje:** De igual manera como fue la atención que recibió amigable, si le ayudaron y por último la higiene y las medidas de bioseguridad del recinto de hospedaje.
-) **Servicio de Alimentación:** Referido también a la higiene, medidas de bioseguridad y manipulación de alimentos.
-) **Servicio de transporte:** Para verificar si los coches son cómodos, si están aptos para transportar a los turistas, y si están equipados con material de bioseguridad, para darle la seguridad y confiabilidad a los turistas o visitantes.

De modo que se pueda proporcionar experiencias de la más alta calidad a los turistas, ya que las necesidades actuales de los visitantes cada vez son más exigentes y requieren de un trato personalizado con servicios altamente calificados que se desarrollen en un medio ambiente y atractivos turísticos óptimos.

Cuadro 22: Presupuesto de la Estrategia de Atención al Cliente

DETALLE	CANT.	C. UNIT	C. TOTAL
Llaveros	500	7 bs	3500 bs
Monederos	500	7 bs	3500 bs
Fotos instantáneas	-	8 bs	2000 bs
CD Informativo	100	4 bs	400 bs
Capacitaciones	4 h x semana	50 bs	800 bs mensuales
TOTAL			9400 bs

1.7.PRESUPUESTO

El presente presupuesto es un informe que muestra los costos estimados referenciales en función al valor actual de los diferentes materiales de las estrategias de reactivación.

En el (ANEXO 12) se puede observar el presupuesto del Programa de promoción y fortalecimiento del turismo que fue proporcionada por la Unidad de Turismo, Cultura y Deportes del Municipio de San Lorenzo.

Cuadro 23: Presupuesto del Plan Estratégico de Reactivación

<i>DETALLE</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
Estrategia de Promoción Web	3350 bs
Estrategia de Atención al Cliente	10200 bs
COSTO TOTAL DE LA PROPUESTA	13550 bs

2. *CONCLUSIONES*

- J El principal logro del trabajo de investigación es que a través de la elaboración de un plan estratégico de reactivación, se pueda cumplir con los objetivos propuestos que consiste en la reactivación y la potencialización del turismo , mediante el impulso de nuevos sitios turísticos, implementar actividades de aventura y de adrenalina las cuales estas tienen la finalidad de incentivar a las personas a conocer los diferentes atractivos que tiene el Municipio de San Lorenzo de tal manera pueda ser conocido como un destino turístico diversificado a nivel local, nacional e internacional.

- J El presente Plan de Reactivación, estará sujeto a la predisposición, voluntad y confianza del personal que estará a cargo de la Unidad de Turismo, Cultura y Deportes del Municipio de San Lorenzo.

- J La información acerca de los atractivos turísticos que tiene el municipio no es tan accesible tanto en la internet como en las diferentes instituciones que manejan información relacionada al turismo (agencias de viajes, hoteles y el punto de información turística de cercado Tarija) ya que solo se tiene conocimiento de algunos sitios turísticos que son más conocidos o más frecuentados.

- J Existe desconocimiento de los atractivos o destinos turísticos por parte de los que visitan la ciudad de Tarija, ya que hablar de San Lorenzo es solo hablar de la Casa de Moto Méndez y los Chorros de Marquiri.

- J Según la información de la investigación de campo, existe un alto porcentaje que nos indica que las personas si llegarían a viajar con fines turísticos en el actual contexto en que vivimos.

3. **RECOMENDACIONES**

- J Se recomienda a la Unidad de Turismo, Cultura y Deportes del Municipio de San Lorenzo crear un punto de información turística para que proporcione información a los visitantes, de los diferentes atractivos y áreas naturales que posee el Municipio.
- J También se le recomienda tomar en cuenta este plan de reactivación para impulsar y potencializar el turismo en el Municipio ya que se pudo observar mediante el proyecto de investigación, que el Municipio de San Lorenzo tiene hermosos paisajismos, balnearios, lugares de entretenimiento que no son conocidos y las cuales pueden ser de gran atracción para los turistas.
- J Se considera necesario realizar programas de concientización, y capacitación a la población para el cuidado y preservación de los lugares atractivos, así como también para que estos brinden a los turistas un trato amable y acogedor.
- J Impulsar el turismo comunitario para que las comunidades reciban un beneficio por los sitios turísticos que se visitan de las misma y así también llegar a reactivar la economía en el Municipio de esa manera también se llega a apoyar a los emprendimientos del lugar.
- J Se recomienda a la Unidad de Secretaria de Turismo, Cultura y Deportes de Municipio de San Lorenzo la mejora de los servicios básicos y señalización en los lugares turísticos para brindar una buena atención a las personas que visitan los lugares y así mostrar una buena imagen.
- J Para la creación de la página web es importante realizarlo con profesionales para el diseño de la estructura del sitio por que el internet es un instrumento muy útil y económico para conseguir fomentar los atractivos turísticos ya que en el contexto

actual los medios digitales son más que necesarios porque es de fácil acceso para las personas.

-) También se recomienda que se coordinen actividades con todos los sectores involucrados en la actividad turística ya sea privada o pública.
-) Se recomienda elaborar un calendario de fiestas tradicionales y culturales de modo que se mejore la oferta turística del lugar.