

CAPITULO I

MARCO TEORICO

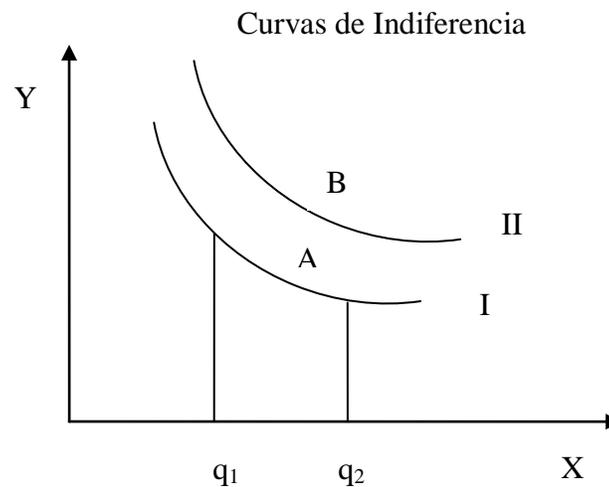
1.1. DEMANDA

El análisis de la demanda constituye el aspecto central del presente trabajo por la incidencia de ella en sus resultados.

Se define a la demanda como “una relación que muestra distintas cantidades de una mercancía que los compradores desearían y serian capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás variables permanecen constantes”¹

1.2.- CURVAS DE INDIFERENCIA Y EQUILIBRIO

GRAFICO N° 1
CURVAS DE INDIFERENCIA



¹ Rivas, Ramón; Investigación de Mercado; Limusa S. A.; México 1990; Pág. 13

Las curvas de indiferencia explican la satisfacción que alcanza consumidor en relación a la cantidad del producto que consume, en una cierta etapa de tiempo.

“La variedad de combinaciones de los bienes que al consumidor le ofrecen un mismo grado de satisfacción se halla en una curva de indiferencia”²

El Gráfico N° 1, prueba que a medida que una curva de indiferencia se halla más alejada al punto (0) es mayor el grado de satisfacción del consumidor.

“La curva de Indiferencia (I) indica las cantidades de q_1 y q_2 , entre las cuales, el comprador es indiferente porque le proporciona la misma satisfacción.

La curva de Indiferencia (II) señala mayor grado de satisfacción; por tanto, la curva de indiferencia B tiene un nivel de satisfacción más elevado que A. De acuerdo a los precios de mercado y un producto puede ser sustituido de manera que el consumidor tenga el mismo nivel de satisfacción que antes”.³

El enfoque de las curvas de indiferencia para su análisis parte del concepto de utilidad ordinal, es decir, que el consumidor solamente es capaz de clasificar las cantidades de los bienes de acuerdo a sus preferencias, pero, sin asignarles un valor específico, porque la satisfacción no es medible, como pueden medirse las alturas, las distancias o los pesos.

“El consumidor ante diversas combinaciones de los bienes calificará como preferible cualquier combinación que contenga mayor cantidad de cada uno de los bienes y rechazará aquellas combinaciones que contengan menor cantidad de ambos bienes”.⁴

Además, cualquier combinación de bienes que contenga la misma cantidad de uno de ellos y mayor cantidad del otro bien, siempre será preferible, por el hecho de producir mayor satisfacción; en cambio, aquellas combinaciones que contienen las mismas cantidades de uno de ellos y menor cantidad del otro serán rechazadas por el consumidor.

² C.E. Ferguson y J.P. Gould; Teoría Microeconómica; América; México 1991; Pág. 24.

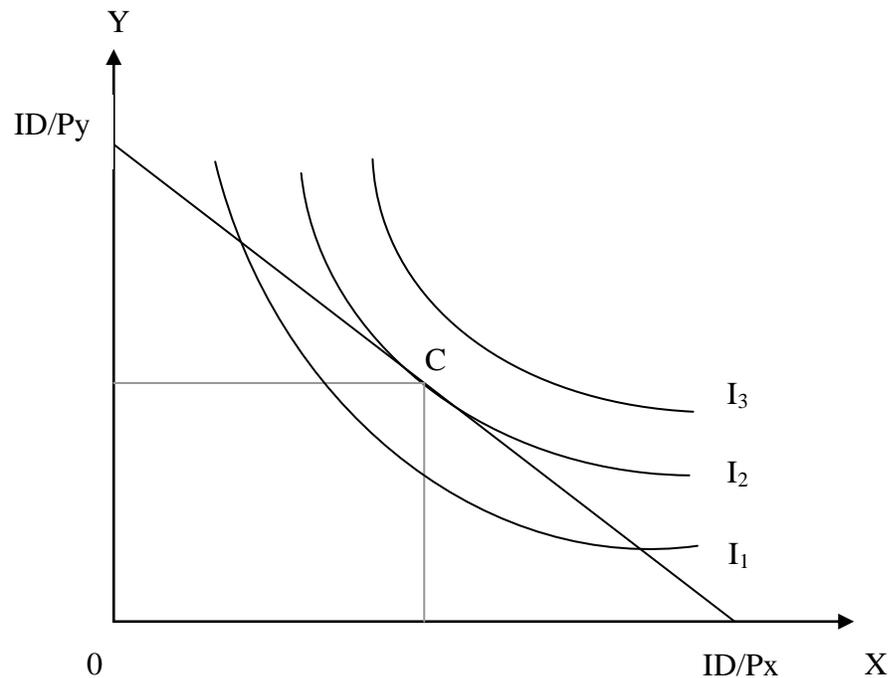
³ Henderson R.E. Quand; Teoría Microeconómica; 2 Edición; España 1981; Pág. 10-11.

⁴ Adaptación Salvatore; Microeconomía; Pág. 2.

La curva de indiferencia es decreciente de izquierda a derecha, y es cóncava desde el origen, reflejando una tasa de sustitución variable.

Las curvas de indiferencia junto a la línea del presupuesto del consumidor, permiten determinar la combinación de ambos bienes que logran la mayor curva de indiferencia o bienestar del consumidor. Gráfico N° 2.

GRAFICO N° 2 EL EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR



Para mostrar cómo el consumidor llega a un punto de equilibrio a través del análisis de curvas de indiferencia, es necesario contar con:

- Un mapa de Curvas de Indiferencia, que muestre sus gustos o preferencias personales entre el bien dinero (medido en el eje de las Y), y un bien X (medido en el eje de las abscisas). Las Curvas de

Indiferencia pueden, también, mostrar las preferencias del consumidor entre dos bienes cualesquiera.

- La recta de presupuesto o línea de oportunidades que muestra el ingreso del consumidor que se considera fijo por unidad de periodo y las cantidades del bien que se quiere adquirir.
- Conocer los precios de los bienes, que supondrá constantes mientras dura el análisis y además aceptar el supuesto de la divisibilidad.
- Suponer que el consumidor actúa racionalmente y busca maximizar sus satisfacciones con el gasto de su ingreso.

Con los supuestos y condiciones anteriores “teóricamente el equilibrio se logra sobre la curva de indiferencia más alta posible a la cual pueda llegar el consumidor con su ingreso limitado; por lo tanto, el consumidor estará en equilibrio, en el punto en el que la recta de presupuesto sea tangente a la curva de indiferencia más alejada del origen; en dicho punto de tangencia, la pendiente de la recta de presupuesto es igual a la pendiente de la curva de indiferencia y en el punto de equilibrio la tasa marginal de sustitución del bien en términos de dinero (mostrada sobre la curva de indiferencia) será al igual al precio del bien (mostrada por la inclinación de la recta de presupuesto)”.⁵

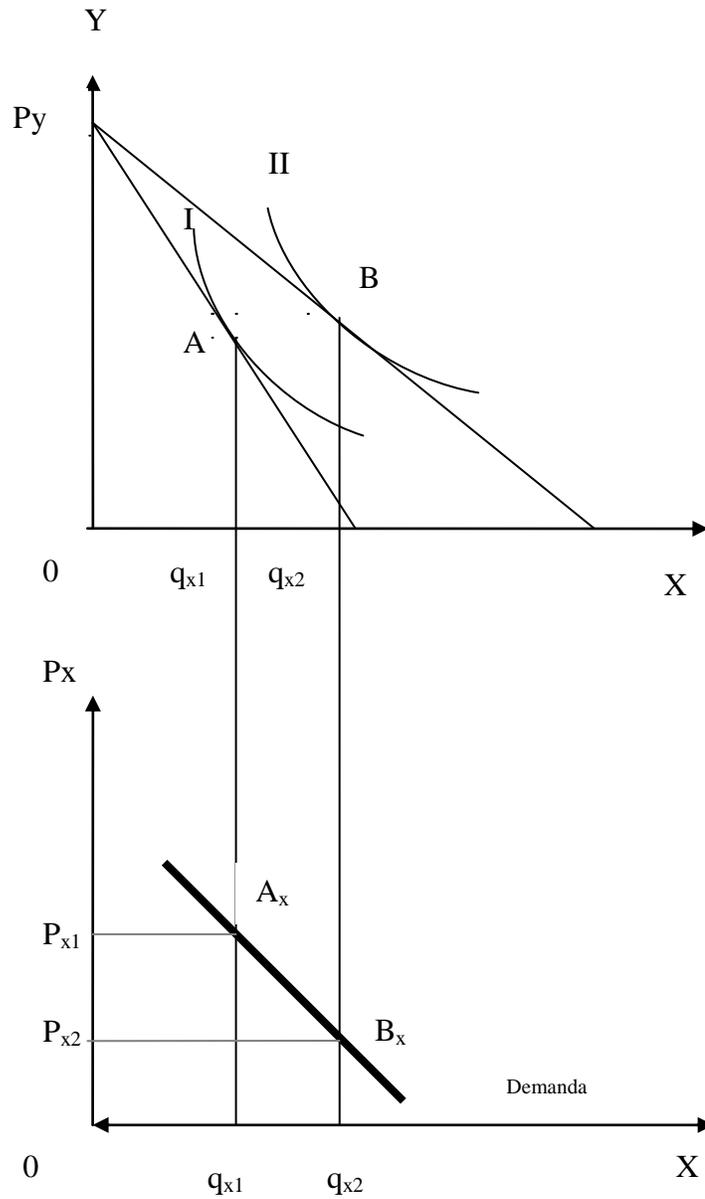
1.3.- DETERMINACION DE LA CURVA DE DEMANDA

La curva de demanda del consumidor, se puede obtener a partir de la curva de precio consumo. Gráfico No. 3

Al darse una baja en el precio de X, se tiene un nuevo punto de equilibrio B, donde hay mayor adquisición del bien X. Gráfico N° 3.a. En el Gráfico N° 3.b, se registran los dos puntos que relacionan las dos cantidades adquiridas del bien A con sus respectivos precios, puntos A_x y B_x . Con puntos similares a estos, se tiene la línea de demanda del bien X.

⁵ Adaptación Salvatore; Microeconomía; Pág. 7.

GRAFICO N° 3
DETERMINACION DE LA CURVA DE DEMANDA



Dicha curva muestra diferentes combinaciones de equilibrio cuando varía la relación de precios y se obtiene constante el ingreso.

El punto de tangencia entre la curva de indiferencia I y la línea de presupuesto; se alcanza (OX1) unidades de X; esto constituye en punto de referencia en la curva de demanda. Cuando el precio del producto X desciende existe una tendencia a aumentar la cantidad comprada del producto X hasta alcanzar (OX2) unidades, lo que constituye otro punto dentro de la curva de la demanda.

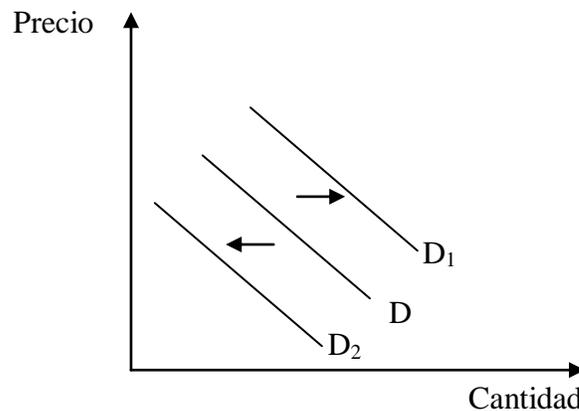
1.4.- DETERMINANTES DE LA DEMANDA

La demanda de un bien esta determinada por⁶:

- ❖ El precio del bien o servicio.
- ❖ El precio de bienes y servicios relacionados.
- ❖ Ingresos y riqueza de los consumidores.
- ❖ Gustos y preferencias de los consumidores.
- ❖ Expectativas.

GRAFICO N° 4

DESPLAZAMIENTOS DE LA CURVA DE LA DEMANDA



La relación entre las cantidades demandadas de un bien y sus precios se presenta en la forma tradicional, como en la curva D del Gráfico N° 4. Las relaciones de la demanda con los otros factores se presentan con desplazamientos de la curva D.

⁶ Cabarrouy (30, 34)

1.5.- ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA

La teoría económica indica que la relación funcional entre precio y cantidad demandada es inversa, es decir, al subir el precio disminuye la cantidad demandada; esta relación se da para la gran mayoría de los bienes llamados normales, con otro tipo de bienes la relación puede ser directa.

La magnitud de la relación de la cantidad demandada ante un cambio en el precio se conoce como elasticidad precio de la demanda y se define como: “El porcentaje en que varía la cantidad demandada como consecuencia de los cambio porcentuales que se producen en el precio, manteniéndose constantes los valores de todas las demás variables de la función de demanda”.⁷

1.6.- ELASTICIDAD INGRESO DE LA DEMANDA

La medida más directa del efecto de cambio en el ingreso sobre el consumo de algún bien es la elasticidad ingreso de la demanda donde la misma reacciona ante cambios que se producen en el ingreso definiéndose como sigue: “La elasticidad ingreso de la demanda es el cambio proporcional en la cantidad comprada dividido entre el cambio proporcional en el ingreso”.⁸

1.7.- TURISMO

“Turismo es aquella actividad realizada por las personas que se desplazan de un lugar a otro diferente de su habitual residencia, con fines de recreo, vacación, cultura, religión, salud, etc.”⁹

Se considera al turismo como una actividad dinámica ya que promueve la actividad económica, genera ingresos, fuentes de empleo y desarrollo de empresas dedicadas a este rubro. Unas empresas trabajan directamente con el turismo como los hoteles, restaurantes, establecimientos de hospedaje, agencias de viaje de turismo y productores artesanales; otras lo hacen indirectamente como servicio de transporte y comunicaciones, servicios recreativos, proveedoras de insumos, etc.

⁷ Sapag Chain; Preparación y Evaluación de Proyectos; 2º Editorial; México; Pág. 31.

⁸ Hirshifler; Microeconomía; Pág. 132.

⁹ Organización Mundial de Turismo (OMT)

El turismo pertenece al sector terciario de la economía y consiste en un conjunto de servicios que se venden al turista en el lugar al que se traslada el mismo, el desplazamiento del turista produce la utilización de muchos agentes que dinamizan esta actividad constituyéndose una fuente de divisas y promoción de la inversión.

“La razón de ser del turismo dentro del sistema económico moderno se explica en la satisfacción de necesidades propias del descanso y esparcimiento, que son indispensables para la reanudación del proceso productivo; esto implica un consumo improductivo de bienes y servicios por parte del turista quien no participa en los mercados de trabajo ni de capitales pasando a formar parte de la demanda propia de esa rama”¹⁰.

Entonces podemos explicar el turismo desde el punto de vista de la demanda por el cambio básicamente cualitativo que se logra en el consumidor como agente del proceso productivo cuando satisface sus necesidades de descanso y recreación.

1.8.- TURISTA

Se da la definición de turista a “toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual, pernocta y permanece en él más de 24 horas”¹¹.

1.9.- IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA LA ECONOMIA GENERAL

El turismo es considerado como conjunto de varias actividades desplegadas por el hombre; las mismas que producen un importante impulso a otras unidades productivas, básicamente del sector terciario; siendo éstas mayormente en infraestructura y servicios básicos (alojamiento, transporte restaurantes y otros) que repercuten sobre cada componente de la economía, tales como; el transporte, gastos en consumo, importaciones y exportaciones entre las de mayor relevancia.

Esta actividad al igual que otra industria se ve influida por varios elementos, tales como los gustos, moda e incesante competencia genera en el mismo sector, produciendo en su comportamiento fluctuaciones a través del tiempo. Los beneficios

¹⁰ Hernández Díaz; Pág. 10-13

¹¹ Artículo de Internet de la Universidad Autónoma de Entre Ríos-Argentina(Tecnicatura en Hotelería y Turismo)

más importantes generados por el turismo son principalmente para los hoteles, restaurantes, tiendas y empresas dedicadas a los transportes y otras que se benefician en forma indirecta; constituyéndose así en una actividad que produce un efecto multiplicador importante en otras unidades económicas, especialmente en las de consumo, artesanías y servicios,¹² siendo una fuente importante de generación del ingreso y empleo.

“La economía mundial comenzó a derivar hacia el sector terciario en la década de los años 70 y esa tendencia no ha cambiado hasta ahora. En el sector terciario, el de los servicios, el turismo es, sin duda, el más complejo, el más versátil, promisorio y todos los adjetivos adicionales que quieren ponerle.”¹³

1.10.- DEMANDA TURISTICA

“Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor. Esta constituida por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.”¹⁴

1.11.- FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA DE TURISMO

Considerando las actividades producidas por este sector, nombradas con anterioridad; fiestas tradicionales, actividades culturales, diversión, etc., existen otros factores que incentivan la demanda turística, identificados como factores psicológicos, siendo éstos más importantes con relación a otros de orden material, así se tiene:

- **Prestigio.-** Esta referido a que cuando las personas realizan viajes largos a distintos lugares turísticos, por la atención recibida éstas adquieren un cierto grado de prestigio momentáneo.
- **Escape.-** Muchas personas por efecto de sus actividades diarias y rutinarias realizan viajes a ciertos lugares turísticos como una forma de escape en busca de esparcimiento y relajamiento.

¹² Ob-cit; pág. 636.

¹³ Suplemento “Economía”(Periodico el País, 13 de Junio del 2.009)

¹⁴ Artículo de Internet de la Universidad Autónoma de Entre Ríos-Argentina (Tecnatura en Hotelería).

- **Educación.**- Tradicionalmente, los viajes son considerados educativos porque permite, a quienes viajan, asimilar nuevos conocimientos de los lugares que visitan, diferentes a los suyos despertando cierta inquietud en conocer y transmitirlos en sus sitios de origen, adaptando inclusive algún comportamiento de estos lugares.
- **Interrelación Social.**- Este factor permite conocer e interrelacionarse con personas de otro ámbito al propio, considerado además como el factor de mayor motivación para realizar viajes a lugares turísticos.
- **Vínculo Familiar.**- Este es otro aspecto considerado de mayor importancia para muchas empresas; por la cual las personas realizan viajes con el propósito de visitar a parientes, y por la necesidad humana de estrechar relaciones afectivas entre familiares que por razones de trabajo se encuentran en lugares distintos.
- **Diversión.**- Es otro factor que motiva realizar viajes, especialmente a lugares donde tradicionalmente existe todo tipo de diversiones carentes en sus lugares de origen.
- **Descubrimiento Personal.**- En algunos casos el exceso de trabajo produce un cúmulo de estrés, razón por la cual el individuo tiene necesidad de encontrarse consigo mismo, lejos de las presiones rutinarias de su actividad normal.¹⁵

1.12.- CATEGORIZACION DE LOS SEGMENTOS DE VISITANTES

Para identificar las formas de viajes que realizan los visitantes a distintos lugares se adopta ciertas categorizaciones, basadas en que si el turista viaja de modo organizado o en forma independiente, detalladas a continuación:

- **Grupos de Turistas Organizados.**- Corresponde a grupos de turistas que participan de excursiones organizados por empresas dedicadas a este servicio donde incluyen casi todos los gastos de viaje y estadía en hoteles predeterminados o, en algunos casos, la empresa cubre en forma parcial estos costos. En general, este tipo de turistas tienen poca o ninguna experiencia

¹⁵ Ob-cit; pág. 636.

sobre viajes y sólo se limita a escoger paquetes de su interés ofrecidos mayormente por las agencias de viajes.

- **Grupos de Turistas Independientes.**- Se diferencia de los anteriores porque tienen cierta libertad y control sobre el itinerario de viaje a realizar, o sea, pueden rentar autos, autobuses u otro tipo de transporte que les permita llegar a las atracciones turísticas predeterminadas, eligiendo además, por cuenta propia, los establecimientos a ser utilizados en alimentación y hospedaje.
- **Explorador.**- Son los viajes que los turistas realizan por cuenta propia; este tipo se encuentra dentro de la categoría de los independientes, por planear ellos mismos sus propios itinerarios, realizar ellos mismos las reservaciones y otros requerimientos necesarios utilizar en algunos casos sus propios servicios.
- **Vagabundos.**- Generalmente esta categoría engloba a jóvenes viajeros que realizan viajes prolongados, durante los cuales visitan distintos lugares, cargando sus mochilas emprenden la travesía; entablado relaciones sociales son aquellos sectores de la población de escasos recursos y jóvenes de su misma edad, hospedándose en hoteles baratos o en casas particulares de amigos o algún familiar.¹⁶

1.13.- TIPOS DE TURISMO

“Entre los tipos de turismo principales se puede mencionar:

➤ **Turismo de Descanso (Turismo de Sol y Playa)**

Actividad turística que consiste en el descanso, acompañado de buen clima, con zonas o comarcas turísticas marítimas, donde los elementos esenciales son el sol, la playa y los baños de mar.

➤ **Turismo Científico**

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo, es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

¹⁶ Ob-cit; pág. 341.

➤ **Ecoturismo**

El Ecoturismo es un nuevo movimiento conservatorio basado en la industria turística. De Jones (1992) define como viajes responsables que conservan el entorno y sostiene el bienestar de la comunidad local.

➤ **Turismo de Aventura**

Viaje de excursión con el propósito específico de participar en actividades en un medio ambiente natural, para explorar y vivenciar una nueva experiencia, suponiendo generalmente el factor riesgo y cierto grado de destreza o esfuerzo físico asociado a desafíos personales.

➤ **Turismo Deportivo**

Es la modalidad de turismo cuya principal motivación es la práctica de algún deporte, o la participación como espectador motivado en una determinada competencia deportiva.

➤ **Turismo de Salud**

Es la modalidad de turismo cuya principal motivación es la búsqueda del bienestar humano.

Turismo Termal→ consiste en el desplazamiento de los turistas hacia centros de aguas termales con fines curativos, preventivos o simplemente recuperación de hábitos saludables, ruptura con la rutina y disminución del estrés.

➤ **Turismo Geológico**

Es aquel que tiende a revalorizar, difundir y obtener conocimiento de zonas y regiones geológicas, mediante la exploración del territorio a pie, o utilizando los medios de transporte que se adecúen a las características de dichos itinerarios.

➤ **Turismo Étnico**

Es el tipo de turismo que tiene por objeto tomar contacto con los originarios y/o inmigrantes que habitaron el territorio nacional a fin de conocer sus costumbres, tradiciones, creencias, gastronomía.

➤ **Turismo Religioso**

Es el desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual con el objeto de visitar lugares santos, centros de peregrinaje, basílicas, iglesias, catedrales, monasterios y/o asistir a encuentros y festividades religiosas.”¹⁷

1.14. GASTO TURISTICO¹⁸

Inversión íntimamente relacionada al consumo efectuado por un visitante o por cuenta de éste, durante su desplazamiento y estadía turística en el lugar de destino. Valor de los bienes y servicios utilizados para los visitantes o para ellos.

1.15. PRODUCTO INTERNO BRUTO¹⁹

Indicador estadístico económico que mide el valor de los bienes y servicios finales producidos dentro de los límites geográficos de una economía, en un periodo de tiempo determinado.

1.16. CRECIMIENTO ECONOMICO²⁰

Es el aumento de la producción de bienes y servicios en la economía, por unidad de tiempo.

Las medidas básicas del Crecimiento son el cambio en el Ingreso Nacional o en el Producto Nacional Bruto en términos reales, es decir, en Moneda de igual Valor después de los ajustes por inflación. Estas medias suelen expresarse también en términos per cápita.

Aunque no hay una respuesta definitiva sobre las determinantes del crecimiento económico, el énfasis se pone en la tasa de Crecimiento de la fuerza de Trabajo, las tasas de Ahorro e Inversión, la tasa de progreso tecnológico y la dotación de Recursos Naturales.

¹⁷ Artículo de Internet de la Universidad Autonomía de Entre Ríos-Argentina (Tecnicatura en Hotelería)/2009.

¹⁸ Glosario de Terminología Estadística, Anuario Estadístico 2009 del Instituto Nacional de Estadística.

¹⁹ Glosario de Terminología Estadística, Anuario Estadístico 2009 del Instituto Nacional de Estadística.

²⁰ www.rincondelvago.com “Teorías Sobre el Crecimiento Económico”

Enfoques más recientes han comenzado a señalar la formación de Capital humano como otra importante fuente de Crecimiento Económico y las políticas económicas de Mercado, como marco que hace posible el uso más eficiente de los recursos.

El concepto de crecimiento económico se refiere únicamente al aumento de la producción de Bienes y servicios y no incluye, por lo tanto, ninguna apreciación sobre los objetivos económicos de la autoridad política o de grupos de opinión, tales como Distribución del Ingreso, mejoramiento en las condiciones de vida de la población, etc.

Estos otros objetivos, junto al concepto de crecimiento económico, han originado un extenso debate sobre el concepto de desarrollo económico.

La teoría de crecimiento económico es aquella rama de la teoría económica que identifica las distintas fuentes del crecimiento y su influencia en este proceso.

1.17. TEORIAS SOBRE EL CRECIMIENTO ECONOMICO²¹

❖ Adam Smith

“El crecimiento económico se da en la medida en que todos los individuos obtengan con su trabajo el producto suficiente para su subsistencia y el mantenimiento de sus familias.”

❖ Von Neumann

El crecimiento económico se da cuando la tasa natural de crecimiento es igual a la tasa del tipo de cambio de interés real, sólo cuando los beneficios se reinvierten.

❖ Harrod-Domar

El crecimiento económico se da cuando la tasa natural de crecimiento coincide con el ritmo de crecimiento de la “unidad de eficiencia” del trabajo.

De lo dicho anteriormente, se puede deducir que los propulsores del crecimiento económico son:

²¹ www.rincondelvago.com “Teorías Sobre el Crecimiento Económico”

- Acumulación de capital
- La investigación
- Desarrollo de la tecnología

1.18. IMPACTOS POSITIVOS DEL TURISMO CON RELACION AL CRECIMIENTO ECONOMICO²²

Los principales impactos positivos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos y la generación del empleo y oportunidades de negocios. El gasto turístico representa una inyección de dinero en la economía local de un destino. Esa inyección tiene tres tipos de impactos: directos, indirectos e inducidos.

- **Impactos directos**, se reflejan en el aumento de los ingresos por ventas de las empresas de servicios turísticos. Estas empresas pueden comprar bienes y servicios a proveedores de dentro y fuera de la región, generándose así los llamados "encadenamientos" que han de tenerse en cuenta en el impacto directo.
- **Impactos indirectos**, por otra parte, resultan de los Flows cuando los proveedores directos compran sus insumos a otras empresas y así sucesivamente. Casi toda la industria puede verse afectada en mayor o menor medida por un efecto indirecto del gasto turístico inicial dependiendo de lo extendida que sea la red de la economía. Los efectos inducidos surgen cuando los destinatarios del gasto directo e indirecto –propietarios de las empresas y empleados –gastan sus ingresos. Esto, a su vez, desencadena una serie de compras por empresas intermediaria, además de mayor consumo, sumando al PIB y al empleo.

Los efectos indirectos e inducidos son llamados generalmente efectos secundarios.

Estos efectos positivos del turismo en crecimiento económico y en desarrollo de una región son reconocidos como fundamentales en especial para los países en desarrollo.

²² www.eumed.net/libros/2007b/

Hay una gran cantidad de información recopilada sobre el turismo para un amplio número de países. Se encuentran datos de quien visita un destino, cuanto gasta mientras hace permanencia en él. Las cifras se concentran en el número de visitantes, el número de noches de estancia y el gasto turístico. Esta información es muy valiosa para los que participan en el turismo, pero no es útil para medir el tamaño y la composición del turismo en una región y para evaluar la forma en que contribuye a la economía en su conjunto.

La principal dificultad de medir el impacto económico del turismo es que el impacto total es la suma de los efectos directos, indirectos e inducidos dentro de una región y no hay datos que puedan reflejar estos aspectos.

1.19. EFECTOS ECONOMICOS DEL TURISMO SEGÚN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO ²³

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) existen tres tipos de efectos económicos que afectan al sector turístico y también al turismo global: (Fuentes García, R (Dir.), 2001).

- ✚ **Efectos globales:** Afectan las estrategias de desarrollo turístico, diferenciándose los efectos globales sobre la economía y los efectos globales sobre la dependencia exterior.
- ✚ **Efectos parciales sobre la economía:** Se trata sobre los efectos que el turismo tiene sobre los agentes económicos, los sectores productivos, las variables financieras, macroeconómicas, etc. Se pueden distinguir los siguientes efectos multiplicadores sobre: producción, empleo, balanza de pagos, tasa de cambio, oferta monetaria, ingresos y gastos públicos, inflación, especulación del suelo, distribución de la renta, desarrollo regional y movimiento demográfico.

²³ www.redalcy.uamex.mx/pdf/398/pdf

- ✚ **Efectos externos:** Son consecuencia de la influencia que ejerce la actividad turística en determinados aspectos socioculturales, ambientales, profesionales y de consumo.

1.20. EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO ²⁴

Son muy relevantes debido al nivel de negocio que representa. Según la OMT el volumen de sector turístico en el 2003 ya representaba aproximadamente el 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios; esta cifra representaba el 30% de la exportación de servicios. Los flujos económicos debido al turismo afectan tanto en términos macroeconómicos como microeconómicos tanto en las zonas emisoras como en las receptoras (aunque especialmente en éstas). Las repercusiones económicas del turismo se pueden clasificar en las siguientes:

✚ **Dependencia de la situación Económica general**

La demanda turística depende sobre todo de la fuerte situación económica de los países avanzados. Cuando la economía crece también normalmente crece el dinero disponible de la población. Y una parte importante de este dinero disponible por la población se gasta en el turismo, particularmente en las economías en desarrollo. Una retracción económica normalmente reduce el gasto turístico. En general el crecimiento de los desplazamientos turísticos sigue claramente las tendencias de crecimiento económico medidas por el PIB. Los años en que el crecimiento económico mundial excede el 4%, el crecimiento del volumen turístico tiende a ser mayor y los años en los que el PIB el turismo crece incluso menos. En el periodo de 1975-2000 el turismo se incrementó una media de un 4,6% anual.

✚ **Empleo**

El turismo requiere una considerable mano de obra y, sobre todo, mantener una reserva de trabajadores especializados. El sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no sólo en empleo directo sino también en

²⁴ www.malaga-turismo.net/turismo.php

indirecto. El problema que plantea el turismo con respecto al empleo es la fuerte estacionalidad, pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta. También el volumen turístico depende en gran medida de la situación macroeconómica. Tanta es la importancia actual del turismo que en varios países existe la carrera universitaria y estudios de posgrado dedicados a la industria del turismo.

✦ **Producción**

El turismo supone en los países eminentemente turísticos un peso específico elevado en su PIB; por ejemplo, en España, según el INE representó un 11% del PIB en el 2004 con una facturación de 91.988,7 Millones de Euros.

✦ **Presión Inflacionista**

Al incrementarse los precios en la temporada alta en los núcleos receptores, automáticamente afecta a toda la población de la zona. Hay una oferta monetaria excesiva, por lo que la demanda está dispuesta a pagar más por los alquileres, salarios, etc.

✦ **Distribución de la renta**

El turismo tiene un efecto multiplicador y equilibrador en los países desarrollados, puesto que al generar empleo disminuye en cierta medida las diferencias económicas entre la población.

✦ **Tasa de cambio**

El valor internacional del mercado de divisas tiene una incidencia directa sobre el turismo, pues una bajada o subida de las diferentes divisas repercute positiva o negativamente en el número de turistas en las distintas zonas. Por otra parte, cuanto más turistas entran más sube la moneda local del país repercutiendo de esta manera en el mercado de divisas.

✦ **Sobre la balanza de pagos**

Los países receptores exportan turismo porque, aunque en realidad lo reciben, se trata de un producto de exportación solo que consumido en el lugar de producción. Los ingresos por turismo aumentan en relación a los pagos, por lo tanto, la balanza se ve beneficiada. Además, tiene un efecto positivo en las exportaciones de otros bienes, pues promociona los productos locales a través de los turistas que los han conocido in situ.

✦ **Inversiones Públicas**

El desarrollo de las zonas turísticas crea inversiones por parte de las Administraciones Públicas en infraestructuras (aeropuertos, carreteras, etc.) para adecuar la oferta turística a la demanda. Además se embellecen y mejoran las ciudades (parques, limpieza, etc.) para que sean agradables para el turista. Todo ello no hace sino mejorar la vida del ciudadano y la estancia del turista en el lugar de destino.

1.21. MULTIPLICADOR TURISTICO²⁵

La Demanda Turística genera un conjunto de efectos sucesivos que interactúan en el sistema de tal manera que, al final del proceso el impulso inicial ha provocado un “efecto multiplicador” sobre el conjunto del sistema económico. (Rey Graña, C. 1998). Para Esteve Secall (1983) el turismo tiene un efecto sobre el desarrollo en general del país o zona receptora de flujos turísticos a través del multiplicador. El denominado “Multiplicador Turístico” no es sino el resultado de la concatenación de los sucesivos efectos producto del consumo turístico (Ibáñez y Ball, 2002). Probablemente sea B. Archer el autor más reputado, así como pionero en materia de multiplicadores Keynesianos aplicados al gasto turístico en su dimensión territorial. Archer va a establecer un modelo econométrico (Archer y Owen, 1971; Archer, 1976) perfeccionado sucesivamente dirigido a medir el efecto económico del turismo

²⁵ www.eumed.net/tesis/2007/fjcv/EI%20Multiplicador%20turistico,htm

y sus impactos directo, indirecto e inducido en la economía donde se producen, así como la aportación realizada por el turismo a los restantes sectores económicos.

Para este autor el impacto o resultado directo del turismo es el reflejo económico (salarios, rentas, intereses y beneficios) derivado directamente de las entradas percibidas por los factores productivos del sector turístico y los anexos al mismo, a consecuencia de los consumos y gastos realizados por los turistas, mientras que el resultado o impacto es el valor añadido generado por la compra de bienes y servicios. Por último, el impacto inducido es el resultante de los gastos adicionales realizados por el personal empleado en el sector derivado de las rentas percibidas a causa o con origen en el consumo turístico. Rentas destinadas a consumirse en la adquisición de otros productos. Por tanto, se considera al multiplicador turístico como el resultante de la combinación entre la inyección inicial del turismo más los impactos directos, indirectos e inducidos. Archer (1971; 1976) lo define como el coeficiente que mide la cantidad de ingreso generada por cada unidad de gasto turístico. La amplitud de dicho coeficiente depende tanto del ingreso inicial realizado como del consumo, mediante la compra, de bienes y servicios en el contexto nacional, que dicha renta se efectúe por los receptores del ingreso en cuestión. Asimismo, cuanto menor sea el gasto realizado en importaciones, mayor será el efecto multiplicador en la economía de la unidad territorial de referencia.

1.22. FUNCIÓN SOCIOECONÓMICA DEL TURISMO²⁶

El turismo puede estructurarse como un fenómeno socio técnico, el cual da la característica de actividad económica a este. Como fenómeno social se puede definir como:

El conjunto de actividades que permiten al individuo interrelacionarse con e entorno universal, aprovechando el tiempo libre para incrementar su capacidad de conocimiento, cultura y satisfacer sus necesidades de recreación y descanso.

²⁶ <http://www.monografias.com/trabajos5/ecotu/ecotu2.shtml>

Como fenómeno económico, se puede definir:

Como el conjunto de actividades generadoras de empleo, de ingresos y divisas, creadoras de una corriente de oferta y demanda de diversos servicios, que obedece a las leyes y principios económicos de toda actividad productiva y de servicios.

Efectos socioeconómicos del turismo – Captación de divisas

El turismo aporta divisas (a la balanza de pagos) provenientes del turismo externo y del ahorro de divisas como resultado de un aumento del turismo interno. Este efecto puede ser:

Activo: cuando el desplazamiento turístico provoca entrada de divisas al país (turismo externo).

Pasivo: la que origina la salida de divisas por la salida de los nacionales al extranjero.

La captación de divisas puede analizarse desde dos puntos de vista:

Aspecto económico

Donde se comparan los ingresos de divisas por concepto de turismo, en contraposición a los egresos, importación y deuda externa de cada país.

- a) Los ingresos del turismo y su cobertura a las importaciones. Se establecen a través de la tasa de cobertura de importaciones, es decir, la medición comparativa en el porcentaje que las divisas por concepto del turismo cubren o equilibran los gastos ocasionados por las importaciones realizadas por el país.

Ejemplo:

Ingreso bruto por turismo - corriente activa turística = 10.000

Egresos por turismo - corriente pasiva turística = 5.000

Ingreso neto por turismo = 5.000

Balanza turística = 5.000

Importaciones = 12.000

Tasa de cobertura = 5.000 / 12.000 = 45%

- b) Cobertura de la deuda externa, no sobre el monto total de la deuda, sino sobre el monto de los servicios que ésta genera al turismo. Es decir, saldo de la balanza turística / % de servicio al turismo de la deuda externa por año.
- c) Los ingresos del turismo y su incidencia en el sector exportación. Al comparar los ingresos generados por concepto de turismo internacional, con el valor de las exportaciones de bienes y servicios realizados por el país. Se expresa en porcentaje y demuestra tanto la importancia como la participación del mismo.

Esta última consideración es difícil de expresar, ya que en ella influyen otros factores, como por ejemplo la importancia turística del país.

Consideraciones adicionales

El hecho de que el cociente ingreso turístico exportaciones disminuya, no significa necesariamente que el turismo haya disminuido.

El incremento del denominador, manteniéndose fijo el numerador, produce dicho fenómeno y puede deberse a un incremento de nuevas exportaciones, variación de precios, etc.

Una disminución del denominador puede hacer que parezca que el turismo está en auge, lo que no es cierto. Luego, es más significativo comparar los ingresos del turismo internacional con las exportaciones no tradicionales. Ello permite demostrar la importancia de desarrollar el turismo en relación con actividades no tradicionales (costo de oportunidad).

La dificultad adicional se encuentra en lo que realmente corresponde al turismo como corriente de ingreso. Los elementos estructurales que son componentes del sector son:

- Transporte exclusivo para el servicio turístico.
- Hotelería.
- Gastronomía.
- Servicios diversos: agencias de viajes, artesanía, espectáculos, museos, etc.

Efectos sobre el ingreso nacional

Sobre el producto interno

Los gastos de los turistas generan salarios y otros ingresos en los factores de producción (reacción en cadena =restaurantes – alimentos – agricultura, etc.). El valor del producto interno generado por el turismo se establece por las etapas sucesivas en las que el gasto de los visitantes pasa a generar ingreso interno:

- 1) $I_d = P_{ty}$ Ingresos de divisas = Producción Total Vendida a los visitantes
- 2) $M = I_m - pe$ Importaciones, excluidos pagos a factores de producción en el extranjero
- 3) $M = I_m + pe$ Importaciones, incluidos pagos a factores de producción en el extranjero
- 4) PIB a precio de mercado = $I_d - (M) -$ Producto interno bruto =Ingresos, excluidos pagos de factores de producción extranjeros en el país $I_d - (I_m - pe) = I_d - I_d + pe$
- 5) PNB a precio de mercado= $I_d - (I_m + pe) = I_d - I_m - pe$
- 6) Impuestos Indirectos menos Subvenciones $T_i \pm s$
- 7) PIB al costo de los factores = $I_d - I_m + pe - (T_i + s) = I_d - I_m + pe - T_i \pm s$
- 8) PNB al costo de los factores = $I_d - I_m + pe - (T_i + s) = I_d - I_m + pe - T_i \pm s$

Donde:

Id: divisas

Im +/- pe = M: pagos a factores de producción en el extranjero por importación

Ti: Impuestos indirectos

S: Subvenciones

Los números 4 y 5 constituyen el ingreso generado que queda en el país, el cual equivale a las entradas netas de divisas por concepto de turismo.

Efecto multiplicador del gasto turístico

Según el modelo de Archer, que está orientado a medir el valor directo, el indirecto y el local inducido, como contribución del turismo a todos los demás sectores.

El efecto directo está conformado por los salarios, las rentas, los intereses y los beneficios. Consecuencia directa de los ingresos que perciben los factores de producción del sector turismo y los conexos, resultantes de los gastos generados por los turistas.

El ingreso gubernamental está excluido; no obstante, el ingreso familiar generado por la renta de dicho sector (turismo) está incluido como valor añadido.

El efecto indirecto está dado por el valor adicional añadido, originado por la compra de bienes y servicios. El efecto inducido es consecuencia de los anteriores, es decir, son los gastos adicionales originados por el propio personal del sector, que al recibir el desembolso del turista, a su vez, lo utiliza en el consumo de otros productos, generando una reacción en cadena.

Todos los gastos en el exterior, tanto individuales como de empresas, están excluidos, siendo el modelo básico de gastos:

$$Y = C + I + G + Ti + X - M$$

Siendo:

Y = gasto

C = gasto del consumidor

I = Inversión

G = gastos del gobierno

Ti = tasa o impuesto indirecto

X = Exportaciones

M = Importaciones

Luego, según Archer, el valor de C es el gasto del consumidor y se puede expresar como:

$$C = C + C(Y-T_d+B) - c_j(Y-T_d+B)$$

Donde

C = tendencia del consumo

c_j = proporción de dicha tendencia consumida en el extranjero

T_d = valor de las deducciones directas del gasto general, como tasa de gastos, seguro nacional, etc.

B = beneficios netos del gobierno

Luego, Archer estructura dos fórmulas separadas para cada una de las principales categorías de negocio en la actividad turística:

Negocios dependientes directamente de la actividad turística:

$$Y_a = \frac{W(1-h) + P + F + \sum C_{ai} Y_i}{D}$$

Donde:

Y_a = coeficiente de gasto generado por este tipo de negocios.

W = gastos generales y salarios pagados a los residentes locales.

H = deducciones por ley de dichos gastos y salarios.

P = ganancias realizadas dentro del país.

F = rentas y pagos por intereses hechos localmente.

C_{ai} = costos por pagos hechos por este tipo de negocios a los i , establecimientos de negocios.

D = total de unidades de transacción comercial.

Y_i = gasto directo e indirecto agregados generados por i , tipo de negocios y que percibe el ingreso turístico.

2) Negocios conexos con el turismo

$$Yb = \frac{\Delta W(1 - h) + \Delta P + \Delta F + \Delta \sum CbiYi}{\Delta D}$$

Donde:

Yb : Coeficiente de gasto generado por este tipo de negocios

Yi : Desembolso generado por cada unidad de transacción comercial según el tipo de negocio.

Se puede concluir que:

- Los efectos indirectos generados por el gasto de los turistas, más los inducidos, producen un incremento del producto interno o valor agregado inicial incrementando el valor final.
- La relación entre la inyección inicial del turismo, más los efectos directos, indirectos e inducidos se denominan efecto multiplicador del turismo.
- El efecto multiplicador del turismo se define como el coeficiente que mide la cantidad de ingreso generado por cada unidad de gasto turístico y está dado por:

$$K = \Delta E / \Delta Y = \text{Ingreso por turismo incrementado a la economía} / \text{gasto de la economía incrementado.}$$

- La amplitud de dicho coeficiente depende no sólo del ingreso inicial, sino del gasto que hagan quienes reciban dichos ingresos en compra de bienes y servicios en el ámbito nacional.
- Cuando menor es el gasto del componente importado, mayor es el efecto multiplicador del turismo en la economía del país considerado.
- Existen dos fórmulas separadas para el turismo y los sectores conexos para encontrar el coeficiente de gastos generados por cada tipo de servicios.

1.23. CLASIFICACION DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONOMICA²⁷

1. *Sector Primario*

Dedicadas a la producción de bienes, como ser actividades agropecuarias, extractivas y de exploración. Disminuido de 40 a 5 % desde 1900.

2. *Sector secundario*

Dedicadas a la transformación de bienes, como ser industrias textil, automotriz, artesanía, etc. Disminuido de 40 a 5 % desde 1900, con alza al 55 % en la década del 50-60.

3. *Sector Terciario*

Dedicadas a la distribución de bienes y servicios, como ser comercio, transporte, turismo, etc. Crecimiento constante desde 1900 de 20 a 30 %.

4. *Sector Cuaternario*

Dedicadas a la producción, acopio y distribución del conocimiento y de la información, como ser la educación, investigación y desarrollo, consultorías, etc. Crecimiento fuerte en la década del 60 y un aumento del 10 al 50 % desde 1900.

Identificando las tendencias de desarrollo de cada uno de los sectores para su análisis y comparación, se obtiene los requerimientos y el tipo de administración necesario.

✦ Hacia 1900 la economía era de carácter agrario, pesca y minería.

²⁷ “La Actividad Turística”, Jorge Figueroa Colvin, www.monografias.com

- ✦ Con la Revolución Industrial por la formación de capitales y del mecanismo se desplaza al sector secundario, es decir, la transformación de bienes provenientes del sector primario.
- ✦ La revolución post industrial, con el avance y desarrollo de la tecnología y el incremento de los recursos de capital, desplaza la actividad económica del sector terciario al cuaternario.
- ✦ Proceso de transición con fuertes cambios en el sector turístico, con una mayor intensidad y dispersión de la demanda de bienes y servicios.

El turismo se ubica en este sector:

- ✦ Por ser una actividad netamente de servicios.
- ✦ Por ser una actividad de prestación de servicios.
- ✦ Por ser una actividad de tendencia creciente tanto en los recursos materiales como humanos.
- ✦ Por ser una actividad que cada vez requiere una mayor tecnología de servicios.
- ✦ Porque la sociedad tiende cada vez más al incremento de la productividad, menor tiempo de trabajo, mayor tiempo libre y mayor deseo y motivación de integración con el mundo actual y pasado.

Planteando el flujo económico de carácter circulatorio y que está formado por un mercado de productos terminados, un mercado de factores productivos (trabajo, capital, dirección), un elemento dinámico de producción (empresa) y un sector de consumo (consumidor), interrelacionamos en el ámbito turístico lo siguiente:

✓ ***El flujo real de los servicios turísticos***

Se inicia en el mercado de factores productivos, pasa por el sector productivo turístico, donde se procesa el producto turístico por las empresas turísticas (producto=bienes de consumo + bienes de inversión).



Luego, en el mercado de productos terminados se constituye la oferta del producto para finalmente terminar el flujo en el mercado consumidor, con el uso y aprovechamiento del producto turístico.

✓ *El flujo monetario.*

El flujo real de servicios turísticos genera a su vez un flujo monetario que se inicia en el mercado del consumidor, cuando se cambia dinero por el uso del servicio turístico; los ingresos por dicho concepto pasan al sector productivo turístico, el cual diluye dicho ingreso en dos direcciones:

Una, la de adquisición de factores productivos en el mercado de factores, y la otra, en el sentido del ahorro como elemento de inversión y crecimiento posterior; finalmente, el mercado de factores productivos proporciona capital, mano de obra y dirección a cambio de dinero, cerrándose el flujo, y reiniciándose nuevamente.



1.24. EL TURISMO COMO FUENTE GENERADORA DE EMPLEOS²⁸

Directamente, en función del rol del Producto Interno Bruto, que es producido por el turismo, es necesario considerar dos aspectos fundamentales:

- El empleo en el propio sector turístico.
- El empleo en sectores conexos.

En el sector turístico, ya que el empleo obedece al número de visitantes, que se encuentra ligado a la actividad, como consecuencia del efecto multiplicador del turismo. Y en sectores conexos se incrementa a medida que el efecto multiplicador crece o viceversa.

²⁸ www.monografias.com/trabajos5/ecotu/ecotu2/shtml

Así, la medición del empleo presenta una gran dificultad, que se va a depender del tipo de país que se analice; ya que si se considera estrictamente como empleo directo lo que corresponden al turismo, y como empleo indirecto si se considera los conexos.

Luego se consideraran empleos generados por el turismo, todos aquellos que se produzcan en las unidades de producción del sector y en los prestadores de servicios.

CAPITULO II

METODOS Y DATOS

2.1.- METODO

La metodología que se aplica para el desarrollo de la presente investigación sobre la demanda de turismo en el municipio de Tupiza y los factores que inciden en este se basa en el método científico, deductivo, inductivo, estadístico, que parte de conclusiones empíricas para luego llegar a conclusiones lógicas en función a una investigación sistemática del tema.

La partida del siguiente estudio es un conocimiento general, para luego entrar a una investigación y posterior análisis de los resultados obtenidos.

2.1.1.- METODO CIENTIFICO

Es definido como una serie de pasos y acciones ordenadas que están basadas en un aparato conceptual y reglas que permiten avanzar en el proceso de conocimiento, desde lo conocido hasta lo desconocido.

Este método servirá al presente trabajo para identificar todos aquellos aspectos que se quieren conocer.

2.1.2. METODO INDUCTIVO

“La inducción es el método que conduce el conocimiento de lo particular a lo general, de los hechos a las causas y al descubrimiento de leyes”¹.

2.1.3. METODO DEDUCTIVO

“Es el método que conduce de lo general a lo particular, siendo diferente la inducción y la deducción forman parte constitutiva de la misma unidad racional dialéctica toda vez que la realidad es una unidad que se transforma de lo particular a lo general y de lo general a lo particular”².

¹ Velásquez Salazar, Técnicas de Estudio de la Metodología de la Investigación; 1.993; Pág. 179

² Velásquez Salazar, Técnicas de Estudio de la Metodología de la Investigación; 1.993; Pág. 179

2.1.4. METODO ESTADISTICO

“Las estadísticas constituyen un medio valioso para evaluar y cuantificar los hechos sociales con objeto de tener una idea clara de sus dimensiones, de su magnitud, de su significación y de su importancia”.³

2.2. VARIABLES

Por las características del presente estudio se identificaron las siguientes variables:

2.2.1.- VARIABLE DEPENDIENTE

Demanda del Turista en el Municipio de Tupiza.

2.2.2.-VARIABLES INDEPENDIENTES

Preferencia por atractivos turísticos.

Precio de los servicios de turismo en relación a los ingresos de los demandantes.

Conocimiento de los atractivos turísticos previo a su visita.

Promoción del turismo en la ciudad de Tupiza.

2.3 DATOS

En el presente estudio serán utilizados datos de corte primario y secundario: los datos de origen secundario son aquellos que ya fueron recogidos y publicados anteriormente por otras fuentes, como informes de la Honorable Alcaldía Municipal de Tupiza, Libros referentes al Turismo en Tupiza y otros informes relacionados con el Turismo.

Los datos primarios provienen de una encuesta realizada a turistas en la ciudad de Tupiza, la segunda semana y tercera semana del mes de Julio del presente año.

2.3.1 UNIDAD DE ENCUESTA

El turista seleccionado presente en la ciudad de Tupiza en la segunda y tercera semana del mes de Julio del presente año. Se procedió a realizar la encuesta en el

³ Armas Gallo; Técnicas de Investigación Social; Editorial Humanitac; 1.993; Pág. 200

mes de Julio por considerarse una época alta de flujo turístico en el Municipio de Tupiza.

El proceso de recolección de información mediante encuesta fue aplicado a los diferentes turistas que se encontraban en la ciudad, hospedados en las diferentes hoteles, hostales, residenciales, alojamientos de la ciudad.

El objetivo de la encuesta turística fue obtener información sobre los aspectos motivacionales, requerimientos, opiniones y gastos realizados por los turistas; que posibiliten una mejor percepción del fenómeno turístico para plantear alternativas estratégicas.

2.3.2. INFORMACION REQUERIDA

La información recogida cubrió los siguientes aspectos:

- ✓ Datos
- ✓ Aspectos Generales del Turista
- ✓ Motivo de Visita a la Ciudad
- ✓ Servicios Utilizados en la Ciudad
- ✓ Gasto, Facilitación y Frecuencia de Visita
- ✓ Costos del Servicio
- ✓ Conclusiones Generales

El cuestionario aplicado se adjunta en anexos.

2.3.3 UNIDAD DE INVESTIGACION

La unidad de investigación está centrada en la ciudad de Tupiza, representada por el flujo turístico que en ella se presenta.

2.3.4 TAMAÑO DE MUESTRA

2.3.4.1. TIPO DE MUESTREO.-

Se ha seleccionado para nuestro estudio el tipo muestreo aleatorio simple, este método o esquema de muestreo, se caracteriza porque los elementos de la población

tienen la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra, o en otros términos, porque todas las posibles muestras de un tamaño fijo son igualmente probables.

2.3.4.2. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE MUESTRA.-

En Virtud a que el número de turistas que llegan a la ciudad durante el año es inestable, se considero como universo el promedio de turistas que llegan a la ciudad durante el año.

Para la selección de la muestra se procedió al cálculo de la media por mes de los turistas que llegan a la ciudad de Tupiza; según datos de la Policía Nacional con asiento en la mencionada ciudad, se tiene la siguiente relación de visitas:

MES	N° DE TURISTAS
Enero	140
Febrero	200
Marzo	150
Abril	92
Mayo	100
Junio	202
Julio	444
Agosto	369
Septiembre	736
Octubre	420
Noviembre	1057
Diciembre	988
TOTAL	4898

$$\hat{Y} = \frac{\sum y_i}{N}$$

Mediante el cálculo de esta fórmula encontramos nuestra población. Para la determinación del tamaño muestral se empleo la fórmula del muestreo simple siguiente:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de significancia.

N = Tamaño de la población.

p = Proporción de la población que participan con sus opiniones.

q = Complemento de p.

E = Error máximo tolerable asignado por el investigador.

El resultado del cálculo nos arrojó el número de 67 encuestas a realizar, dichas encuestas se las realizó durante la segunda y tercera semana del mes de Julio del presente año.

CAPITULO III

ANALISIS DE RESULTADOS

3.1. DELIMITACION DEL AEREA DE ESTUDIO

“La Provincia Sud Chichas se encuentra situada en la parte Sud Este del departamento de Potosí; junto a la provincia Modesto Omiste comparten la frontera con la República Argentina. La Provincia Sud Chichas está dividida en dos secciones municipales, la primera sección municipal es el Municipio de Tupiza, con su capital del mismo nombre y la segunda sección municipal corresponde al municipio de Atocha con su capital Villazón.

3.1.1.- Límites Municipales

El Municipio de Tupiza es la Primera Sección Municipal de la Provincia Sud Chichas, por su extensión territorial y administrativa está dividida en 6 Distritos Rurales y 6 Distritos Urbanos, los distritos rurales son los que componen a las comunidades que se hallan alejadas del centro urbano que es la ciudad de Tupiza, los límites de la Primera Sección Municipal son:

Provincia Sud Chichas Municipio de Cotagaita.

Al Sur con la provincia Modesto Omiste Municipio de Villazón y la República Argentina.

Al Este con la provincia Avilés Municipio de Yunchará del Departamento de Tarija y la Provincia Sud Cinti Municipio de Incahuasi del Departamento de Chuquisaca.

Al Oeste con la Provincia Sud Lípez Municipio de Colcha K y la segunda Sección de la Provincia Sud Chichas Municipio de Atocha.

3.1.2.- Latitud y Longitud

El Municipio de Tupiza se encuentra localizado al sud de la República de Bolivia, geográficamente, entre los paralelos 21° 20' y 21° 50' de latitud sur de la Línea del Ecuador y entre los 65° 10' y 66°20' de longitud Oeste del Meridiano de Greenwich.

3.1.3.- Extensión Territorial

El Municipio de Tupiza está dividido territorialmente en dos sectores claramente definidos que son el área urbana que tiene una extensión territorial de 11.92 Km² y el área rural que tiene una extensión territorial de 6.182.72 Km² haciendo un total en extensión territorial de 6.194.64 Km².¹

3.2.- ASPECTOS DE IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN TUPIZA

Tupiza esta asentada sobre la margen occidental del río Tupiza, el cual es parte del sistema de drenaje del la Cuenca del Río de la Plata, que desemboca finalmente en el Océano Atlántico. Junto a otros ríos de la región, especialmente los ríos de Salo, Talina y Esmoraca, confluyen sus aguas en el Río San Juan del Oro, el más importante de estos valles, el mismo que converge sus aguas en el Río Grande de Cinti. Todas estas riberas, hacen de esta región rica en recursos naturales tanto de fauna y flora. Estos ríos no son navegables, corren con su mayor caudal durante la breve temporada de lluvias de enero y febrero.

La ciudad mantiene cierto aire colonial; pese a que fueron demolidas muchas de la antiguas viviendas, se puede caminar por el centro y por sus alrededores sin problemas, el transporte público se utiliza más que el privado, con el incremento del turismo se fueron abriendo pequeños negocios de venta de gaseosas, comidas rápidas, fotocopias, farmacias, centros de Internet y agencias de viaje. En cuanto a la infraestructura hotelera, varios hoteles ofrecen albergue a lo largo de las diferentes calles y avenidas ofreciendo al visitante nacional y extranjero una gama de posibilidades para su elección.

La economía del Municipio de Tupiza se basa fundamentalmente en la minería y la agricultura, principalmente la producción del maíz y ajo constituyen los cultivos más rentables. La ciudad cuenta con todos los servicios básicos de luz, alcantarillado, agua potable, escuelas de los diferentes niveles y dos centros de educación superior que

¹ Plan de Desarrollo Municipal (PDM) 2009-2013/Tupiza-Bolivia

poseen distintas carreras, para los jóvenes que optan por proseguir sus estudios superiores en esta tierra. Todo esto hace que cuente con uno de los índices de alfabetización más altos de Bolivia ya que gran parte de su población tiene estudios secundarios, tecnológicos o universitarios.

Su población es un buen anfitrión, amable por naturaleza, atento y orgulloso de sus tradiciones heredadas tanto de su pasado colonial como de su población originaria y de las múltiples migraciones que han dejado huella en su gente y su cultura.

3.2.1. POTENCIAL TURISTICO

Tupiza se encuentra vinculada con el resto del país, provincias y departamentos vecinos a través de una red de caminos estables por la comunicación con el resto de las capitales de departamento, países vecinos, provincias, cantones, poblaciones pequeñas del área rural y campamentos mineros. Cuenta con un servicio permanente y estable de buses que salen y/o ingresan desde distintas ciudades como La Paz, Potosí, Tarija, Uyuni y Villazón (frontera Argentina), estos últimos tiene conexión directa con varias ciudades del norte argentino.

El sistema de ferrocarriles, aunque actualmente con un personal disminuido, brinda un cómodo servicio, seguro y ampliamente solicitado por los turistas, especialmente porque vincula directamente a Tupiza por el norte con Uyuni y toda la región andina de Bolivia, Chile y el Perú, y por el sud conecta con la frontera de la República Argentina.

El Municipio de Tupiza es una región con un clima templado, su temperatura permite disfrutar del aire libre gran parte del año. Temperaturas medidas que van de los 2° C a 18° C promedio en el invierno, a los 8° C a 35° C en verano, en cualquier mes del año la sensación es confortable y alejadas de temperaturas extremas. El cielo es claro y no existe contaminación en la atmosfera. En primavera y el verano el paisaje sorprende al viajero con el verdor de su campiña, el otoño y el invierno los tonos apastelados de los sembradíos resaltan al contraste de multicolores montañas.

En la ciudad destaca la catedral cuya obra data de épocas coloniales, concluida en el siglo XVII; posteriormente, fue remodelada en varias ocasiones, siendo la más importante la del siglo XIX, retocándose especialmente su altar con un acabado neoclásico, con columnas corintias pares y una cúpula hemisférica; al lado de la iglesia se ubica el viejo edificio aún sin remodelar de la antigua aduana, donde actualmente se encuentran las oficinas de la Sub-gobernación, Correos, El Instituto Geográfico Militar y muchas otras oficinas públicas.

En el centro de la plaza, se puede apreciar una estatua del patriarca de la familia Aramayo, Don Avelino Aramayo. En los alrededores de la plaza, no muy promocionados, se ubican los dos únicos museos del pueblo, en sus cercanías, se halla el Corazón de Jesús, un mirador al centro de la ciudad donde por las tardes, grupos de turistas capturan el mágico momento en que la puesta del sol baña al pueblo con sus hermosos celajes. Al otro lado del río, se encuentra Chajra Huasi – casa de campo en quechua-, una imponente mansión italiana de la década de 1870; muy cerca se ubica el Cerro de la Cruz, una montaña de fácil acceso, desde donde se tiene una vista panorámica de toda la ciudad y de la cordillera de los Chichas. Tupiza cuenta con una gran variedad de paisajes, los mismos que son inicio de bellos circuitos y variadas oferta. La travesía de los Bandoleros, diferentes excursiones por las quebradas y cañones. En base a la riqueza turística con que cuenta la región, se han desarrollado diversos circuitos turísticos.

3.2.2. ALREDEDORES DEL VALLE CHICHEÑO²

En este circuito, se pueden apreciar los sitios turísticos cercanos más impresionantes de Tupiza, pintorescos lugares en una combinación grandes de formaciones rocosas de múltiples colores, ríos, valles, quebradas y cañones que se pueden divisar en un día completo, cubriendo aproximadamente unos 95 kilómetros de recorrido.

² Tupiza y Turismo, Fabiola Mitru T. de Sánchez, Pág.66-68 (Impreso en: proinsamismail.com)

El área incluye cadenas montañosas de extensión norte- sur y altitudes que oscilan entre los 2.800 a 4.000 metros sobre el nivel del mar. Las formaciones rocosas consisten en su mayoría de conglomerados polimicticos rojos del terciario.

Partiendo de Tupiza, por la carretera a Villazón se visita inicialmente El Angosto, un punto impresionante donde el camino carretero y la vía férrea perforan la montaña por túneles independientes a ambos lados del río Tupiza, el cual vence el estrecho con todo su caudal, fracturando con su poder este corte de formaciones rocosas paleozoicas. En época lluviosa, es fascinante observar cómo a través de este desfiladero una corriente de agua tan violenta se estrella y arremolina hasta una altura de 5 metros en las paredes de la roca. Se cree que en años pasados, el valle de Tupiza fue un inmenso lago y con el transcurso del tiempo la fuerza del agua buscó un escape, dejando fluir sus aguas a través de este estrecho.

Siguiendo el camino hacia el sur (1.1/2 Km) se llega al Mirador de Entre Ríos, lugar de esparcimiento y descanso, desde donde se puede apreciar la confluencia de los ríos San Juan del Oro y Tupiza con diferente caudal y coloración. Al borde del camino se construyó este mirador para poder apreciar el bello paisaje, mirando al fondo destaca la Torre, formación monolítica con una altura aproximada de 40m. a la orilla del río San Juan del Oro.

Retornando hasta Santa Elena , se sube una quebrada tomando el camino hacia Quebrada Seca, una larga cañada, cuyo recorrido se puede apreciar formaciones rocosas multicolores y variedad de cactus; al fondo se encuentra el Cañón del Duende, uno de los puntos más impresionantes consistente en peñascos y conglomerados polimícticos de formas y conformación inusuales, para quien quiera caminar el mismo, el sendero serpentea en medio de pequeñas cascadas (en tiempo lluvioso), montañas areniscas y profundas hondonadas, hasta llegar al Cañón del Inca.

Al fin de la quebrada se llega al Toroyoj, un lugar de recreación que es un regalo para la vista por sus afiladas formaciones pétreas, cual navajas de color rojizo, a sus pies

corren las aguas del río San Juan del Oro, mentado por sus cabeceras que contiene depósitos auríferos.

Otros lugares del recorrido del lugar incluyen la Quebrada de Palmira, donde se aprecian puntos como la Puerta del Diablo, fantástica formación rocosa que asemeja un pórtico gigantesco y estrecho quebrado sobre una inmensa pared rojiza, posiblemente en años pasados, la misma era un solo bloque que debido a las lluvias y erosión se fue fracturando progresivamente. El valle de los machos, expone sus originales formaciones de tipo fálico, cortes estrepitosos y tonalidades llamativas; al fondo se encuentra el Cañón del Inca con una longitud aproximada de 8 Km, el que termina y/o comienza, como se quiera entender, en el Cañón, precioso estrecho montañoso ubicado detrás del cementerio de Tupiza. El Cañón es un lugar especial para quien gusta de la aventura y el tracking, pues, caminando por sus apretados pasajes, a momentos es obligado quitarse la mochila para lograr avanzar.

La variedad de colores de la montaña, sus despeñaderos abruptos, y en época lluviosa un cristalino riachuelo con pozas y cascadas, hacen de este un lugar algo único y espectacular.

A tres kilómetros hacia nor-este se puede visitar luego la singular Quebrada de Palála, resguardada lateralmente por espectaculares agujas rocosas coloradas, que se elevan filosas y verticalmente al cielo; caminar entre ellas da la sensación de encontrarse en un inmensa catedral natural, adornada de todos los matices que van desde el “colorado Tupiza”, al pardo, grisáceo, azul y violeta.

Siguiendo quebrada arriba se llega a El Sillar, un lugar mágico, creado por el tiempo, el viento y la erosión, rodeado de montañas ocre y coloradas, impresiona la geología desnuda a los ojos, destacándose especialmente las rocas paleozoicas y terciarias, a manera de un escabroso anfiteatro de degradación eólica e hídrica. Este monumento natural es una colección de formas, picos y cráteres, semejando un inmenso valle lunar. Ofrece una maravillosa e impresionante vista para los turistas.

Al retorno de este circuito, como punto culminante se tiene: Las velas, lugar donde, formaciones columnares gigantescas, esculpidas por el agua y esmeriladas por el viento parecen emular a un conjunto de cirios líticos aparejados. Es un sitio óptimo para observar la puesta del sol, pues el celaje de colores indescriptibles por su belleza nos transporta a un mundo casi irreal. En todo el Municipio de Tupiza, son hermosos también los enormes cactus, con sus extravagantes formas, colores, texturas y sorprendentes sistemas de adaptación, que les permite habitar tierras áridas y desérticas, con el más fiel exponente de la región, “el cactus candelabro”. La floración de estos es muy corta, generalmente entre los meses de enero y febrero; en esta época lucen preciosas flores, rojas, blancas y rosadas llamadas “olalas”. Otras especies vegetales de la región son los churquis, tusca, palque, espinillos, molles y algarrobos.

3.2.3. CIRCUITOS TURISTICOS

3.2.3.1. CIRCUITOS AL SUD ³

Saliendo de la ciudad por el sud-oeste, y habitualmente en Tupiza bajo un sol radiante hacia lo que parece la entrada a un verdadero infierno rocoso y colorado, la quebrada de Palmira, lugar donde verticales montañas rojizas como La Puerta del Diablo, se alzan altivas mostrando todo su esplendor, y si se es observador es posible descubrir en sus paredes antiguos jeroglíficos. Más hacia la derecha y el norte, se visita el Valle de los Machos, con sus formaciones líticas de tipo fálico en todos los tonos del rojo y al fondo el Cañón del Inca.

Se continúa el viaje sorteando los empinados senderos del Cañón del Duende y luego sobre el lecho del río de Quebrada Seca, es de destacar la impresionante belleza de los colores que tiene los cerros de esta zona, que varía de pardo a rojizo atribuidas a los óxidos de hierro, y distintas gemas de verde, incluso verde turquesa, por la presencia del sulfato de cobre. Los tonos violáceos sugieren la presencia del

³ Tupiza y Turismo, Fabiola Mitru T. de Sánchez, Pág. 82-86 (Impreso en: proinsamixmail.com)

manganeso, en tanto que los beige, marrones y anaranjados pueden ser arcilla; también se observa los de tono “apastelado”, que indican la presencia de bórax.

Siguiendo quebrada abajo, se llega a Toroyoj un lugar de descanso y recreación, rodeado de “verdaderas navajas líticas”, enormes y afiladas rocas coloradas verticales; observando las puntas más altas desde el puente, hacia la derecha, se recorta sobre el cielo azul el perfil perfecto de un indígena, a sus faldas corren las aguas del río San Juan del Oro, y en su ribera se dispone de un área natural de camping a la sombra de frescos molles, con un paisaje de fondo realmente espectacular.

Se continúa hasta Titihoyo, pequeño pueblo productor de ajo, que se encuentra encajonado entre hermosas formaciones montañosas de diferentes colores a tan sólo 17 Km desde Tupiza, los rincones de arenas finas a la orilla del río y a la sombra de una arboleda caracterizan el lugar.

Posteriormente, se llega a Monte, pueblo amigable y hermoso donde se aprecian distintas variedades de cactus; siguiendo la ruta hacia el Sud se encuentra el pueblo de Quiriza, que es un pueblo pequeño y acogedor, los árboles frondosos y bandadas de avecillas silvestres; el siguiente pueblito a llegar es San Miguel de Catati con un paisaje formidable, se ingresa por un largo cañón que nos lleva hasta San José de Pampa Grande, continuando el viaje río arriba sobre el San Juan del Oro, que recorre de Sud a Norte hacia Checoma, Peña Blanca e Irixina, después de visitar estas poblaciones se cruza al lado opuesto del río hasta llegar a Talina, legendario pueblo y quebrada, cuya belleza paisajística destaca extraordinariamente. La población se encuentra sobre el río Talina que va a unirse con el San Juan del Oro. Está ubicada a 45 Km de Tupiza; durante la época de la colonia, fue paso importante de las expediciones españolas hacia tierras argentinas y Los Lípez.

Los trabajadores de esta zona circundante se dedican sobre todo a trabajos de alfarería, productos que son expuestos en la feria de su fiesta religiosa del 24 de Junio, en la que se puede apreciar una regia entrada de imágenes tras el santo principal “San Juan”; los lugareños de mas de 60 poblaciones aledañas de Bolivia y

también provenientes de argentina llegan a Talina y realizan intercambios como en los viejos tiempos del trueque, exponen hermosos trabajos de alfarería, alimentos y licores al son de la música regional.

Seguida a esta población se encuentra el Cañón del Cóndor, es una pequeña cuenca formada por sedimentos limo arcillosos de color plomo; al fondo de este cañón, a la orilla del río, existe un brote permanente de aguas termales, donde las piedras se muestran blancas por efecto del calor del líquido emergente de lo profundo, un poco mas allá, se una la vertiente de agua caliente con el río.

En 1998 dos turistas describieron lo siguiente sobre la magia de este bello lugar en un reporte escrito que lo titularon “Date la mano con los cóndores”: “Nosotros decidimos hacer este viaje experimental por 4 días. No sabíamos al comienzo qué podíamos ver, pero esperábamos que fuera grandioso; después de trepar por un buen rato y contemplar vistas maravillosas, yo decidí no hacer los primeros 20 minutos con soga y esperé a los demás. Después de 10 minutos de espera escuche un sonido como un ¡shhh!, mire hacia arriba, había un enorme cóndor, cabeza redonda, cuello blanco y plumas blancas y negras, después se unieron dos cóndores más sobrevolando a tres metros de sobre mi cabeza, dieron vueltas cerca de 15 minutos. Los otros también los vieron del otro lado del valle, una vista esplendida que nos dejó sin aliento, pienso que fue la experiencia mas extraordinaria de mi vida”.

Se continúa el viaje hacia Churquipampa, cabalgando entre frondosos churquiales, los que son abundantes y muchos de ellos enormes y centenarios, cubriendo hasta una superficie de hasta 20 hectáreas. El camino sigue hasta Viscachani; en época de siembra en esta y en general en toda la región del valle, es posible toparse con un “Wake”, acontecimiento que reúne a casi todos los pobladores de la zona, conduciendo hasta una veintena de “yuntas” (pareja de bueyes) que traccionan los arados tradicionales que abren los rastros para la siembra. Los anfitriones invitan al “chumili”, que es la siembra misma, en la que es posible participar junto a los lugareños, disfrutando de su comida y bebidas en abundancia, hasta es posible bailar con ellos al son de la “caja” (especie de pequeño tambor) y el “ercke” (instrumento de

viento fabricado con las astas del toro). Seguidamente, se encuentra el pueblo de Espicaya, que se encuentra entre los gigantescos cerros de Santa Bárbara, Santa Ana y el Putucu, ricos en yacimientos auríferos. Proseguimos luego hacia Chacopampa, hermoso valle que ofrece toda su magnificencia, invitando al esparcimiento del espíritu, en el verde de sus valles retozan rebaños de ovejas y cabras, el olor de la albahaca y la hierbabuena, los graciosos girasoles y maizales se levantan al sol.

Continuamos hasta Palquiza, una de las costumbres mas arraigadas de esta localidad es la “Killpa” (conteo) de ovejas, los invitados “reyunan” (cortan) las puntas de las orejas de los animales, las cuales son recibidas en un recipiente por la dueña de la casa, luego las cubren con tierra y en una superficie amontonan piedras blancas y brasas para “coar”, “challar” y rendir su agradecimiento a la “Pachamama” (Madre Tierra).

Son los últimos kilómetros de recorrido cuando se retorna hasta El Toroyoj y seguimos por la orilla del río San Juan, la vena yugular de la región, pues nutre de vida a las numerosas e importantes poblaciones rurales; al pie de las montañas, en sus riberas, los campesinos aprovechan cada faldón cultivando la tierra, esperando que la corriente no crezca demasiado arrasando sus sembradíos.

Es impresionante el espectáculo, especialmente en tiempo de crecida, en sus orillas, el agua golpea con furia contra las murallas rojizas de los cerros, estructuras monolíticas gigantescas como La Torre son de una belleza sin par. Mas abajo, el San Juan del Oro compañero de viaje de unos cuatro días, une sus aguas a las del río Tupiza, casi bajo el puente de la línea férrea Tupiza-Villazón, formando un manto bicolor, este punto donde los ríos se reúnen con sus fuertes corrientes se llama Entre Ríos, lugar también de gran belleza, espaciamento y descanso.

Finalmente, se retorna hacia El Angosto, el cual se traspone cabalgando por su estrecho sobre el río Tupiza, en tiempo seco; misión imposible y suicida en época de lluvias. Se recorren los últimos kilómetros de un agotador pero inolvidable retorno a Tupiza, habitualmente por la tarde a la puesta del sol.

3.2.3.2. CIRCUITOS AL NORTE⁴

Estos circuitos, al margen de visitar hermosos lugares de los alrededores del norte de Tupiza, tiene el propósito de recorrer los parajes y revivir el último atraco perpetrado por los bandoleros Butch Cassidy y Sundance Kid (famosos pistoleros y ladrones de trenes y bancos de nacionalidad estadounidense) cerca de San Vicente (lugar donde murieron en un enfrentamiento con soldados del ejército boliviano, luego que ambos asaltaran la remesa de una compañía minera). Se parte en Tupiza de cuya capital partió la remesa del pago de la empresa Minera Aramayo, la más importante del lugar, en el año 1908. Este dinero estaba dirigido a pagar los salarios de los mineros que trabajaban en el puesto minero de Quechisla.

Siguiendo la travesía de los bandoleros americanos, se recorren pintorescas poblaciones que se encuentran en las riberas del río Tupiza, para converger luego en el río de Salo, esquivamos una montaña tras otra por el camino terrestre más popular en la década de 1900 en dirección de La Apacheta; más arriba, la ruta principal se pierde por unos kilómetros, para reencontrarla luego y llegar hasta Huaca Huañusca que es el lugar exacto del último atraco.

Se parte desde Tupiza hacia la Quebrada de Palála, rodeado de elevados farallones colorados, otros grises, azules y violetas que semejan enormes catedrales de piedra. Se continúa hacia Tambillo donde los frondosos sauces que crecen en la ribera del río Tupiza. Se sigue por la quebrada de Choroma que se encuentra a 5 Km de Tupiza; al fondo, rodeado por dos cordones de cerros se encuentra el pueblo del mismo nombre, se dice que fue fundado en época de la colonia, se cabalga por senderos que a los cuatro puntos cardinales muestran gigantescos cerros que elevan su blancura hacia el cielo, además de álamos y cactus dispersos sobre todo el recorrido.

Río arriba, hacia Monterrico se divisan grandes rocas de arenisca erosionada que se yerguen como faros guías, es una zona que parece pintada por manos expertas, algo increíble, pues inmediatamente al color de una montaña sigue otra de distinta

⁴ Tupiza y Turismo, Fabiola M. de Sánchez, Pág. 91-93 (Impreso en: proinsamixmail.com)

tonalidad, a veces hasta en la misma formación rocosa se pueden apreciar hasta 5 ó 6 tonalidades diferentes, es un verdadero “Lejano Oeste Tupizeño”; luego se arriba a Charaota, donde las formaciones están comprendidas de lavas, domos y rocas. El terreno se torna más accidentado, salvaje e incluso más densamente poblado de cactus y palques. Se atraviesan tramos tapizados de flores silvestres amarillas y rojas, es posible divisar bandadas de palomas y cotorras. Luego se divisa “La Poronga” singular monumento natural de tipo fálico de unos 50m de altura aproximadamente, es espectacular. Se llega luego a San Miguel, pequeña población rural ubicada a orillas del río Salo. Es una zona muy frondosa y fértil, la variedad de colores de sus cerros constituyen un motivo de atracción particular, su río cristalino, sauces, alamedas, molles y churquiales, despliegan un manto de belleza grandiosa, correspondiendo al fin del primer día de expedición.

Al día siguiente la brisa del amanecer agita los molles. La luz del sol brilla en el borde del camino, encendiendo las copas de los árboles en una explosión de verde, el camino se torna ascendente por una angosta ladera, es un camino de herradura que termina arriba en La Apacheta, por donde pasaron los famosos e históricos bandoleros; en estas alturas barridas por el viento, se pueden admirar bosques de cactus, queñua y yareta.

Es una escarpada sinuosa pendiente, el sendero se estrecha, y se cabalga entre el peñasco y el desfiladero hasta Huaca Huañusca, encajonada entre la montañas, ladera abajo se divisa el pequeño río; apenas un hilillo de agua, buscando, se encuentra las pequeñas cuevas lugar donde, hacia las 9:30 del día 4 de Noviembre del año 1908, los bandoleros, hombres altos y con rifles atracaron la remesa de los Aramayo.

Desde allá se aprecia claramente parte del camino incaico, ruta también de los conquistadores españoles que llegaron desde Lima en el siglo XVI; por sus senderos transitan los pastores con sus rebaños de llamas con su carga de sal proveniente de Uyuni, para el trueque con alimentos verduras y cereales del valle de Tarija.

CUADRO N° 1

ATRATIVOS TURISTICOS

Tipo de Atractivo	Descripción
<p style="text-align: center;">La Iglesia de Tupiza</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Es un atractivo jerarquizado de calidad excelente y categorizada como Patrimonio Urbano y Arquitectónico, tiene planta basilical con tres naves, cubiertas con bóvedas de cañón corrido; al fondo se ubica el altar neoclásico. Al exterior en los muros laterales tiene contrafuertes de planta rectangular. Históricamente la Iglesia data de la época colonial y fue concluida durante el siglo XVII. Esta construcción tiene los muros macizos de adobe, contruidos sobre cimientos de cal y canto recubiertos con piedra cortada.
<p style="text-align: center;">El Angosto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Es un punto interesante conformado por dos túneles, donde el camino carretero pasa por un lado y por el otro el ferrocarril.
<p style="text-align: center;">La hacienda de Chajra Wasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Otro atractivo turístico de enorme valor histórico y riqueza arquitectónica, es una muestra de la opulencia y el poder económico que tuvo, uno de los barones del estaño en Bolivia que vivió en esta hacienda el gran industrial minero Don Carlos Víctor Aramayo,; esta hacienda se encuentra en las riberas del río Tupiza en los pies de cerro colorado.
<p style="text-align: center;">Otros atractivos turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Minas y sitios arqueológicos, Velitario conocido como la poronga, Cerro de la Cruz, Cerro Elefante, Cañadón del Duende, Roca con el perfil del Indio, Iglesia y Campo de Batalla de Suipacha, Sillón del Diablo, El Sillar o Valle de la luna, el Cañón del Diablo, Valle de los Machos, La Puerta del Diablo, La Torre, Entre Ríos, El Angosto, El Águila, La Deseada y otros (Fuente Mapa Turístico H.G.M.T. 2004).
<p style="text-align: center;">Gastronomía Típica</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Lo que identifica a la ciudad de Tupiza sin ninguna duda son los “tamales” que es el bocado típico, preparado a base de maíz molido y jigote de charque, ají y cebolla verde y es cocido envuelto en las hojas del choclo fresco y remojado. ❖ La “Tictincha” que es el puchero de maíz en mazorca, carne fresca, acompañada de papas y charque, habas secas cocidas y otros ingredientes. El Cangrejo de agua dulce, crustáceo que se sirve rebotado en harina con huevo y cebollas verdes se fríe y lo acompañan con arroz; existen otros platos como khasa Uchu, Sara Pelasqa, Cuajada, Laguna y otros.

Fuente: Observación directa y datos turísticos comunales PDM 2006-2010

En estas alturas el clima es áspero y frío, se debe estar preparado y con la indumentaria adecuada a temperaturas extremas para pasar la noche. Al tercer día se retorna a la cresta de la montaña, luego abandonando el sendero y a través de matorrales ladera abajo se retorna al valle de Salo, donde existe hospedaje para pasar la última noche, en el campo aledaño, el cielo esta al alcance de las manos, transparente estrellado, se ven luciérnagas y se escucha el coro de sapos y ranas.

Al día siguiente se parte temprano, en el extremo sud del valle, guarecido con el verdor de abundantes molles, se divisa un pequeño cañón de color plomo brillante, es el Cañón Mágico. En sus vecindades se observan ovejas y cabras que recorren los sembradíos, caballos y burros que partan cerca de la orilla del rio. Se cabalga de regreso a Tupiza por su ribera rememorando todas las imágenes hermosas vividas durante cuatro días.

3.2.4. INFRAESTRUCTURA DE HOSPEDAJE

La ciudad de Tupiza, cuenta con 21 establecimientos de hotelería, entre Hoteles, Hostales, Residenciales y Alojamientos que tienen la capacidad instalada en total de 499 camas y que se distinguen en cuatro categorías de acuerdo a la calidad de servicios que prestan; entre los servicios que ofrecen están hospedaje, lavandería, desayuno, almuerzo, cena y servicios turísticos de guías y viajes a zonas de recreación turística.

3.2.5 SERVICIOS DE TURISMO

Tupiza como capital de Sección, cuenta con gran afluencia turística, especialmente turistas del oriente medio y europeos; cuenta con servicios de 10 Operadores de Turismo que brindan servicios de circuitos turísticos por los bellos paisajes y atractivos turísticos con que cuenta el Municipio.

CUADRO N° 2
ALOJAMIENTOS Y HOTELES

N°	Nombre	Categoría	Tipo	Ubicación	N° de Ambientes	N° de Camas	Tipo de Servicios	Distrito
1	Terminal	Tercera	Residencial	Cll. Suipacha	20	35	Hospedaje	7
2	Valle Hermoso		Hostal	Av. Pedro Arraya	S/D	S/D	Hospedaje	7
3	El Rancho	Segunda	Residencial	Los Alamos	S/D	S/D	Hospedaje	10
4	El Rancho	Segunda	Residencial	Av. Pedro Arraya	22	37	Hospedaje y desayuno	7
5	Renacer Chicheño	Tercera	Hostal	Cll. Ferrocaja	6	18	Hospedaje, desayuno, guías de turismo y lavandería	7
6	Pedro Arraya	Segunda	Hostal	Av. Pedro Arraya	14	25	Hospedaje, desayuno, lavandería, guías de turismo y viajes	7
7	Mitru	Primera	Hotel	Av. Chichas	45	95	Hospedaje, desayuno y servicios	7
8	Mitru Anexo	Segunda	Hotel	Cll. Avaroa	19	45	Hospedaje, desayuno y servicios	7
9	Ferroviano	Tercera	Alojamiento	Cll. Avaroa	8	15	Hospedaje	7
10	My Home	Tercera	Residencial	Cll. Avaroa	10	14	Hospedaje	7
11	Centro	Cuarta	Residencial	Av. Santa Cruz	14	30	Hospedaje y duchas	7
12	Ferrocarril	Tercera	Residencial	Av. Serrano	6	9	Hospedaje y duchas	7
13	Sede Social de Jubilados	Tercera	Alojamiento	Av. Serrano	9	13	Hospedaje	7
14	Horizonte Colorado	Segunda	Hostal	Av. Santa Cruz	15	30	Hospedaje	7
15	Monte Rey	Tercera	Residencial	Av. Serrano	15	30	Hospedaje	7
16	San Luis	Cuarta	Residencial	Junín y Chorolque	8	18	Alojamiento y Duchas	7
17	El Abuelo	Tercera	Alojamiento	Suipacha	15	30	Hospedaje, duchas bar y pensión.	7
18	Bolívar	Tercera	Residencial	Av. Santa Cruz	8	16	Hospedaje	7
19	La Joya	Tercera	Residencial	Pedro Arraya	10	15	Hospedaje	7
20	La Torre	Primera	Hotel	Av. Chichas	15	24	Hospedaje, comedor y servicio médico.	7
21	Reina Mora	Segunda	Hotel	Los Alamos	S/D	S/D	Hospedaje.	10

Fuente: Observación Directa Distritos Urbanos / BAQUIANO 2008

CUADRO N° 3
SERVICIOS DE TURISMO

N°	Nombre	Ubicación	Servicios	Distrito
1	Valle Hermoso 1 y 2	Av. Pedro Arraya	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7
2	Tupiza Tours 3, 1	Av. Chichas	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7
3	Tours Chichas	Av Pedro Arraya	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7
4	Renacer Chicheño	Cll. Ferrocaja	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7
5	Grano de Oro	Cll. Ferrocaja	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7
6	Andina Tours	Cll. Florida	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7
7	Turistur Salares	Cll. Florida	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7
8	Expediciones Estrella del Sur	Cll. Florida	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7
9	Licancabur Turs	Av. Pedro Arraya	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7
10	Hostal Operadodra	Av. Pedro Arraya	Circuitos especiales, atracciones turísticas, viajes a caballo, bicicleta y jeep turs.	7

Fuente: Observación Directa Distritos Urbanos / BAQUIANO 2008

3.2.6. CONTRIBUCION DEL TURISMO AL PIB NACIONAL

La magnitud y dinamismo de todos los sectores están sistematizados y cuantificados en las cuentas nacionales. En este contexto, el turismo no aparece como un sector específico sino como parte integrante de la producción de los demás sectores, especialmente el transporte, los restaurantes y hoteles y otros aunque en menor proporción.

Como actividad económica el turismo absorbe casi la totalidad de la producción de sectores de hotelería, restaurantes y agencias de turismo, y absorbe parte considerable de la producción del sector de transporte de pasajeros y una proporción de aquellas actividades que están indirectamente relacionadas con el turismo tales como las

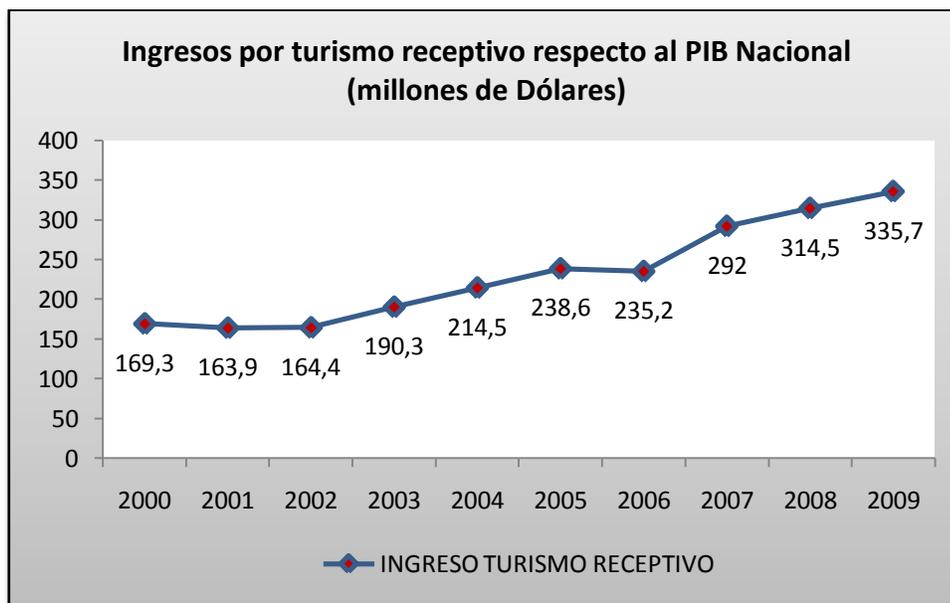
empresas proveedoras de insumos. Estos aspectos dificultan su identificación precisa dentro de las ramas productivas de la economía.

Una aproximación del impacto económico del turismo puede ser realizada a partir de los ingresos generados por el turismo interno y turismo receptivo. Considerando los ingresos del turismo receptivo como la variable *proxi* del aporte del sector al PIB.

Se observa en el Grafico N° 1 que los ingresos por turismo receptivo representaron en promedio más del 2,15% del PIB en el periodo 2000-2009.

Para el 2009 los ingresos por turismo receptivo alcanzaron \$us.335.7 millones equivalente a 1.9% del PIB Nacional, debido fundamentalmente al incremento considerable de visitantes extranjeros.

GRAFICO N° 5

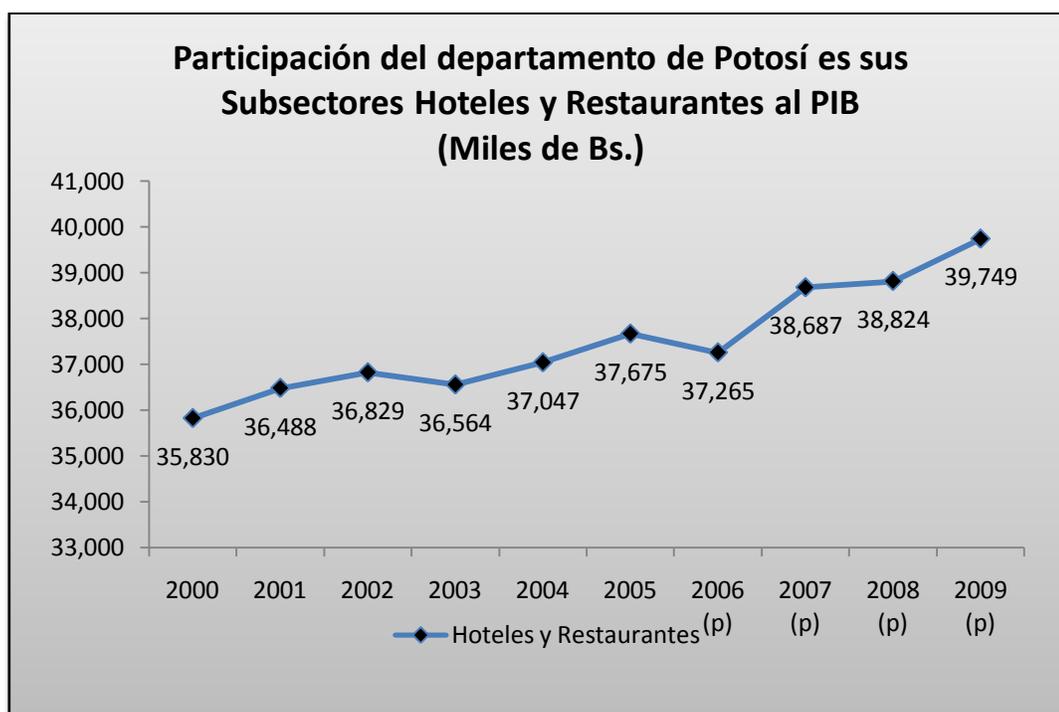


Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Vice Ministerio de Turismo

3.2.7. CONTRIBUCION DEL TURISMO AL PIB DEPARTAMENTAL

El turismo es uno de los sectores de mayor dinamismo en la economía Nacional, que en el ultimo tiempo, se ha transformado en una actividad con un rol importante para el crecimiento económico del departamento de Potosí, por lo que es importante describir su conducta a lo largo del tiempo y como lo explicamos antes; debido a que no existe una variable específica para su medición se toma en cuenta el subsector más próximo que explique el comportamiento del Turismo.

GRAFICO N° 6



Fuente: Elaboración Propia en Base a datos del Instituto Nacional de Estadística
Comunidad Andina de Naciones CAN

Los ingresos del turismo en el año 2010 significaron para el departamento de Potosí el 3.2 % del Producto Interno Bruto (PIB) y el 10% de las exportaciones totales. La actividad generó más de 60 mil empleos.

3.3. DEMANDA DEL TURISTA EN EL MUNICIPIO DE TUPIZA

3.3.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS TURISTAS

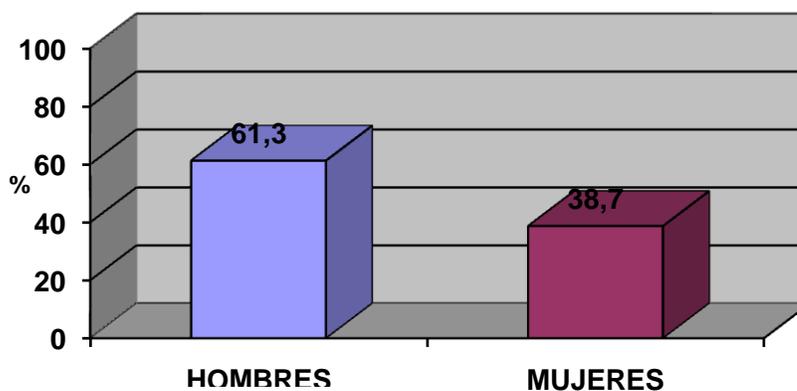
3.3.1.1. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN SEXO

Una de las principales características que resalta en la demanda de turistas para el Municipio de Tupiza es que su composición es tanto de hombres y mujeres con una diferencia del 61,3% del total para hombres y un 38,7% para las mujeres.

Gráfico N° 7.

GRAFICO N° 7

DISTRIBUCION DE TURISTAS SEGUN SEXO

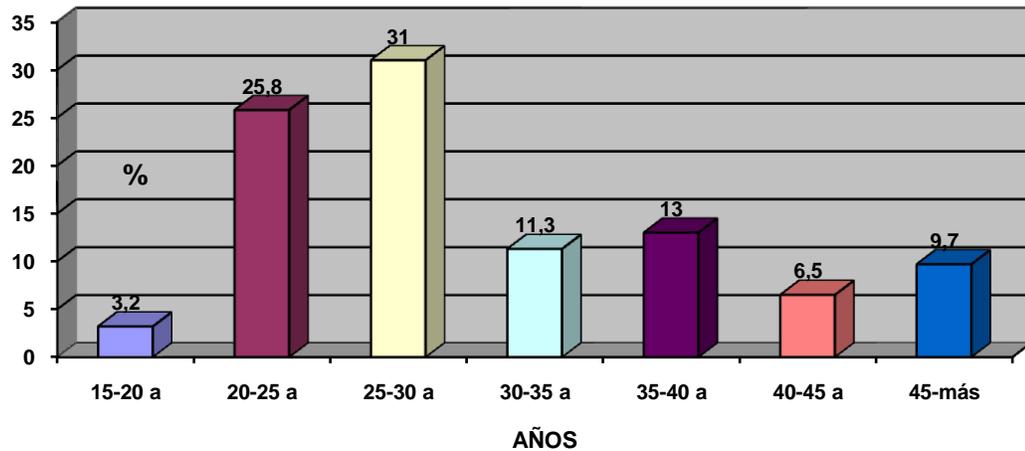


Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.3.1.2. DISTRIBUCION DEL TURISTA SEGÚN EDAD

En cuanto a la edad de los turistas, el 31 % de los mismos tiene entre 25 y 30 años, o sea una población joven. Otro porcentaje importante es de 25,8% para la de 20 y 25 años y de un 13 % para la de 35 a 40 años. Por lo tanto, la mayoría de los turistas para el Municipio de Tupiza son personas jóvenes, habiendo muy pocos menores de 20 y mayores de 45 años. *Gráfico N° 8.*

GRAFICO N° 8
DISTRIBUCION DEL TURISTA SEGUN EDAD



Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.3.1.3. DISTRIBUCION DEL TURISTA SEGÚN ORIGEN

El origen de los turistas es un rasgo importante porque el 90,3 % es de origen extranjero y sólo un 9,7% es de origen nacional. *Gráfico N° 9.*

GRAFICO N° 9
DISTRIBUCION DEL TURISTA SEGÚN ORIGEN



Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

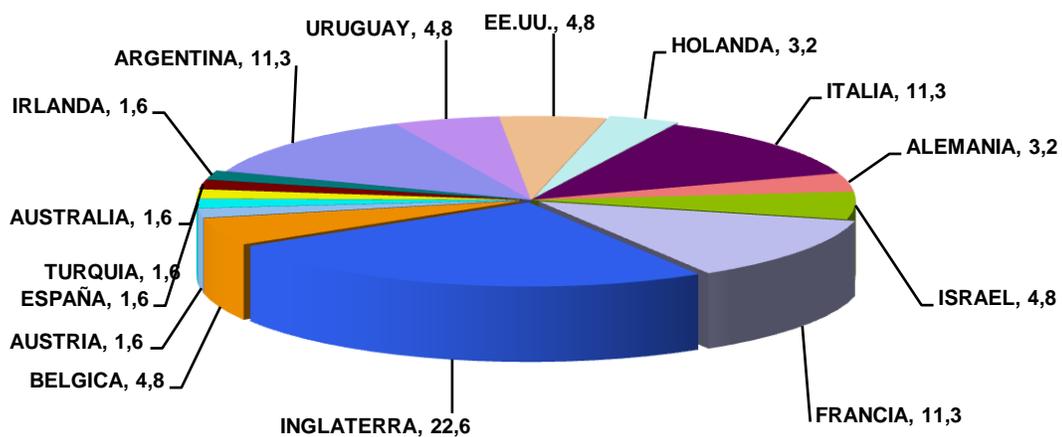
3.3.1.4. DISTRIBUCION DEL TURISTA SEGÚN PROCEDENCIA

Precisando la procedencia de los turistas, se observa que hay una distribución bastante dispersa entre los países de Argentina, Uruguay, Estados Unidos, Holanda, Italia, Alemania, Israel, Francia, Inglaterra, Bélgica, Austria, España, Turquía, Australia e Irlanda, resaltando solamente el de Inglaterra con un 22,6% seguido de Argentina, Italia y Francia con un 11%, siendo poco más de 4% Uruguay, EEUU, Israel y Bélgica. *Gráfico N° 10.*

Tras observar las características del Municipio de Tupiza durante la semana de encuesta, se observa que estos son jóvenes de ambos sexos y procedentes en su totalidad de países ricos, lo que constituye una excelente calidad de turismo.

GRAFICO N° 10

DISTRIBUCION DE TURISTAS SEGÚN PROCEDENCIA



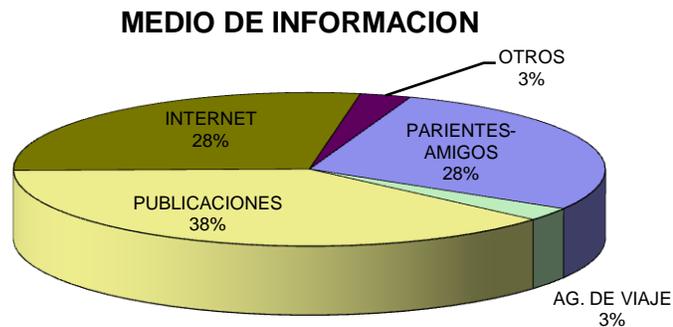
Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.3.2. MEDIO DE INFORMACION

En el medio de la información que es un aspecto muy importante en el turismo es positivo observar que el 44% conoció del lugar por sus publicaciones escritas en la

que resaltan particularmente la ubicación del lugar en los mencionados libros de turista que se encuentran a disposición en países americanos, europeos y asiáticos, los mismos que resaltan las características más particulares del lugar sobre todo en lo referente a atractivos naturales, geográficos, etc. Otro porcentaje de referencia es el Internet en un 32,2% e igualmente por relaciones de amistad. *Gráfico N° 11.*

GRAFICO N° 11



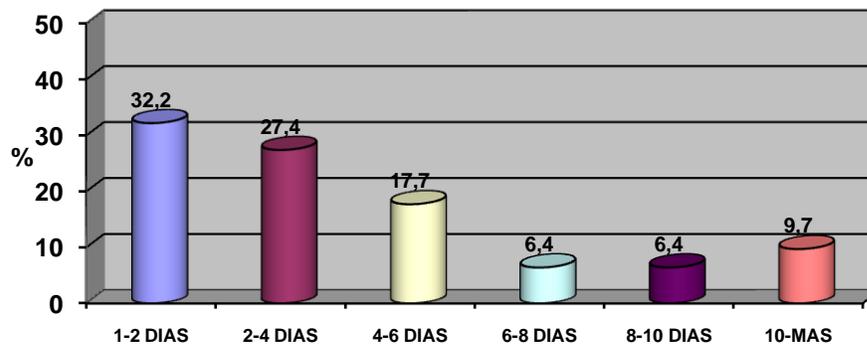
Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.3.3. PERMANENCIA DEL TURISTA EN LA CIUDAD

En la permanencia resalta de 1 a 2 días con el 32,2%, así como 2 a 4 días con un 27,4%, el conjunto de estadías de 1 a 6 días copan el 77,3% del total. *Gráfico N° 12.*

GRAFICO N° 12

PERMANENCIA DEL TURISTA EN LA CIUDAD



Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

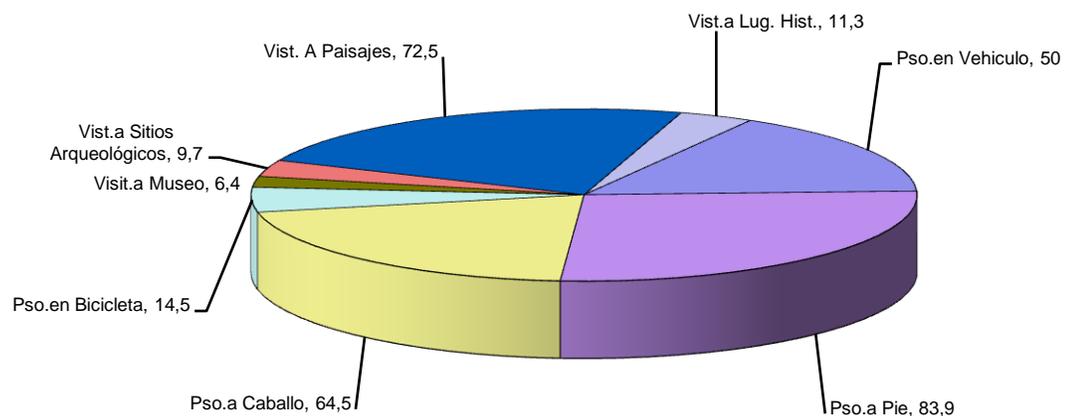
3.3.4. TIPO DE SERVICIO TURISTICO QUE REQUIERE O UTILIZÓ

Entre los servicios turísticos más demandados por los turistas, es el paseo a pie que ellos realizan para poder conocer los diferentes atractivos de la región en un 83,9%, también un servicio muy utilizado es el paseo a caballo en un 64%, y un 50% hace el uso de los vehículos para poder desplazarse a lugares más alejados.

El turista es atraído principalmente por los hermosos paisajes con que cuenta el municipio, y es por eso que los lugares que son más visitados son las diferentes localidades de la región para contemplar su diversidad de paisajes en un 72,5%, también un 11,3% visita los lugares históricos, y un 9,7% visita los sitios arqueológicos y un 6,4% el museo que se encuentra en la ciudad. *Gráfico N° 13.*

GRAFICO N° 13

TIPO DE SERVICIO QUE REQUIERE EL TURISTA O UTILIZO



Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.3.5.- RESUMEN DE LAS CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS TURISTAS

Los turistas que visitan el municipio de Tupiza, son generalmente en mayor proporción los de sexo masculino en comparación con los de sexo femenino, caracterizada por ser una población joven, no mayor a los 40 años; entonces el turista que se identifica en la ciudad de Tupiza es una persona joven, por tanto, con mucha energía para visitar un sin número de lugares en busca de novedosos atractivos.

La característica principal del municipio de Tupiza, se encuentra en que esta ciudad recibe turistas extranjeros en una proporción mayor al 90%, en comparación con los turistas nacionales, éstos procedentes generalmente de países europeos, asiáticos, latinoamericanos, etc., países que en una gran mayoría son considerados países ricos.

Las publicaciones escritas, constituyen la fuente de información más frecuente al que recurren los turistas extranjeros, dichas publicaciones son adquiridas en sus países de origen, también se constituye como un buen medio informativo para el turista el internet.

El turista extranjero, tiene una estadía promedio de 1 a 6 días, lo que resulta positivo ya que podemos apreciar que el turista tiende a permanecer varios días en la ciudad lo que por lo que tanto incrementa su capacidad de gasto.

Con todas estas características se puede concluir que el turismo que recibe el municipio de Tupiza es de excelente calidad y precisamente por estas características del turista se puede establecer que el mismo es un fuerte impulsor para el desarrollo del turismo de la región.

3.4. FACTORES DETERMINANTES DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE TUPIZA.

3.4.1. FACTORES DE PREFERENCIA

3.4.1.1 PRINCIPALES MOTIVOS DEL VIAJE

El 94% de los turistas manifestaron que visitaban Tupiza por vacaciones. La mayoría de los turistas lo hace en grupo representando un 47%. El turismo individual también es importante, alcanza el 39%. También no dejan de llamar la atención los turistas en orden familiar con un poco más del 14%.

GRAFICO N° 14
MOTIVO DE VIAJE

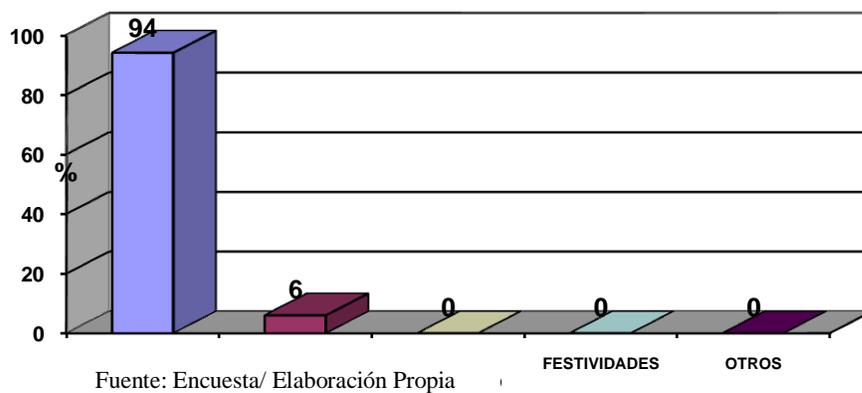
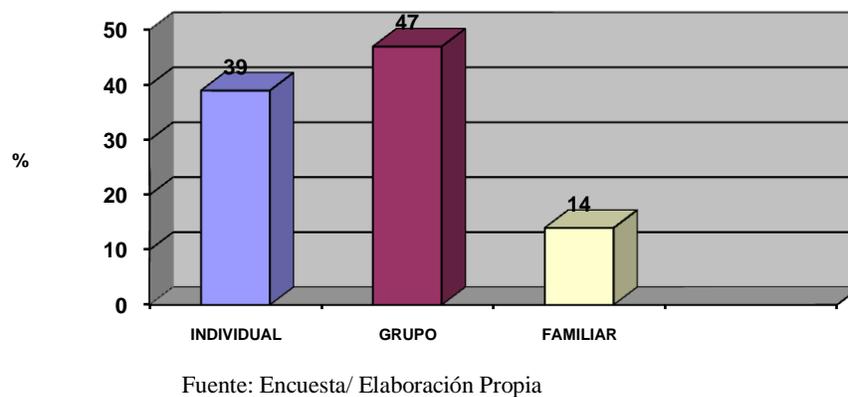


GRAFICO N° 15
SITUACIÓN DEL VIAJE

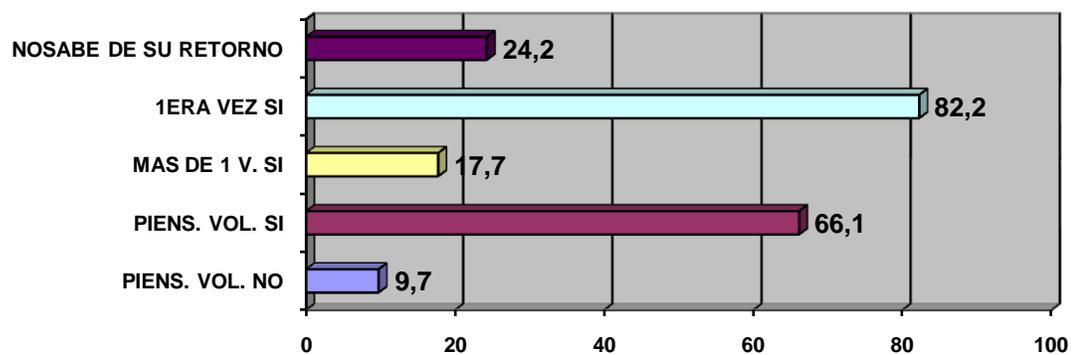


3.4.1.2. FRECUENCIA DE VISITA

De los encuestados, el 82.2% visitaron la ciudad por primera vez y un 17.7% ya conocían la ciudad. Este último dato resulta positivo pues muestra que el lugar tiene atractivos muy bien valorados. Además, consultados sobre si retornarían a visitar la ciudad, un 66.1% aseguró retornar y sólo un 9.7% dijo que no regresaría; el 24.2% no sabe si retornará o no.

GRAFICO N° 16

FRECUENCIA DE VISITA DEL TURISTA



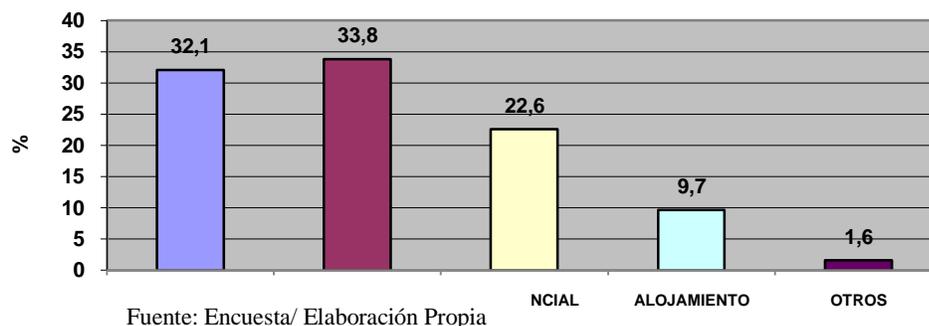
Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.4.1.3. ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Los establecimientos preferentemente utilizados por el turista fueron los hostales en un 33.8%, esta preferencia se debe fundamentalmente a las tarifas regulares y bajas existentes en estos establecimientos; llama también la atención que el 32.1% de los turistas se hospedan en hoteles que son de buena calidad, porque el turista tiene buenos ingresos.

GRAFICO N° 17

TIPO DE ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE MAS UTILIZADO



Así también los turistas consideran que las tarifas vigentes en estos establecimientos de hospedaje son bajas en un 48.3%, lo que muestra que la ciudad como lugar turístico es altamente competitivo y que todavía no está afectada por características monopólicas que podrían asumir los empresarios turísticos dado el incremento del turismo

3.4.1.4. OTROS SERVICIOS

De los cinco servicios consultados a los turistas, los de transporte, alimentación e información turística fueron los más demandados; y también en un buen grado los de recreación; en realidad los utilizaron todos ellos, porque el servicio de transporte incluye recreación. El que usen todos transporte o la mayoría, denota que la ciudad ofrece bastantes viajes turísticos a los alrededores que son de mucha atracción para los turistas.

De la lista de otros servicios presentados al turista, el 46.7% de los encuestados manifestó que las agencias de viaje sí prestan un buen servicio. *Cuadro N° 4.*

En cuanto al transporte, el 40.3% considera que la calidad de este servicio es buena; un 37.1% la considera como regular y en un 17.7% como mala.

La calidad de alimentos y su servicio en la ciudad son bien percibidos por los turistas, que en un 50% los clasifican como un buen servicio, el 37.1% opina que son regulares.

En el servicio de recreación, no se pudo obtener una amplia opinión del turista, ya que la ciudad no cuenta con muchos lugares de recreación dentro de la ciudad como Karaoques, centros nocturnos, clubes, etc., el 25.8% considera como bueno este servicio. De todos modos el turismo en Tupiza es de recreación sana.

En cuanto a la información turística, el 43.5% recibió efectivamente esta información, considerándola como buena; mientras que el 11.3% opina que es regular, el 35.5% no sabe.

CUADRO N° 4

SATISFACCION SOBRE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS

Servicios	Calidad			
	Bueno	Regular	Malo	No Responde
Agen. Viaje	46,7	20,9	3,2	29
Transporte	40,3	37,1	17,7	4,8
Alimentación	50	37,1	9,7	3,2
Recreación	25,8	17,7	4,8	51,6
Información Turística	43,5	11,3	9,7	35,5

Fuente: Encuesta/Elaboración Propia

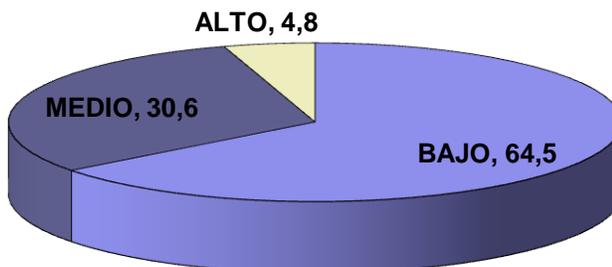
Las tarifas en general son consideradas de bajas a regulares en un 70%.

3.4.2. COSTO DEL SERVICIO

Del total de los turistas encuestados el 64.5% considera que los costos de permanencia son bajos, mientras que el 30.6% los considera razonables. Esto hace suponer que para el turista los costos que representan su visita a la ciudad de Tupiza son convenientes. *Gráfico N° 18.*

GRAFICO N° 18

OPINION SOBRE COSTOS DEL SERVICIO

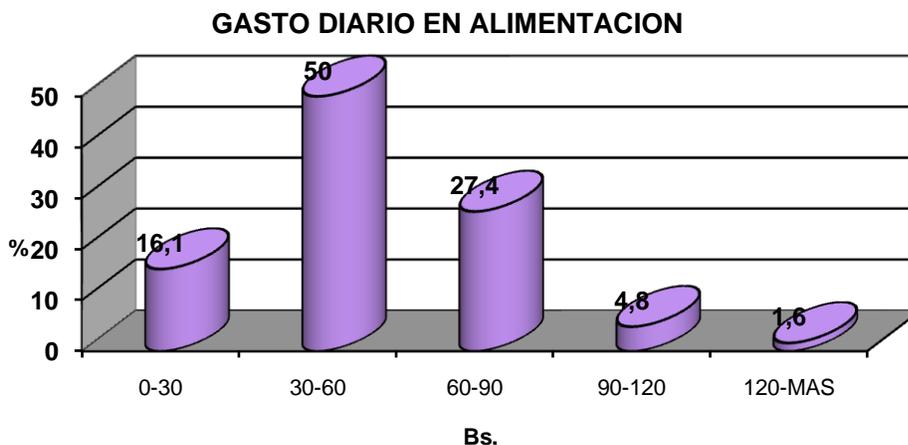


Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.4.2.1. GASTO DIARIO DEL TURISTA EN ALIMENTACION

En cuanto al gasto que realizan los turistas al día y por persona tanto en alimentación, hospedaje, transporte, artesanías, recreación y otro tipo de gastos, las referencias son: Referente al gasto que efectúan en alimentación el dato más representativo es el que se encuentra entre no más a 60 Bs. diario con un 50% , seguido por el gasto entre 60 y 90 Bs. día con poco más del 27%, hay pocos gastos de 0 a 30 Bs. día con el 16.1%, habiendo pocos gastos mayores que no son representativos. *Gráfico N° 19.*

GRAFICO N° 19



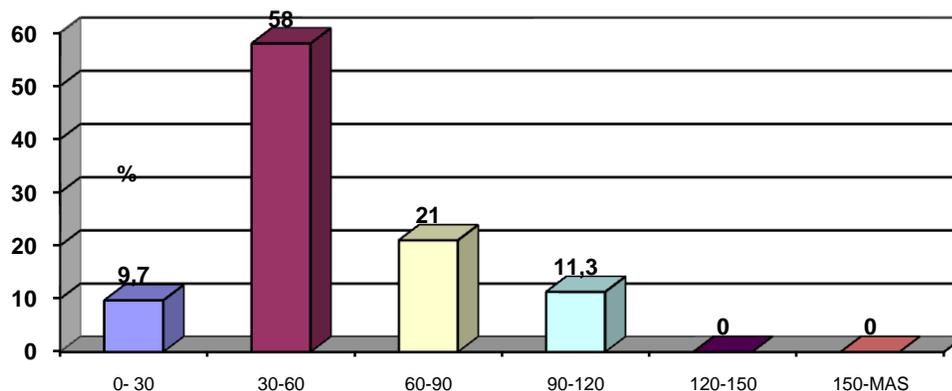
Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.4.2.2. GASTO DIARIO DEL TURISTA EN HOSPEDAJE

En lo que se refiere al gasto que efectúan en servicio de hospedaje podemos indicar que el gasto entre 30 y 60 Bs. día representa el de mayor frecuencia con un 58%, seguido de no más de 90 Bs. día con un 21%. Son pocos los turistas que gastan en hospedaje de 90 a 120 Bs. diario con un 11.3% del total de los turistas encuestados *Gráfico N° 20.*

GRAFICO N° 20

GASTO DIARIO EN HOSPEDAJE



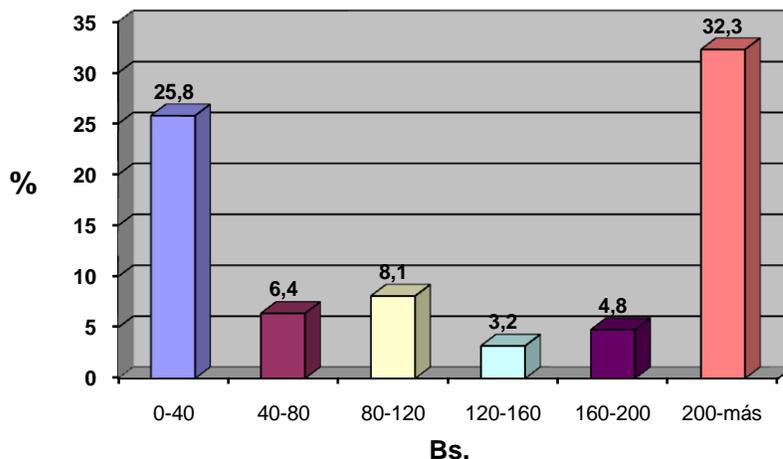
Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.4.2.3. GASTO DIARIO DEL TURISTA EN TRANSPORTE

En el gasto que realizan los turistas en servicio transporte para desplazarse a los diferentes lugares turísticos desde Tupiza, se observa una distribución entre varios niveles, resaltando los de más de 200 Bs. por día, con un 32.2% y seguido de los que no gastan más de 40 Bs. día con un 25.8%. *Gráfico N° 21.*

GRAFICO N° 21

GASTO DIARIO EN TRANSPORTE



Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

Es curioso el dato que representa el gasto efectuado en la adquisición de artesanías, ya que sólo el 16% del total de los turistas encuestados adquiere alguna artesanía.

En recreación, el gasto de no más de 60 Bs. al día es el más representativo con un 9.7%.

Con respecto a otros gastos, que comprende principalmente la adquisición de agua de embase, comestibles y otros artículos, mayormente se tiene un gasto de hasta 20 Bs. diarios, en el 32% de los encuestados.

Al evaluar los gastos de los turistas desde el momento en que llegan a Tupiza, se los clasificó en tres niveles de gasto; los que gastan más, los de gasto medio y los de menores gastos.

- a) NIVEL DE LOS QUE GASTAN MAS.- corresponde a un gasto medio por día de 560 Bs., efectuado por el 31% del total de los turistas encuestados.
- b) NIVEL DE LOS QUE TIENEN UN GASTO MEDIO.- Los que tienen un gasto medio de 140 Bs. diarios son el 35% de los turistas encuestados.

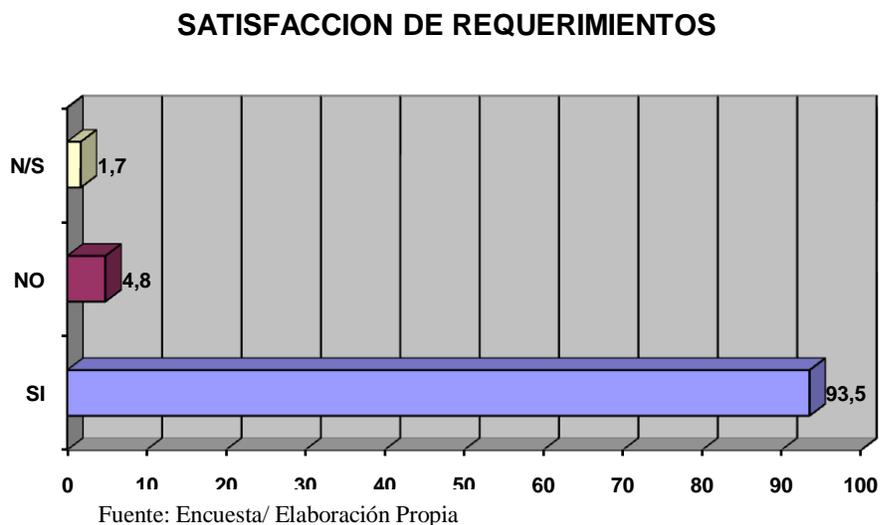
- c) **NIVEL DE LOS QUE GASTAN MENOS.**- El 33% de los turistas encuestados tienen un gasto medio de 85 Bs. al día.

La preferencia por el nivel de gasto diario de los turistas se debe a dos factores: preferencia por el menor costo de una proporción considerable y preferencia por los servicios que por su naturaleza son de menor costo como caminatas o paseo en bicicleta de modo que el escoger los bajos costos no es sólo por buscar menores gastos.

3.4.3. SATISFACCION DE SUS REQUERIMIENTOS

El 93.5% de los turistas encuestados manifestaron haber quedado muy satisfecho con su viaje al Municipio de Tupiza, ya que se encontraron con varias ventajas al hacer turismo en el Municipio de Tupiza como los costos bajos, seguridad, servicios buenos, buena acogida de la población y variedad de sitios naturales. *Gráfico N° 22.*

GRAFICO N° 22



3.4.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS QUE OFRECE EL LUGAR

En cuanto a las ventajas o desventajas que los turistas pudieron percibir en el desarrollo de su actividad se tiene: En cuanto a información, el 79% de los turistas

encuestados considera que sí se le brinda una buena información para el desarrollo de su actividad.

También un 77.4% de los turistas considera que los costos de los diferentes servicios utilizados son bajos, igualmente un 88.7% considera sentir seguridad; el 92% de los turistas manifestaron haber tenido buena acogida durante su estadía en la ciudad de Tupiza, además que un 69.4% de los encuestados muestra satisfacción con la infraestructura que cuenta la ciudad. En cuanto a los atractivos naturales del Municipio de Tupiza y alrededores, el 85.5% de los turistas manifestaron estar completamente complacidos con la diversidad y magníficos paisajes que posee la provincia en general.

CUADRO N° 5

VENTAJAS Y DESVENTAJAS QUE OFRECE EL LUGAR

DETALLE	VENTAJAS	DESVENTAJAS	NO RESPONDE
Información	79	4,8	16,2
Costos Bajos	77,4	8,1	14,5
Seguridad	88,7	4,8	6,5
Servicios Buenos	66,1	16,1	16,7
Buena Acogida	91,9	0	8,1
Infraestructura	69,4	11,3	19,3
Sitios Naturales	85,5	1,6	12,9
Facilidad de cambio de Moneda	25,8	17,7	56,5

Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.4.5. RESUMEN DE FACTORES DETERMINANTES DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE TUPIZA

El motivo principal de la llegada de los turistas extranjeros al Municipio de Tupiza es por motivos vacacionales atraídos principalmente por los paisajes, tranquilidad y clima. En este sentido, se debería intensificar y mejorar el turismo de la región orientando a cubrir y ampliar las exigencias para el tipo de turismo con el que se ha caracterizado el Municipio y de este modo lograr mayor atracción turística.

Una parte importante del total de los turistas encuestados ya conocían el lugar; lo que muestra que el Municipio de Tupiza tiene atractivos muy bien valorados. El retorno de estos visitantes y la posibilidad de que éstos generen un efecto en amigos y familiares son signos de un mayor crecimiento del turismo y se debería proceder a adecuar el producto turístico de acuerdo a los requerimientos de los turistas. También es de hacer notar que un gran número de los turistas encuestados aseguraron retornar.

Los turistas extranjeros que visitan el municipio se hospedan preferentemente en residenciales y también un buen número en hoteles de buena calidad, los turistas consideran, en su mayoría, que las tarifas de servicio de hospedaje son bajas, lo que nos demuestra y da al Municipio de Tupiza un carácter competitivo.

Existe también una demanda importante de otros servicios tales como transporte, alimentación e información turística y el de recreación, por la cantidad y variedad de viajes turísticos que se ofrecen.

También se identificaron ventajas al hacer turismo en la ciudad como costos bajos, seguridad, servicios buenos, buena acogida de la población, sitios naturales e infraestructura. Por lo que casi en su totalidad los turistas encuestados manifestaron haber quedado satisfechos con su viaje al Municipio de Tupiza.

En la estructura del gasto de los turistas extranjeros, los mayores porcentajes corresponden al transporte y hospedaje, que aproximadamente hacen un 50%, aunque es más alto el porcentaje destinado al primer rubro. Sin embargo, los turistas

consideran los costos de estadía a nivel general en todos los servicios de bajos a razonables.

Finalmente podemos añadir que el Municipio de Tupiza presenta más ventajas que desventajas, siendo precisamente los sitios naturales, la atención de los servicios y las tarifas de los mismos los pilares fundamentales del turismo en la región.

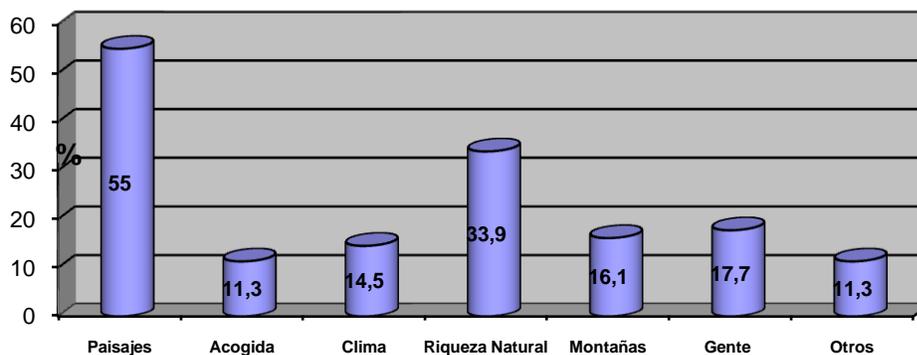
3.5. PERSPECTIVAS DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE TUPIZA

3.5.1. PRINCIPALES ELEMENTOS QUE LLAMARON LA ATENCION DE LOS TURISTAS EN SU VISITA AL MUNICIPIO DE TUPIZA

El 55% de los visitantes opinan que los paisajes naturales son lo que más les llamó la atención es su visita a la ciudad, el 33.9% admira la riqueza natural que posee el municipio; en un 17.7% la acogida que reciben de la gente del lugar y con un 16.1% resaltan sus montañas y cañones. *Gráfico N° 23.*

GRAFICO N° 23

ELEMENTOS QUE LLAMARON LA ATENCION DE LOS TURISTAS



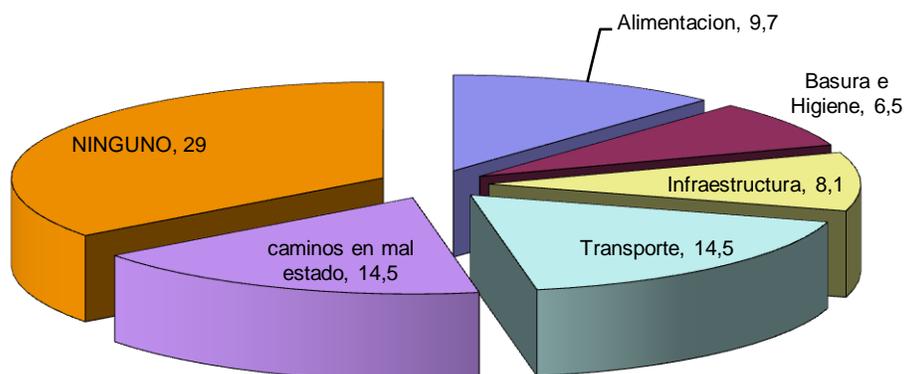
Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.5.2. ASPECTOS DE NO SATISFACCION DEL TURISTA

Entre los aspectos desagradables que el turista percibió durante su estadía se tiene que en un 14.5% le desagradó la calidad de los medios de transporte que utilizaron y en igual proporción se manifestaron sobre el mal estado de los caminos; también un 9.7% de los turistas señalaron que deberían mejorar y diversificar la preparación de los alimentos tanto en comida extranjera como nacional; en porcentajes menores, los turistas indicaron haberles desagradado la falta de limpieza y mantenimiento de los lugares turísticos de la región y aun dentro de la ciudad (la carencia de basureros).

GRAFICO N° 24

ASPECTOS QUE LE DESAGRADARON AL TURISTA DURANTE SU PERMANENCIA



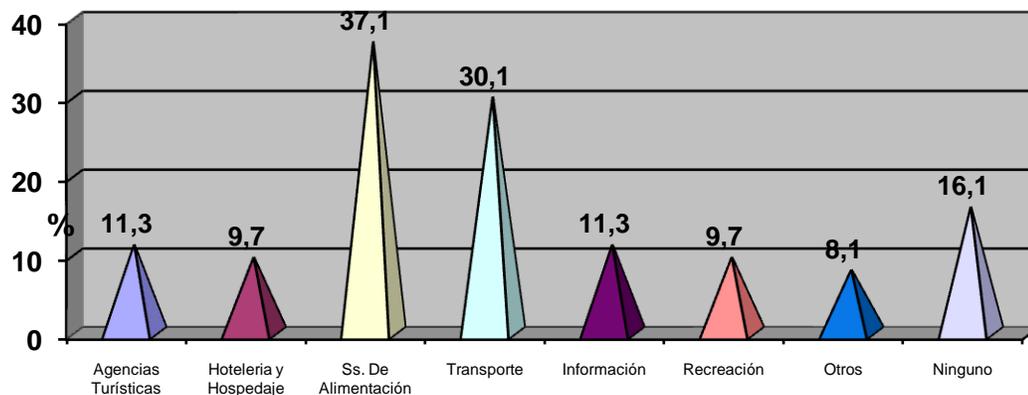
Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

3.5.3.- ASPECTOS QUE EL TURISTA DESEA QUE MEJOREN

Según la opinión de los turistas, entre los aspectos que desean que mejore, manifestaron que no se encontraron conformes respecto a la alimentación en un 37,1%, también consideran la necesidad de contar principalmente con mejores servicios de transporte en un 30.1%, y con un porcentaje similar del 11.3% de los turistas encuestados, señalaron la necesidad de mejorar los servicio de las agencias turísticas así como también de la información que se brinda al turista.

GRAFICO N° 25

ASPECTOS QUE EL TURISTA DESEARIA QUE MEJORE



Fuente: Encuesta/ Elaboración Propia

Luego de revisar la creciente demanda de turismo en el municipio de Tupiza, los factores que la determinan y las sugerencias de los mismos turistas, queda clara la idea que las perspectivas del turismo de esta región son buenas, principalmente porque los demandantes tienen buenos ingresos en relación a los precios locales y porque muchos de ellos han manifestado su idea, no solo de estar satisfechos con su visita, sino que pretenden volver.

3.6. CONTRIBUCION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DEL MUNICIPIO DE TUPIZA AL PIB DEPARTAMENTAL DE POTOSI

Según datos recopilados del Instituto Nacional de Estadística (INE), conjuntamente los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los turistas en el Municipio de Tupiza se procedió a la estimación del aporte económico que genera la actividad del turismo en el Municipio de Tupiza al PIB del departamento de Potosí.

Con la finalidad de ver el aporte de la actividad en estudio en relación al PIB departamental se consideró el PIB del año 2010.

Para este propósito, en primera instancia estimamos el gasto promedio de los turistas, luego la estimación del promedio de días que permanece el turista en el Municipio de

Tupiza, el cual multiplicado por el flujo de turistas durante el año nos refleja el aporte de este rubro al PIB departamental.

CUADRO N° 6
CONTRIBUCION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DE MENICPIO DE
TUPIZA AL PIB DEPARTAMENTAL

	2010	PESO RELATIVO DEL GASTO PROMEDIO (Municipio de Tupiza)
PIB Departamento de Potosí	9.866.607	0,039%
Restaurantes y Hoteles (Departamento de Potosí)	147.727	2,39%
Gasto Promedio del Turista en el Municipio de Tupiza	3849,828	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística/Datos de Elaboración Propia

El gasto promedio por día = 262 Bs.

Días promedio de permanencia de los turistas en el Municipio de Tupiza = 3 días

N° de turistas gestión 2009 = 4898

Gasto promedio del Turista = 262*3= 786 Bs.

$(262*3)*4898 = 3849,828$ (En miles de bolivianos)

$$\frac{3849,828}{9866607,000} * 100 = 0,039$$

El aporte del turismo en el Municipio de Tupiza al PIB del departamento de Potosí es de 0,039 %

Respecto a la actividad Restaurantes y Hoteles del departamento de Potosí; la actividad turística en el Municipio de Tupiza aporta al rubro del Restaurantes y Hoteles del departamento de Potosí con el 2.39%.

$$\frac{3849,828}{161334,000} * 100 = 2,39 \%$$

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

Conforme al estudio efectuado, se acepta la hipótesis planteada de que la actividad turística en el municipio de Tupiza se encuentra en constante desarrollo por lo que se constituye como una actividad promotora del crecimiento económico de la región:

1.- Una de las características principales a resaltar es que el flujo turístico en el Municipio de Tupiza esta constituida en gran mayoría por turistas de origen extranjero. El perfil del turista, en su gran mayoría extranjero, muestra que son generalmente jóvenes de sexo masculino y que vienen principalmente en viajes individuales por el menor costo de permanencia.

2.- La nueva dirección que ha tomado el turismo hacia la naturaleza convierte al turismo del Municipio de Tupiza en un buen lugar vacacional, con costos bajos (Ver datos) que ha tenido un gran incremento de corrientes turísticas principalmente extranjeras; sin embargo, su desarrollo está sujeto a factores como las malas condiciones de las vías de acceso, insuficiente organización para fomentar el turismo, falta de preparación del sector y otros.

3.- Los factores que propiciaron el crecimiento del turismo en la región se explican por los bajos costos de los diferentes servicios turísticos que se ofertan en el Municipio, especialmente existe una gran disminución de los precios de los establecimientos de hospedaje y las agencias de viaje, causados por el ingreso en el mercado de nuevas empresas de hospedaje (generalmente de mediana y baja categoría) y la buena impresión que se llevan los visitantes de la región, ya que su riqueza natural y paisajista es muy valorada por el turista.

4.- Se pudo observar que el turismo tiene una tendencia creciente, y por lo tanto existe una buena demanda de los diferentes servicios turísticos que se ofrece al turista, debido al gran flujo turístico, esto debido mayormente a que Tupiza es un lugar de tránsito tanto de entrada como de salida de otros lugares turísticos como el

Salar de Uyuni y las lagunas Colorada y Verde, por los excelentes lugares naturales con que cuenta el Municipio de Tupiza; los turistas no dudan en aprovecharlos y visitarlos.

5.- Entre los aspectos desagradables que percibieron los turistas durante su estadía en el Municipio de Tupiza, resalta la mala calidad de los medios de transporte que utilizaron, el mal estado de los caminos, así como también que se debería mejorar y diversificar la preparación de los alimentos. También es menester mencionar que hicieron notar la existencia de mucha basura en los diferentes lugares turísticos y que tanto en esos lugares no existen basureros y aun dentro de la ciudad no se cuentan con la cantidad necesaria de recolectores de basura.

6.- Como actividad económica, el turismo absorbe casi en su totalidad la producción de los sectores de hotelería y restaurantes, agencias de turismo y una parte considerable de la producción del sector transporte de pasajeros y una proporción de aquellas actividades que están indirectamente relacionadas con el turismo, como las empresas proveedoras de insumos.

7.- En una proporción de más del 65% del total, los turistas encuestados se mostraron satisfechos con los diferentes servicios turísticos que se ofrecen en el Municipio de Tupiza y más del 90% manifestó haber cubierto sus requerimientos.

8.- El aporte del turismo en el Municipio de Tupiza al PIB del departamento de Potosí es de 0.039 %.

9.- Respecto a la actividad Restaurantes y Hoteles del departamento de Potosí; la actividad turística en el Municipio de Tupiza aporta al rubro de Restaurantes y Hoteles del departamento de Potosí con el 2.39 %.

4.2. RECOMENDACIONES

1.- La llegada de los turistas extranjeros al Municipio de Tupiza es principalmente por motivos vacacionales atraídos principalmente por los paisajes, tranquilidad y clima. Debido a esto, se debería intensificar y mejorar el turismo de la región orientado a cubrir y ampliar las exigencias para el tipo de turistas con el que se ha

caracterizado el municipio y de este modo lograr una mayor atracción turística, resaltando los bajos costos de los diferentes servicios turísticos que se ofrecen en el lugar.

2.- Actualmente el turismo es uno de los principales componentes de la economía de Tupiza; es necesaria, por lo tanto, la elaboración de una estrategia de desarrollo turístico integral sobre la base de la identificación de su potencial. Se ha visto que existe una perspectiva creciente y factible de inserción de la actividad turística en el Municipio de Tupiza en un contexto internacional en el que se acrecienta la tendencia hacia lo natural, el ecoturismo, etc.

3.- Tenemos que tomar en cuenta que el turismo ya se muestra como una alternativa de desarrollo socio-económico; para esto, la conservación, preservación y protección de los sitios y recursos naturales, es primordial, pues si bien el producto del Municipio de Tupiza es rico en atractivos tanto naturales como también culturales, el mismo adolece de buenos servicios, no existe una protección adecuada ni limpieza de estos sitios y hay una depredación indiscriminada de la flora circundante, haciendo que día a día estos tengan menor valor.

4.- Un aspecto importante: se debe educar, instruir y mejorar el conocimiento de los recursos humanos dedicados a la atención del cliente, la persona, su comportamiento, educación y trato hacia el visitante, es primordial, para así permitir competir con otros departamentos o países vecinos que desarrollan actividades similares.

5.- Resulta necesario señalar que existen muchos aspectos que se tienen que mejorar, tanto el sector privado como las instituciones del municipio; se tiene lograr acuerdos de mejoramiento y promoción de la actividad turística en el Municipio y aceptar una supervisión permanente sobre el control de calidad que garantice el buen servicio en la hotelería, agencias de viaje, servicio de alimentación, operadores, transportistas, guías, habilitación de depósitos de basura, mantenimiento y conservación adecuada de los diferentes atractivos y lugares turísticos, etc.

6.- Trabajar en forma conjunta y bien organizada las diferentes empresas de turismo que operan en el Municipio favorecería e impulsaría en gran medida el crecimiento de la actividad turística en el Municipio, debido a esta desorganización y el hecho de que cada empresa vele por sus propios intereses y tomando decisiones erróneas para captar asiduos obstaculiza y no permiten direccionar de la manera correcta la actividad turística.

7.- La actividad turística del Municipio de Tupiza no cuenta con el apoyo necesario por parte de las instituciones que están directamente relacionadas con este sector, por lo que surge la urgente necesidad de que las autoridades del Municipio deben destacar la importancia del sector Turismo ya que en la últimas décadas este sector está adquiriendo un papel cada vez mas importante en la economía mundial y en lo particular de cada país.