



USAID | **BOLIVIA**
FROM THE AMERICAN PEOPLE

ACTIVIDAD RURAL COMPETITIVA

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO COROICO Y VILLA TUNARI: 2006-2010

6 de enero de 2006

Esta publicación fue producida para ser revisada por el equipo del Objetivo Estratégico para el Desarrollo Integral de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. El documento fue preparado por Chemonics International bajo el proyecto Actividad Rural Competitiva, contrato No. 511-C-00-05-00050-00.

Bolivia Actividad Rural Competitiva - PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO
COROICO Y VILLA TUNARI: 2006-2010
Contrato No. 511 -C-00-05-00050-00
Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
Oficina de Desarrollo Integral
La Paz, Bolivia

Reporte presentado por Chemonics International. / 6 de enero de 2006
Preparado por Marcelo Levy / diciembre 2005

ACTIVIDAD RURAL COMPETITIVA PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO COROICO Y VILLA TUNARI: 2006-2010

ACLARACIÓN

Las opiniones expresadas por el autor en esta publicación no reflejan necesariamente las opiniones de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional o del Gobierno de los Estados Unidos

CONTENIDO

Prólogo	1
Resumen Ejecutivo	2
Antecedentes	3
Introducción	5
Perspectivas	7
Oportunidades	8
Determinación de Mercados	10
Marca y Posicionamiento	11
Desafíos de la Industria del Turismo	12
Visión	13
Turismo Sostenible	14
Metas y Objetivos	16
Implementación	48
Estrategias (para la implementación)	50
Consideraciones para la identificación y descripción de indicadores (monitoreo)	51
Consideraciones Generales Finales	52
Anexo 1: Ingresos por Turismo Internacional y las Exportaciones	54
Anexo 2: Coroico – Plataforma de Acción	55

Prólogo

El turismo ha surgido como uno de los “motores” económicos y sociales más significativos de la actualidad. Es ya una parte integral de la vida y desarrollo de Coroico en los Yungas de La Paz y Villa Tunari en el Trópico de Cochabamba y es una de las oportunidades económica de desarrollo integral más prometedoras para ambos Municipios.

Sin embargo, la industria enfrenta desafíos y oportunidades importantes que requieren un pensamiento estratégico claro y un sentido de propósito compartido. Para aprovechar plenamente las oportunidades y beneficios naturales a través del turismo se necesita un compromiso preciso desde la propia industria y todos sus actores/agentes.

La Visión para Coroico y Villa Tunari es llegar a ser líderes y motivadores de un turismo innovador y sostenible de Bolivia. Estimulados por esta visión, ambos Municipios deben priorizar la actividad turística como una oportunidad, alternativa y complementaria, de desarrollo socio-económica, aprovechando las ventajas de los productos y experiencias únicas que ofrecen. El turismo es adicionalmente una “poderosa herramienta” articuladora y generadora de mecanismos de coordinación, concertación y participación, que aseguran un contexto favorable y paz social. Este entorno y articulación social permite además desarrollar políticas y acciones concretas sobre protección y conservación de los recursos naturales, medidas de manejo y aprovechamiento adecuado sostenible de bosques, biodiversidad y agua.

La Misión es acelerar el crecimiento sostenible del turismo para los beneficios a largo plazo de Coroico y Villa Tunari. Mediante un desarrollo sostenible se asegura una rentabilidad competitiva y comercial continua para la industria del turismo, así como para otros sectores de la economía que se benefician del turismo. Se debe tomar especial atención a los posibles impactos económicos, sociales y aquellos relacionados al medio ambiente que puedan resultar de las acciones planificadas.

El Plan Estratégico de Turismo Coroico y Villa Tunari 2006-2010 contempla cuatro grandes metas que son críticas para lograr la Visión y Misión. El Plan proporciona una descripción de estas metas, los objetivos para cada una de ellas y detalla las estrategias identificadas para lograr su consecución.

El Plan Estratégico ayudará a mejorar la experiencia del visitante a través de desarrollo sostenible. También creará una plataforma de políticas saludable y apropiada; mejorará el acceso e infraestructura; asegurará que Coroico y Villa Tunari se beneficien de un crecimiento económico turístico; vigorizará y mejorará los mercados “objetivo”; y fortalecerá la rentabilidad y competitividad de la industria.

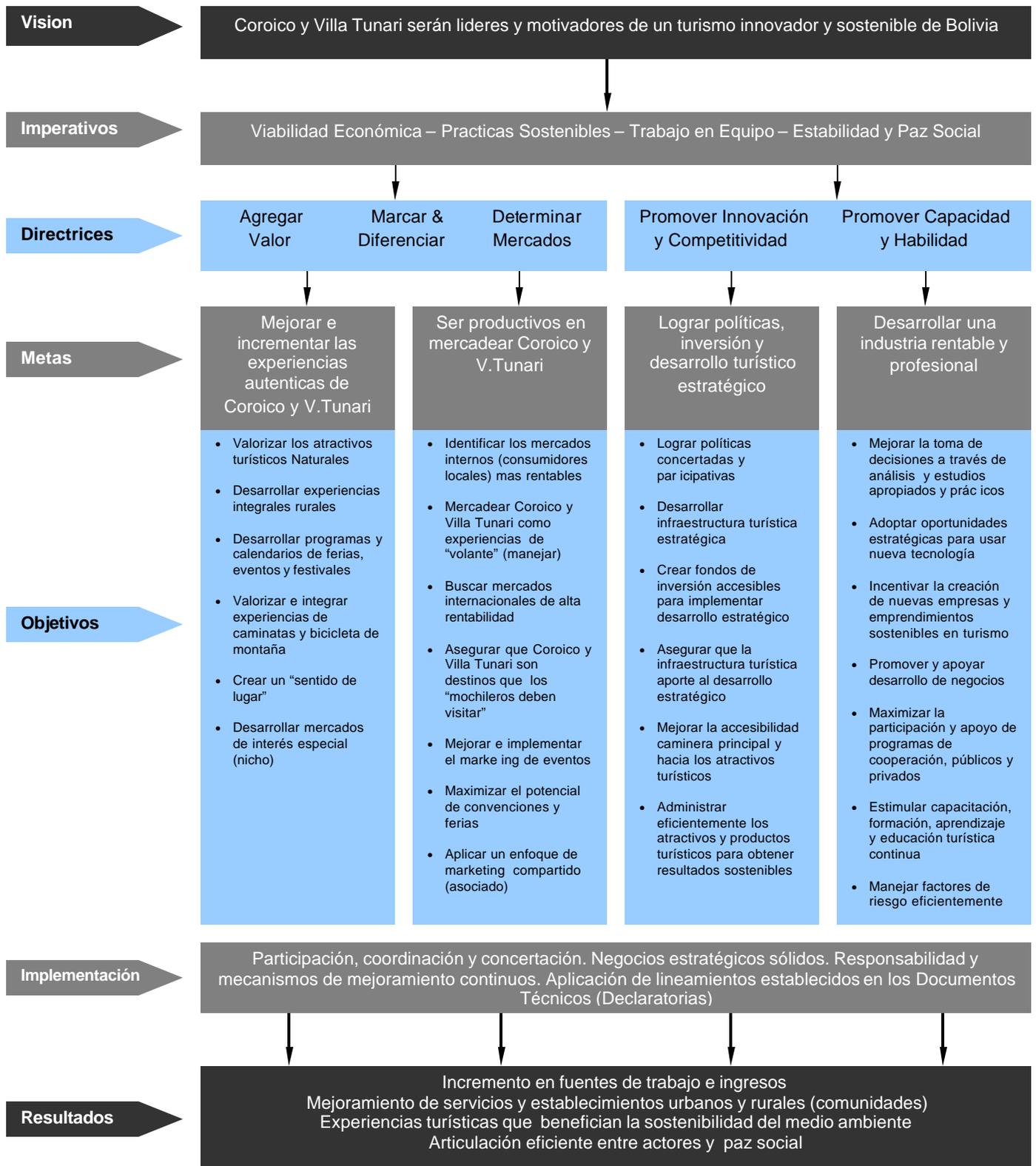
El diseño del Plan se enmarca en el enfoque de ARCo, es decir la existencia de la demanda real (modelo de mercado). El Plan está orientado a promover el espíritu emprendedor y estimular el crecimiento de los negocios con el fin de generar ingresos y empleo, y sostener medios de vida.

Asimismo la estructura del Plan es un diseño integrado que considera indispensable el trabajo coordinado, complementario y sistematizado de todas las unidades que componen el Proyecto ARCo: Servicios Productivos e Infraestructura, Unidad de Políticas, Unidad de Servicios Financieros, Unidad de Negocios, Monitoreo y Evaluación, tomando en consideración a los Centros de Servicios Económicos como los “brazos operativos” esenciales para la implementación.

La efectiva implementación del Plan hará una enorme diferencia en el desarrollo económico y calidad de vida de Coroico y Villa Tunari.

Para el propósito del Plan Estratégico, se considera que durante el periodo del Plan Estratégico, los problemas políticos, sociales, bloqueos y protestas se podrán resolver o disminuir.

Resumen Ejecutivo



Antecedentes

El turismo es un hecho social irreversible que genera una serie de interrelaciones e intercambios que tienen consecuencias de muchos tipos, pero fundamentalmente económicas y ahora también ecológicas. El Turismo Internacional, tiene un efecto directo sobre la Balanza Comercial de los países que reciben viajeros del exterior, balanza que suele ser favorable. El Turismo Interno, o sean los viajes que hacen los nacionales de un país dentro su propio territorio, genera beneficios comparables a la balanza comercial pues distribuye el ingreso, ya que el dinero ganado en una zona se gasta en otra, mejorando las condiciones de vida de las comunidades locales.

Ambas formas de turismo contribuyen significativamente al ingreso nacional que, y entre mayor sea este, mayor será la prosperidad del país de que se trate. Así también, la industria turística requiere un alto contenido de mano de obra por lo cual genera una gran cantidad de empleos, tanto directa como indirectamente. Todo ello contribuye a un crecimiento en la captación de impuestos que resulta en beneficios para la actividad gubernamental.

Estas son las razones fundamentales por las cuales, países, regiones y comunidades quieren participar de alguna manera en el desarrollo de este hecho social y obtener los beneficios inmediatos “que parece” provocar pero que muchas veces solo benefician a pequeños sectores de la población. Por otra parte, el desplazamiento masivo de personas tiene efectos negativos y consecuencias sociales no deseables como la aculturación de las comunidades receptoras, pero sobre todo afecta al medio ambiente ya que la naturaleza forma parte del producto turístico en la mayoría de los destinos turísticos del mundo entero.

El turismo entonces, es un bien con un alto contenido de valores económicos, sociales, culturales, morales que producen la satisfacción de la necesidad humana de ocio activo. El turismo se da principalmente en entornos naturales y la degradación de éstos espacios puede resultar en un fracaso total de los destinos turísticos que permitan tal degradación. Por ejemplo: los hoteles, restaurantes y los propios turistas arrojan a los lagos y ríos sus desechos, por parecerles fáciles o por carencia de infraestructura adecuadas. El turista contamina, y depreda en mayor o menor grado según sea su cultura de origen, destruye y quema árboles y plantas, arroja basura y degrada el paisaje, sin embargo, huye de los lugares deteriorados.

El Producto Turístico

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, empresas y personas, pero que el turista los percibe como uno solo.

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

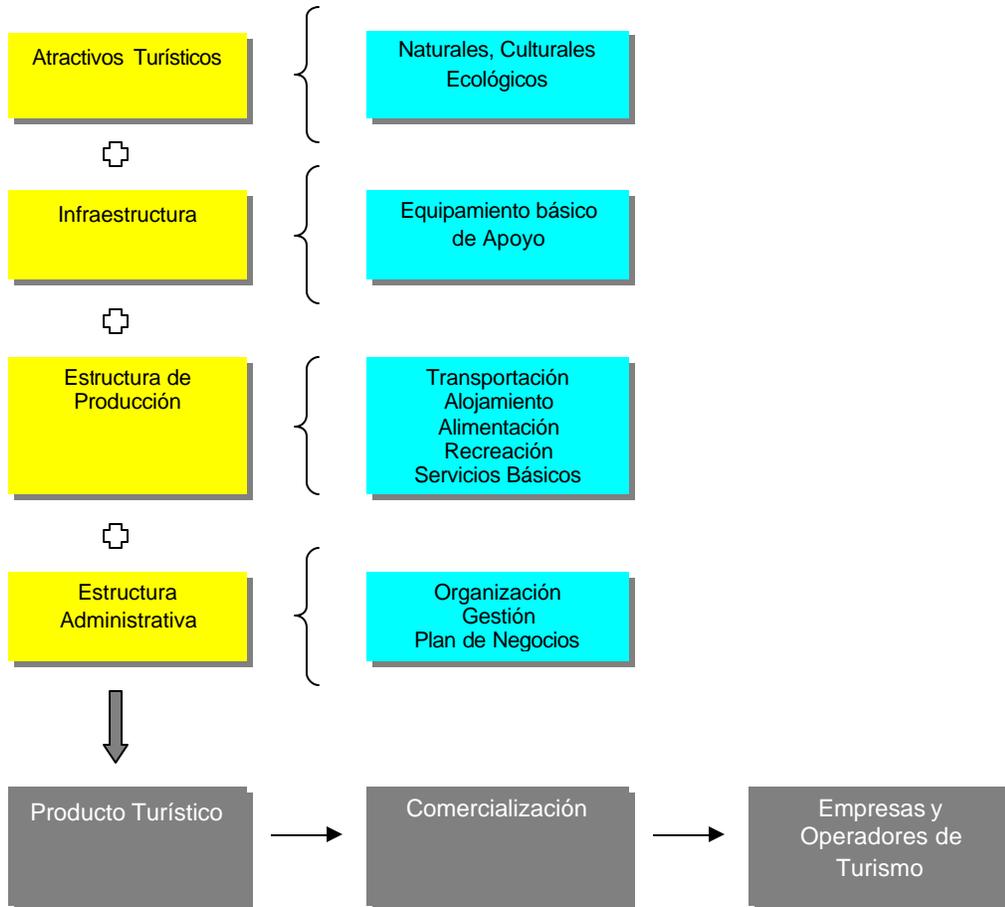
Jafari, hace una interesante clasificación de los componentes del producto según sea orientado:

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

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

Figura 1: Producto Turístico

El grafico muestra la interacción y conexión entre los varios componentes del producto turístico, que pueden o tienen que estar presentes, en mayor o menor grado en cualquier destino que pretenda activar el turismo.



Un producto turístico debe ser entendido como los atractivos mas infraestructura y servicios que motivan el desplazamiento de la demanda. La competitividad de un destino surge de la originalidad de la oferta.

Introducción

La Visión Turística de Coroico y Villa Tunari es convertirse en Municipios “líderes” a nivel nacional en turismo innovador y sostenible.

El Gobierno Nacional, Las Prefecturas de La Paz y Cochabamba, el Comité Nacional de Turismo, los Comités Departamentales de La Paz y Cochabamba, y los Gobiernos Municipales de Coroico y Villa Tunari deben comprometerse y estar dispuestos a desarrollar una industria turística competitiva nacional e internacional que sea auténtica, participativa y rentable.

El Plan Estratégico de Turismo Coroico y Villa Tunari 2006-2010 identifica (en términos genéricos) las fortalezas de estos dos Municipios y propone destinos y productos turísticos en base a sus ventajas comparativas y atractivos naturales y culturales.

El turismo representa un importante componente de la estructura económica para Coroico y Villa Tunari, pero hasta ahora no se lo ha considerado seriamente como una alternativa económica poderosa, sino más bien ha sido permanentemente tomado como una actividad marginal. Sin embargo a través de las Declaratorias como Zonas Prioritarias de Desarrollo Turístico adquiere (a nivel nacional – Ley 2074) el claro reconocimiento de ser un sector vital en el desarrollo de ambos Municipios.

El turismo es una oportunidad competitiva para el crecimiento económico local y regional. Tiene el potencial de crear empleo y oportunidades de trabajo, incrementar y distribuir ingresos resultantes de la captación de recursos a través del gasto de visitantes, y estimular un factor multiplicador.

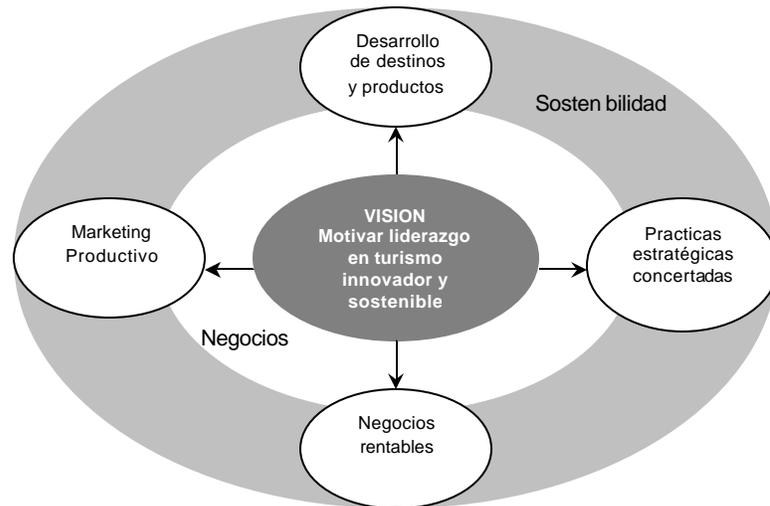
El objetivo es incrementar empleos e ingresos derivados del turismo mediante un mayor número de visitantes y estadía más larga, y principalmente mediante el incremento del rédito del turismo. La intervención de ARCo en Coroico y Villa Tunari debe generar una tasa de crecimiento en la actividad turística mayor al promedio nacional.

Con el propósito de lograr un **turismo sostenible**, el Plan Estratégico se centra en cuatro grandes metas claves para alcanzar este ambicioso enfoque. Estas metas son:

- Desarrollo de destinos y productos auténticos.
- Ser altamente productivos en marketing.
- Consecución de lineamientos estratégicos sobre políticas de turismo, inversión y desarrollo.
- Desarrollo de una actividad (industria) profesional, consistente y rentable.

Estas grandes metas se alcanzarán desarrollando una sólida implementación de negocios entre y con los actores/agentes involucrados.

Figura 2: Contexto del Plan Estratégico de Turismo



Coroico y Villa Tunari no son destinos tradicionales o convencionales, sino mas bien de sorpresa y aventura, y se pueden posesionar muy bien en el mercado como productos “especiales” o “unicos”.

La atracción (demanda) como destinos para ambos lugares esta dado por el “sabor local” distinto. Se caracteriza por la naturaleza, clima tropical, cultura (grupos étnicos como los Yuracares y Trinitarios en Villa Tunari), aventura, paisajismo, esparcimiento, recreación, descanso, música (ejemplo la Saya en Coroico), y lugares que aun mantienen un medio ambiente “razonablemente” intacto (Parque Nacional Cotapata en Coroico, Parque Nacional Carrasco, Territorio Indígena Parque Nacional Isiboro Secure, Parque Nacional Machia en Villa Tunari).

A partir de estas fortalezas, reforzándolas con agroturismo (café, palmitos, banana) Productos étnicos (artesanía, actividades culturales de las comunidades indígenas, gastronomía local) ,Coroico y Villa Tunari deben construir una consistente reputación por aventura, naturaleza, cultura, comida, festivales y eventos.

El desafío para el turismo en ambos Municipios (y en si para toda la región de los Yungas de La Paz y el Trópico de Cochabamba) es agregar valor a los atributos naturales, culturales, de aventura y productivos con el fin de “captar” un creciente mercado (demanda) para destinos auténticos e intactos.

El desarrollo, crecimiento y un turismo sostenible son el punto central del Plan Estratégico. Para ser sostenibles como destinos turísticos especiales, el desarrollo turístico en Coroico y Villa Tunari tendrá que resultar de las cualidades autenticas, en lugar que de las “impuestas o artificiales”.

Coroico y Villa Tunari tienen que trabajar estratégicamente con los Gobiernos Departamentales (Prefecturas) y el Gobierno Central (Viceministerio de Turismo, Viceministerio de Desarrollo Sostenible) en el marco de la Ley 2074 y las Declaratorias de Municipios como Zonas Prioritarias de Desarrollo Turístico, para asegurar que ambos Municipios lidericen a nivel departamental y nacional un turismo económico, social y manejo y aprovechamiento de recursos naturales sostenible.

Perspectivas

En un periodo de tiempo relativamente corto, el turismo ha surgido como un fenómeno altamente dinámico económico y social.

El turismo es una fuerza poderosa en el mundo actual. Los datos turísticos, a nivel mundial, disponibles sobre la primera parte de 2004 confirman la tendencia al alza ya detectada desde finales de 2003. Con la disminución de las principales tensiones geopolíticas, a pesar de la incertidumbre existente en todo el mundo por el terrorismo, hay signos de recuperación significativa de la confianza en el turismo. Los positivos resultados económicos y las buenas perspectivas en la mayoría de los mercados emisores generan las condiciones necesarias para el crecimiento de la demanda.

El turismo a nivel mundial ha crecido de 25 millones de viajeros internacionales en 1950 a 760 millones en 2004 (de los cuales las Américas recibieron el 16.3% es decir 124 millones y Sudamérica el 12.9%, equivalentes a 16 millones de personas), y se proyecta que esta cifra se duplique para 2020. Existe definitivamente una gran proyección de crecimiento en el mercado mundial de turismo.

Durante ese mismo año, Bolivia recibió 404,000 visitantes, que generaron un ingreso en divisas de 187 millones de dólares, convirtiéndose en el tercer rubro de exportación del país, después del gas/hidrocarburos y las oleaginosas (soya), generando 60,000 fuentes de trabajo directos y beneficiaron a 300 mil familias de transporte, artesanos, hoteleros, agencias de viajes y proveedores de servicios y alimentos. *Ver Anexo 1 (Ingresos por Turismo Internacional y las Exportaciones)*

De acuerdo a las tendencias internacionales y a las características de la oferta turística el Viceministerio de Turismo ha estimado las metas que la actividad turística nacional podría alcanzar para 2007:

- Incrementar el flujo turístico anual a 800,000 visitantes extranjeros.
- Alcanzar un ingreso de divisas de 500 millones de dólares.
- Generar 120,000 empleos directos e indirectos.

Como en todas las industrias, fuerzas externas influyen sobre los resultados del turismo, ante las cuales éste no tiene control. El “agente motor” del turismo es la fortaleza y salud económica en los mercados de origen. Otros factores están relacionados a temporalidad y distancia, o eventos extraordinarios no previsibles.

Una situación de economía nacional inestable y decreciente, durante el periodo del Plan Estratégico, causará implicaciones en el mercado interno.

Estos factores enfatizan la necesidad de planificación consistente y enfocada. El Plan Estratégico busca el fortalecimiento de alianzas entre la industria del turismo, Gobiernos Municipales, Departamentales y Gobierno Central para romper el vínculo entre factores externos y resultados turísticos, aprovechando de las oportunidades que se presentan en “tiempos difíciles”.

Los efectos de la globalización y la competitividad, constituyen una fortaleza para el turismo. De ahí que la mayoría de los países en vías de desarrollo e incluso desarrollados, están impulsando cada vez más a la actividad turística dentro de su estrategia productiva.

A pesar de la fluctuación del mercado, las perspectivas de crecimiento turístico en el corto y particularmente en el largo plazo se mantienen muy positivas con un fuerte y continuo “deseo de viajar” en ambos: mercados maduros y mercados emergentes.

En la actualidad el turismo interno es el mercado que más contribuye a la actividad turística de Coroico y Villa Tunari. El Plan Estratégico identifica acciones concretas para incrementar el número de visitantes nacionales. Ambos Municipios tienen el desafío de incorporar al turismo en su base productiva en forma profesional y efectiva.

Oportunidades

Coroico y Villa Tunari están “Relativamente” bien posicionadas para enfrentar retos futuros, satisfacer demandas de mercado y desarrollar nuevas oportunidades de turismo, en base a cambios globales y nuevas tendencias de consumo nacionales e internacionales.

Tendencias de Mercado	Oportunidades para el Turismo
Mercado Fragmentado Estilos de vida y características de importancia influyen el comportamiento de los consumidores dando lugar a un mercado cada vez más fragmentado.	Crear marcas y diferenciar para satisfacer los segmentos del mercado objetivo. Incentivar turismo de interés especial (mercados nicho).
Información Ilimitada Con el crecimiento de las comunicaciones, los consumidores están bien informados y crecientemente selectivos.	Proveer información importante, valor al dinero y sumar valor competitivo a la experiencia.
Mercado Personalizado los consumidores buscan reconocimiento individual en lugar de ser solo un número.	Priorizar los intereses personales y crear una ética de trato personalizado. Ajustar los productos, tanto como se pueda, para satisfacer necesidades individuales.
Búsqueda Colectiva Las personas están buscando nuevos valores, sentimientos e ideas y un sentido de continuidad y pertenencia.	Proveer experiencias turísticas que reflejen los valores tradicionales/locales, integridad, como ser historia, arte, cultura, vida rural, etc.
Salvar Nuestro Mundo Estas son preocupaciones crecientes sobre sostenibilidad del medio ambiente, responsabilidad y ética corporativa.	Diferenciar Coroico y Villa Tunari mostrando sensibilidad cultural y ecológica mediante acciones, oferta de productos e información.
Satisfacción Simple Las personas están buscando satisfacción personal y profesional. Dispuestas a intercambiar ingresos por tiempo libre.	Organizar feriado/excursiones/fines de semana/vacaciones alrededor de un tema principal, pero con alternativas de otras actividades acompañadas de comodidad y seguridad.
Caída de Símbolos Los consumidores son cada vez más escépticos y confían menos en los “monumentos” empresariales, gobiernos y personajes por mucho tiempo aceptados.	Ser genuinos. Utilizar y describir gente “real”. Proveer experiencias excepcionales para asegurar las recomendaciones “boca a boca”.
Vivir Más Las personas intentan conservarse jóvenes, involucrándose en actividades saludables y deportivas. Se preocupan del legado que dejarán.	Desarrollar productos y experiencias que se enfoquen en mantener la mente y el cuerpo sanos y activos. Desarrollar actividades deportivas y de “descubrimiento”.
Vida Sana – Sentirse Bien Es evidente el gran interés en remedios naturales y el “fitness”. Buena salud significa calidad de vida.	Enfocarse en verde, limpio, saludable y natural. Brindar oportunidades de reflexión /abstracción.

Tendencias de Mercado	Oportunidades para el Turismo
<p>Pequeños Placeres Consumidores estresados y cansados de la vida cotidiana, buscan satisfacción en lujos permisibles como un “premio” personal.</p>	<p>Ofertar pequeños descansos, feriados que rejuvenezcan y relajen, y proporcionen a los visitantes a una gama de experiencias y productos de calidad con valor agregado.</p>
<p>Distracción Escapar de lo cotidiano. Entretenimiento a través de actividades no convencionales.</p>	<p>Ofertar experiencias y aventuras como ser ciclismo de montaña, paseos, caminatas, canotaje, cabalgatas, y otros retos físicos, ya sean estas exigentes o fáciles.</p>
<p>Búsqueda de Seguridad Los acrecentados conflictos geopolíticos han ocasionado temor por uno y su familia.</p>	<p>Asegurar que Coroico y Villa Tunari sean destinos seguros donde los visitantes se sientan informados y seguros en todas las circunstancias.</p>
<p>Búsqueda de Significado Las personas esta en búsqueda de significado, volviendo a lo espiritual, buscando un sentido de vida.</p>	<p>Ofertar oportunidades y experiencias para “estar en contacto”, brindando un sentido de conexión y tiempo para reflexionar.</p>
<p>Respuestas ante Tendencias Con el ritmo de cambio actual, los gobiernos e instituciones por lo general quedan atrás respondiendo apropiadamente a tendencias y acontecimientos.</p>	<p>Asegurar que Coroico y Villa Tunari están adelante respondiendo y reinventando oportunidades según tendencias emergentes para un desarrollo sostenible.</p>

Determinación de Mercados

En un mercado de turismo altamente competitivo, los éxitos y beneficios se obtendrán mediante el conocimiento y entendimiento del mercado y el enfoque en los proyectos y negocios más rentables en términos de preferencia por visita, rentabilidad económica y valoración por lo que se oferta.

Mercado Interno (Doméstico)

El mercado interno continuará siendo el sustento turístico principal para Coroico y Villa Tunari. La demanda de turismo que en términos absolutos es bastante superior al turismo receptivo (internacional), ha registrado un crecimiento considerable durante los últimos años.

El mercado más rentable es el segmento de visitantes que viajan en vehículo por “cuenta propia” y en forma independiente, principalmente de las ciudades de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. Estos viajeros (familias por lo general) son un mercado crucial en el desarrollo y viabilidad del negocio del turismo en ambos municipios.

Mercado Internacional

Coroico y Villa Tunari tienen una tendencia creciente del turismo en el ámbito internacional.

Al mismo tiempo que ambos Municipios deben mantener y continuar desarrollando el mercado interno, el crecimiento futuro y valor exportable resultará del sector internacional.

Las tendencias del mercado internacional de turismo indican un potencial positivo para Bolivia como destino nuevo y emergente para el desarrollo de experiencias, productos y servicios turísticos.

Coroico y Villa Tunari deben aprovechar de la tendencia ascendente en el deseo de turistas como de viajeros de negocios de tener experiencias de carácter cultural, y en particular tener contacto directo con las comunidades, así como por el interés de turismo de aventura y actividades al aire libre y contacto estrecho con la naturaleza.

Coroico y Villa Tunari deberán fortalecer y mantener el enfoque en los siguientes mercados objetivos: Francia, Alemania, Inglaterra, Estados Unidos, España, Argentina, Chile, Perú, Brasil, Israel, resto de mercados.

Marca y Posicionamiento

Para el 2010, la misión de ambos Municipios es desarrollar íntegramente la “*Experiencia Coroico y Villa Tunari*”. Esto posesionará a Coroico y Villa Tunari como las primeras opciones turísticas memorables de aventura, naturaleza, y descanso; festivales y ferias; productos agrícolas y étnicos.

En la medida que el interés interno e internacional crece por destinos auténticos. Coroico y Villa Tunari deben trabajar para posesionarse en el mediano plazo como destinos “especiales” basados en su rica naturaleza y experiencias al aire libre, sus características geográficas y estilo de vida sana.

Vive Coroico y Villa Tunari

Destinos limpios, verdes y ecológicos, con clima tropical, actividades al aire libre, de aventura, exploración, retos físicos suaves y extremos, diversión y descanso; saludables y rejuvenecedores, innovadores.

Considerando la tendencia por un turismo de aventura, exploración y naturaleza, Coroico y Villa Tunari proporcionan excelentes oportunidades para establecer una imagen y marca a nivel nacional e internacional.

El Plan Estratégico de Turismo Coroico y Villa Tunari 2006-2010 se estructura sobre esta ventaja competitiva a través de valorizar y desarrollar experiencias especiales basadas en la naturaleza, medio ambiente y ecoturismo.

En el mercado interno, Coroico y Villa Tunari deben posesionarse como destinos especiales donde los visitantes pueden realizar tours por cuenta propia.

Tanto en el mercado nacional como internacional, la marca *Vive Coroico y Villa Tunari* posesionará a Coroico y Villa Tunari como los destinos de autentico descubrimiento en Bolivia.

Las personas hoy en día dan un elevado valor a contactos, medio ambiente, tradición y servicios amigables personalizados.

Esta marca simboliza y personaliza el mensaje y la experiencia. Entrega un contenido destacado invitando a experiencias auténticas de vivir el presente y sentir aspiraciones futuras.

Los esfuerzos compartidos y concertados por autoridades, asociaciones, empresas y demás actores/agentes involucrados en la actividad turística para desarrollar esta persuasiva y particular imagen especial de Coroico y Villa Tunari beneficiarán a todos los emprendimientos y negocios que operan en ambas regiones.

El mensaje clave será que los productos (turísticos, productivos) de Coroico y Villa Tunari no son solamente especiales, sino que vienen de lugares especiales. Coroico y Villa Tunari serán considerados como centros verdes y naturales de excelencia, una experiencia inolvidable, que “no se puede perder”.

Nota.- Para fines del presente documento y facilitar la exposición se ha tomado en cuenta la marca “vive” para ambos Coroico y Villa Tunari. Sin embargo cada uno debe tener su propia marca y diferencia.

Desafíos de la Industria Turística

Para capitalizar las emergentes tendencias globales y oportunidades, la industria del turismo y los Municipios de Coroico y Villa Tunari, deben plantearse los siguientes retos para construir una industria firme y elástica, internacionalmente competitiva:

Conocimiento. Mejorando el entendimiento del mercado de Coroico y Villa Tunari y valorizando la oferta.

Destacar. Mejorando el carácter de los atractivos turísticos de Coroico y Villa Tunar valorizando las fortalezas y atributos naturales.

Política. Creando políticas estratégicas efectivas en cuanto a gestión y medio ambiente para asegurar un turismo sostenible.

Distribución de Beneficios. Incentivando la visita a los atractivos turísticos mediante el mejoramiento de los mismo basados en sus fortalezas naturales.

Infraestructura. Mejorando la calidad de las instalaciones de hospedaje y comida que son parte vital y reflejan la experiencia turística.

Asegurando que el resto de los servicios básicos e instalaciones (agua, energía, telefonía, terminal de buses, caminos, señalización, bancos, basura, comida, manejo ambiental, etc) optimicen la estadía de los visitantes.

Inversión. Mejorando el turismo como una opción de inversión atractiva, especialmente inversión “verde”.

Acceso. Ofreciendo acceso rápido, conveniente y seguro tanto a las poblaciones de Coroico y Villa Tunari, como a las comunidades y a los atractivos turísticos (caminos, información, sistema de ingresos, señalización, guías, etc).

Estándares. Asegurando profesionalismo industrial y confiabilidad a fin de conseguir satisfacción de los clientes.

Habilidades. Asegurando la correcta oferta de recursos humanos en cuanto a capacidades y habilidades en relación al entorno donde se desenvuelven y trabajan.

Beneficio de la Industria. Mejorando las practicas empresariales, asociaciones y alianzas, maximizando eficiencia en la rentabilidad.

Asegurando mayores retornos económicos por el turismo mediante una mayor permanencia y mayor gasto por los visitantes.

Tecnología. Siendo innovadores y aprovechando las ventajas de la tecnología sin perder el “toque personal”.

Unión de la Industria. Asegurando una firme y enfocada capacidad para representar la visión y necesidades de la Industria; movilizandoy compartiendo recursos.

Manejo de Riesgo. Manejando el impacto de factores externos, brindando a los visitantes seguridad y protección.

Sostenibilidad. Monitoreando la integridad cultural, medio ambiental y experiencias características propias del lugar.

Visión

La visión de Coroico y Villa Tunari cambiará la manera de cómo la gente piensa del turismo. Se reconocerá a la industria turística de ambos lugares como la actividad más dinámica y de mayor contribución en términos económicos, sociales y medio ambiente. Motivará a todo el resto de las regiones a competir vigorosamente siendo innovadores, colaboradores, sostenibles y siempre construyendo sobre sus propias fortalezas.

La visión de Coroico y Villa Tunari es convertirse en líderes motivadores en turismo innovador y sostenible.

El turismo será una industria altamente rentable, apasionante, dinámica y participativa ofertando a los visitantes una experiencia única en Coroico y Villa Tunari.

Diferenciará y posesionará a Coroico y Villa Tunari como lugares motivadores de aprendizaje, ideas, innovación y oportunidades económicas en el desarrollo sostenible ecológico.

Al desarrollar la industria del turismo se tendrán que tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- Concentrarse en las particularidades únicas
- Compartir genuinamente el estilo de vida
- Crear experiencias destacadas y de primer nivel
- Respetar y mejorar la biodiversidad, entorno natural, cultura y tradición

Mediante colaboración concertada entre todos los actores, el turismo ayudará a construir una marca especial distintiva y propia (limpio y verde), que cambiará la manera de hacer negocios en Coroico y Villa Tunari, y la forma como la gente percibe a ambos Municipios.

Turismo Sostenible

La sostenibilidad es el punto central del Plan Estratégico y siendo el turismo una actividad rentable, es la llave para resultados de calidad.

Las sociedades rurales y las comunidades tradicionales viven procesos de transformación y perturbación importantes, como consecuencia de la tendencia a la "globalización" que caracteriza la economía mundial en la actualidad. El desarrollo sostenible ha sido promovido como una opción válida para enfrentar exitosamente los procesos cuya intensidad ha hecho prever cambios significativos en los estilos de vida, sistemas de valores y de trabajo. En ese sentido el turismo ofrece potencialidades en el marco de la sostenibilidad.

Coroico y Villa Tunari se constituyen en los dos primeros municipios de Bolivia en lograr la Declaratoria como Zonas Prioritarias de Desarrollo Turístico en el marco de la Ley 2074, de manera que deben tomar muy en serio la visión y desafíos de ser líderes en turismo innovador y sostenible.

En la actualidad, los principales agentes "motores" del turismo toman muy en cuenta:

- La influencia de aspectos de protección y conservación de recursos naturales (medio ambiente) en los consumidores al momento de elegir un destino turístico.
- El deseo por turismo comunitario (rural) auténtico.
- La necesidad de administrar el crecimiento turístico de manera sostenible.

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

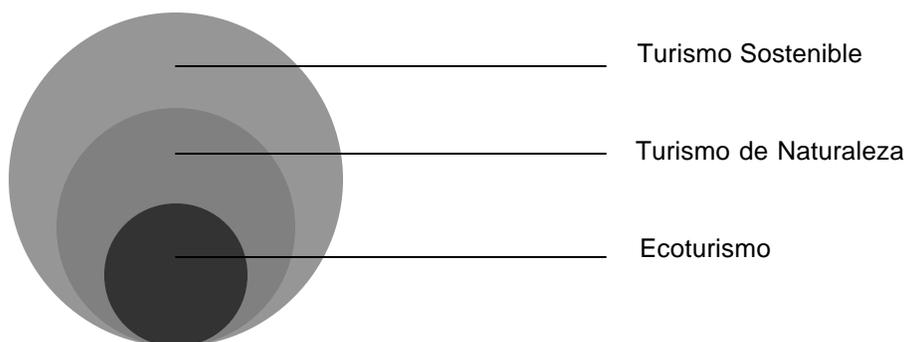
El desarrollo del turismo sostenible de orientación ecológica requiere de la acción de todos los actores/agentes involucrados en este tipo de acciones como lo señala la Organización Mundial del Turismo (OMT) : *"...un turismo sostenible, que satisfaga las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras de hoy día, pero que también proteja y mejore las posibilidades del turismo futuro...el turismo sostenible no puede funcionar únicamente a base de imposiciones de la administración pública; es preciso, además, que el sector turístico privado acepte ese concepto y coopere en su ejecución, así como que las comunidades locales y los turistas mismos presten su colaboración al proceso".*

Recientemente, el término sostenibilidad ha llegado también a acoger la amplia interacción entre económicamente deseable, y resultados sociales y de medio ambiente.

Para posesionar efectivamente a Coroico y Villa Tunari como motivadores en turismo sostenible, ambos Municipios deben involucrarse en debates e iniciativas referentes a sostenibilidad turística, aplicando criterios locales.

El turismo también debe involucrarse con temas amplios de sostenibilidad en otros espacios, como ser el manejo y aprovechamiento de recursos naturales y áreas protegidas. Para ello es importantes mantener una estrecha relación con organizaciones e instituciones relacionadas a este tema como ser Conservación Internacional, Natural Conservancy, Trópico, SERNAP.

Figura 3: La relación entre Turismo Sostenible, Turismo de Naturaleza y Ecoturismo



Turismo Sostenible:

Es turismo rentable. Es el “motor” para hacer cada negocio de turismo y viajero ecológico y culturalmente sensible mediante la integración del cuidado y práctica de conservación y protección del medio ambiente y respeto cultural en todos los aspectos del producto turístico y su consumo. Esto significa Sostenibilidad general en turismo.

Turismo de Naturaleza:

Es cualquier actividad turística o experiencia relacionada al entorno natural, ya sea para descanso, esparcimiento, descubrimiento o aventura.

Ecoturismo:

Es un segmento (nicho) de mercado motivado por la naturaleza donde el estímulo principal es aprendizaje, contemplación, protección y conservación. Es especializado, de baja-carga, discreto, educativo, orientado a la preservación y beneficia tangiblemente a la comunidad o al recurso natural.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo lo define como *“el viaje responsable decidido y respetuoso que crea un entendimiento de la historia cultural y natural, en tanto salvaguarda la integridad de los ecosistemas, produciendo beneficios a la comunidad e impulsando la conservación. El Ecoturismo implica un enfoque científico, estético y filosófico, con un alto grado de interpretación y educación, y con respeto a la integridad de las comunidades receptoras”*.

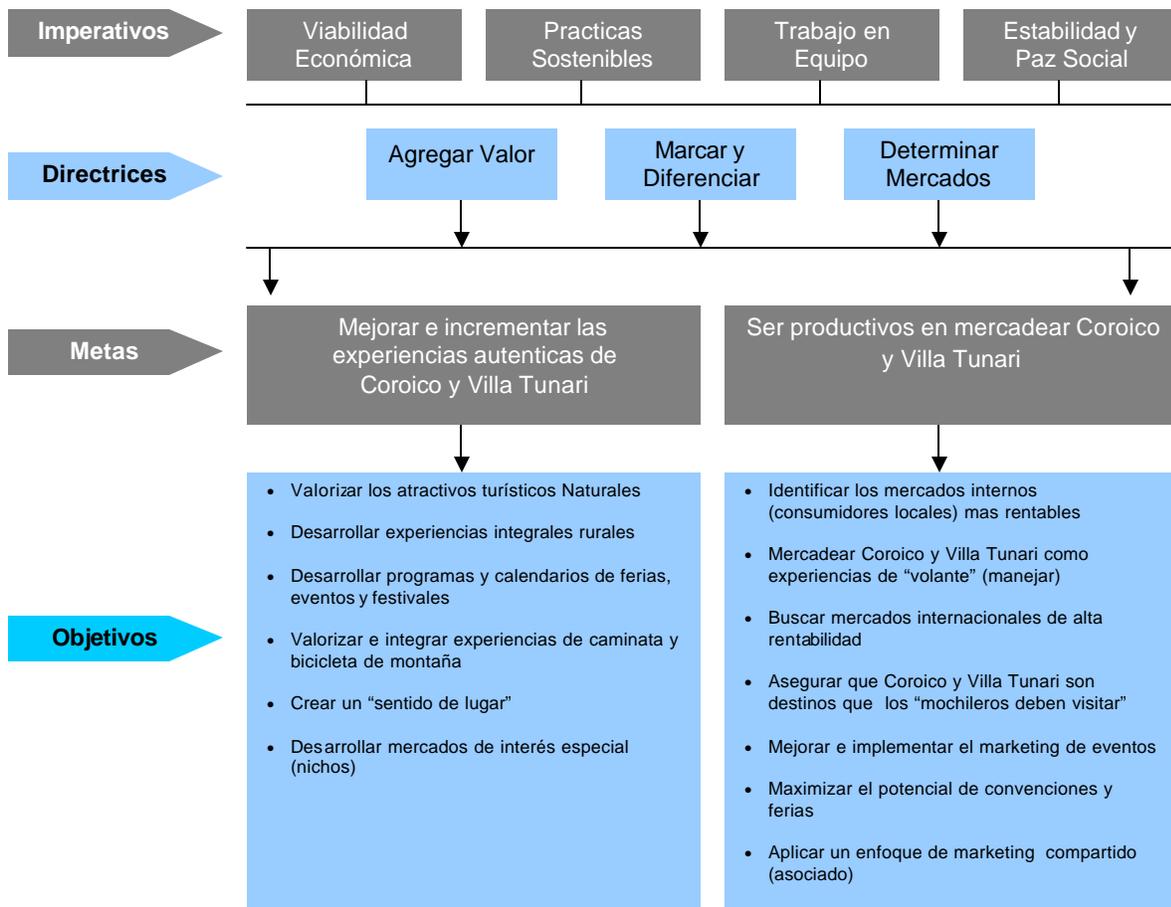
Metas y Objetivos

Para lograr la visión de ser líderes motivadores en turismo innovador y sostenible, el Plan Estratégico de Turismo Coroico y Villa Tunari 2006-2010, identifica cuatro metas claves:

- Mejorar e incrementar las experiencias auténticas
- Ser productivos en mercadear Coroico y Villa Tunari
- Lograr políticas , inversión y desarrollo estratégico
- Desarrollar una industria rentable y profesional

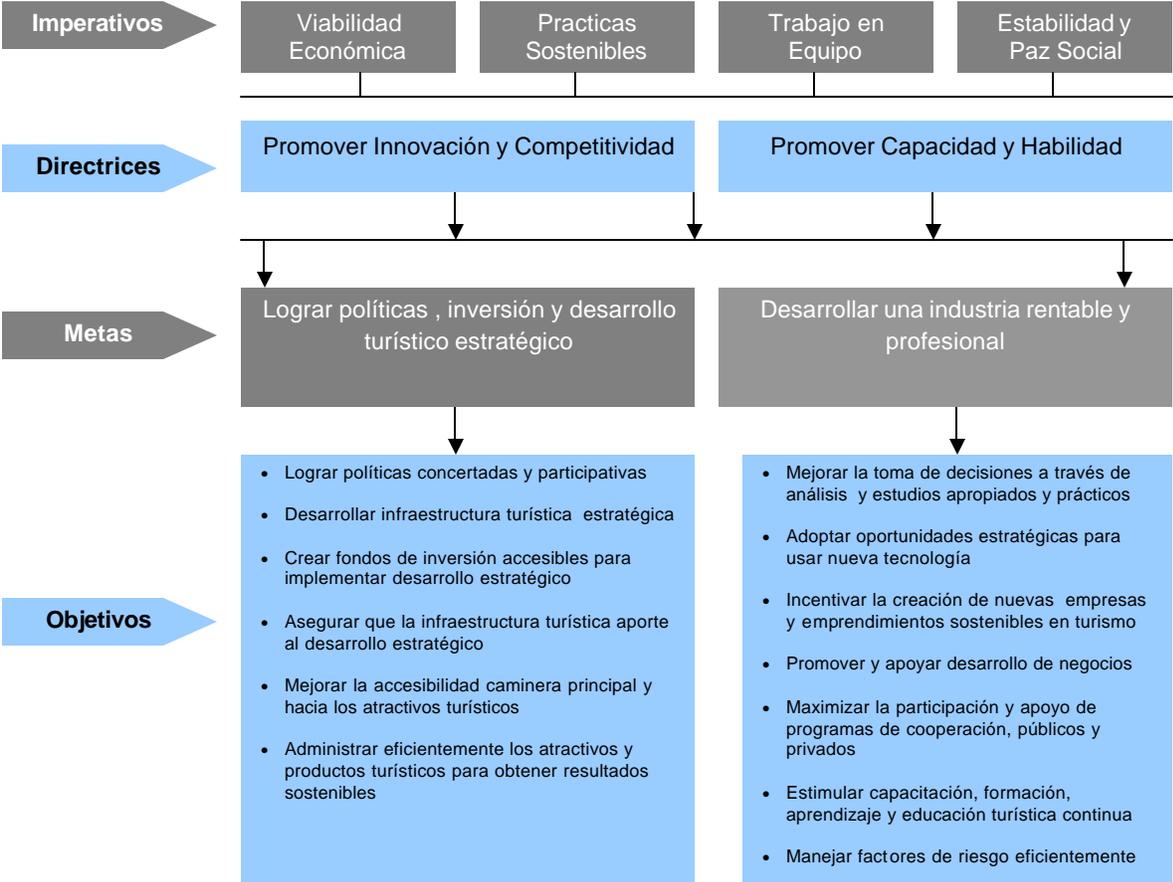
Para alcanzar esto, la industria turística de Coroico y Villa Tunari debe fijar tres directrices para mejorar y desarrollar las experiencias auténticas y ser productivos en mercadear ambos Municipios.

- **Agregar Valor** a los atractivos (activos) naturales y culturales y experiencias auténticas
- **Marcar y Diferenciar** experiencias turísticas existentes y productos que satisfagan los intereses especiales o “nichos” de mercados.
- **Determinar Mercados** tanto nacionales como internacionales para incrementar la participación del mercado turístico nacional.



Los gobiernos Municipales, Departamentales y Gobierno Central deben dirigir su política para incentivar inversiones en la industria turística y para implementar y apoyar un desarrollo de la actividad estable y rentable a través de:

- **Promover Innovación y Competitividad** facilitando el desarrollo de inversiones en productos innovadores.
- **Promover Capacidad y Habilidad** mediante alianzas estratégicas y asociaciones empresariales.



Meta 1

Mejorar e incrementar las experiencias auténticas de Coroico y Villa Tunari

Sostenibilidad económica, social y medio ambiental es fundamental para el Plan Estratégico de Turismo Coroico y Villa Tunari 2006-2010.

Para conseguir esto, el desarrollo del turismo debe ser “derivado” en lugar de “fabricado”, valorizando los atractivos naturales y culturales.

El objetivo es ser destinos turísticos no convencionales (tradicionales) con sitios únicos, atracciones y actividades que pueden compartirse con los visitantes.

A medida que los recursos naturales y culturales auténticos disminuyen alrededor del mundo, el entorno natural “relativamente no intervenido” de Coroico y Villa Tunari será valorizado gradualmente por los turistas.

El desafío para Coroico y Villa Tunari no es como controlar la presión turística, sino más bien como motivar un desarrollo adecuado, primordialmente.

La industria, los Gobiernos Municipales e instituciones deben apoyar experiencias y productos turísticos que son parte genuina de Coroico y Villa Tunari y que están relacionados con las atracciones naturales y culturales auténticas del área (comunidades).

El turismo es potencialmente una herramienta muy útil para la protección y conservación del medio ambiente ya que muestra e interpreta los valores del entorno natural y cultural.

Una alianza entre la economía del turismo y la conservación se realizará mediante el liderazgo motivador, desarrollo de atractivos turísticos y experiencias inolvidables trazadas en Plan Estratégico.

El Plan propone estimular el apoyo para el desarrollo e implementación de productos ecoturísticos competitivos y sostenibles en Coroico y Villa Tunari, que contribuyan a las estrategias y gestión de las componentes de manejo turístico: Municipios, áreas protegidas y pueblos indígenas, a través de acciones específicas en planificación, infraestructura, capacitación y marketing, creando así oportunidades económicas complementarias

Objetivo 1.1

Valorizar los Atractivos Turísticos Naturales

Atracción por la naturaleza, medio ambiente “no dañado”, flora, fauna, paisaje, parques, son los principales criterios que los turistas consideran al momento de elegir sus vacaciones, excursiones o visita de fin de semana.

El 85% de los turistas internacionales que visitan Bolivia están motivados por experiencias sobre la naturaleza, siendo por lo menos un 50% de estos dedicados a un turismo ecológico.

Los atractivos de Coroico y Villa Tunari aún no están totalmente valorizados por el mercado. Esto se debe a que en la mayoría de los casos los atractivos naturales no cuentan con las condiciones adecuadas y no son mostrados como productos únicos e inolvidables.

En Coroico y Villa Tunari existen excelentes oportunidades para desarrollar diversas experiencias y productos especiales de naturaleza y eco-turísticos de gran calidad y atracción. El Parque Cotapata y el Parque Carrasco tienen potencial para incluir arqueología como parte de su oferta eco-turística.

La industria y ambos Municipios pueden hacer esto creando marca y diferenciando las áreas protegidas (parques), flora y fauna y áreas naturales para determinar mercados nacionales e internacionales.

El Plan Estratégico incentiva la distribución de beneficios en toda la cadena, estimulando generación de negocios que motiven conciencia ambiental y generen recursos para proteger y manejar los activos naturales.

Estrategias

1. Desarrollar guías de acción “acordes con la naturaleza”, utilizando diseños y técnicas ecológicas y tecnologías innovadoras/creativas.
2. Desarrollar o adecuar infraestructura e instalaciones ecológicas en los destinos y atractivos turísticos.
3. Desarrollar alianzas estratégicas y de coordinación permanente entre instituciones público y privadas.
4. Desarrollar y fortalecer la imagen de Coroico y Villa Tunari como destinos “verdes”, “eco” y aprovechar del turismo como herramienta para conseguir financiamientos relacionados con programas de conservación.
5. Desarrollar con el SERNAP y las instancias que correspondan una Plan Estratégico Turístico para los Parques (Parque Nacional Cotapata, Parque Nacional Carrasco y Parque Nacional Isiboro Secure). Promover apropiadamente estas áreas protegidas donde el turismo debe ser una prioridad. Desarrollar dos planes piloto.
6. Revisar y actualizar estrategias de naturaleza y ecoturismo.
7. Establecer una red de las actividades ecoturísticas relacionadas a iniciativas locales, regionales y nacionales.
8. Incentivar negocios de turismo con enfoques sobre la naturaleza que incorpore una interpretación de alta calidad como parte de su producto.
9. Instruir y formar recursos humanos sobre temas de medio ambiente y conservación (interpretación y educación ambiental).
10. Apoyar el desarrollo y marketing de productos especiales y únicas como ser las Cuevas del Repechon en Villa Tunari o el Camino Prehispánico del Choro (del Inca) en Coroico.
11. Promover desarrollo sostenible y gestión en los atractivos jerarquizados en los Documentos Técnicos Zonas Prioritarias de Desarrollo Turístico.

Objetivo 1.2

Desarrollar Experiencias Integrales Naturales

Los Yungas en La Paz y el Trópico en Cochabamba se sitúan entre los lugares mas visitados durante vacaciones, feriados y fines de semana. Ambos Coroico y Villa Tunari han sido identificados como destinos con alto potencial de beneficio económico derivado del turismo.

Coroico y Villa Tunari se diferenciarán de otros destinos a nivel nacional posesionándose como productos y experiencias “verdes”.

Las principales atracciones de Coroico y Villa Tunari son su clima, biodiversidad ecológica, balnearios naturales, espacios para acampar, senderos para paseos y caminatas, flora, fauna, parques de recreación, turismo ambiental, deportes como el trekking, bici de montaña, kayaking, cañoning pesca controlada, rutas a caballo.

Ambos municipios se posesionarán como experiencias de aventura, exploración, naturaleza, descanso, rural, típico y original. Esto incluye oportunidades de enlaces con comunidades y experiencias agro-rurales (café, palmitos, piña, banano), y etnoturismo (artesanías, actividades culturales de las comunidades indígenas, Saya), y la valoración científica de diferentes pisos y biodiversidad ecológica.

El desafío es incentivar desarrollo innovador, sensitivo al medio ambiente de productos e infraestructura en los sitios donde se encuentran los atractivos turísticos, promoviendo y preservando una experiencia auténtica y única.

Estrategias

1. Promover el desarrollo de refugios/cabañas/hospedajes e instalaciones pequeñas, sostenibles, de diseño apropiado con el medio y de calidad en sitios turísticos.
2. Valorizar la experiencia turística desarrollando agro-turismo mostrando los productos agrícolas, culturales mediante tours guiados. Implementar mejores lugares (puntos) de venta de estos productos promocionando su calidad.
3. Implementar centros de interpretación (uno en Coroico y uno en Villa Tunari) para informar, presentar y fomentar los atractivos turísticos, productos agrícolas, la riqueza natural y las atracciones turísticas.
4. Desarrollar puntos de parada/informacion (que tengan miradores, baños, comida, etc) a lo largo de las carreteras La Paz-Coroico (nueva y antigua) y Cochabamba-Villa Tunari, proporcionando bienes y servicios para quienes viajan en vehículos, bicicletas, o caminando.
5. Mejorar accesos a los atractivos turísticos priorizando los de mayor valor turístico.
6. Incrementar el perfil, la presentación e interpretación de los aspectos tradicionales, culturales, históricos, paisajes, flora, fauna.
7. Desarrollar y promover la relación entre atractivos turísticos y actividades de recreación/deporte como ser bicicleta, caminatas, actividades de río, etc.
8. Desarrollar y promover negocios entre las agencias prestadoras de servicios en La Paz y Cochabamba y las empresas, personas, comunidades involucradas en turismo de Coroico y Villa Tunari.

Objetivo 1.3

Desarrollar Programas y Calendarios de Ferias, Eventos y Festivales

Coroico y Villa Tunari deben caracterizarse por ser “Municipios Festival”, y desarrollar una reputación nacional (a futuro internacional) por ofrecer eventos de calidad, creativos y bien organizados, relacionados a comida y café, artesanía, cultura y música.

Un calendario anual de eventos exitosos posesionarán a Coroico y Villa Tunari como lugares donde “todo tiempo es bueno para visitar, ya que siempre hay algo atrayente” Esto ayudará a compensar la temporada de bajo flujo turístico.

Eventos que aporten positivamente la imagen de Coroico y Villa Tunari. De gran participación que eleven el perfil local (y regional) y generen resultados económicos positivos. Eventos que proporcionen una diversidad de actividades durante el año.

Estos eventos proporcionan oportunidades de valorizar aun más la oferta turística, marcar y diferenciar, trabajar en equipo y determinar mercados, a nivel nacional e internacional.

Estrategias

1. Aprovechar mayores oportunidades en eventos existentes exitosos. La Saya (Coroico), Feria del Pescado, Feria del Verano (Villa Tunari).
2. Revisar el calendario de eventos e identificar otros mercados potenciales para nuevos eventos.
3. Asegurar un balance de actividades en el transcurso del año.
4. Incrementar negocios relacionados a ferias, eventos y festivales entre entidades publicas y privadas a fin de lograr un marketing combinado y eficiente adjudicación por proyecto.
5. Efectuar eventos “relativamente” grandes incluyendo la difusión de las experiencias y productos turísticos de Coroico y Villa Tunari para motivar una mayor estadía, antes y después del evento.

Objetivo 1.4

Valorizar e Integrar experiencias de caminatas (trekking) y bicicleta de montaña

Las actividades de caminata y bicicleta de montaña son iconos muy importante de Coroico y Villa Tunari.

El turismo en Coroico y Villa Tunari se debe enfocar en el concepto de grandes espacios de campo verdes y un sentido de libertad. Caminatas y bicicleta son experiencias naturales relacionadas a conceptos de espacio, naturaleza, libertad y salud.

Ambas actividades están entre las actividades de recreación más populares para gente nacional como para visitantes extranjeros. Cabalgatas a caballo, canotaje (rafting y kayak), paseos ligeros y camping son otras formas agradables de disfrutar el campo.

Existen muchas experiencias de trekking accesibles en Coroico y Villa Tunari, entre las más importantes en Coroico están el Camino del Choro (Inca) y la Ecovia Chuspipata-Chovacollo, y en Villa Tunari, Caminando en las Nubes.

La actividad de bicicleta de montaña en La Paz-Coroico es un gran producto turístico, que atrae a más de 22,000 personas año, siendo el 90% extranjeros. La apertura del nuevo camino desviará el tráfico vehicular, de tal forma que la vía actual será más segura para la practica de bici de montaña y el número de personas que realicen este deporte se incrementará notablemente, aun más considerando que hay un gran potencial en el mercado interno.

Estas actividades son un complemento importante al mercado del “volante” (viajar en vehículo), ya sea en el mercado masivo o el “nicho” de mercado. Ofrecen al visitante cosas para ver y hacer, y a través de buena información interpretativa, lo conectan con el medio ambiente natural y cultural.

Estas actividades ayudarán al turismo a unir, influir y valorizar otras iniciativas importantes, agregando valor a la autenticidad y significado de la experiencia turística.

Sin embargo es necesario desarrollar un posicionamiento consistente y estratégico de los productos en el mercado, mejorar los accesos, infraestructura y marketing, formar recursos humanos.

Estrategias

1. Fortalecer las relaciones entre empresas, agencias, organizaciones e instituciones de turismo, parques y de recreación.
2. Analizar los mejores productos de caminata y bicicleta y mejorar la calidad turística relacionada a la dinámica de estas actividades (deportes), asegurando mayor consistencia y seguridad de los productos.
3. Integrar experiencias de caminata y bicicleta en la promoción y marketing de Coroico y Villa Tunari.
4. Mejorar la relación con establecimientos de hospedaje y comida ya existentes y desarrollar nuevas instalaciones y servicios en lugares estratégicos. Desarrollar la Ecovia Chuspipata-Chovacollo en Coroico.
5. Mejorar la “leyenda” interpretativa en caminos y senderos importantes (Camino del Choro, la Ecovia, Caminando en las nubes).
6. Fortalecer puntos focales y comunidades y relacionar eventos y productos agrícolas mediante oportunidades de negocios relacionados con caminata y bicicleta.
7. Implementar reglamentos y manejo para ambos bicicletas y caminatas
8. Preparar un plan de negocios y marketing para estas actividades.

Objetivo 1.5

Crear un “sentido de lugar”

Un destino autentico se define por sus comunidades o “lugares especiales”, que son parte integral de la cultura y vida cotidiana de la gente del lugar.

Estos sitios especiales reflejan el alma, carácter y el calor de un destino. Le dan un sentido de lugar y sentido de continuidad con el pasado. Es la gente local que da a estos lugares un sentido de valor y vibración.

Coroico y Villa Tunari tienen lugares especiales como ser la población de Tocaña (donde habitan familias afro bolivianas), el cerro Uchumachi, la Ecovia Chuspipata/ Chovacollo, El Choro, Supay Punku en Coroico. Las Cavernas del Repechon (el santuario de vida silvestre), Parque Machia(refugio de fauna silvestre), Circuito Indígena Trinitario Yuracare, Isiboro Secure, Laguna Paraíso en Villa Tunari.

Estrategias

1. Incorporar los lugares especiales de Coroico y Villa Tunari en la difusión y marketing.
2. Identificar oportunidades a través del procesos de planificación y estrategia de turismo para redesarrollo y revitalización de estos lugares.
3. Participar en o desde los primeras fases de planificación para revitalización de proyectos e iniciativas.
4. Apoyar apropiadamente la revitalización de estos lugares: marketing y soporte en negocios y desarrollo de productos.

Objetivo 1.6

Desarrollar mercados de interés especial

Coroico y Villa Tunari se posesionarán como “especiales” en lugar de “convencionales o tradicionales”.

Al mismo tiempo que Coroico y Villa Tunari captan activamente mercados de consumidores convencionales tales como el mercado del “volante”, ambos pueden perfectamente atraer mercados especiales (nichos) de alta rentabilidad.

Un mercado “nicho” es aquel donde la motivación principal de los visitantes es la participación e intervención en una actividad de interés particular, (por ejemplo, observación de aves, flora y fauna, caminatas y paseos especiales, productos étnicos). A pesar de que este interés personal es la clave para decidir la visita, es muy probable que estas personas participen en otro tipo de actividades.

En el marco del posicionamiento estratégico de Coroico y Villa Tunari, existen oportunidades potenciales relacionadas a existentes y nuevas operaciones para valorizarlas, crear marcas y diferenciarlas; para desarrollar y atraer estos mercados de interés especial.

Oportunidades para mayor desarrollo incluyen, parques naturales, agroturismo, educación, salud, etnoturismo, bicicleta, caminatas, el mercado del “volante”, parque Machia.

Estrategias

1. Desarrollar turismo rural, buscando las mejoras agropecuarias y las posibles iniciativas de agronegocios que pueden incluir artesanías.
2. Fortalecer y mejorar los negocios establecidos de bicicletas, caminatas, cabalgatas a caballo, canotaje.
3. Con el SERNAP y otras organizaciones e instituciones desarrollar programas especiales en los parques y áreas protegidas de Coroico y Villa Tunari. Analizar y determinar los grupos principales con interés en parques y conservación.
4. Explorar alternativas potenciales para desarrollar turismo espiritual y la unión con tradición, naturaleza, cultura comunitaria o indígena, salud y bien estar.
5. Incentivar la colaboración de tiendas y negocios especializados (productos ecológicos, naturales, artesanías), agencias de viaje y otras para posesionar Coroico y Villa Tunari como destinos especiales, con productos especiales. Crear sellos, marcas y precintos para productos.
6. Desarrollar y mercadear eficientemente campamentos educativos y oportunidades de excursión educativa, particularmente con colegios y universidades.

Meta 2

Ser productivo mercadeando Coroico y Villa Tunari

Mercadear Coroico y Villa Tunari como destinos turísticos es una tarea complicada que implica estudios sobre tendencias nacionales y globales; fijar metas de crecimiento; posicionamiento y marca; agrupar productos e información; y desarrollar destinos para mercados determinados (mercados objetivo).

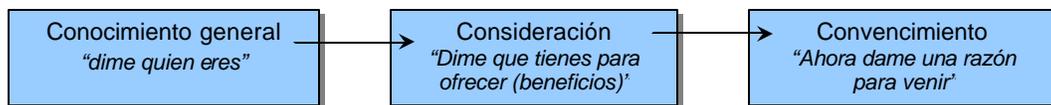
En un mercado de turismo altamente competitivo, Coroico y Villa Tunari deben ser estratégicos y enfocados a entregar un mensaje claro y consistente.

Estudios y análisis muestran que el mercado por lo general no tiene conocimiento claro de Coroico y Villa Tunari como destinos turísticos, con muy poco conocimiento/entendimiento de lo que hay para “ver y hacer”. Se requiere un compromiso a largo plazo para educar el mercado y cambiar actitudes.

La industria y los Municipios con el apoyo de las Prefecturas, Viceministerio de Turismo, organizaciones e instituciones público y privadas, tendrán que realizar mayores esfuerzos para alcanzar un marketing e información de calidad, y diseñar campañas para enseñar a los potenciales visitantes sobre las atracciones de Coroico y Villa Tunari.

El propósito es incrementar y mover al consumidor del conocimiento general popular que tiene sobre lo que Coroico y Villa Tunari ofertan, a mostrarle los beneficios de ambos Municipios como destinos de vacaciones, feriados, fines de semana y finalmente darle una razón para venir.

Figura 4: Influir la Decisión del Consumidor



La industria y los Municipios tendrán que trabajar coordinadamente para incrementar el rendimiento de los esfuerzos de marketing. Se deberán mejorar los procesos de evaluación promocional.

Coroico y Villa Tunari deben aprovechar que son la “puerta de ingreso” para los Yungas de La Paz y el Trópico de Cochabamba, respectivamente y ambos para la Amazonia Boliviana. Es un buen momento para introducir operaciones denominadas “verdes” o “eco” en actividades que ya existen, de tal forma que estos negocios pueden posesionarse en el mercado efectuando ajustes y mejoras.

La diversificación de los mercados en el turismo receptivo constituye una tarea tendiente a disminuir el riesgo o vulnerabilidad, frente a eventos que afecten el entorno económico, social y político en los mercados emisores.

Potenciar la imagen turística de Coroico y Villa Tunari a través de la generación de sinergias y el diseño de una Estrategia de Marca son elementos indispensables para el logro de una adecuada extensión y fortalecimiento del valor del destino de ambos Municipios.

Respecto al mercado interno, la ciudadanía necesita más incentivos y motivos para viajar en el país. En este sentido el Plan Estratégico está orientado a aumentar la exposición de los productos turísticos de Coroico y Villa Tunari, enfatizar las actividades asociadas a los destinos y penetrar el mercado por múltiples canales, por medio de alianzas estratégicas. En definitiva hacer de Coroico y Villa Tunari destinos vacacionales para todo el año, sobre la base de una oferta competitiva y una demanda creciente.

Objetivo 2.1

Identificar los mercados internos (consumidores locales) más rentables

Puesto que mercadear y promocionar turismo es caro y altamente competitivo, los esfuerzos de Coroico y Villa Tunari se deben enfocar a conseguir los resultados más productivos.

Los esfuerzos deben enfocarse en aquellos mercados con mayores niveles de rentabilidad.

En términos generales, los mercados internos más rentables para Coroico y Villa Tunari son familias, jóvenes profesionales, personas de mediana edad y personas retiradas prósperas. Sin embargo este grupo de personas tiende a decidir por viajar al exterior o tomar vacaciones en las ciudades como Santa Cruz o Cochabamba.

El desafío para Coroico y Villa Tunari es atraer a esos visitantes brindando mejor calidad en servicios y productos y desarrollando mayores alternativas y experiencias de visita (atractivos y actividades turísticas). Ambos lugares cuentan con infraestructura hotelera “buena”, de manera que el objetivo es concentrarse en servicios, calidad y atención al cliente.

Estrategias

1. Desarrollar un Plan Estratégico de Marketing para Coroico y Villa Tunari (incluye una “estrategia de marcas”, y plan de objetivos para promocionar productos) .
2. Mejorar e implementar técnicas de análisis y marketing para tener un conocimiento cabal sobre los mercados potenciales para Coroico y Villa Tunari.
3. Promover las diferentes experiencias y los productos que ofrece Coroico y Villa Tunari.
4. Mejorar y fortalecer los productos actuales, especialmente en términos de infraestructural instalaciones, servicios y promoción, que permitan cautivar y atraer estos mercados.
5. Diseñar y administrar los servicios públicos (comunicación, seguridad, agua) de acuerdo al tamaño y condiciones de la zona.
6. Revisión de los procesos de alimentación tanto de la población local de Coroico y Villa Tunari como de la población visitante, enfatizando la gastronomía local.
7. Asegurar la disposición de basura y el tratamiento de los desperdicios.
8. Incrementar el grado de información y entendimiento sobre Coroico y Villa Tunari, mostrando sus productos, infraestructura y atractivos naturales a jóvenes profesionales y personas de mediana edad mediante un marketing determinado.
9. Desarrollar una variedad flexible de paquetes y recorridos turísticos para atraer mercados seleccionados y exigentes.
10. Revisar y diseñar material informativo, promocional y “souvenirs”, asegurando el uso más productivo y eficiente de los recursos para satisfacer las necesidades de los visitantes.

Objetivo 2.2

Mercadear Coroico y Villa Tunari como experiencias de “volante” (manejar)

El mercado interno produce positivamente la viabilidad del negocio turístico de Coroico y Villa Tunari, aportando más del 70% de los visitantes.

Claramente podemos indicar que el mercado totalmente independiente “del volante” (manejar vehículo) es el mercado que más contribuye en términos de interés de visita, número de visitantes y utilidad. El mercado “del volante” se relaciona a los segmentos de fin de semana, excursiones, paseos, feriados y vacaciones.

Todas las personas saben como tomar una vacación en vehículo. La idea es que este mercado considere a Coroico y Villa Tunari entre las mejores opciones para visitar manejando, donde el viaje es tan atrayente como el destino.

La industria y los Municipios tendrán que facilitar al mercado del “volante” con Centros de Información al Visitante, material (rutas manejables y mapas), infraestructura (paraderos), y señalización para hacer el viaje interesante, sorprendente, y de fácil acceso.

Existen oportunidades conjuntas para desarrollar y promocionar experiencias de viajes no solamente locales, sino también regionales.

Estrategias

1. Desarrollar una alternativas de diferentes rutas “auto-guiadas” dentro y fuera de los Municipios de Coroico y Villa Tunari (locales y regionales).
2. Valorizar las rutas relacionándolas con otro tipo de ventajas, como ser actividades recreativas, culturales, eventos y festivales.
3. Desarrollar una mayor variedad de mapas actualizados e información interesante y clara.
4. Desarrollar infraestructura y servicios necesarios para el mercado del “volante”.

Objetivo 2.3

Buscar mercados internacionales de alta rentabilidad

A pesar de que Coroico y Villa Tunari no figuran como los destinos más preferentes para los mercados exigentes internacionales, existen oportunidades tentadores para atraer estos segmentos mediante la valorización, marca y diferenciación de estas experiencias (caminatas, paseos ligeros, alojamientos y comida de calidad, paisajismo y naturaleza, cultura).

Sin embargo, debido al tamaño, diversidad y costos de mercadear internacionalmente, es muy difícil para operadores individuales locales desarrollar mercados sin el apoyo de agencias o empresas nacionales importantes e internacionales.

Para incrementar el porcentaje de visitantes internacionales, se requiere una eficiente estrategia de promoción que muestre al consumidor el costo-beneficio de la visita, enfocada en temas substanciales y generando publicidad efectiva. Esto se conseguirá creando alianzas comerciales con operadores, agencias y empresas nacionales de turismo reconocidas y bien establecidas que tienen relación y operan con empresas internacionales.

Las Cámaras Hoteleras y el Viceministerio de Turismo juegan un rol vital en esta estrategia de marketing internacional.

Estrategias

1. Diseñar estrategias para cada mercado geográfico prioritario.
2. Identificar y determinar "nichos" de mercados potenciales en cada mercado geográfico prioritario.
3. Desarrollar oportunidades especiales para países vecinos.
4. Mejorar el conocimiento de Coroico y Villa Tunari en los mercados "objetivo", a través de diversas actividades de marketing, trabajo estratégico con los medios de comunicación y agentes de turismo nacional conectados a nivel mundial y agentes internacional (si es posible).
5. Establecer y fortalecer relaciones con los sistemas de distribución internacionales.
6. Explorar oportunidades para motivar la "visita de amigos y parientes" residiendo en el extranjero.

Objetivo 2.4

Asegurar que Coroico y Villa Tunari sean destinos que los “mochileros deben visitar”

El mercado de “mochila” es un mercado importante y representa un substancial porcentaje de los visitantes internacionales.

Los denominados “mochileros” buscan valor por su dinero. Son particularmente “dinero-concientes” en términos de transporte, hospedaje y comida, pero a menudo gastadores en experiencias únicas. Con “paquetes turísticos” relativamente accesibles y experiencias especiales se puede alargar la estadía de visita de los “mochileros”.

Recientemente ha llegado a ser evidente que el mercado de “mochila” esta segmentado. Hay que tomar atención para asegurar que los “mochileros” no sean estereotipados en un segmento homogéneo.

Coroico y Villa Tunari pueden cautivar la motivación aventurera de los “mochileros” desarrollando oportunidades de descubrimiento, exploración y aventura de los lugares y comunidades menos visitadas dentro los Municipios.

Estrategias

1. Valorizar la experiencia del “mochilero” relacionándola a turismo de aventura como ser bicicleta de montaña, caminatas y camping, canotaje.
2. Desarrollar una marca para el mercado de “mochila”, y agregar valor a este “nicho” de mercado ecoturístico.
3. Desarrollar un mejor entendimiento de la segmentación del mercado de “mochila”.
4. Incrementar la presencia de Coroico y Villa Tunari en sitios web y revistas de “mochila”, guías de viaje (Lonely Planet), ferias, programas de periodistas viajeros y agencias de viaje especiales.

Objetivo 2.5

Mejorar e implementar el marketing de eventos

El calendario de eventos para Coroico y Villa Tunari es clave para la estrategia de mercado.

Las ferias, festivales y eventos reviven la vitalidad y creatividad de las experiencias y dan al visitante una razón para venir.

Sin embargo, para maximizar beneficios, es esencial mejorar y establecer un eficiente sistema y estrategia de gestión.

Coroico y Villa Tunari deben realizar eventos de calidad para atraer visitantes nacionales e internacionales.

Se maximizará el valor de identificación de Coroico y Villa Tunari a través de eventos ya existentes y también se agregara valor incentivando la relación con comida, tradición, lugares especiales, música, cultura, descanso y oportunidades de recreación.

Estrategias

1. Desarrollar en Coroico y Villa Tunari planes de eventos para mercados “objetivo”. Calendario de eventos.
2. Incrementar y desarrollar auspicio del sector privado, principalmente para eventos grandes.
3. Incrementar el conocimiento de los medios de comunicación (nacional e internacional) acerca de eventos significativos.
4. Desarrollar “paquetes” de eventos (nacionales e internacionales) y oportunidades turísticas antes y después de los eventos motivando a los visitantes a quedarse mas tiempo.
5. Desarrollar una base de datos de visitantes determinados para eventos “nicho”.
6. Elaborar y diseñar estrategias efectivas de marketing para maximizar la comunicación con los mercados “objetivo”.
7. Efectuar evaluaciones posteriores a los eventos para determinar el valor, beneficios y lecciones aprendidas.

Objetivo 2.6

Maximizar la infraestructura existente de Coroico y Villa Tunari para convenciones

Conferencias y convenciones son una parte crucial de la industria turística ya que delegados y representaciones son uno de los segmentos de visitantes que más consumen. En este sentido, la infraestructura hotelera existente de Coroico y Villa Tunari es un medio fundamental para esta oportunidad.

Mientras los delegados y grupos que asisten a estos eventos lo hacen por motivo de negocios, existe la oportunidad de brindarles un “sabor” de lo que Coroico y Villa Tunari ofrecen como destinos turísticos, creando posibilidades para su retorno.

Las ventajas comparativas de Coroico y Villa Tunari como destinos de convenciones son acceso “relativamente” fácil (en el caso de Coroico se considera la apertura del nuevo camino para el 2006), clima agradable, entorno apropiado, y valor por dinero.

Sin embargo, este tipo de actividades tienen una alta competencia con los centros principales de La Paz, Santa Cruz y Cochabamba.

Para ser competitivos, Coroico y Villa Tunari deben mejorar su calidad y excelencia e incitar el mensaje y marca de “Vive”.

Estrategias

1. Estimular el mercado de “convenciones” a nivel departamental (La Paz y Cochabamba) y posteriormente a nivel nacional aprovechando sus fortalezas.
2. Desarrollar y promover distintos “paquetes” turísticos para antes y después de las convenciones y dirigir la información con el objetivo de motivar a los visitantes de que se “queden mas tiempo”.
3. Desarrollar estrategias efectivas para motivar e interesar la realización de convenciones en Coroico y Villa Tunari.
4. Apoyar y colaborar a los actores locales, principalmente Cámaras Hoteleras, en la capacitación y formación de modelos de calidad y excelencia para atraer esta clase de reuniones y conferencias.
5. Explorar oportunidades de marketing compartido (asociado).
6. Agregar oportunidades promoviendo y propiciando ofertas especiales para empresas e instituciones importantes de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.

Objetivo 2.7

Aplicar un enfoque de marketing integral (compartido)

Para ser competitivos mercadeando Coroico y Villa Tunari, la Industria turística de ambos Municipios debe mantener en mente el “gran cuadro” siendo al mismo tiempo dinámicos localmente.

La clave fundamental es la colaboración y “trabajo en equipo” para alcanzar la visión de Coroico y Villa Tunari y así crear un turismo vibrante en el futuro.

El “unir esfuerzos” tiene dos dimensiones:

- establece alianzas productivas que generan nuevas oportunidades y aseguran el uso mas eficiente de recursos.
- Motivan a las personas a ser “embajadores”, no solamente para sus propios negocios o actividades, sino también para todo el sector vinculado y para toda la región.

Se debe tomar en cuenta que los visitantes nacionales y particularmente los internacionales no están interesados en las fronteras regionales. Están interesados en la experiencia turística integral.

Para asegurar a los visitantes la mejor experiencia posible, las regiones turísticas y operaciones individuales deben colaborar para “romper” estas barreras.

Trabajando regional o individualmente, utilizando la trasmisión “boca a boca” y refiriendo turistas integradamente (unos a otros), la industria turística de Coroico y Villa Tunari será más eficiente en determinar y cautivar mercados, y en maximizar la satisfacción de los consumidores, obteniendo consecuentemente mayores ganancias.

Estrategias

1. Desarrollar mecanismos conjuntos para implementar estrategias de comunicación y marketing integral. Fortalecer la alianza público privada en el ámbito de la promoción turística nacional e internacional.
2. Asegurar que el material (guías, trípticos, etc.) estén vinculadas con el resto del material e información relevante a nivel regional, departamental y nacional.
3. Extender la estadía de visitantes a Coroico y Villa Tunari, valorizando integralmente su viaje.
4. Desarrollar “paquetes” informativos para estudiantes y personas Bolivianas que viven en el extranjero para que allí, ellos los distribuyan a sus familia, amigos, instituciones académicas, etc.
5. Implementar Centros de Información y de Interpretación en Coroico (una opción es en la terminal de buses) y en Villa Tunari (plaza principal) para optimizar la experiencia del visitante y generar beneficios conjuntos e incorporados.
6. Explorar oportunidades para coordinar y colaborar con otros sectores, instituciones o agencias en el marketing de Coroico y Villa Tunari, públicas y privadas tales como los negocios relacionados a productos agrícolas (café, plátano, palmitos), instituciones educativas, Viceministerio de Turismo, Viceministerio de Desarrollo Alternativo.

Meta 3

Lograr políticas, inversión y desarrollo turístico estratégico

Para alcanzar la visión de Coroico y Villa Tunari de ser líderes y motivadores de un turismo innovador y sostenible, es crucial desarrollar (concertadamente) políticas, inversión y desarrollo turístico estratégico.

Las autoridades municipales, dirigentes comunales, asociaciones, cámaras hoteleras, instituciones y en si todos los actores/agentes público y privados de Coroico y Villa Tunari juegan un rol significativo para implementar y generar la “plataforma” apropiada para que la industria del turismo progrese y sea consistente con su posicionamiento de “Vive Coroico y Villa Tunari”.

Ambos Municipios deben involucrar en este proceso a los gobiernos Departamentales (Prefecturas de La Paz y Cochabamba), el Gobierno Central y otras agencias vinculadas.

Estas alianzas y espacios de participación y concertación permitirán desarrollar políticas y normativas efectivas y coordinadas, estrategias locales, regionales y nacionales, guías y criterios de desarrollo, procesos de evaluación, estrategias de inversión y apoyo en infraestructura.

El turismo se debe constituir en el marco de una política positiva y bien respaldada que genere beneficios en todos los sectores de la industria (cadena), resuelva conflictos y consiga resultados sostenibles para Coroico y Villa Tunari.

Objetivo 3.1

Lograr políticas concertadas y participativas

Coroico ha sido Declarado “Zona Prioritaria de Desarrollo Turístico” en el marco de la Ley 2074 y Villa Tunari esta en pleno proceso para obtener el mismo reconocimiento. La Declaratoria es un proceso Municipal, Departamental y Nacional que resulta fundamental para las estrategias de turismo. El Plan Estratégico de Turismo Coroico y Villa Tunari 2006-2010 considera ambos Documentos Técnicos (el de Coroico y el de Villa Tunari) que respaldan estas Declaratorias como instrumentos esenciales y guías de acción concretas para llevar a cabo intervenciones y acciones con visión turística.

La Ley 2074 determina que dentro las “Zonas Prioritarias de Desarrollo Turístico”, las autoridades nacionales, departamentales, municipales y comunales deben promover acciones e inversiones con los sectores público y privado para el desarrollo integral y sostenible del turismo.

Por otro lado, el proceso se desarrolla en forma participativa, coordinada y concertada con el sector público, privado, comunidades y sociedad civil en general, así como con el Viceministerio de Turismo y Unidad de Turismo de las Prefecturas (La Paz y Cochabamba).

En este marco, los Municipios de Coroico y Villa Tunari cuentan con importantes ventajas comparativas dentro la estructuración del espacio turístico boliviano ya que han cumplido los requisitos exigidos en el Decreto Reglamentario de la Ley 2074 (D.S 26085).

Los Documentos Técnicos proporcionan una clara dirección y políticas firmes para el turismo en Coroico y Villa Tunari.

Sin embargo, por ser el turismo una industria relativamente joven, y estas Declaratorias recientemente logradas, las directrices elaboradas aún no han sido implementadas efectivamente en las políticas Municipales, ni tampoco se han integrado al área rural y atractivos turísticos.

El desarrollo del turismo debe ser estratégico, innovador e integrado en el medio ambiente natural y cultural existente, reconociendo las limitaciones y sensibilidad de los recursos de Coroico y Villa Tunari.

Es igualmente importante que el turismo reconozca su rol para coadyuvar a lograr otras políticas prioritarias para ambos Municipios.

Estrategias

1. Es esencial que los ambos Municipios apoyados por las Prefecturas de La Paz y Cochabamba, el Viceministerio de Turismo, otras instancias de Gobierno, e instituciones público y privadas correspondientes trabajen coordinadamente para promover y facilitar el desarrollo turístico sostenible en Coroico y Villa Tunari en el marco de las Declaratorias.
2. Planificar el futuro turístico de Coroico y Villa Tunari tomando en consideración tendencias, planificación y monitoreo e implementación del Plan Estratégico 2006-2010.
3. Promover una industria que apoya y practica desarrollo ecológico sostenible.
4. Motivar soluciones innovadoras, “verdes” y el apoyo de expertos competentes.
5. Desarrollar políticas de turismo relacionadas con otras iniciativas económicas y sociales Municipales.
6. Introducir Ordenanzas Municipales e implementar reformas para llevar adelante las acciones detalladas en los Documentos Técnicos.

Objetivo 3.2

Desarrollar infraestructura turística estratégica

Si bien los establecimientos de hospedaje (hoteles y otros) no son usualmente la principal motivación para viajar, son un factor importante para la satisfacción general de la experiencia del visitante.

Análisis y encuestas muestran que los potenciales visitantes a Coroico y Villa Tunari no tienen una idea clara sobre el tipo de alojamientos que pueden encontrar, comparados con los hoteles de lujo que existen en las ciudades a nivel Nacional.

En términos generales Coroico y Villa Tunari tienen una buena capacidad hotelera instalada (numero de camas). El tipo de establecimientos de hospedaje en Coroico y Villa Tunari son predominantemente hoteles/cabañas/hostales pequeños o medianos. No obstante que esta ha sido una tendencia positiva, hay una clara brecha y necesidad de desarrollar establecimientos viables tipo posadas ecológicas, refugios, "bread and breakfast" de calidad, consistentes con el principal concepto de posicionamiento y marca y la atracción de los mercados internos e internacionales mas rentables.

Se debe promover a aquellos establecimientos que son una experiencia en si mismos y se integran bien con el entorno cultural y natural. Para lograr "buenas practicas", Coroico y Villa Tunari deben asegurar sinergias efectivas entre análisis/estudios, políticas e iniciativas de inversión (infraestructura / instalaciones).

Estrategias

1. Promover desarrollos estratégicos consistentes con el posicionamiento y marca en sitios apropiados y sujetos a un criterio de manejo eficiente. Promover posadas/refugios de "escape" en parques y sitios turísticos.

Las prioridades son:

- Posadas/refugios ecoturísticos (entorno con la naturaleza)
- Posadas/hospedajes de salud
- Posadas/refugios (Casas de huéspedes típicas urbanas y comunitarias)
- Bread and breakfast
- Instalaciones para "mochileros"

2. Promover la restauración autentica y reacondiciona miento de casas típicas o casas de haciendas.
3. Realizar análisis y estudios sobre los mercados "objetivo" para diseñar soluciones y entender mejor las preferencias y necesidades de los visitantes en relación a la oferta de hospedaje.

Objetivo 3.3

Crear fondos de inversión accesibles para implementar desarrollo

La escasa oferta de financiamiento y el difícil acceso a capital de inversión y trabajo son limitantes para el desarrollo y crecimiento de la industria turística en Coroico y Villa Tunari.

Muchas áreas rurales sufren de falta de inversión privada por la percepción de bajos retornos, mientras en lugares remotos los costos asociados para desarrollar infraestructura son a veces prohibitivos.

Las instituciones financieras no están realmente interesadas en financiar emprendimientos turísticos rurales. Su falta de evaluación de los mercados y oportunidades del turismo, falta de orientación regional, el análisis de proyectos nuevos en base a datos e información de productos ya existentes, y el sistema de garantías, son los principales desincentivos para respaldar operaciones innovadoras.

El Plan Estratégico determina la necesidad de atención por parte de los Gobiernos Municipales, Departamentales y Central en establecer políticas y planes para motivar la sensibilidad a la inversión “verde”, turismo innovador y no convencional.

Estrategias

1. Preparar una estrategia de inversión creativa e innovadora para Coroico y Villa Tunari (generar productos financieros), para dinamizar las economías locales y regionales. Esfuerzo piloto.
2. Analizar posibilidades de establecer un fondo de inversión ecoturístico para nuevos emprendimientos y microcréditos para empresas existentes de turismo/ecoturismo para rediseñar y actualizar los productos y servicios que se ofrecen actualmente.
3. Colaborar con iniciativas locales, regionales y nacionales diseñadas a cambiar el entendimiento y percepción de las instituciones financieras sobre la industria turística.
4. Promover emprendimientos a apoyar a empresarios nacionales e internacionales a invertir en turismo en Coroico y Villa Tunari.
5. Motivar a negocios existentes a invertir en turismo “verde”.
6. Investigar un mecanismo alternativo e innovador de financiamiento que atraiga capital privado.
7. Negociar con establecimientos financieros establecidos formas de ofrecer fondos de inversión para proyectos de desarrollo turístico estratégico (Banco Unión, Prodem, Banco Sol).

Objetivo 3.4

Asegurar que la infraestructura turística aporte al desarrollo estratégico

Para motivar crecimiento en la industria y satisfacer las expectativas de los visitantes, es fundamental invertir en todo lo que significa infraestructura e instalaciones.

Para incentivar al sector privado a invertir en el desarrollo de productos turísticos, es esencial contar con infraestructura mayor como caminos, electricidad, sistemas de agua y alcantarillado, tratamiento de basura y telecomunicaciones.

Infraestructura menor como centros de información e interpretación, senderos, miradores, vías para bicicletas y caminatas, señalización, postas sanitarias, puntos de parada, refugios y baños son también esenciales para mejorar el “confort” y comodidad del visitante.

Tiene que haber una alianza productiva entre los Municipios, Prefecturas y el sector privado para movilizar recursos y compartir responsabilidades para establecer estas instalaciones.

El Gobierno Central tiene que motivar y apoyar el desarrollo de tecnologías alternativas en áreas alejadas (remotas) para asistir con el desarrollo de nuevos proyectos estratégicos y conservar los escasos recursos (electricidad y telefonía por ejemplo).

Estrategias

1. Incrementar recursos para infraestructura durante los próximos cinco años para desarrollar servicios turísticos adecuados e instalaciones en comunidades prioritarias.
2. Asegurar la participación de expertos reconocidos en la concepción y diseño de infraestructura turística.
3. Actualizar y desarrollar áreas de descanso (paradas) y “camping” para satisfacer las demandas del mercado “del volante”.
4. Identificar e implementar la infraestructura necesaria para realizar eventos y festivales antes de promocionarlos y mercadearlos.
5. Investigar temas relacionados con provisión de agua en sitios donde se planean nuevos emprendimientos turísticos.
6. Proveer incentivos para la generación sostenible de alternativas de energía, agua, y tratamiento de basura, principalmente en áreas alejadas.
7. Incrementar la posesión y mantenimiento de la infraestructura turística por comunidades, comités, asociaciones o empresas locales.

Objetivo 3.5

Mejorar la accesibilidad vial principal y hacia los atractivos turísticos.

Ya sea por aire, tierra o mar, el acceso es fundamental para el turismo.

El desafío para la industria turística de Coroico y Villa Tunari es mejorar la disponibilidad, frecuencia, y calidad del servicio terrestre por un lado, y mejorar la red de transporte por el otro.

El desarrollo de caminos y servicios es un dilema. Sin caminos el desarrollo de sitios y atractivos turísticos e instalaciones se ve afectado, y sin evidencia de crecimiento y oferta de productos y establecimientos requeridos por la demanda, las autoridades Municipales, Departamentales, y finalmente las Nacionales no están dispuestos a comprometer nuevos servicios.

El Plan Estratégico considera este tema planteando para Coroico y Villa Tunari una estrategia de turismo a través de desarrollo sostenible.

Estrategias

1. Trabajar con las Prefecturas y otras instancias de gobierno para solicitar e implementar mantenimiento y apertura de nuevas carreteras.
2. Fortalecer las relaciones comerciales con las empresas de transporte que operan en la región y con aquellas que trabajan con Coroico y Villa Tunari en particular para elaborar e implementar planes conjuntos y mejorar las condiciones y servicio.
3. Mejorar las instalaciones y terminal de buses (Coroico inaugurará una nueva terminal el primer semestre del 2006)
4. Mejorar la señalización e información.

Objetivo 3.6

Administrar eficientemente los atractivos y productos turísticos para obtener resultados sostenibles

Al igual que con cualquier otra industria, el turismo arrastra ambos; impactos positivo y negativos.

El objetivo de Coroico y Villa Tunari es maximizar los impactos positivos (ingresos, trabajo, conservación de patrimonio, mejoramiento de instalaciones, etc.) y minimizar los impactos negativos (desplazamiento cultural, desarrollo inapropiado, degradación de recursos naturales, basura, asentamientos, etc).

Los destinos turísticos a nivel mundial están buscando maneras para proteger el estado y sostenibilidad de la actividad y están intentando encontrar mejores formas para manejo de atractivos y destinos.

Coroico y Villa Tunari deben trabajar conjuntamente con el Viceministerio de Turismo, Prefecturas, SERNAP, instituciones y otras instancias pertinentes en la elaboración de un “modelo de manejo turístico”, que identifique las mejores condiciones (económicas, marketing, medio ambiente, sociales y experiencias de visita) para los atractivos y sitios turísticos, y consecuentemente que identifique los correspondientes indicadores al respecto; que establezca rangos aceptables de desempeño; que determine una línea base; y que monitoree el progreso hacia la consecución de condiciones óptimas.

Estrategias

1. Diseñar el Modelo de Manejo Turístico, tomando en cuenta en su elaboración a organizaciones, empresas, profesionales, comunidades e instituciones públicas relacionadas.
2. Explorar posibilidades para financiar dicho plan.
3. Trabajar con el sector educativo de Coroico y Villa Tunari para introducir en el currículo educativo de los colegios materias sobre turismo y manejo de destinos turísticos.
4. Explorar y desarrollar posibilidades relacionadas a forestación principalmente en áreas protegidas (parques).

Meta 4

Desarrollar una industria rentable y profesional

El turismo es una industria comparativamente joven y considerablemente fragmentada que involucra principalmente a pequeños negocios. Para mejorar los resultados competitivos y sostenibles, las comunidades y negocios individuales tienen que acceder a recursos superiores, capaces y competentes.

Para mejorar la competitividad y sostenibilidad de la industria, el Gobierno Central tiene que considerar el apoyar a la industria turística nacional en las áreas (resoluciones normativas por ejemplo) donde su intervención es fundamental y en circunstancias justificadas. El Gobierno apoyará para hacer la industria más rentable, profesional e independiente: proporcionando estudios y análisis serios para una mejor “toma de decisiones”; mejorando las practicas de negocios; motivando la adopción de nueva tecnología productiva; nuevos emprendimientos y aprendizaje continuo mediante capacitación y formación; y mejorando el manejo del riesgo.

Este Plan Estratégico estimula procesos que producen integración regional (colaboración y alianzas), desarrollo humano, genero, eficiente uso de recursos escasos, espíritu emprendedor y sentido de identificación y compromiso entre todos los actores/agentes involucrados en el desarrollo socio económico de Coroico y Villa Tunari.

Las oportunidades y crecimiento económico de ambos Municipios esta directamente relacionado con la conservación y manejo de sus recursos naturales y biodiversidad. En tal sentido la participaron activa de las comunidades (incluye comunidades indígenas en el caso de Villa Tunari) en el proceso de toma de decisiones es fundamental, donde el rol de la mujer juega un papel significativo.

En el caso particular de Villa Tunari, y considerando que la situación e imagen negativa del Chapare esta siendo superada, se debe pensar en “reinventar” los negocios turísticos, atraer y expandir nuevas operaciones turísticas.

Capacidad y formación son esenciales para mejorar el turismo. Capacitación a hoteleros, dueños de restaurantes, guías de turismo, hospitalidad, planes de negocios, marketing, estándares de control y calidad, servicios de alimentación, certificación de turismo sostenible, planificación, conservación y biodiversidad, regulación de medio ambiente en áreas protegidas.

Los desafíos empresariales en este nuevo milenio en la actividad turística requieren de la creatividad, intuición e innovación que permitan un alto nivel de diferenciación de la oferta. El Plan Estratégico plantea la necesidad de establecer un nuevo modelo de competitividad, así como la implementación de estrategias integrales para el posicionamiento de Coroico y Villa Tunari en el mercado. Es la era de la profesionalización y de liderazgo para la gestión estratégica.

Objetivo 4.1

Mejorar la toma de decisiones a través de análisis y estudios apropiados y prácticos.

Para que la industria turística de Coroico y Villa Tunari sean nacional e internacionalmente competitiva e innovadora, tiene que tener acceso y entendimiento de los estudios de mercado para estar al día con las tendencias y oportunidades nacionales y globales.

Estudios y análisis se deben extender más allá de solo la recolección estadística y monitoreo del desempeño de la actividad, tomando en consideración resultados económicos, sociales y de medio ambiente. Se requiere el conocimiento científico de la realidad, el seguimiento permanente de la coyuntura turística y el acceso a la documentación necesaria para la toma de decisiones en políticas concretas.

Los Gobiernos Municipales deben asistir a la industria turística para entender mejor factores externos como la economía, transporte, etc. Apoyar para organizar efectivamente los esfuerzo de comunicación y asegurar que la oferta satisfaga las necesidades del mercado.

Algunas prioridades importantes en estudios y análisis para una industria sostenible son:

- Planificación de escenario, proyecciones turísticas, investigación y variables de la demanda.
- Tecnología -responder a nuevos sistemas de distribución y oportunidades-
- Movimiento poblacional y edad de la población –impactos en la industria turística y necesidades de mano de obra-
- Seguridad, certidumbre y temas relacionados con la salud.
- Entendimiento del mercado –motivaciones, nuevos segmentos de mercado-
- Evaluación de los programas y campañas de marketing.
- Destinos y análisis de productos.
- Análisis y estudios continuos para medir y evaluar sostenibilidad.

Estrategias

1. Desarrollar un modelo eficiente de proyecciones y actividad turística.
2. Incrementar la noción de la importancia y el valor de estudios de mercado y el provecho de los análisis económicos.
3. Evaluar la efectividad y eficiencia de estrategias e iniciativas de mercado.
4. Mejorar los estudios que ayudaran el desarrollo de destinos turísticos y “nichos” de mercado.
5. Distribuir información actualizada de estudios y análisis vía publicaciones, en el Internet y a través de contactos directos con los actores involucrados.

Objetivo 4.2

Adoptar oportunidades estratégicas para usar nuevas tecnologías

En la actualidad la tecnología se ha establecido como uno de los pilares fundamentales de nuestra sociedad. En particular, las Tecnologías de la Información están teniendo un papel decisivo y determinante no sólo en la concepción y orientación desde el punto de vista empresarial, sino en la aparición de una nueva perspectiva global de la sociedad. En este punto, hay que destacar el fenómeno Internet que permite la comunicación, difusión y acceso a la información desde cualquier punto del planeta.

información actualizada y tecnología en telecomunicación son herramientas fundamentales para el crecimiento del turismo. Nueva tecnología proporciona oportunidades para todos los negocios a incrementar eficiencia.

Convertirse en los primeros destinos turísticos en estar “en línea” (conectados), es parte integral de la visión de Coroico y Villa Tunari por innovación y creatividad.

Los estudios muestran que los visitantes potenciales, particularmente los “nichos” de mercado, están acrecentadamente utilizando el Internet para acceder a información y decidir sobre sus vacaciones, desplazando al sistema de distribución tradicional.

Los análisis también muestran que los niños y jóvenes, quienes son constantes usuarios del Internet, juegan un rol importante en la toma de decisiones para salir de vacaciones.

Nuevas tecnologías son también particularmente importantes en lograr las aspiraciones de Coroico y Villa Tunari a ser los líderes en el desarrollo del turismo sostenible en Bolivia, especialmente en sitios sensitivos y remotos.

Estrategias

1. Motivar a toda los participantes de la industria a estar “en línea”.
2. Despertar interés por experiencias altamente especializadas y productos mediante el uso del Internet.
3. Motivar redes electrónicas para la industria y desarrollar información y educación “en línea”.
4. Desarrollar un plan comercial y de negocios (e-business).
5. Explorar el uso de tecnología para la generación de energía, agua y tratamiento de basura.

Objetivo 4.3

Incentivar la creación de nuevas empresas y emprendimientos sostenibles en turismo

El turismo proporciona negocios potenciales en Coroico y Villa Tunari.

Para lograr crecimiento en la industria turística, las nuevas ideas sobre posibles negocios deben ser económicamente viables, sumar positivamente al Municipio, sus comunidades y sostenibilidad.

La industria y ambos Municipios deben motivar nuevos negocios que: llenen “espacios vacíos”; fortalezcan posicionamiento; e involucren comunidades, y sitios (atractivos turísticos).

Antes de establecer un negocio nuevo, los nuevos operadores deben estudiar y entender el mercado conocer las necesidades de los consumidores y analizar como mercadear, crear marca y diferenciar su producto o información.

Estrategias

1. Buscar nuevos productos y experiencias que fortalezcan el posicionamiento de Coroico y Villa Tunari en el mercado.
2. Desarrollar un sistema “encubador” de negocios dirigido a apoyar nuevos negocios turísticos que valoricen y “llenen vacíos”.
3. Identificar y brindar información disponible en oportunidades y asistencia de financiamiento para iniciativas relacionadas a turismo comunitario.
4. Desarrollar un modelo comprensivo de obtención de resultados para demostrar los beneficios económicos, sociales y medio ambientales del turismo a nivel local y regional.
5. Fomentar y desarrollar las microempresas de servicios de apoyo al turismo (transportación local, guías, materiales impresos).
6. Motivar el establecimiento de nuevos negocios de turismo como ser restaurantes, cafés, cafés Internet, tiendas de artesanía y souvenirs.
7. Promover formación de empresas y microempresas comunitarias.

Objetivo 4.4

Promover y apoyar desarrollo de negocios

El 90% de los negocios de turismo son negocios pequeños empleando menos de 10 personas, o son negocios atendido únicamente por el propietario (sin empleados).

El éxito en un emprendimiento turístico depende de un efectivo plan de negocios, que concibe y responde las demandas del mercado y aprovecha de las ventajas que ofrece el área y la región.

Los operadores de turismo en Coroico y Villa Tunari deben organizar los productos para realizar oportunidades de mercado consistentes con la estrategia de posicionamiento y marca, y deben desarrollar e implementar experiencias rentables y sostenibles.

Los Centros de Información e Interpretación juegan un rol fundamental en el apoyo a los negocios locales permitiendo una mayor estadía de los visitantes mediante el servicio de información que proporcionan.

Estrategias

1. Iniciar procesos para asegurar condiciones y fortalezas locales y regionales. Resaltar y valorizar la marca Municipal ("vive") y las marcas de las compañías individuales.
2. Facilitar y apoyar diversas reuniones/forums informativos que cubran una variedad de temas relacionados a la industria.
3. Motivar alianzas turísticas mediante el desarrollo de "clusters".
4. Facilitar marketing "asociado" utilizando un conjunto de opciones de productos y experiencias.
5. Identificar regulaciones y barreras incesarías o procesos burocráticos y negociar el mejoramiento de los mismos.
6. Llevar a cabo capacitación y formación (desarrollo humano) en comunidades para facilitar su participación activa en el desarrollo turístico.
7. Retener a los jóvenes de Coroico y Villa Tunari a través de técnicas de formación y mayor participación en programas de desarrollo y creación de negocios incluyendo planes de marketing.
8. Promover Centros de Información e Interpretación que se administren como negocios, mejorar el servicio a los visitantes y lograr reconocimiento.

Objetivo 4.5

Maximizar la participación y apoyo de programas de cooperación, públicos y privados

Coroico y Villa Tunari cuentan con el activo y valioso apoyo de la cooperación internacional, mediante la cual se pueden lograr impulsar efectivamente el desarrollo turístico estratégico sostenible.

Para esto es necesario un alto grado de coordinación y trabajo “en equipo” entre las autoridades y actores/agentes locales con las instituciones de cooperación.

Coroico y Villa Tunari aventajan al resto de los otros Municipios por contar con la Declaratoria de Zonas Prioritarias de Desarrollo Turístico en el marco de la Ley 2074, lo que significa ser Municipios prioritarios para la inversión y cooperación pública, privada y cooperación internacional.

En la medida que se logren acciones e implementación de proyectos de manera concertada, consensuada e integrada (turismo, producción, educación, salud, etc.), la aprobación y adhesión local y regional dará lugar al “empoderamiento” (apropiación) de los procesos, productos y experiencias. Esta articulación social apoyada por las entidades público y privadas y la cooperación, es la mejor plataforma para desarrollar un desarrollo sostenible.

Estrategias

1. Crear sinergia y relación efectiva, transparente y “amigable” entre los Municipios de Coroico y Villa Tunari con el sector público, privado y cooperación internacional.
2. Mantener reuniones y participación activa en la estrategia de desarrollo turístico, incluyendo otras áreas como agrícola, educación, infraestructura, etc., construyendo una alianza positiva, innovadora y altamente eficaz para conseguir resultados.
3. Utilizar los Documentos de la Declaratorias como guías “base” de acciones y proyectos prioritarios a desarrollar, insertándolos en los POA's (Planes Operativos Anuales) y PDM's (Programas de Desarrollo Municipal).
4. Desarrollar mecanismos de coordinación entre todas las instituciones y programas para maximizar esfuerzos, recursos y resultados.
5. Explorar la posibilidad de conseguir a un acuerdo estratégico entre Coroico y Villa Tunari, mediante el cual se fortalezcan ambos Municipios y desarrollen oportunidades y experiencias conjuntas, manteniendo un permanente espacio de dialogo, cooperación, coordinación e intercambio de experiencias.

Objetivo 4.6

Estimular capacitación, formación, aprendizaje y educación turística continua

Si Coroico y Villa Tunari van a ofertar un servicio de alta calidad y confiable a sus clientes, la capacitación y formación para operadores y personal es esencial.

Se puede mejorar el desarrollo de negocios y rentabilidad mediante el entendimiento de la demanda. Aprendizaje continuo (formación) proporciona a la industria del turismo con habilidades para responder y planificar las necesidades cambiantes del mercado.

Para asistir con distribución de información y para asegurar que se están realizando las mejores formas de capacitación y formación, se pueden organizar comisiones de marketing y desarrollo humano para que actúen como “agentes de preparación” entre los operadores y proveedores de capacitación y formación.

Estrategias

1. Fortalecer sistemas instructivos que apoyen el desarrollo de la industria turística tales como educación, capacitación y formación.
2. Fortalecer las habilidades en interpretación correcta y narración de cuentos/historia en toda la industria.
3. Promover los beneficios de programas de instrucción accesibles y razonablemente económicos para la industria.
4. Identificar oportunidades para estimular relaciones productivas entre operadores de turismo y otros actores de turismo e instituciones de educación (colegios, universidades, institutos).
5. Conducir encuentros y talleres para fortalecer la alianza entre turismo y Gobiernos Municipales.
6. Proveer consejos, recomendaciones, instrucción y material práctico para ayudar a grupos y Gobiernos Municipales a mejorar sus productos turísticos.
7. Motivar compromisos de marketing locales y regionales, desarrollar comités, asociaciones (ASITUR en Coroico por ejemplo), centros de negocios, para trabajar juntos en la distribución informativa sobre programas de instrucción y negocios.
8. Desarrollar un mecanismo para identificar y cambiar desempeños pobres en provisión de servicios y crear sistemas de acreditaciones.
9. Incentivar y desarrollar programas de voluntarios en turismo (por ejemplo formación de grupos scout, o brigadas de limpieza) brindando oportunidades de instrucción substanciales.
10. Fortalecer e involucrar activamente la participación de la mujer. Fomentar la promoción empresarial orientada a aspectos de género.

Objetivo 4.7

Manejar factores de riesgo eficientemente

En un entorno de negocios siempre cambiante, competitivo e incierto, conseguir la visión turística de Coroico y Villa Tunari, requiere un criterio prudente para el manejo de riesgo. Factores de seguridad y salud son importantes para mercados “nicho” como es el del ecoturismo.

Industrias o negocios que manejan el factor de riesgo eficientemente están mejor preparados para realizar o sobrepasar sus objetivos y tomar ventaja de oportunidades emergentes.

Esto requiere evaluar correctamente el entorno operativo; identificar y evaluar riesgo y oportunidades; diseñar e implementar estrategias para manejar riesgo; y monitorear y reportar resultados.

En un contexto general, el riesgo varía dependiendo del nivel de exposición a eventos internacionales, confiabilidad en el sistema de transporte, dependencia en condiciones favorables de clima, mascotas exóticas y enfermedades, presencia policial y responsabilidad pública, o cualquier factor de amenaza o peligro.

Estrategias

1. Identificar, manejar y monitorear factores de riesgo asociados con potenciales afectaciones turísticas.
2. Promover la necesidad de manejo de riesgo para todos los negocios de turismo en Coroico y Villa Tunari.
3. Asegurar que los eventos y festivales tengan las medidas de seguridad correspondientes, incorporando planes de respuesta para eventualidades de riesgo.
4. Incluir información de seguridad para viajeros y visitantes mediante material promocional.
5. Reforzar la participación de los campesinos en la definición, ejecución y evaluación de proyectos turísticos.
6. Evaluar y desarrollar dos proyectos piloto ecológicos o en agroturismo (uno en Coroico, puede ser el Cerro Uchumachi y otro en Villa Tunari, puede ser industria del palmito) que permitan constituir herramientas de participación e intervención social, para lograr así no solo crecimiento de la actividad económica rural, sino también crear condiciones de paz social, estabilidad y seguridad.

Implementación

Motivando Alianzas Estratégicas Sólidas

El Plan Estratégico de Turismo Coroico y Villa Tunari 2006-2010 es el primer Plan de Turismo del Proyecto ARCo, y debe ser actualizado, mejorado, complementado y enriquecido continuamente.. Sin embargo cualquier plan de turismo a mediano o largo plazo será efectivo solamente en la medida del grado de compromiso que asuman los actores involucrados hacia ese plan.

El turismo tiene que moverse de ser una actividad económica “periférica” a ser una política “integral” y un proceso de toma de decisiones, ya que esa es la esencia del turismo sostenible.

Se requiere criterios innovadores que permitan una alianza y un trabajo “en equipo” efectivo dentro la industria y transversalmente hacia dependencias del Gobierno.

Para implementar eficazmente este Plan Estratégico de Turismo se requiere un cambio en el criterio de manejo a nivel de la industria y a nivel de Gobierno Municipal, Departamental y Nacional.

Ejemplos de algunos sectores e instituciones que tienen un grado de compromiso hacia el desarrollo turístico de mediano y largo plazo en Coroico y Villa Tunari son:

Gobierno Municipal de Coroico
Gobierno Municipal de Villa Tunari
Ministerio de Desarrollo Económico
Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente
Viceministerio de Turismo
Viceministerio de Desarrollo Alternativo
PDAR (Programa de Desarrollo Alternativo Rural)
Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa
Viceministerio de Recursos Naturales y Medio Ambiente
Prefectura de La Paz
Prefectura de Cochabamba
Sub Prefectura del Departamento Nor Yungas
SERNAP (Servicio Nacional de Areas Protegidas)
Comité Nacional de Turismo
Comités Departamentales de Turismo (La Paz y Cochabamba)
Mancomunidad de los Yungas
Mancomunidad de Municipios del Trópico de Cochabamba (MTC)
USAID/Bolivia
PRAEDAC (Comunidad Europea)
Cooperación Belga
Cooperación Española
COSUDE (Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación
Conservación Internacional
Natural Conservancy
Trópico
OIT (Oficina Internacional del Trabajo)
PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo)
Fundación Pueblo
Pastoral Caritas Coroico/Ayuda en Acción
Liga de Defensa del Medio Ambiente (LIDEMA)
Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)
BIOTA
Cámara Boliviana de Turismo (CABOTUR)
Cámara Boliviana de Hotelería (CMH)
Cámara Nacional de Empresarios gastronómicos
Cámara Nacional de Operadores de Turismo (CANOTUR)

Asociación Boliviana de Agencias de Viaje y Turismo (ABAVYT)
ASITUR-Coroico (Asociación para el Impulso del Turismo en Coroico)
Comité Impulsor de Turismo Villa Tunari
Cámara Hotelera Coroico
Cámara Hotelera Villa Tunari
Asociación de Guías de Turismo Coroico
Asociación Gastronómicos Villa Tunari
Federación de Entidades Empresariales de Cochabamba
Comunidad INIT Wara Yassii
Empresas de Viajes y Turismo (FREEMEN, MAGRITURISMO LTDA., Explore Bolivia, Crillón Tours)

Es evidente que esta lista muestra una diversa y compleja relación de actores. Algunos imperativos importantes para la implementación revelan la necesidad de:

- Liderazgo integrado dentro la industria y sus alianzas con los Gobiernos Municipales Departamentales y Gobierno Nacional.
- Monitoreo de tendencias nacionales y globales en la industria turística e información y recomendaciones apropiadas a los actores involucrados.
- Logro de criterios turísticos efectivos y concertados de abajo hacia arriba.
- Identificación y manejo efectivo de políticas y estrategias locales y regionales, resolución de conflictos y recomendaciones a niveles importantes del Gobierno Central.
- Monitoreo de resultados económicos, sociales y sostenibles de la industria turística.
- Seguimiento y evaluación de la implementación de este Plan Estratégico y ajustes continuos correspondientes al mismo.

Una prioridad fundamental es el establecer un mecanismo eficaz para la implementación coordinada y concertada del Plan Estratégico que permita lograr los requerimientos antes mencionados.

Los Centros de Servicios Económicos responsables de Coroico y Villa Tunari son las instancias capitales para la implementación operativa del Plan (“brazos operativos”). Sin embargo el Plan demanda la activa participación de profesionales (asesores) altamente capacitados que sean responsables de la implementación estratégica del Plan y que trabajen horizontal y verticalmente con los demás unidades que componen el Proyecto ARCo: Servicios Productivos e Infraestructura, Unidad de Políticas, Unidad de Servicios Financieros, Unidad de Negocios, Monitoreo y Evaluación.

Además de los Documentos Técnicos sobre las Declaratorias de Coroico y Villa Tunari como “Zonas Prioritarias de Desarrollo Turístico”, se debe tomar en cuenta documentos tales como:

- Estrategias para el Desarrollo del Turismo Sostenible en Bolivia (2001-2005) - Ministerio de Comercio Exterior e Inversión/Viceministerio de Turismo.
- Complejos de Desarrollo Turístico Integral (CDTIs) Cordillera Real
- Complejos de Desarrollo Turístico Integral (CDTIs) Chapare
- Estadísticas de Turismo 2004 -Ministerio de Desarrollo Económico
- Encuesta Gasto del Turismo Receptor y Emisor - Banco Central de Bolivia, Viceministerio de Turismo, Instituto Nacional de Estadística.
- USAID/Bolivia Country Strategic Plan 2005-2009

Estrategias (para la implementación)

1. Desarrollar inmediatamente una estrategia, agenda y mecanismos para el Plan Estratégico Turístico Coroico y Villa Tunari 2006-2010, que incluya la identificación y descripción de indicadores de monitoreo y resultados.
2. Apoyar inmediatamente el proceso de la Declaratoria de Villa Tunari como Zona Prioritaria de Desarrollo Turístico. Consecución de la Resolución del Comité Departamental de Turismo y finalmente la Resolución del Comité Nacional de Turismo.
3. Determinar prioridades, responsabilidades, cronogramas y presupuestos para estrategias individuales.
4. Adoptar criterios multi-laterales en cuanto a recursos de los Municipios e iniciativas y cooperación relacionadas al turismo.
5. Desarrollar un proceso integrado para delinear y simplificar los proyectos y acciones estratégicas establecidos en el Plan.
6. Desarrollar un sistema de coordinación con el resto de actores e instituciones involucrados.
7. Contribuir y coordinar con otros planes estratégicos públicos y privados (Viceministerio de Turismo, Viceministerio de Desarrollo Alternativo, PDAR, Proyectos e Instituciones de Cooperación)
8. Construir una relación mas firme de la industria turística y el Viceministerio de Turismo.
9. Construir una efectiva, realizable y estratégica alianza con los Gobiernos Municipales, Comités Departamentales de Turismo y Comité Nacional de Turismo.
10. Incentivar el uso de conexión “en línea” entre la industria turística.
11. Coordinar trabajos conjuntos y cooperativos con organizaciones e instituciones vinculadas en actividades, programas y proyectos turísticos en Coroico y Villa Tunari para hacer mejor uso de esfuerzos y recursos, trabajo en equipo y colaboración.
12. Promover la implementación de experiencias, historias y proyectos exitosos que ilustren las prioridades de desarrollo de la industria y conserve la esencia del Plan Estratégico.
13. Propiciar la realización de talleres, seminarios y reuniones de expertos con la participación de sectores públicos y privados (hombres y mujeres rurales, jóvenes e indígenas) vinculados a actividades ecoturísticas y agroforestales, a fin de armonizar criterios locales y regionales y llevar a cabo estudios de casos que analicen experiencias comunitarias.
14. Utilizar los Documentos, tanto de Coroico como el de Villa Tunari que respaldan las Declaratorias de Municipios como Zonas Prioritarias de Desarrollo Turístico en el marco de la Ley 2074 como partes fundamentales y complementarias al Plan Estratégico. Estos Documentos identifican acciones concretas.
15. **Coroico:** Se debe desarrollar el Plan a partir de la “plataforma” que se ha generado duramente los últimos años. Declaratoria; Alianza y relación con GMC (Gobierno Municipal de Coroico), autoridades, líderes comunales y sociedad civil; Proyectos a diseño final; Asociación para el Impulso del Turismo en Coroico (ASITUR); Comité Municipal de Turismo (COMUTUR); Grupo Scout “Vive Coroico”; construcción de terminal de buses, albergue campesino, relleno sanitario.
Ver Anexo 2 (Coroico – Plataforma de Acción).
16. **Villa Tunari:** Apoyar proceso de la Declaratoria, estableciendo al mismo tiempo mecanismos de concertación, coordinación y participación en base a la experiencia “Coroico” (resultados y lecciones aprendidas) y lograr un modelo equivalente (integración de actores).
17. Originar un acuerdo y alianza estratégica de cooperación y apoyo entre los Municipios de Coroico y Villa Tunari.

Consideraciones para la identificación y descripción de indicadores (monitoreo)

El Plan Estratégico debe ser dinámico. Se debe dar seguimiento y monitorear el desempeño sobre el logro de las metas y objetivos citados y responder a circunstancias cambiantes.

A pesar de su importancia, el turismo en Bolivia, no cuenta con un número de operaciones estadísticas relevantes y suficientes para evaluar su impacto económico en la economía nacional. Una de las razones principales para la falta de un conjunto integrado de indicadores sobre los impactos económicos del turismo, es su carácter horizontal, lo que hace que el turismo no este clasificado entre las actividades económicas. Consecuentemente, su análisis no ha recibido la necesaria atención por parte de las instancias correspondientes.

Considerando el proceso de implementación del Plan Estratégico, monitorear su progreso y desempeño ("performance") tomará lugar de dos maneras: primero, el desempeño en la ejecución de las estrategias del Plan en si; y segundo, midiendo la integridad y salud de la industria.

En referencia al segundo, varios indicadores de turismo ayudarán a establecer si la industria y Municipios de Coroico y Villa Tunari han afrontado eficazmente el desafío de crear una industria turística nacional e internacional competitiva y sostenible.

Estos indicadores ayudarán a medir la salud de la industria y la integridad de su relación con el entorno natural y cultural de los que depende.

El monitoreo se basará en una combinación de resultados económicos, sociales y conservación de medio ambiente y criterios de crecimiento, marketing, experiencia de los visitantes, industria y gestión.

Algunos de estos indicadores serán cuantitativos mientras otros serán necesariamente cualitativos. Cada uno proporcionara información necesaria para entender mejor la sostenibilidad de la industria turística de Coroico y Villa Tunari.

La responsabilidad de lograr los resultados deseados descansa en la industria turística y en varias instancias Municipales, Departamentales y Nacionales, que dependen de niveles apropiados de políticas y colaboración. Consecuentemente, los indicadores de turismo son medidas que se refieren a la salud de la industria, en lugar que al desempeño individual de alguna instancia.

Se obtendrán reportes analíticos y específicos en todos los indicadores para entender que es lo que esta pasando y, cuando sea necesario, como ajustar la estrategia o política. De esta manera, ambos el proceso de ejecución de estrategias y los indicadores serán una herramienta continua de aprendizaje produciendo perfeccionamiento del Plan Turístico.

Consideraciones Generales Finales

El turismo en Bolivia esta aún en una fase incipiente. Las razones son falta de productos competitivos y sostenibles, imagen de Bolivia como un país remoto, con problemas de seguridad y conflictivo sociales, falta de un marketing adecuado, elevados costos de transporte, falta de infraestructura apropiada.

En términos del turismo a nivel internacional, Bolivia es aún un país “no descubierto” y aún no desarrollado. En general sus experiencias y productos no son bien conocidos y los niveles de calidad y seguridad caen por debajo de la expectativa internacional. Este situación, sin embargo, facilita la oportunidad a Coroico y Villa Tunari para crear una plataforma (información, imagen, marca, orientación) “hecha a medida”. Por esta razón es crítico implementar eficiente y exitosamente el Plan Estratégico de Turismo Coroico y Villa Tunari 2006-2010.

Coroico y Villa Tunari son las “puertas de ingreso” para los Yungas de La Paz y el Trópico de Cochabamba respectivamente. Tienen potencial para desarrollar y fortalecer vigorosamente su turismo creando oportunidades y productos competitivos de calidad a nivel nacional, e internacional. Tienen acceso a ambos mercados y cuentan con importantes atractivos naturales, ecológicos y culturales que pueden posesionarse como productos turísticos únicos o especiales.

Ambos Municipios tienen la necesidad de invertir en infraestructura e instalaciones básicas: agua potable, alcantarillado, residuos sólidos, energía, comunicaciones, caminos, mejora de plazas y parques, diseño y planificación urbana. Esta infraestructura debe complementarse con inversión en capacitación y formación de recursos humanos, hospitalidad y servicios, capacitación de guías de turismo, marketing, microempresas, genero y gestión administrativa. Estas acciones proveen beneficios para ambos los residentes de Coroico y Villa Tunari y los visitantes.

Las cifras muestran que el turismo interno nacional es más del doble que el internacional, y por consiguiente es el mejor mercado para iniciar la estrategia de demanda para Coroico y Villa Tunari. Para esto los esfuerzos deben concentrarse (en coordinación con empresas, operadores y agencias de turismo, e instituciones publicas y privadas) en los mercados de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. Hace sentido mejorar y fortalecer los productos existentes, especialmente en términos de infraestructura, servicios y promoción.

El Plan Estratégico Turístico Coroico y Villa Tunari 2006-2010 tiene una visión integradora en sentido de lograr complementar las estrategias turísticas de proyectos exitosos con proyectos agrícolas y forestales. Asimismo se enmarca en el concepto de que el turismo es una actividad articuladora y transversal, y tiene el potencial de lograr objetivos y oportunidades estratégicas en términos económicos, sociales, medio ambiente, educación, salud, desarrollo humano, genero y democratización.

El Proyecto ARCo debe jugar un rol protagónico para asegurar que el Plan Estratégico se ejecute de manera eficiente, se ajuste a los planes de los Gobiernos Municipales de Coroico y Villa Tunari, promueva beneficios económicos y sociales locales y regionales, incentive la conservación del medio ambiente y motive la creación de capacidades dentro de los dos Gobiernos Municipales.

El Plan Estratégico confirma que el turismo sostenible se logra desarrollando productos y servicios de calidad que cautiven el mercado interno e internacional. Los productos deben ser apoyados por profesionales capacitados y programas estratégicos de marketing y promoción. La intervención, integración y apoyo de las comunidades, Gobiernos Municipales, Departamentales y Gobierno Central es crítico para el Plan, como también del sector privado y organismos no gubernamentales.

ARCo debe promover la realización de proyectos turísticos demostrativos. Alternativas prometedoras son los Parques Nacionales (Cotapata, Carrasco, Isiboro Secure) donde se puede desarrollar un turismo sostenible, incluyendo ecoturismo para estimular la economía local y regional. Estos proyectos deben implementarse de manera coordinada y consensuada, incluyendo áreas transversales integradas. Se necesita incrementar el marketing y promoción de ecoturismo en estas áreas protegidas. Actualmente los

Parques no son apreciados como un activo en las regiones y en consecuencia de deben hacer esfuerzos para crear mayor conciencia e información sobre la oferta de los mismos.

Es necesario crear dos primeros Centros de Información Turística y de Interpretación (que incluyan instalaciones de baños), uno en Coroico y otro en Villa Tunari.

Junto con el Viceministerio de Turismo, Prefecturas de La Paz y Cochabamba, SERNAP y Conservación Internacional, se deben desarrollar encuentros y cumbres orientados a educar a los participantes sobre ecoturismo, sus impactos y beneficios. Deben incluirse representantes de Gobiernos Municipales, líderes comunales, comunarios, hoteleros y dueños de restaurantes, operadores y agentes de turismo, ONG's y otras instituciones público y privadas.

ARCo también debe explorar alternativas y posibilidades para establecer un fondo de inversión ecoturístico, y crear mecanismos financieros para inversiones en proyectos de ecoturismo. Establecer oportunidades de microcréditos para empresas de turismo y ecoturismo ya existentes. Cualquier esfuerzo piloto debe ser experimentado y evaluado.

Finalmente no importa cuanto se haga en turismo o la calidad de productos turísticos que se desarrollen, la rentabilidad (en la actualidad) no es competitiva con el negocio de la coca. El turismo no debe considerarse como un reemplazo a la producción de coca, sino más bien como una herramienta trascendental para lograr una economía nueva y dinámica (diversificar la "economía licita").

En el caso del Chapare, el éxito de la lucha contra el cultivo excedentario parece haber elevado el espíritu emprendedor y los deseos de invertir y mejorar esta zona en un polo de desarrollo que nivele las fuerzas entre Cochabamba y el norte de Santa Cruz con mejorías en los cultivos alternativos, la aplicación de tecnologías apropiadas y el amplio apoyo que esta comprometido de la cooperación internacional.

Síntesis

Coroico y Villa Tunari conseguirán un turismo exitoso y sostenible en la medida que:

- Desarrollen productos y servicios de calidad y se posesionen positivamente en el mercado interno e internacional.
- Capaciten y formen eficientemente recursos humanos para el turismo y áreas protegidas.
- Cuenten con un eficaz plan estratégico de marketing (incluye desarrollo de productos, promoción y publicidad).
- Desarrollen procesos de concertación y coordinación con sus pobladores y todos los actores involucrados.
- Implementen políticas estratégicas claras y eficientes que involucran los diferentes niveles de gobierno y otras organizaciones e instituciones público y privadas.
- Exista una efectiva y eficiente practica organizacional y comunicación en todos los niveles.

ANEXO 1

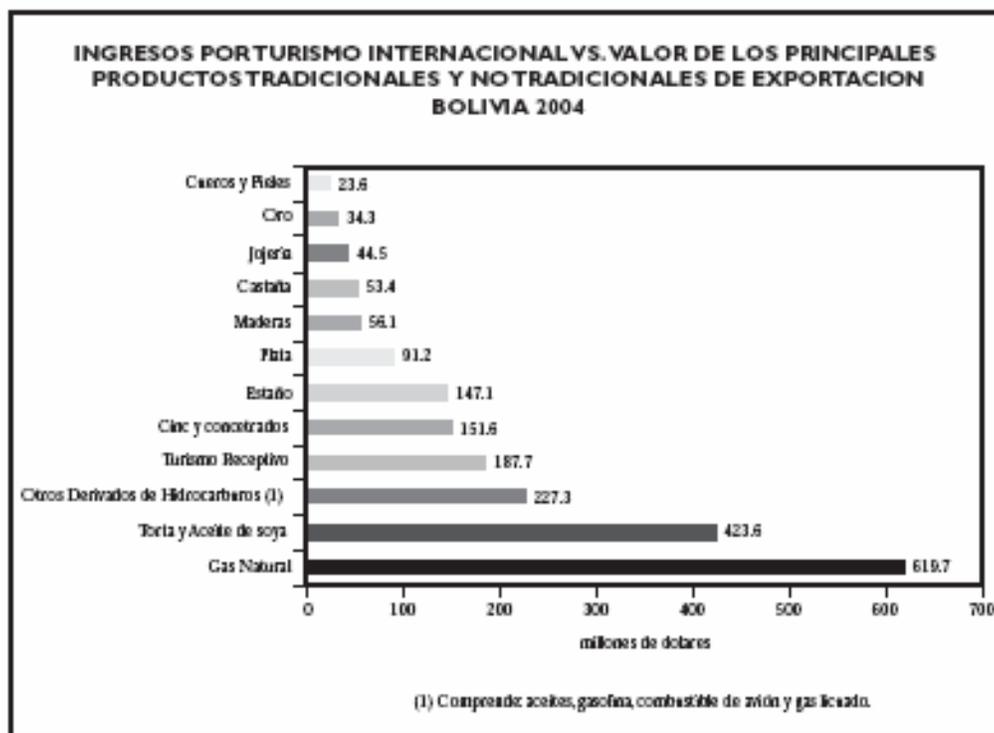
Ingresos por Turismo Internacional y las Exportaciones

CUADRO COMPARATIVO DE INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL Y LAS EXPORTACIONES
(en millones de dolares)
AÑO 2004

AÑO	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL	%	EXPORTACIONES TOTALES
1991	102.9	11.5	895.2
1992	116.9	15.1	773.8
1993	124.1	15.3	808.9
1994	130.6	11.6	1,124.2
1995	144.8	12.3	1,181.2
1996	159.4	12.3	1,295.3
1997	171.7	13.5	1,272.1
1998	186.7	14.1	1,324.7
1999	182.6	13.0	1,405.4
2000	169.3	11.5	1,475.0
2001	163.9	12.1	1,352.9
2002	164.4	12.0	1,374.9
2003(p)	179.9	11.3	1,676.6
2004(p)	187.7	8.6	2,254.4

Elaboración: en base a datos del Instituto Nacional de Estadística

(p) DATOS PRELIMINARES



Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico / Viceministerio de Turismo

ANEXO 2

Coroico – Plataforma de Acción

Coroico – Plataforma de Acción

Estado de situación 2005	Procesos y acciones por realizar
<p>Relación con GMC, autoridades, líderes comunales y sociedad civil de Coroico fortalecida.</p> <p>Alianza estratégica que permite implementar acciones de intervención en un clima de paz social, consensuada y coordinadamente.</p>	<p><i>ARCo debe tomar el liderazgo a fin de consolidar el proceso en el marco del modelo empresarial competitivo. Para ello se requiere planificar acciones orientadas a profundizar y socializar la relación mediante coordinación y unión de esfuerzos con los diferentes actores del Municipio, puntualizando enfoque empresarial, conceptos de sostenibilidad y visión de competitividad.</i></p> <p><i>Difundir resultados y lecciones aprendidas.</i></p> <p><i>En el corto plazo, mantener un enfoque práctico, a fin de establecer las acciones y medidas requeridas para su aplicación en Coroico y sus destinos turísticos.</i></p>
<p>Material entregado a GMC, ASITUR, COMUTUR y Dirección de Turismo de la Alcaldía de Coroico: 10 proyectos elaborados a diseño final, guías turísticas en inglés y español, CD's promocionales, Documento Técnico que respalda la Declaratoria de Coroico como "Zona Prioritaria de Desarrollo Turístico".</p> <p>Básicamente este Documento contiene un análisis de los aspectos legales, institucionales, políticas, programas y planes de acción a nivel nacional y departamental, definiendo en el marco de este análisis y de un diagnóstico turístico específico: la vocación, objetivos, políticas, programas, proyectos y acciones estratégicas para encarar un desarrollo turístico competitivo y sostenible en el Municipio de Coroico.</p>	<p><i>Se debe organizar un equipo técnico, conformado por personal del Proyecto y CSE, ASITUR, Dirección de Turismo de la Alcaldía de Coroico para socializar, divulgar e informar (principalmente sector rural), sobre el Documento Técnico, sus alcances, plan quinquenal, y ventajas concretas establecidas en el mismo.</i></p>
<p>ASITUR y COMUTUR con estatutos y directorios en funcionamiento. Dirección de Turismo de la Alcaldía constituido y en funcionamiento. Oficina para ASITUR, COMUTUR y Dirección de Turismo refaccionada y equipada y en funcionamiento.</p> <p>Esta oficina se constituye en la instancia principal encargada de promover la actividad productiva ligada al desarrollo turístico en el Municipio de Coroico, fomentando la actividad de los micro y pequeños empresarios, pequeños productores y artesanos, creando las condiciones propicias para el desarrollo económico local que genere mejores condiciones de vida y empleo.</p>	<p>Es necesario apoyar la operativización y consolidación del funcionamiento de esta oficina en la instancia del Municipio y de la Sociedad Civil coroiqueña que contribuya a la ejecución y sostenibilidad de las acciones. Para lograr este objetivo se debe implementar un apoyo en gestión administrativa cuyo enfoque debe orientar el accionar de la oficina como promotora estratégica de los procesos de cambio y el enlace entre los grupos que interactúan en los procesos locales de desarrollo económico social y cultural.</p> <p>Otro aspecto importante de la asistencia será capacitar a los encargados para liderizar el proceso de consolidar la industria turística de Coroico en el marco de la sostenibilidad, que permita incrementar los beneficios de los recursos turísticos del municipio, manteniendo la integridad cultural del medio ambiente, así como fortalecer la protección de las áreas ecológicas y de patrimonio natural además de asistir la capacitación para aumentar los beneficios al área rural.</p> <p>Asimismo se debe capacitar a estas personas en la visión y objetivos del Documento Técnico (Declaratoria).</p>
<p>Construcción del Abergue Campesino. Obra estratégica de gran impacto social, genera condiciones sociales favorables.</p>	<p>Elaborar una propuesta para el GMC y Central Agraria Campesina referente a la gestión administrativa.</p> <p>Fortalecer la relación con el Municipio y dirigentes comunales planificando un programa de trabajo con estrategias y acciones en el corto, mediano y largo plazo, con el objeto de fortalecer la dinámica de las regiones turísticas y propiciar el crecimiento competitivo rural, optimizando los beneficios económicos y sociales de las comunidades.</p>

Estado de situación 2005	Procesos y acciones a realizar
<p>POA-Coroico 2005 aprobado y en ejecución. Contempla la contraparte del Municipio (vía Prefectura de La Paz) para la construcción de los dos proyectos turísticos financiados por USAID vía ACDI/VOCA: Terminal de Buses y Residuos Sólidos.</p>	<p>Es fundamental continuar con el seguimiento a ambas obras y apoyar al GMC en la gestión consecución de los fondos de contraparte provenientes de la venta del hotel Ex -Prefectural, mediar aprobación del VIPFE.</p> <p>Es también primordial elaborar un plan de gestión (administración) para ambas obras.</p>
<p>Grupo Scout "Vive Coroico" establecido. Recurso humano conformado por jóvenes altamente motivado.</p>	<p>Es necesario capacitar y fortalecer el grupo a fin de consolidarlo, para ello se requiere organizar tal y reuniones de corta duración, principalmente en prácticas formativas de liderazgo y administración grupo debe depender directamente de la Asociación de Scouts de Bolivia y ASITUR.</p>
<p>Equipos de comunicación y computadoras adquiridas para la Radio Uchumachi transferidos a favor de la radio.</p> <p>Relación institucional fortalecida y consolidada.</p>	<p>Será útil elaborar y coordinar programas de difusión proyectando una nueva narrativa de comunicación que promueva la actividad productiva ligada al desarrollo turístico, fomentando la actividad de los pequeños empresarios, pequeños productores y artesanos, creando las condiciones propicias para desarrollo económico local que genere mejores condiciones de vida y empleo.</p>
<p>En coordinación con el GMC y la Dirección de Concesiones de la Prefectura de La Paz, se inicia acciones referentes al proyecto de concesión del atractivo turístico "eco vía" Chuspipata-Chovacollo, jerarquizado dentro la categoría III en el Documento Técnico de la Declaratoria.</p>	<p>Urge continuar con la coordinación correspondiente hasta lograr la concesión.</p>

Abreviaturas

GMC:	Gobierno Municipal de Coroico
POA:	Programa Operativo Anual
VIPFE:	Viceministerio de Inversión y Financiamiento Externo
ASITUR:	Asociación para el impulso del Turismo en Coroico
COMUTUR:	Comité Municipal de Turismo
CSE:	Centro de Servicios Económicos

Actividad Rural Competitiva Bolivia
Calle 14 de Calacoto, No. 8136
La Paz, Bolivia
Tel/Fax: (591-2) 212 - 1555