PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO - GASTRONÓMICO DE COMIDA FUSIÓN EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Proyecto de grado para obtener el Título de Licenciatura en Turismo

POR: VANESSA ALINA SANTANDER MEDINA

TUTOR (A): Mag. ILSEN MARIEL GUTIERREZ CASTELLÓN

LA PAZ – BOLIVIA
2017
ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .......................................................... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CAPÍTULO I: ........................................................................................................... 9
ASPECTOS GENERALES .......................................................................................... 9
  1.1. INTRODUCCIÓN .......................................................................................... 9
  1.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .................................................................. 10
    1.2.1. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN ........... 13
  1.3. OBJETIVOS .................................................................................................. 13
    1.3.1. OBJETIVO GENERAL ........................................................................... 13
    1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .................................................................. 13
  1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN ..................................................... 13
  1.5. APORTE TEÓRICO ....................................................................................... 14
  1.6. APORTE SOCIAL .......................................................................................... 15
  1.7. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN ............................................................. 16
    1.7.1. ALCANCE TEMÁTICO ........................................................................... 16
    1.7.2. ALCANCE GEOGRÁFICO ...................................................................... 16
    1.7.3. ALCANCE TEMPORAL ........................................................................ 16
CAPÍTULO II: ............................................................................................................. 17
MARCO TEÓRICO ........................................................................................................ 17
  2.1. REFERENCIAS HISTÓRICAS DEL TURISMO ............................................. 17
  2.2. TURISMO ..................................................................................................... 21
  2.3. EL SISTEMA TURÍSTICO ............................................................................. 22
  2.4. LA OFERTA TURÍSTICA ............................................................................. 23
  2.5. EL DESTINO TURÍSTICO ............................................................................. 24
  2.6. CIRCUITO TURÍSTICO ................................................................................ 25
    2.6.1. TIPOS DE CIRCUITOS TURÍSTICOS .................................................... 25
  2.7. TIPOS DE TURISMO ..................................................................................... 26
  2.8. TURISMO GASTRONÓMICO ...................................................................... 29
    2.8.1. LA RUTA Y CIRCUITO TURÍSTICO GASTRONÓMICO ................. 31
    2.8.2. PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO ......................................... 32
  2.9. GASTRONOMÍA ............................................................................................. 32
    2.9.1. LA GASTRONOMÍA Y SUS DIVISIONES ............................................ 32
    2.9.2. TIPOS DE GASTRONOMÍA ................................................................. 34
  2.10. COCINA BOLIVIANA .................................................................................. 35
    2.10.1. COCINA NOVO BOLIVIANA .............................................................. 35
    2.10.2. COCINA FUSIÓN ............................................................................... 36

Vanessa Alina Santander Medina
2.11. MERCADO TURÍSTICO  .................................................................38
  2.11.1. ACTIVIDAD TURÍSTICA ......................................................38
  2.11.2. SERVICIOS TURÍSTICOS ...................................................38
  2.11.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS ......39
2.12. MARKETING TURÍSTICO ..................................................................41
CAPITULO III ..........................................................................................46
BASE LEGAL ............................................................................................46
  3.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA
  ...........................................................................................................46
  3.2. LEY N° 292, LEY GENERAL DE TURISMO “BOLIVIA TE ESPERA” ....46
  3.3. INSTITUTO BOLIVIANO DE NORMALIZACIÓN Y CALIDAD ............48
  3.4. SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD
ALIMENTARIA .........................................................................................49
CAPITULO IV ...........................................................................................51
CONTEXTO DE ESTUDIO ..........................................................................51
  4.1. LA PAZ COMO CENTRO DE DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN ....51
  4.2. CARACTERÍSTICAS DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ ...............51
  4.3. ACONTECIMIENTOS CULTURALES EN LA PAZ .........................55
  4.4. SERVICIOS TURÍSTICOS EN GENERAL ........................................57
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .................................................71
  5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN ..............................................................71
  5.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN ....................................................71
  5.4. UNIVERSO Y MUESTRA ...............................................................71
     5.4.1 UNIVERSO ..............................................................................71
     5.4.2. MUESTRA ..............................................................................72
     5.4.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ..................74
  5.5. MEDIOS E INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO ....74
     5.5.1. FUENTES PRIMARIAS DE INFORMACIÓN ............................74
     5.5.2. FUENTES SECUNDARIAS DE INFORMACIÓN ........................74
CAPITULO VI: ..........................................................................................75
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....................................................75
  6.1. TRABAJO DE CAMPO .....................................................................75
  6.2. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO .....................................76
     6.2.1. DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN
             BOLIVIA EN GENERAL Y EN LA PAZ EN PARTICULAR: ...........76
     6.2.2. INFLUENCIA DE LA GASTRONOMÍA EN EL TURISMO ..........83

Vanessa Alina Santander Medina
Tablas de Contenido

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tabla</th>
<th>Descripción</th>
<th>Página</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Tabla 1</td>
<td>Hospedaje</td>
<td>57</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 2</td>
<td>Agencias de viaje</td>
<td>58</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 3</td>
<td>Transporte</td>
<td>58</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 4</td>
<td>Restaurantes</td>
<td>60</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 5</td>
<td>Principales lugares visitados en Bolivia y estadía media</td>
<td>82</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 6</td>
<td>Distribución del gasto turístico del visitante extranjero</td>
<td>85</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 7</td>
<td>Pregunta 1, Torta</td>
<td>86</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 8</td>
<td>Pregunta 2, Torta</td>
<td>87</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 9</td>
<td>Pregunta 3, Torta</td>
<td>88</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 10</td>
<td>Pregunta 4, Torta</td>
<td>88</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 11</td>
<td>Pregunta 5, torta</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 12</td>
<td>Pregunta 6, torta</td>
<td>90</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 13</td>
<td>Pregunta 7, torta</td>
<td>90</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 14</td>
<td>Pregunta 8, torta</td>
<td>91</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 15</td>
<td>Pregunta 9, torta</td>
<td>92</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 16</td>
<td>Pregunta 10, torta</td>
<td>92</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 17</td>
<td>Pregunta 11, torta</td>
<td>93</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 18</td>
<td>Encuesta visitantes extranjeros. Pregunta1: torta</td>
<td>94</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 19</td>
<td>Pregunta 2: torta</td>
<td>95</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 20</td>
<td>Pregunta 3: torta</td>
<td>95</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 21</td>
<td>Pregunta 4: torta</td>
<td>96</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 22</td>
<td>Pregunta 5: torta</td>
<td>96</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 23</td>
<td>Pregunta 6: torta</td>
<td>97</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 24</td>
<td>Analisis FODA Oferta</td>
<td>99</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla 25</td>
<td>Analisis FODA Demanda</td>
<td>100</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tabla de Ilustraciones

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ilustración</th>
<th>Descripción</th>
<th>Página</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ilustración 1</td>
<td>Llegada de turistas internacionales</td>
<td>76</td>
</tr>
<tr>
<td>Ilustración 2</td>
<td>Llegada de turistas a America de Sur</td>
<td>78</td>
</tr>
<tr>
<td>Ilustración 3</td>
<td>Evolucion de llegadas de turistas nacionales y extranjeros a Bolivia</td>
<td>79</td>
</tr>
<tr>
<td>Ilustración 4</td>
<td>Porcentaje de participación del turismo en exportaciones</td>
<td>80</td>
</tr>
<tr>
<td>Ilustración 5</td>
<td>Ingresos por turismo receptivo</td>
<td>81</td>
</tr>
<tr>
<td>Ilustración 6</td>
<td>Mapa del recorrido</td>
<td>105</td>
</tr>
</tbody>
</table>
PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO - GASTRONÓMICO DE COMIDA FUSIÓN EN LA CIUDAD DE LA PAZ

CAPÍTULO I:

ASPECTOS GENERALES

1.1. INTRODUCCIÓN

El departamento de La Paz tiene como capital el municipio de La Paz y en ella existe una población de 916.571 habitantes oficialmente registrada hasta diciembre de 2013, de los cuales 443.345 son hombres y 473.226 son mujeres (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2014), este municipio, en la actualidad es una referencia en cuanto a variadas actividades culturales desarrolladas en Bolivia. Una parte muy importante de las mencionadas actividades culturales es la gastronomía que, dependiendo del lugar, usos, costumbres, horarios y componentes, es muy diversa y representa muchas veces al lugar de donde esa gastronomía provenga, es decir puede ser criolla, extranjera o una simbiosis de varias acepciones culturales.

Existen muchos factores que determinan el tipo de comida que seconsume ya que existe una gran variedad de ofertas en la ciudad, de ahí que se afirma que la ciudad de La Paz, tiene comidas para todos los horarios; para las mañanas, al medio día, por las tardes o clásicos para conmemorar fechas religiosas o históricas: 24 de Enero: plato paceño, chairo; Carnaval: puchero, lechón al horno; Cuaresma: Challwa – wallakes (sopa de pescado); Jueves Santo: plato de bacalao, arroz con leche, compotas de fruta; Viernes Santo: ají de cochayuyo; Corpus Christi: variedad de frutas, chirimoyas, maní, humitas; Navidad y año nuevo picanas o lechón al horno (Iraola, 2005).

Por otro lado, el turismo en los últimos años ha llegado a ser un potencial que aporta al desarrollo socioeconómico del departamento de La Paz, es la ciudad boliviana más visitada por turistas extranjeros, el 23,1% de los visitantes extranjeros prefiere llegar a La Paz, respecto a las demás ciudades y centros turísticos del país (ERBOL,
2015), pues cuenta con muchos atractivos que deben ser explotados de manera sostenible, uno de estos atractivos es el turismo gastronómico que se ha puesto de moda en los últimos años. Sin embargo, en Bolivia no existe como tal un circuito gastronómico que cubra una variedad de ingredientes en diversos platillos como en Perú que recientemente ha creado la ruta de la gastronomía Marina – fusión u otros países que explotan su variedad gastronómica atrayendo a muchos turistas.

Entonces, sumadas estas dos características, la variedad de gastronomía existente y la preferencia turística que tiene La Paz respecto de otras regiones del país, es factible plantear la generación de circuitos gastronómicos, que es el tema central del presente estudio, el mismo que se centra en la comida fusión como principal atractivo del circuito turístico que se plantea.

1.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El Turismo en Bolivia se desarrolla con diferentes matices y particularidades, porque las características bolivianas de afronte a este tipo de industria, poseen variedad de aspectos no homogenizados y poco trabajados como alternativa económica, es decir que pareciera que aún en el país el turismo no es considerado como un mecanismo de generación efectiva de ingresos económicos capaces de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, sino que es una actividad adicional que ocupa solo a un sector de su población.

En ese entendido y considerando también las diferencias de costumbres y rasgos culturales que están asentadas en áreas naturalmente diversas como el altiplano, los valles y la amazonia, hacen que la oferta turística sea diversa, pero ninguna de ellos tiene bien desarrollados los servicios turísticos como tal, es así que en Bolivia en general, pero en la ciudad de La Paz en particular, la industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo, es decir están inmersos en esta industria aquellos que ofertan transporte, hospedaje, entretenimiento y también alimentación.

vanessa Alina Santander Medina
Es así que el turismo favorece la generación de empleo, y fomenta la actividad empresarial, así como los denominados emprendimientos minoritarios desde cualquier perspectiva que se la vea, por lo que la gastronomía no está alejada de dicha realidad, sin embargo, esta es vista aún como un complemento de la actividad, es decir es algo que se añade a la oferta turística y no es aún considerada como la oferta misma.

Entendiendo que los gastos de los turistas no sólo se limitan al hospedaje, sino que también se destinan a una gran variedad de servicios y bienes de consumo, tales como alimentos, transportes, y otros, se entienden estos como aditamentos del turismo como tal, y no se ha centrado la atención en la gastronomía como un atractivo turístico que invite a los visitantes a conocer un lugar por este atractivo como elemento central.

En Bolivia formalmente solo se cuentan con dos tipos de ofertas turísticas que involucran la gastronomía como parte de su atracción principal, “La ruta del vino” que se desarrolla y tiene diversos matices en la ciudad de Tarija y “La ruta del café” que se centra en la región cafetalera de los Yungas de La Paz, que efectivamente tiene relación con productos de consumo alimenticio pero se especializa más en el proceso de producción tanto del vino como del café, dejando la gastronomía como un accesorio de la actividad turística.

A esto se debe sumar que las nuevas tendencias de modernidad que establecen algunas incorporaciones a los gustos del turista fundamentalmente referidos a sus costumbres de alimentación, hacen que se deba pensar en alternativas nuevas de atracción, entre ellas está la comida fusión que es entendida como un concepto general que se emplea para indicar tanto la mezcla de estilos culinarios de diferentes culturas como la mezcla de ingredientes representativos de otros países, mezcla de condimentos y/o especias, prácticas culinarias, etc., que se ha introducido en Bolivia recientemente, que a decir de Guillermo Iraola (2014), se entiende como "nueva cocina boliviana" que es producto de diferentes tendencias culinarias que se dan hoy en el mundo. En todas partes del mundo se habla de lo
nuevo, de aplicaciones culinarias creativas que parten de la utilización de los ingredientes locales y se combinan con técnicas culinarias de vanguardia.

Ahora entendiendo que lo regional toma preeminencia sobre lo cotidiano, fundamentalmente cuando de atractivo turístico se refiere, se puede afirmar que las comidas regionales están en boga, presentadas con todo su esplendor tradicionalista y conservador pero que sufre una serie de cambios por las tendencias culinarias que vienen del extranjero en términos de presentación y contenido, de donde aparece la comida fusión, que a criterio de Iraola (2014) se viene haciendo en Bolivia desde el momento en que los europeos desembarcaron en costas americanas y se encontraron con un paraíso de condimentos e ingredientes que enriquecieron para siempre los recetarios internacionales y que ahora solo se ha cambiado su modo de entrega y presentación (Iraola, 2014).

De ahí que la comida fusión como nueva tendencia permite establecerse como un atractivo turístico que puede sustentarse no solo en que uno de los mayores gastos dentro de la actividad turística está dada por la comida, sino que también es atractivo para el turista lo nuevo y lo exótico.

Sin embargo, la oferta turística específicamente en la ciudad de La Paz, se centra en las actividades turísticas comunes, visita a museos, visita a centros de diversión, visita a las celebraciones y manifestaciones folclóricas como la fiesta del Señor del Gran Poder o una serie de actividades que se han ido desarrollando de forma sistemática y con mayor fuerza luego de la declaración de la ciudad como parte de las maravillas del mundo en diciembre de 2014.

En ninguna de estas consideraciones existe la posibilidad de incluir un circuito turístico gastronómico de comida como atractivo, lo que hace ver el descuido existente respecto de poder explotar la gastronomía, como un factor atractivo para la generación de visitas a la ciudad, considerando la gastronomía como base atractiva.

De ahí que el presente estudio plantea el diseño de un circuito turístico gastronómico de comida fusión en la ciudad de La Paz como alternativa a la
monótona oferta turística de la región pues es importante recordar que las el turismo tiene como desarrollo las nuevas tendencias y no así la oferta tradicional que existe o mejor dicho aun el turista gusta mucho de conocer Bolivia en particular La Paz pero no siempre el de repetir y de ello sale el ofertar algo nuevo que no descarta los tradicional, pero si lo fusiona a algo llamativo en este caso lo extranjero, tradicional y extranjero juntos llamado ahora comida fusión.

1.2.1. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN
Por los aspectos antes mencionados, se puede formular la pregunta de investigación de la siguiente manera:

¿De qué manera se podrá incluir a la gastronomía fusión dentro de los atractivos turísticos ofertados en la ciudad de La Paz?

1.3. OBJETIVOS
1.3.1. OBJETIVO GENERAL
Diseñar un circuito turístico gastronómico de comida fusión para incluir la gastronomía como atractivo turístico en la ciudad de La Paz.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS
- Realizar un diagnóstico de la actividad turística en Bolivia en general y en La Paz en Particular.
- Establecer la influencia de la gastronomía en el turismo.
- Determinar la pertinencia de un circuito turístico de comida fusión como atractivo turístico a partir de una encuesta a las agencias de viajes y turismo y a los visitantes extranjeros de paso por la ciudad de La Paz.
- Definir las características de un circuito turístico gastronómico de comida fusión en la ciudad de La Paz.
- Diseñar las actividades de promoción y mercadeo del circuito turístico gastronómico de comida fusión.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN
Bosch Abarca y Giménez Moreno (2001) destacan la importancia de las necesidades del turista cuando se diseñan actividades que tendrá a su cargo el
operador turístico en función al visitante y sus necesidades a satisfacer. Según estas autoras, una correcta respuesta a las necesidades del consumidor en la industria turística supone tener en cuenta tres niveles diferentes de formación: nivel de respuesta a las demandas operativas básicas, un nivel de respuesta a las necesidades promocionales e informativas complementarias y un nivel de respuesta a las necesidades personales y subjetivas (Bosch & Giménez, 2001).

Desde esa perspectiva y en el afán de poder brindar un efectivo servicio turístico se ve la necesidad de estudiar la posibilidad de generación de alternativas turísticas para mejorar los servicios prestados en cuanto a calidad turística en el medio en el que se desarrolla el turismo boliviano en general y paceño en particular. Esa es la óptica que justifica y genera la idea de investigación desarrollada en el presente estudio.

Cuando los especialistas del sector turístico se enfrentan a las necesidades de alimentación de sus clientes se dan cuenta que la mejor forma de satisfacer las expectativas del consumidor no depende de la complejidad del producto culinario a ofrecer, sino de la habilidad para captar las necesidades subjetivas, es decir las necesidades emocionales y físicas que estimulan el éxito de la visita (Bosch & Giménez, 2001), entonces ofertar un nuevo circuito turístico gastronómico como alternativa de atractivo está enmarcado en la posibilidad de satisfacer las necesidades subjetivas del turista.

1.5. APORTÉ TEÓRICO

La presente investigación, en el entendido del logro de incrementar los niveles de calidad en el servicio turístico en la ciudad de La Paz que se brinda al turista tanto interno como externo, es que, se constituye en un aporte teórico significativo si se entiende que la calidad del servicio turístico es la base fundamental para el logro de la satisfacción del visitante a partir de alternativas nuevas que muestren la ciudad como una alternativa diferente de visita, que garantice a la larga una nueva presencia o en síntesis el incremento del flujo turístico en la región, con las
implicancias de beneficio que estas representan para el desarrollo de su calidad de vida tanto de sus habitantes como de los inmersos en la actividad turística.

Es así que el presente estudio pretende convertirse en la base teórica necesaria para posteriores investigaciones, relacionadas con la generación de circuitos turísticos alternativos, que utilicen actividades, hasta ahora entendidas como complementarias, como centro de atención y atractivo turístico, que en el caso particular de estudio, se refiere a la comida fusión en la ciudad de La Paz, para ello cuenta en su estructura una descripción de los aspectos teóricos y conceptuales que permitan acercar la investigación a la base teórica necesaria que sustente el análisis que se plantea realizar a partir de la identificación de alternativas generadoras de flujo turístico.

El desarrollo teórico y el correspondiente estudio en cuanto a calidad del servicio turístico es entonces la base fundamental con la que la investigación pretende determinar un aporte teórico para entender las particularidades e implicancias de la generación de alternativas turísticas dentro de ámbitos cuya explotación de atractivos turísticos se centra en monótonas visitas a sitios de arte y cultura que solo se aprecean desde la visibilidad de las mismas y no permiten entender la cultura desde otros sentidos tales como el gusto, que si es posible desde la gastronomía.

1.6. APORTE SOCIAL
Si se comprende el aporte social que representa el turismo para cualquier región, y dentro de él se considera que el gasto turístico relacionado con comida es uno de los más altos, se entiende también el aporte social que tiene la gastronomía para el turismo, de ahí que es importante poder dotar de alternativas de desarrollo para el rubro gastronómico dentro de la actividad turística como base para logra intensificar el flujo turístico de una región.

Es ahí donde radica el aporte social del presente estudio, el mismo que muestra las particularidades que se deben desarrollar a fin de logra una apreciación de calidad, en el servicio turístico respecto del visitante hacia la manera de ser atendido por los operadores turísticos o cualquier otra persona que esté ligada a la actividad del

vanessa Alina Santander Medina
turismo con la seguridad de que puede encontrar alternativas fuera de los atractivos tradicionales ya explotados.

1.7. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. ALCANCE TEMÁTICO
Temáticamente el presente estudio tiene un alcance delimitado por el estudio del turismo en general y el turismo gastronómico en particular desde la perspectiva de su importancia del desarrollo de este sector en la ciudad de La Paz.

1.7.2. ALCANCE GEOGRÁFICO
En términos de aplicación, el presente estudio se delimita como área geográfica de estudio al municipio de La Paz.

1.7.3. ALCANCE TEMPORAL
El alcance temporal abarcará datos anuales referentes a flujo turístico e impacto económico del mismo considerando 7 gestiones pasadas es decir a partir del año 2010 a la fecha.
CAPITULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1. REFERENCIAS HISTÓRICAS DEL TURISMO

En la etapa prehistórica, se consolidó el comercio y el comienzo de los viajes del ser humano. Las sociedades neolíticas desarrollaron una vida nómade a base del sustento de rebaños y de manadas de animales, domesticaron algunos de ellos, como el caballo y el camello, e inventaron o descubrieron la agricultura. Poco a poco se fueron asentando y tomaron a los animales como su base económica. La falta de metales, tejidos o incluso de alcohol y alimentos les obligó a buscar otras sociedades cercanas con las que intercambiar productos. Es así como surgió el comercio, por la necesidad de las personas de intercambiar utensilios, herramientas y alimentos. También surgieron entonces los viajes, y aunque fueran por necesidad, se puede considerar los predecesores del "viaje de negocios" (Fernández, 1991).

Bajo estas consideraciones, para el autor Luís Fernández es ahí donde nace el turismo como actividad, en su criterio, las primeras ciudades surgieron, gracias a los sumerios, a orillas de los ríos y en los valles, y en casi todos los casos eran primitivas ciudades nómade, como Ur o Lagash en la península arábica, que se fueron dividiendo en clases sociales. Ya en el 3000 a. C existía una división de clases: esclavos, arrendatarios de tierras, artesanos y mercaderes, y los altos sacerdotes, que gobernaban la ciudad. El hecho de que ya existieran esclavos indica que ya había una clase social que no necesitaba trabajar, y tenía por lo tanto tiempo libre que dedicarse a viajar. (Fernández, 1991).

Por supuesto esas civilizaciones antiguas, eran civilizaciones que subsistían básicamente gracias al comercio. Era necesario importar metales y madera que no existían en Mesopotamia de otras ciudades como Siria, Chipre, Asia Menor y las colonias comerciales del Mar Negro. A pesar de que la mayoría de los viajes eran
con propósitos comerciales, tampoco faltaron aquellos por placer (Fernández, 1991), según este autor Hammurabi, rey de Babilonia, realizó viajes para visitar las ciudades de su imperio hacia el 1700 a. C, se desplazó varias veces para asistir a las fiestas y ritos sacerdotales de las mismas, y se cree que fue él quien impulsó las peregrinaciones. En cierto modo son éstas las primeras manifestaciones de turismo de la historia.

Entre 1490 y 1436 a. C la reina regente Hatsheput realizó el primer crucero de la historia, y lo hizo por aguas del Nilo. Su propósito no era otro que el de conseguir la paz y ver las tierras de Punt, al este de África. Fue un par de siglos después cuando los turistas llegaron a Egipto para ver las pirámides. Eran en su mayoría mercaderes de Siria o Chipre que aprovechaban el viaje, por trabajo, para admirar sus monumentos (Fernández, 1991).

Hay que tener en cuenta que la mayoría del turismo practicado en la antigüedad, fue por parte de los atenienses (griegos). La razón es simple, puesto que Atenas contaba con una inmensa mayoría de esclavos que hacían todo el trabajo, dejando a los artesanos, comerciantes y nobles, mucho tiempo libre para dedicarse a actividades de ocio.

A decir de Fernández Fuster (1991), en el 776 a. C se celebraron los primeros Juegos Olímpicos que consistían en competencias atléticas en honor a los dioses de Olimpo, ofreciendo sus prestaciones artísticas y atléticas como obsequio. Muchas veces también se realizaban sacrificios y rezos en honor a algún dios en específico. Aunque de menos renombre también se celebraban los festivales Pitios, los Ismios y los Nemeos. Estas celebraciones movilizaban a un gran número de personas, que por supuesto, necesitaba de transporte y calzadas para desplazarse. Ya en aquel tiempo, Grecia contaba con una red de hoteles que tan sólo ofrecían una cama para pasar la noche. No contaban con comedores ni baños, aunque en cada ciudad se construían unos baños públicos abiertos a todo el mundo donde los turistas debían llevar su propia toalla. Se quitaban la ropa y la guardaban en unas
taquillas especiales para que nadie se la robara, y seguidamente un empleado se encargaba de echarles jarras de agua fría y caliente (Fernández, 1991).

A los romanos también les gustaba la idea de pasar unos días de tranquilidad alejados de la ciudad y solían desplazarse a la costa de Campania, por la zona de Biaia. Pasaban mucho tiempo disfrutando del buen clima, del agua medicinal de la playa y de sus aguas termales. Se crearon otras infraestructuras necesarias para el desarrollo del turismo, tales como posadas, restaurantes barcos de pasajeros, pues la demanda de viajes aumentó durante la época del imperio, se construyeron numerosos circos e hipódromos con el propósito de entretener a los ciudadanos. Cada vez fueron más comunes los combates de gladiadores, los espectáculos donde intervenían leones y las carreras de cuádrigas. Era la táctica del “pan y circo” ideada por los emperadores romanos para mantener a la plebe interesada por los juegos y la comida, y no por los asuntos de estado (Fernández, 1991).

En Edad Media el turismo se vio especialmente afectado por el continuo deterioro de las calzadas romanas y la poca seguridad que ofrecían. En la Europa Occidental la gente comenzó a agruparse en pequeñas ciudades bajo el cuidado de un noble y en muy raras ocasiones se atrevían a salir de las murallas, y mucho menos para realizar un viaje (Fernández, 1991).

Para rastrear los orígenes del turismo contemporáneo, es preciso reconocer que “históricamente, el ser humano se ha desplazado en el territorio, también por motivos de ocio, aunque no se puede hablar propiamente de turismo hasta el fin del Antiguo Régimen y los albores de la Revolución Industrial en el siglo XVIII, con las prácticas de nobles y rentistas que impulsaron los primeros balnearios” (Vera, Palomeque, & Marchena, 1997), posterior a ello se puede mencionar según el autor salva (2002), el denominado Grand Tour como los primeros pasos del turismo, que tiene su edad de oro entre los años 1760 y 1790 con la aparición de una clase de ocio/tiempo libre, practicada por los hijos jóvenes de la aristocracia y los grandes propietarios, quienes organizaban viajes por Francia, Alemania, Austria e Italia con el objetivo de mantener relaciones entre las diversas sociedades europeas y obtener
una formación ". (Salva, 2002). Este tipo de turismo practicado en ese tiempo, fue progresivamente transformándose en un turismo individual, a decir de Ricardo Cox (2009) es al final de las guerras napoleónicas -siglo XIX- donde se registra la emergencia de nuevas clases de viajeros internacionales formadas por personas de la burguesía: comerciantes, industriales y profesionales liberales. Estos dos tipos de turismo son los que a lo largo de tres siglos van abriendo el paso al denominado turismo moderno (Cox, 2009).

Según Vera, y otros, (1997) citado por Cox (2009) "las primeras vacaciones pagadas a finales del siglo XIX inauguran el derecho al ocio turístico, pero no se articulan todavía los mecanismos de comercialización y gestión de flujos a gran escala, ni los trabajadores poseen los medios económicos para que se desarrolle un turismo de masas. La primera mitad del siglo xx sigue siendo aristocrática" (Vera, Palomeque, & Marchena, 1997). Es a partir de la II Guerra Mundial en el período de la reconstrucción y crecimiento económico, dados los enormes progresos en la productividad que permitieron aumentar los salarios, reducir los costes de producción y reducir el horario laboral, se configura el turismo de masas. De allí, la necesidad de nuevas actitudes e ideas que implican cambios en el interés de los turistas hacia nuevos recursos y nuevos lugares turísticos. Es así que, a partir de los años cincuenta, se instala el turismo como fenómeno social articulado a la sociedad de consumo, con un crecimiento alto y continuado hasta estos días. Con el turismo se inicia la fase de popularización de la actividad viajera, que va ejerciendo la presión de una demanda masiva que obliga a la creación de mecanismos de gestión y producción de vacaciones relativamente baratas (Cox, 2009).

El "turismo entendido como fenómeno reciente, radica en la extensión de su práctica a grupos sociales (incluidos jóvenes y ancianos) que hasta entonces no habían tenido acceso a él y en consecuencia, en su masificación" (Vera, Palomeque, & Marchena, 1997) define un proceso de popularización del turismo como fenómeno social, que se da a consecuencia de "la conquista del tiempo, la conquista del
espacio, la disponibilidad de las rentas y la capacidad de consumo turístico y la conversión de la vacación y del viaje turístico en necesidad básica” (Vera, Palomeque, & Marchena, 1997). Todo esto ha permitido transformar al turismo de privilegio de una élite en una generalizada a una necesidad global de la humanidad (Cox, 2009).

Lo antes citado define la perspectiva histórica del turismo y su instauración como parte de la sociedad en la que se desarrolla.

2.2. TURISMO
En cuanto a concepto de turismo se refiere hay varias definiciones, sin embargo, se tomó dos de las cuales son consideradas las más importantes:

Según la Organización Mundial de Turismo es: un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Ahora, por estas características, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo (Organización Mundial de Turismo (OMT), 2007).

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada cual tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, Turismo
Comunitario etc., y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria. La definición del turismo es sencilla si se refiere en cada caso a la opinión de cada quien, a lo que cada cual percibe o interprete, pero, al englobar la definición para satisfacer la expectativa general, definir el turismo es difícil (Ramirez, 1998).

Otros autores definen al turismo como “El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio. Es una práctica social de naturaleza espacial, generadora de actividades económicas, que ha dejado de ser marginal y se ha convertido en estructural.” (Viceministerio de Turismo - Bolivia, 2009)

Desde esta perspectiva es parte fundamental de esta definición la participación del hombre en la actividad turística porque es el actor principal para que se dé dicho evento. El turismo pretende satisfacer los intereses de los flujos turísticos, necesidades que deben ser atendidas por las empresas turísticas.

De ahí que se puede definir que el turismo es una actividad económica, social y cultural porque contribuye al crecimiento y progreso de las comunidades inmersas en esta actividad además de la utilización de la mano de obra e insumos de las mismas, creando así empleos directos como indirectos, además permite mostrar al turista las costumbres, y manifestaciones culturales propias de las comunidades permitiendo un acercamiento mutuo entre diferentes culturas.

**2.3. EL SISTEMA TURÍSTICO**

La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente (Sancho, 1998).

Concretamente, se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:
1. La demanda: formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.

2. La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.

3. El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

4. Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

2.4. LA OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado (Tresserras & Montecino, 2015).

El paquete turístico es la forma integral en que se presenta la oferta turística. Esta herramienta busca facilitar la comercialización organizada del producto turístico y de esta manera facilitar el viaje al turista.

El paquete turístico puede estar integrado por (Tresserras & Montecino, 2015):

- Itinerario,
- El circuito turístico,
- El programa.
El itinerario: Es la secuencia de lugares a visitar durante los días que dura el programa de viaje. Incluye también las horas de salida y llegada desde o hacia los destinos elegidos. Se suele complementar la información con un circuito que ilustra gráficamente la distancia entre los atractivos.

El circuito turístico: Es la serie de rutas turísticas que vinculan los puntos de atractivo histórico, cultural, arqueológico, ecológico, etc. y los medios de transporte a utilizar.

Programa turístico: En él se señala en forma detallada lo que se ofrecerá y las actividades que se desarrollarán durante el viaje día por día indicándose los horarios. Suele incorporarse algunas reseñas de los lugares a visitar, las actividades a desarrollar, los servicios que incluye, los precios, así como recomendaciones y sugerencias para cada caso. El programa debe ser cumplido estrictamente, si se diera lo contrario, el cliente tiene derecho a reclamar por incumplimiento de contrato.

2.5. EL DESTINO TURÍSTICO

Según la Organización Mundial de Turismo, un Destino Turístico es un lugar importante visitado por turistas que representa la unidad básica de análisis en turismo, reconoce además tres perspectivas la geográfica, (una zona fácilmente reconocible que los turistas visitan), al económica (el lugar en el que permanecen más tiempo, en el que gastan una suma pertinente de dinero y en el que los ingresos por turismo son potencialmente considerables), y la pictográfica (la que constituye el principal motivo de viaje).

Muchos autores consideran que Destino Turístico es un concepto subjetivo. En ese sentido, adquieren frecuentemente protagonismo en su definición los términos “impresión”, percepción y/o “representación” del destino en la mente del turista (Echtner, Ritchie, &., 2000).

De la misma forma también se puede afirmar que destino turístico puede ser considerado un conjunto de productos y servicios parcialmente creados por operadores públicos o privados, donde lo importante no es la atracción en sí misma sino una combinación de factores que constituyen la experiencia de consumo del turista.
2.6. CIRCUITO TURÍSTICO

Según el Artículo 6 de la Ley Nº 292, Ley de turismo “Bolivia te espera”, se define al circuito turístico como, el conjunto de rutas y recorridos turísticos que cuentan con atractivos y servicios turísticos, cuya dinámica implica iniciar el recorrido turístico con retomo al lugar de partida, sin pasar dos veces por un mismo sitio.

El circuito es la base para la producción de visitas guiadas, rutas y paquetes turísticos. Desde el programa simple como puede ser una visita guiada a un museo, hasta los complejos paquetes temáticos o especializados, brinda el esqueleto físico sobre el cual se van a ir incorporando servicios y actividades. Un circuito turístico se compone de cuatro elementos:

- Un espacio concreto
- Un patrimonio cultural y natural
- Una temática, cuando el circuito sea de tipo especializado
- La capacidad de innovación

2.6.1. TIPOS DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

Por el espacio que abarca los circuitos turísticos pueden ser locales o regionales: por su temática pueden ser generales o temáticos y en función de su diagramación pueden ser lineales o circulares (Echtner, Ritchie, & ., 2000).

Son lineales cuando su diagrama presenta un trazado rectilíneo. Pueden correr en forma paralela a algún accidente geográfico o a alguna carretera. Normalmente este esquema es seguido por las rutas turísticas lineales como, por ejemplo, en la ruta de la quinua en Bolivia que tiene un recorrido por varios departamentos del país. Pero este tipo de circuito no siempre responde a un accidente geográfico ya que también puede plantearse tomando como base una calle en donde el punto de partida y punto de finalización del mismo del mismo no sean coincidentes.

Los circuitos circulares o triangulares son aquellos donde el punto de inicio y de finalización de la ruta son los mismos y en cuyo recorrido no se repite la misma calle o camino pueden unir tramos de distintas carreteras.
2.7. TIPOS DE TURISMO

✓ TURISMO ALTERNATIVO

Este tipo de turismo está constituido por nuevas ofertas centradas en destinos turísticos recientes, promueve atractivos específicos como los culturales, históricos naturales, generalmente son destinos no tradicionales y escaso desarrollo turístico (Arias, 2006)

Las características más importantes de este tipo de turismo son:

- Respeto a los valores naturales, sociales y comunitarios, permitiendo una relación positiva entre locales y turistas.
- Los impactos de este tipo de turismo son menores en el medio natural y social.
- Este turismo engloba a micro y pequeñas empresas, y de propiedad de habitantes locales que son utilizados por los visitantes.
- Turismo que da énfasis al contacto y entendimiento entre las comunidades receptoras, el turista y medio ambiente.

✓ TURISMO RURAL

Esta modalidad de turismo surgió por medio del Turismo Alternativo, este concepto de turismo rural tuvo crecimiento en los países europeos. Surge de la necesidad de diversificar la oferta dejando que los flujos turísticos busquen otros espacios distintos a los convencionales (sol, playa, descanso y otros).

“El turismo rural se define como aquella actividad turística realizada en áreas naturales, compuesta por una oferta integrada para el tiempo libre, dirigida a una demanda cuya motivación el contacto con el ambiente rural y que tiene una interacción con la sociedad local. El turismo rural estaría relacionado con actividades que confieren al paisaje su fisonomía nítidamente rural, diferenciándose de las áreas cuya marca persistente en su grado de naturalidad, relativo a ecosistemas ricos en diversidad (Calvente, 2005).
El turismo rural se caracteriza por.

• No generar impactos negativos sobre el medio ambiente rural y natural que posee el lugar.

• Utiliza, en lo posible, construcciones ya existentes en el lugar, rehabilitadas o construidas. Favoreciendo de modo especial la integración de la arquitectura popular.

• Favorece las iniciativas de la población local frente a las iniciativas de las personas foráneas al medio.

• Mejora las condiciones de vida de la población local afectada.

• Conserva los recursos locales en lo referente a la cultura, tradiciones, gastronomía, folklore, historia, arte y arquitectura.

• Evita la despoblación de las zonas rurales al suministrar a las mismas rentas complementarias que les permita quedarse en su lugar de origen.

• Conserva los medios de vida tradicional (artesanía, agrícola, ganadera, piscícola).

• El modelo económico prevé la utilización de la mano de obra loca, además del consumo y comercialización de los productos locales (artesanía, alimentación).

✓ **TURISMO SOSTENIBLE**

“El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostiene la vida.”

(VICEMINISTERIO DEL TURISMO - BOLIVIA, 2009) Los principios del turismo sostenible según la OMT son.
• Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.

• El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause problemas ambientales y socioculturales.

• La calidad ambiental se mantiene y mejora.

• Procura en mantener en elevado nivel de satisfacción en los visitantes y el destino mantiene su prestigio y potencial comercial.

• Los beneficios del turismo sostenible se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

✓ ECOTURISMO

La definición adoptada por la Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza (IUNGC), describe al ecoturismo como:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (así como cualquier manifestación cultural del presente y del pasado), que promueva la conservación, tiene bajo impacto de visitación y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.”

✓ TURISMO CULTURAL

Las visitas culturales se refieren a las actividades llevadas a cabo en museos, monumentos artísticos, iglesias, ruinas arqueológicas, lugares históricos, obras civiles del pasado, ferias y mercados tradicionales, artesanías, manifestaciones religiosas, visitas a grupos étnicos o expresiones de arquitectura popular, la concurrencia a centros científicos, técnicos con las explotaciones mineras, agropecuarias o industriales (Drumm & Moore, 2013)

✓ TURISMO DE NATURALEZA

vanessa Alina Santander Medina
Las visitas a los sitios naturales corresponden a la observación y al disfrute de la naturaleza en sus diferentes manifestaciones que abarcan desde las payas hasta las grutas y cavernas, parques nacionales, y ríos o caídas de agua, todas estas entre otras muchas posibilidades (Drumm & Moore, 2013).

**TURISMO DEPORTIVO**

Esta categoría es bastante clara, ya que engloba la práctica del golf, remo, veleo, sky acuático, natación y todas las actividades que se generan alrededor de la pesca y la caza deportivas.

**TURISMO DE ESPARCIMIENTO**

Esta categoría comprende actividades como paseos, uso de playas o piscinas, excursiones, picnics, y todos los usos que hace el turista de la ciudad en que se encuentra (Drumm & Moore, 2013).

La asistencia a los acontecimientos programados tiene que ver con espectáculos de luz y sonido, exposiciones, festivales, concursos de belleza, carnavales, espectáculos nocturnos, rodeos, congresos, seminarios y convenciones

**2.8. TURISMO GASTRONÓMICO**

Es un itinerario con un origen, dimensión territorial, y configuración estructural especifica que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad. Los viajes pueden realizarse por diversos medios de transporte e incluso a pie en grupo o de manera individual solo si cumple con la comunicación y señalética volviendo siempre al punto de inicio (Tresserras & Montecino, 2015).

Torres Bernier (2003) señala que hay turistas que “se alimentan” y otros que “viajan para comer”. Estos turistas interesados por la comida realizan su búsqueda desde una perspectiva que puede ser tanto cultural como fisiológica, aunque el objetivo
final es encontrar placer. El último caso difiere de los turistas que sólo se alimentan, porque éstos ven a la comida desde una perspectiva fisiológica que no los motiva a viajar. Por lo tanto, los turistas gastronómicos son, sin duda, aquellos que buscan comida; siendo la gastronomía, en este caso, el principal atractivo o, usando la terminología de Baptista (1990), el recurso primario del destino visitado.

La forma como el turista encara la gastronomía y la intensidad con que ésta afecta su viaje es decisiva para entender el turismo gastronómico. Así, un turista que no siente un especial interés por la gastronomía de un lugar, no se desplaza con la intención primaria o secundaria de probar la comida, se comporta como una persona no residente que precisa alimentarse durante el tiempo de permanencia o estadía, pero solo por necesidad fisiológica. Para este turista la alimentación asume la importancia habitual que tiene en su vida y, el hecho de estar en un lugar con gastronomía diferente, no altera sus hábitos alimentarios y sociales. El turista se alimentará por necesidad (Torres, 2003)

En un grupo opuesto a lo anteriormente expuesto, se puede detectar al que engloba al “turista que busca comida” como motivo turístico primario de su desplazamiento y que es bien diferente del turista que se alimenta. Según la opinión de Luis Vilavella (citado en Torres Bernier, 2003), “para este tipo de turistas la comida es, en sí misma, un destino gastronómico”. Algunos académicos podrán considerar esta afirmación abusiva, pero, de hecho, los verdaderos gastrónomos se encuadran perfectamente en este espíritu viajando sin considerar el gasto y la distancia para saborear un manjar. En la misma línea de argumentación se puede mencionar que en los últimos años se verificó el “surgimiento de un turismo que busca restaurantes y lugares públicos, donde se pueda comer bien, con el mismo entusiasmo con que antes se buscaban iglesias románicas”. Este “nuevo segmento” da origen a lo que se llama turismo gastronómico y aparece como un segmento cada vez más importante (Torres, 2003).
Según Saramago (2002) es posible encontrar por todos lados personas que viajan para “experimentar, degustar, probar nuevos sabores” ya sea en restaurantes, ferias gastronómicas, cenas medievales y otros eventos.

Ahora bajo estos criterios, se puede definir el turismo gastronómico, como la visita a productores (tanto primarios como secundarios) de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos, donde la degustación de alimentos y toda la experiencia inherente son el motivo principal para viajar (Hall, Mitchell, & M., 2003).

Analizando esta definición, son ejemplos de turismo gastronómico la visita a una explotación agrícola, la visita a una unidad fabril de producción de alimentos, el desplazamiento a un festival gastronómico, viajar con el propósito de ir a un determinado restaurante, o hacer una ruta o circuito gastronómico (Hall, Mitchell, & M., 2003).

2.8.1. LA RUTA Y CIRCUITO TURÍSTICO GASTRONÓMICO

Es un itinerario con un origen, dimensión territorial, y configuración estructural específica que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad. Los viajes pueden realizarse por diversos medios de transporte e incluso a pie en grupo o de manera individual solo si cumple con la comunicación y señalética adecuada (Torres, 2003).

De acuerdo a su origen la ruta o circuito puede ser urbana o rural; Por su dimensión territorial: local, nacional, regional, continental o intercontinental; Por su configuración estructural: lineal, circular, cruciforme, radial o en red; En cuanto a su marco natural: terrestre, acuático, mixto o de otra naturaleza física; Por temas, intereses y objetivos específicos: alimentaria, agroalimentaria, enológica, enogastronómica, étnico-gastronómicas, oleoturismo, restaurantes, museos, platillos, bebidas…Los desplazamientos pueden realizarse por diversos medios de
transporte e incluso a pie pero debe contar con la suficiente infraestructura, estructura comunicación y señalética para ser la ruta recorrida en grupo o de manera individual (Tresserras & Montecino, 2015)

2.8.2. PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO

Es un conjunto de productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas materiales e inmateriales en rutas, circuitos o itinerarios en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista, es un producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: mercados, productos, atracciones y actividades, alojamiento, infraestructura interna y externa, estructura o equipamiento y superestructura (Montecinos, 2013)

2.9. GASTRONOMÍA

La gastronomía es el estudio de la relación del hombre con su alimentación y su medio ambiente o entorno. El gastrónomo es el profesional que se encarga de esta ciencia. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa. Sin embargo, ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.

También se la puede definir como: Conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar las actividades, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad (Montecinos, 2013).

2.9.1. LA GASTRONOMÍA Y SUS DIVISIONES

En la gastronomía hay diferentes tipos de especialidades que definien el tipo de cocinero que prepara los alimentos, sin embargo, es importante dividir la
gastronomía como tal y para ello se definió lo siguiente según la bibliografía obtenida en la Escuela Hotelera de Gastronomía en La Paz (Montecinos, 2013):

• Cocina regional: es la cocina basada en un área o varias áreas en específico en esas áreas se trabaja la cocina de diferente manera ya que son diferentes culturas, historias y descubrimientos los cuales modifican la manera de cocinar algún platillo en específico o el platillo cotidiano o los ingredientes con los cuales se llega a un resultado, todo eso puede variar por región.

• Repostería: es la cocina basada en postres, se encuentran diferentes subtipos, desde fríos a calientes, de sencillos a complicados, de rápidos a lentos, de horneados a no horneados. Por ejemplo, puede haber un postre frío, sencillamente hecho, lento de varias horas o hasta días y horneado previamente, lo cual significa una serie de pasos a seguir para llegar a ese resultado.

• Bebidas: las bebidas al igual que la repostería esta divididas en subtipos, caliente a frío, dulce a salado o amargo o acido, de sabor fuerte a sabores apenas perceptibles, con alcohol o sin alcohol, mucha gente considera las bebidas un especie de arte ya que se requieren conocimientos previos para la mayor parte de las bebidas también porque muchas bebidas pueden contener arte en sí mismas ya que hay una variedad de líquidos de diferentes colores, sabores y olores que pueden llegar a dar una impresión diferente al consumidor de dicha bebida.

• Orgánica: es la comida compuesta únicamente de productos orgánicos, carne y vegetales, sin el uso de ningún producto químico, puede ser por alguna reacción alérgica del consumidor por la cual el prefiera la comida orgánica.

• Química: como contrario de la comida orgánica esta está compuesta de químicos y sustitutos y al igual que la orgánica es consumida por casos de reacciones alérgicas o también por preferencia y accesibilidad económica. (Margarina, leche en polvo, etc.)

• Zoilent: el zoilent es un alimento que fue basado en una película de ciencia ficción, dicha comida está compuesta únicamente de elementos, no se cocina, sino que es
una mescla de elementos como, la proteína, el hierro, y otros elementos que son necesarios para poder vivir y desarrollarnos, lo único particular del zoilent es que al hacer una dieta basada en esta comida se baja mucho de peso hasta llegar a no tener casi nada de grasa, sino que es mayormente músculos. Aún no está comercializada, pero podría llegar a estarlo en un futuro cercano, por ahora únicamente se hace por las personas que deseen consumirlo.

• Vegetarianismo: es la comida a base únicamente de vegetales y frutas, se puede ser vegetariano por distintas razones como por respeto a los animales o por alguna dieta en particular, algunos vegetarianos no consumen productos de origen animal (leche, huevo, queso, etc…) aunque hay otros que sí, mayormente esto depende de la conciencia de dicha persona. También hay vegetarianos quienes comen únicamente carne hecha sintéticamente (como la soya) y vegetarianos que comen únicamente carne blanca (de pollo, pescado, camarón) y como último tipo de vegetariano mencionado están los insectívoros, que comen únicamente carne de insectos y arácnidos (chapulines, arañas, etc.).

2.9.2. TIPOS DE GASTRONOMÍA

Según la escuela hotelera de la ciudad de La Paz existe diversos tipos de gastronomía, que a efectos de convencionalismo se conoce como tipos de cocina, en este acápite se mencionan los tipos más sobresalientes:

• *Cocina fría*: este tipo de cocina surgió en las últimas décadas. Esto se debe a los cambios en los tiempos, sobre todo en las mujeres, que destinan menos tiempo a tareas en el hogar. Es por ello que el número de platos fríos o pre fabricados ha aumentado de manera muy notable. Además estos platos son más frecuentes durante los meses de temperaturas más elevadas, ya que son frescos y livianos. Algunos ejemplos son ensaladas, sopas frías, sándwiches, entre otros.

• *Cocina molecular*: muy revolucionario ya que se basa en la introducción elementos químicos como es el caso de nitrógeno. Además combina la comida cuyas moléculas son armoniosas entre sí. Por otro lado se encarga de estudiar los ingredientes y cuáles será su reacción, a nivel químico. No solo son implantadas
recetas nuevas, sino que son incluidas algunas que son hechas desde hace mucho tiempo.

• **Cocina fusión**: lo que se busca aquí es mezclar distintas clases de cocina, de todo el mundo. Se implementan técnicas, ingredientes, recetas de lugares muy distintos para crear nuevas sensaciones.

### 2.10. COCINA BOLIVIANA

La gastronomía boliviana nace en las raíces étnicas del país y se va transformando de manera paralela al avance de la historia de cada nación que forma parte del Estado Plurinacional de Bolivia. La composición de cada platillo está estrechamente relacionada con las características de las zonas geográficas y culturas donde se originan (Iraola, 2005).

La cocina de Bolivia difiere mucho de una región a otra, porque Bolivia tiene muchas zonas geográficas y distintos orígenes culturales. Pero lo que es similar en todos ellos es la abundancia de carnes, papas y maíz. Y el agregado de distintos condimentos hace que cada región tenga un sabor diferente y especial.

La abundancia en tipos de carnes, papas, maíz, quinua y la frescura de los vegetales y frutas dan origen a una gama interesante de platos típicos de Bolivia. Sin embargo, no olvidemos que la mezcla y el agregado de distintos condimentos hacen que cada región tenga un sabor diferente y especial (Montecinos, 2013).

### 2.10.1. COCINA NOVO BOLIVIANA

Hablar de la cocina novo Boliviana es también hablar de la cocina novo andina la cual involucra a todos los países andinos por donde atraviesa la cordillera de los Andes “Cocina Novo Peruana” – “Cocina novo Chilena” – “Cocina novo Colombiana” – “Cocina novo Ecuatoriana”, es decir que el añadido del “novo”, es un indicativo de cambio de modernización pero que mantiene la esencia del lugar de donde procede, por eso se le añade el apellido, es decir el nombre del país o región de donde proviene (Iraola, 2014).
En este tipo de cocina, surgen nombres como “COCINA DECONSTRUCTIVA” – “COCINA FUSIÓN” – “COCINA MOLECULAR” – “COCINA DE AUTOR” – “COCINA ETNICA” y otros nombres que pretenden explicar cuál es la especialidad del ejecutante. Pero estas cocinas existieron siempre, como la “COCINA FUSIÓN”, que por definición es la que se viene haciendo en América desde el momento en que los europeos desembarcaron en nuestras costas y se encontraron nuevos condimentos e ingredientes que enriquecieron los recetarios internacionales.

En 2001, un grupo de Chefs de La Paz, especialistas en gastronomía, en el marco de un conversatorio de la realidad culinaria en La Paz, plantearon la necesidad de refrescar la cocina boliviana, recuperado los saberes nacionales, los insumos originarios y tradicionales, y fusionarlos con conocimientos de la cocina internacional. A partir de esta conversación nació el concepto de la “Cocina Novo Boliviana” que, sin desnaturalizar la cocina tradicional, se nutre de ella, reflejando la variedad de pisos ecológicos y la riqueza gastronómica de nuestro país. Estos chefs crearon un grupo denominado “Grupo Gastronómico Novo Boliviano” el cual tiene por misión revalorizar los alimentos mediante nuevas creaciones que mostrar a los comensales (Iraola, 2014).

2.10.2. COCINA FUSIÓN

La cocina fusión es un concepto reciente y contemporáneo que reta la imaginación del chef a crear algo particular combinando diversas cocinas para crear una nueva. El propósito de la cocina fusión es dejar la imaginación volar, y por más que ciertas combinaciones suenen extrañas, al probarlas sean un verdadero deleite para el comensal. Actualmente la cocina fusión es vista como un arte que está invadiendo poco a poco los restaurantes más importantes del mundo.

La cocina fusión es una mezcla de ingredientes y técnicas de diferentes culturas que adquirió este nombre alrededor de los años 70, cuando se fusionaron la cocina oriental con la occidental, para dar un ejemplo más claro se puede mencionar a la cocina TEX-MEX que es una mezcla entre la cocina del norte de México y la frontera sur de Estados Unidos (gracias a la cocina Tex-Mex existe una imagen equivocada.
de la cocina mexicana), la cocina fusión es una corriente completamente inevitable, por cuestiones de migración, globalización o lo que sea tarde o temprano se va a llevar a cabo una mezcla de ingredientes de diferentes culturas, hacer eso conscientemente da como resulta a la Cocina Fusión.

Algunas de las cocinas producto de esta tendencia son:

- **Tex-Mex**: Cocina norteamericana (principalmente cocina de Texas) con Cocina mexicana
- **Cajun**: Cocina norteamericana con Cocina francesa (Búscala en New Orleans)
- **Chifa**: Cocina china con peruana.
- **Baltí**: Cocina india (si, se dice cocina india, aunque cocina hindú también es válido) con inglesa
- **Nikkei**: Cocina peruana y japonesa

Estos son algunos ejemplos de las diferentes corriente de cocina fusión que existen en el mundo, no significa que sean todos, en realidad se podría decir que existe una “fusión” en la cocina desde mucho tiempo atrás, todo grupo migrante tenía que adaptar su forma de comer a lo que tenían disponible utilizando ingredientes de la región y los que llevaban consigo, la cocina Chifa; por ejemplo, surgió a partir de la necesidad del pueblo chino que llegó a Perú en el siglo XIX y al ver que no contaban con los ingredientes que normalmente utilizaban adaptaron su cocina con los productos de la región.

El objetivo de la Cocina Fusión es simplemente el de crear nuevas experiencias culinarias, crear nuevos platillos y sabores utilizando diferentes influencias, uno de los ejemplos más claros que se puede mencionar es el del sushi, y se ha vuelto tan común que ni siquiera nos damos cuenta que el sushi en México es un tipo de cocina fusión, los japoneses jamás agregan aguacate a sus preparaciones, o agregan limón a la soya, no utilizan chile, la salsa “Tampico” es un invento occidental y estos son solo algunos ejemplos de cómo la cocina se va
transformando y así como los seres humanos se adaptan al entorno, la cocina también lo hace.

2.11. MERCADO TURÍSTICO
El término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos (Organización Mundial Del Turismo (OMT)), 1998)

2.11.1. ACTIVIDAD TURÍSTICA
Es el conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicio, con el fin de aprovechar al máximo los recursos materiales y artificiales puestos a disposición del turista.

El elemento fundamental del turismo es el poner en contacto directo al individuo con su medio natural. La finalidad de la actividad turística es proporcionar la infraestructura, los medios y las facilidades para su cumplimiento.

Fines primarios:
• Satisfacer al individuo.
• Crear nuevas expectativas de conocimiento e interés.
• Mejorar la calidad de vida.
• Propiciar la integración de los pueblos.

Fines secundarios:
• Crear una estructura socioeconómica sólida.
• Contribuir al desarrollo económico y cultural de los pueblos.

2.11.2. SERVICIOS TURÍSTICOS
Los servicios turísticos son los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización
del viaje y mediante el disfrute del mismo (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.) (ACERENZA, 1990).

2.11.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial.

Algunas características son:

• El servicio turístico es intangible.
• La experiencia turística no se puede transferir.
• El servicio no puede probarse, por tanto, corre el riesgo de clientes insatisfechos.
• El producto no vendido, se ha perdido.
• El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
• El cliente es quien acude a la compra.
• El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
• El cliente participa en la producción.

Los servicios y productos turísticos, tienen algunos factores que complican su organización y su venta y que deben ser tenidas en cuenta por las empresas turísticas:

• No confieren propiedad. Los servicios y productos turísticos que ofertan las empresas turísticas dan el derecho al uso o disfrute temporal de determinados bienes como: alquiler de material deportivo, la plaza de un medio de transporte, o un determinado destino turístico.

También intervienen elementos intangibles que resultan de las prestaciones profesionales, como por ejemplo diseñar o gestionar un viaje.
• Se adquieren en un lugar, pero se producen o consumen simultáneamente en otro lugar. Los servicios y productos turísticos, se compran en una empresa turística intermediaria que está en distinto lugar donde realmente se produce, consume y disfruta el producto o servicio.

Esta adquisición crea cierta desconfianza en el cliente ya que no podrá devolver su viaje si la experiencia no es como el esperaba. Por ello es necesario contar con profesionales de prestigio que transmitan al cliente la suficiente información sobre lo que el viajero va a encontrar realmente en su viaje.

• Están sometidos a cierta rigidez y no se pueden almacenar. La oferta de productos turísticos suele ser rígida y será incapaz de almacenar los servicios y productos.

No obstante, la habilidad negociadora de la empresa turística intermediaria puede muchos casos, conseguir plazas en servicios similares o convencer al cliente para desviarse hacia otros destinos o viajes donde haya plazas y pueda satisfacer sus necesidades de forma similar ofreciendo alternativas sustitutivas.

• Son heterogéneos. Los elementos que componen los servicios y productos turísticos son muy variados y responden a diferentes proveedores.

Aspectos como las condiciones físicas de los destinos: altitud, insectos, temperaturas, condiciones climáticas...; Costumbres o hábitos diferentes o el grado de desarrollo de un destino son difícilmente controlables por las empresas turísticas intermediarias. Estas circunstancias deben ser explicadas al viajero para que no se sorprenda negativamente.

• Son subjetivos. El éxito de un viaje depende en muchas ocasiones del estado anímico del viajero, debido que un mismo viaje ha sido una experiencia maravillosa para unos viajeros y una experiencia desagradable para otros. Una información correcta constituye a crear una actitud mental positiva en el viajero ya que ha sido previamente advertido.
• Pueden ser estacionales. Hay varios destinos turísticos que están muy sometidos a condiciones climáticas o temporales que impiden su operación fuera de determinadas épocas. Un ejemplo son los viajes de esquí, determinados deportes en determinadas playas...

Sin embargo, ciertos productos turísticos contribuyen a romper la dependencia estacional a la que está sometida el turismo convencional.

2.12. MARKETING TURÍSTICO

El marketing de servicios, es en el que se engloba el sector turístico, tiene unos fundamentos y objetivos claramente diferenciados a los del marketing de producto que se viene utilizando tradicionalmente en la industria de bienes de consumo.

De ahí que se debe mencionar algunas características propias del producto turístico que justifican la tendencia a establecer el marketing turístico como una categoría específica dentro del marketing de servicios. Estas características son (Sancho, 1998):

• Marcada dificultad para establecer las estrategias de precios, ya que la existencia de factores exógenos con gran capacidad de influencia, ajenos al propio proceso de producción, dificulta su fijación.

• En tanto que son personas las que participan de forma muy directa en su proceso de fabricación/prestación, se plantean mayores dificultades a la hora de fijar de forma precisa y continuada los estándares de servicio.

• Es muy difícil establecer atributos y valores del producto claramente diferenciales respecto a la competencia, no siendo, además, susceptible de protección por los medios jurídicos habituales.

• El producto turístico es un compendio indisoluble de bienes y servicios, en el que interactúan elementos materiales (instalaciones, maquinarias, etc.), con personas (ya sean empleados o prestatarios del servicio como el propio cliente) y donde factores como la ubicación, imagen, etc., juegan un papel, en ocasiones, determinante en la elección. Efectivamente, en la mayor parte de las ocasiones, el
producto turístico no está exclusivamente configurado por el establecimiento donde se lleva a cabo la prestación, sino que el entorno forma parte del propio producto que, normalmente, gira en torno a uno o varios recursos turísticos.

- Es el consumidor el que tiene que desplazarse siempre al lugar donde está el producto a consumir/utilizar.

Todas estas circunstancias deben ser tomadas en cuenta por los encargados de la gestión de marketing que en el sector turístico tendrán que desarrollar diferentes métodos para:

- Hacer tangible lo intangible, es decir, proporcionar soporte físico a las ofertas turísticas, que por su propia naturaleza son abstractas (importancia de los folletos de viajes, fotografías, etc.).

- Encontrar los medios adecuados para influir en la demanda y conseguir una mejor relación entre ésta y la producción de las industrias turísticas, dejando de lado el obstáculo consistente en la imposibilidad de almacenar el producto turístico.

- Dado que el cliente está presente mientras el servicio turístico se está produciendo, la interacción prestador del servicio/cliente es muy importante, por lo que la gestión del marketing turístico no sólo se basa en una actuación externa (influenciar la demanda), sino que también tiene una vertiente interna muy importante que engloba al: marketing interno, centrado en la formación, entrenamiento y motivación de los empleados, para conseguir la satisfacción de los turistas; marketing interactivo, que se centra en la creación y fomento de nuevas habilidades en la forma de prestar el servicio, ya que supone un factor determinante para ofrecer una calidad total en la experiencia turística.

- En resumen, tienen que crear una diferenciación competitiva de sus servicios, ofrecer una alta calidad y fomentar el aumento de la productividad de los servicios turísticos ofrecidos.

Según Krippendorf (1971), el marketing turístico es “la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o
estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades de ciertos grupos de consumidores y lograr, de esta forma, un beneficio apropiado”.

Del análisis de esta definición se derivan las siguientes consideraciones fundamentales:

• La necesidad de vertebrar una política turística integradora, no sólo entre las diferentes instituciones públicas en los diversos ámbitos territoriales, sino que, a su vez, la iniciativa privada y la pública deben actuar de forma coordinada.

• Se deben elegir ciertos grupos de consumidores, esto es, segmentos de demanda que aún siendo diferentes sean compatibles entre sí para que la satisfacción sea óptima, puesto que de no ser así existe la posibilidad de que sean captados por otros destinos/empresas turísticas de la competencia. Para evitar esto último, es imprescindible que el producto se defina conforme a las expectativas del público objetivo.

• El objetivo final debe ser económico, es decir, debe suponer un beneficio para la organización, ya sea en términos privados (rentabilidad económica) ya sea en términos públicos (efecto multiplicador en la economía de la zona). Ahora bien, las operaciones del marketing turístico tienen que guardar, en su desarrollo, un adecuado compromiso entre la necesidad de satisfacer al visitante o turista y el beneficio pretendido. Así, por ejemplo, los objetivos generales del marketing turístico, a nivel nacional, debieran ser siempre: “lograr la máxima satisfacción del visitante, que sea compatible con un aceptable nivel de beneficios para el país” (Acerenza, 1974).

En definitiva, el concepto de gestión de marketing turístico se apoya en tres elementos básicos:

1. Satisfacción de las necesidades del turista (vacaciones, ocio, etc.), para lo cual será necesario el conocimiento previo de sus motivaciones y comportamientos por medio de los correspondientes estudios de mercado
2. Diseño y promoción del producto turístico (conjunto de bienes y servicios), con los elementos y características detalladas que resulten atractivas al consumidor que satisfaga sus expectativas una vez consumido y genere un beneficio para la organización que lo produce.

3. Función de intercambio, realizado por unos canales de distribución, que permiten poner en contacto el servicio con el consumidor.
PROPUESTA DE
UN CIRCuito TURÍSTICO - GASTRONÓMICO DE COMIDA
FUSIÓN EN LA CIUDAD DE LA PAZ

vanessa Alina Santander Medina
CAPITULO III

BASE LEGAL

3.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

Artículo Nº 30

Numeral II

En el marco de la unidad del estado y de acuerdo con esta constitución las naciones y pueblos indígena originario campesinos gozan de los siguientes derechos:

Inciso 9.

A que sus saberes y conocimientos tradicionales, su medicina tradicional, sus idiomas, sus rituales y sus símbolos y vestimentas sean valorados, respetados y promocionados.

Este artículo se refiere a que lo tradicional es importante siendo que las tradiciones involucran también los alimentos nativos los cuales siempre se han consumido, por tanto, el hecho de que exista un capítulo que hable de ello es un gran respaldo para protegerlos.

Artículo Nº 337 (Políticas Sectoriales).

I. El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo que tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente.

Este artículo representa el marco legal de cualquier actividad destinada al desarrollo de prácticas turísticas de manera responsable.

3.2. LEY Nº 292, LEY GENERAL DE TURISMO “BOLIVIA TE ESPERA”

Artículo 3. (OBJETIVOS DEL TURISMO).

El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable, respondiendo a los siguientes objetivos:
g) Proteger los lugares y símbolos sagrados, conservar los recursos naturales y respetar la identidad de los pueblos indígena originarios campesinos, comunidades interculturales y afro bolivianas.

Los objetivos del turismo están claramente especificados en este artículo que es justamente a lo que se desea llegar con el proyecto: el plantear un circuito mostrando los recursos naturales y al mismo tiempo fusionarlos con algo nuevo sin olvidarse ningún momento de respetar a la interculturalidad.

**Artículo 12.**

(DESARROLLO ARMÓNICO Y SUSTENTABLE DEL TURISMO).

La actividad turística realizada por las formas de organización económica, comunitaria, estatal y privada, será efectuada en el marco de un desarrollo armónico y sustentable, de manera que tenga sostenibilidad económica a largo plazo y promueva su crecimiento en base a un manejo racional y responsable en lo ambiental, cultural, social y económico.

El circuito que se propone es desde el punto de vista privado, pero con ello se pretende promover el crecimiento y desarrollo del turismo.

**Artículo 13. (MODALIDADES; DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA).**

La actividad turística se desarrolla bajo las modalidades de turismo: comunitario, cultural, de naturaleza, ecoturismo, rural, urbano, de aventura, agroturismo, de salud, gastronómico y otras que sudan en base a las demandas del sector y conforme a las particularidades socioculturales, naturales y geográficas del país.

**Artículo 24. (MINISTERIO DE CULTURAS).** El Ministerio de Culturas, a través del Viceministerio de Turismo, ejerce las funciones de Autoridad Competente en Turismo.

**Artículo 27. (FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y DESTINO DE RECURSOS).**
I. El cumplimiento de las competencias y atribuciones del nivel central del Estado, de la Autoridad Competente en Turismo, cuenta con las siguientes fuentes de financiamiento:

c) Donaciones y créditos destinados a programas y proyectos en el sector turístico, gestionados en el marco de la normativa vigente.

La gastronomía es parte fundamental de la cultura y el desarrollo de un país por ello siendo así y viendo la sostenibilidad del proyecto planteado se podrá pedir un financiamiento o crédito en base a la normativa vigente.

3.3. INSTITUTO BOLIVIANO DE NORMALIZACIÓN Y CALIDAD

El Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA), es una asociación privada sin fines de lucro, creada mediante Decreto Supremo Nº 23489 del 29 de abril de 1993 y fundada el 5 de mayo de 1993. La competencia definitiva de sus actividades, le confiere el Decreto Supremo Nº 24498 del 17 de febrero de 1997, con el cual se crea el Sistema Boliviano de Normalización, Metrología, Acreditación y Certificación (SINMAC).

Mediante ella se elabora varias normas en canto a la manipulación, elaboración y distribución de alimentos como base principal de se colocará las normas principales en cuanto a ello:

• COMITÉ 3.29 ALIMENTOS – GENERALIDADES

o NB 329003:2003 Código de prácticas de higiene para frutas y hortalizas frescas

o NB 329004:2003 Código de prácticas de higiene para frutas y hortalizas frescas pre cortadas, listas para el consumo

o NB 329005:2005 Código de prácticas para la prevención y reducción de la presencia de plomo en los alimentos

o NB 329006:2003 Código de prácticas de higiene en la elaboración de salteñas y productos similares
PROPUESTA

UN CIRCUITO TURÍSTICO - GASTRONÓMICO DE COMIDA
FUSIÓN EN LA CIUDAD DE LA PAZ

o NB 329034:2009 Prácticas de higiene en la elaboración y expendio de alimentos en establecimientos y puestos de venta – Requisitos

o NB 329037:2009 Alimentos generalidades – Definiciones

o NB/ISO 22002-2:2013 Programas de prerrequisitos sobre inocuidad alimentaria – Parte 2: Catering (Corresponde a la norma ISO 22002-2:2011) Todos los restaurantes con los cuales se establezca la realización del circuito turístico, deben contar con las normas ya mencionadas

3.4. SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA

El Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria, cuya sigla es “SENASAG”, fue creado mediante Ley 2061 de 16 de marzo de 2000, como estructura operativa del ex Ministerio de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural y Tierras, encargado de administrar el régimen de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria.

Mediante Decreto Supremo Nro. 25729 de fecha 7 de abril de 2000, fueron reglamentados su organización y funcionamiento. En esta disposición legal se establece que el SENASAG es un órgano de derecho público, desconcentrado del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, con estructura propia, independencia de gestión técnica, legal y administrativa, competencia de ámbito nacional y dependencia funcional del ex Viceministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, hoy Viceministerio de Desarrollo Rural y Agropecuario, entendiéndose esta como la supervisión que ejerce el Viceministerio sobre el cumplimiento de las normas, objetivos y resultados institucionales.

De acuerdo con esta disposición legal, la misión institucional del SENASAG, es administrar el régimen específico de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria en todo el territorio nacional; cuyas atribuciones son las de preservar la condición sanitaria del patrimonio productivo agropecuario y forestal, el mejoramiento sanitario
de la producción animal y vegetal y garantizar la inocuidad alimentaria en los tramos productivos y de procesamiento del sector agropecuario.

En la Unidad Nacional de Inocuidad Alimentaria, se tienen las siguientes áreas (Art.16 D.S.25729):

• Área de inspección y control de alimentos
• Área de Registro de Industrias Procesadoras de Alimentos
• Área de Laboratorios de Análisis de Residuos Alimenticios.

Todos los restaurantes que desean ofertar un servicio de calidad deben pasar por varias inspecciones que les otorguen una certificación, por lo cual se tomó en cuenta a los restaurantes de comida fusión que hayan pasado por las mismas.
CAPITULO IV

CONTEXTO DE ESTUDIO

4.1. LA PAZ COMO CENTRO DE DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

La Paz es la sede de gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia donde la arquitectura colonial y republicana aún se muestra intacta junto a las nuevas edificaciones que muestran progreso y modernidad. La Paz es una conjunción de lo tradicional y lo moderno con paisajes, fascinantes, misteriosos, coloridos y es acogedora y hospitalaria con el visitante (MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, 2009).

Por la ubicación de esta ciudad capital del departamento de La Paz, que comparte ecosistemas de altiplano y trópico, La Paz es una ciudad privilegiada, ya que entre una y tres horas podemos cambiar totalmente de paisaje y encontrarnos o en la cima de un nevado de más de 5000 m. sobre el nivel del mar o rodeado de una vegetación tropical exuberante en las verdes colinas de los valles subtropicales de Yungas, su geografía es muy variada, es el único departamento que contempla varios pisos ecológicos: hacia el Norte con la región amazónica que cubre prácticamente toda la provincia Abel Iturralde; la segunda región, los valles interandinos, y la región altiplánica y la región de los Yungas, que cubre la parte central y la parte Sur. Además presenta una de las bellezas naturales más importantes del mundo como el lago sagrado Titicaca, compartido con la República del Perú (MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, 2009).

El departamento de La Paz se encuentra ubicado al Oeste del país, es el tercer departamento con mayor superficie, tiene aproximadamente 133.985 kilómetros cuadrados. Sus límites son: al Norte, con el departamento de Pando, al Este, con los departamentos de Beni y Cochabamba; al Sur con el departamento de Oruro, y al Oeste, con las Repúblicas de Chile y Perú.

4.2. CARACTERÍSTICAS DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ

Población:
El departamento de La Paz cuenta con 2.798.653 habitantes, que representa el 27,3% de la población de Bolivia. La ciudad Nuestra Señora de La Paz (actualmente municipio de La Paz) es capital del departamento y cuenta con una población de 840.044 habitantes, está ubicada una altura de 3.649 m.s.n.m., su fiesta es el 16 de julio en conmemoración a la revolución de 1809., la ciudad de La Paz fue fundada el 20 de octubre de 1548. Otro municipio importante es El Alto, colindante con el municipio de La Paz, cuenta con 928.851 habitantes, su fiesta es el 6 de marzo en conmemoración a su creación en 1986, El Alto es sede del aeropuerto internacional de "El Alto", ubicado a 4.077 m.s.n.m. (MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, 2009)

**Clima:**

El departamento de La Paz presenta climas variados: frío en el altiplano y puna brava, frío polar por encima de los 5.000 metros de altura con nieves perpetuas como el nevado de Chacaltaya; templado desde los 2.000 a 3.400 metros; cálido de los 500 a 2.000 metros de altura, y tropical en las llanuras amazónicas del Norte del departamento. Temperatura: en la ciudad y montañas desde -5 a 18 °C como promedio, y en los yungas paceños, de 20 a 25 °C.

**Principales actividades productivas:**

El departamento de La Paz posee recursos naturales de enorme magnitud. Los diferentes pisos ecológicos que afectan su territorio dan una rica variedad tanto en la producción agrícola como en las razas de ganado que se adecúan a sus contrastantes regiones (MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, 2009): Minería: Tiene importantes recursos mineros como el oro, estaño, antimonio, wólfram, plomo, plata, mármol, yeso, entre los más importantes

Agricultura: En el altiplano produce: papa, quinua, oca, habas, cañahua, arveja, cebada, pastos cultivados y avena, entre los principales. En las zonas de los valles: variedad de frutas como uva, durazno, ciruelo, como así también toda dase de hortalizas y legumbres. La zona de los Yungas provee de cítricos, café, maní, yuca,
maíz, coca y otras frutas típicas de la región. En la región de los llanos tropicales del Norte del departamento prosperan pastos de alta calidad y especies arbóreas de finas maderas como mara o caobo, sangre de toro, moradillo, laurel, entre otros.

Ganadería: En el altiplano: camélidos, en lo puna brava y montaña: llamas, alpacas y vicuñas en gran cantidad, tanto la lana como la carne son absorbidas para el consumo industrial y alimentario. El altiplano es poblado por grandes rebaños de ganado ovino. La región de Apolo por sus condiciones de clima y excelentes pastos naturales es apta para la cría y engorde de ganado bovino, ovino y caballar. Las praderas del norte cobijan grandes hatos de ganado bovino y equino.

Pesca: En el lago Titicaca principalmente se tiene la trucha salmonada y la criolla. En los ríos La Paz y Beni hay pesca abundante de peces deliciosos como: pacú, bagre, blanquillo, bagre, sábalo, surubí y muchos otros.

Artesanía: Sus productores artesanos son muy hábiles en la confección de prendas de vestir con lana de liona y alpaca; en la producción de joyas de oro, plata, estaño y otros; en lo confección de ropa de cuero de vacuno o de llama; y en general de artículos de artesanía que reflejan la conservación de la cultura en sus tejidos, instrumentos musicales, adornos y otros.

**Vías de comunicación:**

La ciudad capital se comunica con la República del Perú mediante tres vías camineras: La Paz - Desaguadero; La Paz - Copacabana; Puerto Acosta - Aigachi (rutas asfaltadas). Se complementa con la navegación del lago Titicaca hasta el puerto peruano de Puno. Con la República de Chile vía camino La Paz - Patacamaya - Tambo Quemado (asfaltado). Con las ciudades de Oruro, Potosí y Sucre (ruta asfaltada). Para su unión con el Beni se ha habilitado lo carretera Cotapata - Santa Bárbara y que permite la vinculación caminera con los Yungas (sitio de un gran potencial turístico). Se vincula también con Cochabamba y Santa Cruz por medio de carretero asfaltada. Cuenta también con el aeropuerto internacional de El Alto.

**Cultura:**

vanessa Alina Santander Medina
La Paz concentra en su interior la síntesis poblacional de todo Bolivia y sus fiestas religiosas, con danzas y atuendos típicos de cada región de Bolivia, son la viva expresión de la presencia multiétnica y pluricultural que caracteriza al país, aunque predomina en ella la cultura aymara.

**La Paz Moderna**

El lado moderno de la ciudad de La Paz nos muestra una próspera urbe industrial y sobre todo el principal centro comercial del país. Bancos elegantes y bien atendidos, galerías comerciales, galerías de arte moderno, cines y una relativamente amplias selecciones de hoteles de todas las categorías acogen al visitante ofreciéndole alternativas de precios y servicios muy convenientes. Los barrios residenciales los encontramos en la parte baja de la ciudad y su arquitectura parece más propia de una ciudad moderna que de una ciudad con trazos marcados de una presencia cultural originaria mezclada con los elementos que insertó en ella la colonización española.

**Iglesias y museos:**

La arquitectura colonial de La Paz se preserva en algunos de sus interesantes barrios con expresiones tales como la Iglesia de San Francisco, la calle Jaén y sus museos, entre ellos la Casa de Murillo, héroe de la independencia, y el Museo del Oro, repositorio de la orfebrería de las culturas precolombinas. Otras expresiones de esta arquitectura son el Museo de Arte y el Tambo Quirquincho, importante repositorio nacional. Otros museos interesantes y dignos de visitarse son el Museo Arqueológico de Tiwanaku y el Museo de Etnografía y Folklore con exposiciones etnográficas muy bien montadas y una interesante biblioteca en ambos temas.

**Mercados indígenas:**

Recorriendo las calles adyacentes a la Iglesia de San Francisco, no debe dejar de visitarse el Mercado de Las Brujas donde tradicionalmente, se han asentado los curanderos, apostados con sus mesas llenas de infinidad de elementos de los tres reinos de la naturaleza destinados a traer la ventura y la salud si se los usa como
amuletos o como ofrendas dirigidas a la Madre Tierra o Pachamama para los pueblos andinos. La Paz y sus mercados, tanto de alimentos como artesanales y de hechicería son componentes de esta ciudad.

**El Valle de la Luna:**

Muy cerca de la ciudad de La Paz se encuentra el Valle de la Luna, una región que desafía la imaginación del visitante y que genera la sensación de estar en un pequeño páramo lunar con formas producidas por la erosión que asemejan cráteres.

**El Valle de las Ánimas:**

Es otra muestra de los caprichos de la naturaleza que rodea la ciudad de La Paz. Está poblado por inmensos farallones que a lo lejos asemejan los tubos de un inmenso órgano natural. Los paseos por su interior permiten observar su estructura geológica y nos remontan a épocas enigmáticas.

### 4.3. ACONTECIMIENTOS CULTURALES EN LA PAZ

**Festivales**

Existen muchos festivales en la ciudad de La Paz, pero lo de más relevancia gastronómica son:

El festival de Chancho a la cruz que todos los años se lleva a cabo en la ciudad de La Paz o El Alto donde residentes tarijeno se unen para demostrar uno de sus platos más típicos de la región. Además, que se presentan grupos de danza chaqueña, tarijena y también grupos folclóricos que tocan música típica de Tarija.

Otro festival importante es el festival gastronómico TAMBO que se realiza en el mes de octubre sin embargo previamente en el mes de Julio se realiza un concurso donde se presentan nuevos emprendimientos que son promocionados en festival. Este festival fue creado por la fundación MIGA (Movimiento de Integración Gastronómico Boliviano) que tiene como objetivo la revalorización y la promoción de patrimonio alimentario regional boliviano.
En este ambiente se puede degustar los variados platos existentes en todas las regiones de Bolivia además de adquirir productos para poder realizar los platillos. Se encuentran también chefs que presentan la cocina fusión con los platillos más conocidos como ser: el risotto de quinua y platos con carne de llama.

A ello se suma el hecho de que no es sólo un festival gastronómico sino también uno musical pues por los días que se presentan existen a la vez grupos musicales diversos y ballets que presentan los mejor de su repertorio.

**Ferias gastronómicas**

En cuanto a ferias se refiere existen muchas que se realizan a nivel macrodistrital, claro que hay algunas que son las más sobresalientes las cuales podrían ser:

- La feria gastronómica “Vive y Saborea La Paz” que tiene como fin promover platillos nuevos y fusión de la ciudad de La Paz (Fricase de Surubi, paella de quinua, stromboli de quesumacha) esto con el fin de presentar la innovación de diversas empresas que toman una capacitación en gastronomía.

- Se realiza en el mes de Julio diversas ferias y concursos donde la caseritas pueden mostrar su arte culinario en las categorías de sándwich de chola, sándwich de palta, anticucho y helados de canela, esta feria normalmente es realizada en el Macrodistrito Mallasa.

- La feria gastronómica ambiental organizada por el LIDEMA y otras instituciones que tienen como fin promover una cultura ambiental y además promover platillos típicos de La Paz.

- La feria del TAMBO realizada cada año, promoviendo nuevos restaurantes y promocionando los ya conocidos. Se podría aseverar que es la mayor feria en cuanto a gastronomía se refiere ya que no solo es comida si no también, talleres de gastronomía, charlas, venta de productos para preparar alimentos, conciertos con música en vivo y promoción de productos poco conocidos, utilizados en áreas rurales los cuales sirven para la elaboración de platillos y postres deliciosos y exóticos. El año 2015 se realizó en el campo ferial “Tambo Quirquincho” y se dividió.
la misma en tres bloques; el primero con la venta de productos, el segundo patio de comidas y presentación de grupos, la tercera presentación cursos y talleres.

- Por otro lado, se realizan ferias gastronómicas en los diversos macrodristitos los fines de semana dependiendo de si es su aniversario, fiesta por algún motivo o en beneficio de alguien (kermesse).

4.4. SERVICIOS TURÍSTICOS EN GENERAL
a. SERVICIO DE HOTELERÍA

Existe hoteles de 1 a 5 estrellas, hostales, alojamientos, residenciales, moteles, estos tipos de hospedaje son de precios accesibles y cuentan con una infraestructura adecuada en la que te hacen sentir como si estuvieras en tu casa.

Para ello se tiene el siguiente directorio de prestadores de servicios turísticos realizado por el Ministerio de Culturas, Viceministerio de Turismo en diciembre del 2013. En el mismo se muestra el listado oficial de los prestadores de servicios turísticos (Registro turístico SIRETUR) legamente autorizados para funcionar en el territorio nacional (Ministerio de Culturas, 2013).

Según la recopilación de esos datos se realizó el siguiente cuadro, en el cual solo se menciona la cantidad de hospedaje en la ciudad de La Paz y en El Alto registrados formalmente en el Viceministerio de Turismo, se omite el hospedaje en otros destinos del departamento de La Paz:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo</th>
<th>Ubicación</th>
<th>Cantidad</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hoteles</td>
<td>El Alto</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Hoteles</td>
<td>Ciudad de La Paz</td>
<td>58</td>
</tr>
<tr>
<td>Apart Hotel</td>
<td>Ciudad de La Paz</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>Residenciales</td>
<td>El Alto</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>Residenciales</td>
<td>Ciudad de La Paz</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>Hostales</td>
<td>El Alto</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>Hostales</td>
<td>Ciudad de La Paz</td>
<td>40</td>
</tr>
<tr>
<td>Alojamientos</td>
<td>El Alto</td>
<td>182</td>
</tr>
<tr>
<td>Alojamientos</td>
<td>Ciudad de La Paz</td>
<td>69</td>
</tr>
</tbody>
</table>

vanessa Alina Santander Medina
Tabla 1: Casa de huéspedes
<table>
<thead>
<tr>
<th>Casa de huéspedes</th>
<th>Ciudad de La Paz</th>
<th>8</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Fuente: Camara hotelera de Bolivia</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**b. AGENCIAS DE VIAJE**

En la ciudad de La Paz las agencias de viaje formalmente establecidas responden a la siguiente tabla:

Tabla 2: Agencias de viaje

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo</th>
<th>Cantidad</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Agencias de viajes</td>
<td>125</td>
</tr>
<tr>
<td>Operadoras de turismo</td>
<td>166</td>
</tr>
<tr>
<td>Guías de turismo</td>
<td>417</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Viceministerio de turismo

**c. TIPOS DE TRANSPORTE**

Existe una variedad de medios de transporte a disposición del visitante, como taxis, minibuses, buses, etc., los precios son accesibles y se detallan de la siguiente manera:

Tabla 3: Transporte

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo</th>
<th>Detalle</th>
<th>Precio</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Micro</td>
<td>Se desplazan por toda la ciudad en diversas direcciones, se reconocen por los colores (micros celestes, verdes y amarillos) que van a diferentes zonas.</td>
<td>1.80 Bs de 6:00 a 20:30</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>2 Bs de 20:30</td>
</tr>
<tr>
<td>Trufi</td>
<td>El trufi es una especie de taxi compartido, luce unas banderitas en su parachoques delantero. En su parte delantera pueden viajar dos personas al lado del conductor, de modo que en total pueden entrar hasta 6 personas.</td>
<td>Dependiendo de la distancia puede ser de 1.50 Bs a 4</td>
</tr>
<tr>
<td>Minibus</td>
<td>El funcionamiento del mini es similar al del trufi. Se desplaza por una ruta fija y se comparte con otros pasajeros. Pueden entrar exactamente 13 pasajeros que pueden quedarse en cualquier lugar anunciando una cuadra antes la parada.</td>
<td>2 Bs de 6:00 a 8:30</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>2.20 Bs de 8:30 a 6:00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

vanessa Alina Santander Medina
<table>
<thead>
<tr>
<th><strong>Taxi</strong></th>
<th>El taxi por supuesto más caro que cualquiera de los demás transportes de La Paz mencionados hasta el momento. Es un transporte cómodo para moverse por La Paz, y puede ser de utilidad si se viaja en grupos de 4 personas.</th>
<th>Puede costar desde 10 bolivianos, hasta 60, si se quiere contratar un taxi al Aeropuerto de La Paz</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Pumakatari</strong></td>
<td>Estos buses dependen del Gobierno Autónomo Municipal. PumaKatari, es el nombre de los autobuses implementados como primera fase del llamado Sistema Integrado de Transporte Masivo de la Ciudad de La Paz.</td>
<td>1.50 Bs de parada a parada y en horario nocturno 2</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Teleférico</strong></td>
<td>La construcción de esta infraestructura fue encargada a una empresa austriaca (DOPELMAYER) y actualmente existen tres líneas de teleférico en funcionamiento. Línea Amarilla: Avenida Libertador (La Paz), Avenida Panorámica (El Alto), con paradas intermedias. Línea Roja: Antigua estación de ferrocarriles (Avenida Manco Cápac, La Paz), El Alto (zona 16 de julio, Avenida Panorámica Norte) Línea Verde: A la altura de Calle 12 de Calacoto (La Paz), Avenida Libertador (pasando por Obrajes).</td>
<td>3 Bs, aunque existen tarjetas para estudiantes, personas mayores y discapacitados (1,5 bolivianos en estos casos en común acuerdo como por ejemplo en convenio con la UMSA)</td>
</tr>
</tbody>
</table>
d. SERVICIO DE RESTAURANTES EN LA PAZ

Entre los más importantes restaurantes según la Página Web Bolivia en tus manos se encuentran los siguientes:

Tabla 4: Restaurantes

<table>
<thead>
<tr>
<th>OFERTA</th>
<th>NOMBRE</th>
<th>DIRECCIÓN</th>
<th>ESPECIALIDAD</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>RESTAURANT CHIFA LU</td>
<td>Dirección: Av. 20 de Octubre Nro. 2090, esq. Aspiazu</td>
<td>Especialidad en cuanto a variedad de Comida China</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>RESTAURANT PUERTA DEL</td>
<td>Av. Ballivián Nro. 503 (Calacoto)</td>
<td>Comida China. Chifa en La Paz</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>CHIFA JACKIE CHAN</td>
<td>C. Cochabamba, Nro. 100 (Central) - La Paz</td>
<td>Restaurant - Chifa</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>CHIFA EMY</td>
<td>Av. 20 de Octubre Nro. 927 - La Paz, LA PAZ</td>
<td>Restaurant de comida China</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>CHIFA PAGODA</td>
<td>Av. Arce Nro. 2168 - La Paz Nro. 1435</td>
<td>Restaurant de comida China</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>RESTAURANT JALAL</td>
<td>c. Sagarnaga, esq. Illampu Nro. 292 (El Rosario)</td>
<td>Especialidades de comida árabe</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>PALADAR&quot; BRASILEIRO</td>
<td>Av. Saavedra Nro. 1946 (Miraflores)</td>
<td>Comida brasileira</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Alcaldía municipal de la Paz y Elaboración propia
<table>
<thead>
<tr>
<th>Nombre</th>
<th>Dirección</th>
<th>Menú</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>RESTAURANT BRASIL</td>
<td>Av. Busch Nro.1944, Edif. El Roble PB (Miraflores)</td>
<td>Comida brasileña por kilo tipo buffet</td>
</tr>
<tr>
<td>TROPICAL</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>RESTAURANT PRONTO</td>
<td>Psje. Jáuregui Nro. 2248, Entre Guachalla y Rosendo Gutiérrez (Sopocachi)</td>
<td>Comida Italiana y fusión</td>
</tr>
<tr>
<td>DALICATESSEN</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>LA OLLITA</td>
<td>Av. 20 de Octubre Edif. Renacer PB Nro. 2255 (Sopocachi)</td>
<td>Restaurant de comida Italiana Casera</td>
</tr>
<tr>
<td>PASTAS FRESCA BEatrice</td>
<td>c. Fernando Guachalla, Edif.</td>
<td>Pastas italianas</td>
</tr>
<tr>
<td>CIRCULO ITALIANO</td>
<td>Nicole PB (Sopocachi)</td>
<td>Pastas italianas</td>
</tr>
<tr>
<td>RISTORANTE IL FALCO</td>
<td>Av. Ballivián Nro. 1435 - La Paz</td>
<td>Pastas italianas</td>
</tr>
<tr>
<td>LE FONDUE</td>
<td>Av. Arce Nro. 2529 Edif. Santa Isabel PB L12 (Sopocachi)</td>
<td>Comida Italiana Tradicional</td>
</tr>
<tr>
<td>LA QUEBECOISE FINE</td>
<td>c. Gabriel René Moreno Bloque C-4 (San Miguel)</td>
<td>Restaurant de comida Internacional. Comida Suiza, Francesa</td>
</tr>
<tr>
<td>CUISINE</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>RESTAURANT THAI PALACE</td>
<td>Av. 6 de Agosto y calle Copacabana Hostal Center P.B. frente Plaza Sucre</td>
<td>Restaurant de comida Tailandesa, Hindú y Japonesa en Copacabana</td>
</tr>
<tr>
<td>RESTAURANTE</td>
<td>DIRECCIÓN</td>
<td>CATEGORÍA</td>
</tr>
<tr>
<td>-------------</td>
<td>-----------</td>
<td>-----------</td>
</tr>
<tr>
<td>BIG ROYAL THAI</td>
<td>Av. Ecuador Nro. 2387</td>
<td>Restaurant de Comida Tailandesa</td>
</tr>
<tr>
<td>THE STAR OF INDIA</td>
<td>c. Cochabamba Nro. 170 (Central)</td>
<td>Restaurant de comida Tailandesa, Hindú</td>
</tr>
<tr>
<td>RESTAURANT RINCON ESPAÑOL</td>
<td>c. Hermanos Manchego, Nro.</td>
<td>Comida española especialidades</td>
</tr>
<tr>
<td>RESTAURANTE SANCHO PANZA</td>
<td>Av. Ecuador Nro. 738, Edificio Miguel Angel. Local 2, Sopocachi.</td>
<td>Pescados y mariscos</td>
</tr>
<tr>
<td>JAPANESE RESTAURANTE NEW TOKIO</td>
<td>Calle 17, entre Sanchez Bustamante y Julio Patiño,</td>
<td>Comida Japonesa</td>
</tr>
<tr>
<td>SAMURAI RESTAURANT JAPONES</td>
<td>Av. Montenegro Nro. 1364, San Miguel</td>
<td>Comida Japonesa</td>
</tr>
<tr>
<td>WAGAMAMA RESTAURANT</td>
<td>AV. Arce Pasaje. Pinilla Nro. 2557, Sopocachi</td>
<td>Comida Japonesa</td>
</tr>
<tr>
<td>NEW SAKURA</td>
<td>Av. Garcia Lanza Nro. 1110 entre calles 9 y 10 de Achumani.</td>
<td>Comida Japonesa</td>
</tr>
<tr>
<td>SAMURAI</td>
<td>Av. Montenegro Nro. 1364. San Miguel</td>
<td>Pescados</td>
</tr>
<tr>
<td>LA CAVA</td>
<td>c. 10 Nro. 135, Achumani</td>
<td>Comida euro-asiaica</td>
</tr>
<tr>
<td>LA NUEVA AREQUIPA</td>
<td>c. 23 de Calacoto Nro. 7727 entre fuerza naval y Gabino Villanueva, Calacoto.</td>
<td>Cevichera</td>
</tr>
<tr>
<td>Nombre</td>
<td>Dirección</td>
<td>Comida</td>
</tr>
<tr>
<td>---------------------------------</td>
<td>---------------------------------------------------------------------------</td>
<td>---------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>RESTAURANT CHABUCA</td>
<td>c. Claudio Pinilla Nro. 559, Miraflores</td>
<td>Cevichera y mariscos</td>
</tr>
<tr>
<td>RESTAURANT KARAMANDUKA</td>
<td>San Miguel, Bloque “J” Nro. 34.</td>
<td>Pescados y Maricos</td>
</tr>
<tr>
<td>DELIZIAS DEL MAR</td>
<td>c. Posnaski Nro. 1184, Miraflores</td>
<td>Cevichera</td>
</tr>
<tr>
<td>MARISQUERIA MI PERU</td>
<td>Av. Saavedra Nro. 1983 Edif. Italia I</td>
<td>Marisquería y cevichera</td>
</tr>
<tr>
<td>SIEMPRE CONTIGO PERU</td>
<td>c. Hugo Estrada, Edif. Providencia, Local 1, Miraflores</td>
<td>Cevichera</td>
</tr>
<tr>
<td>FINA ESTAMPA</td>
<td>Av. Capitán Ravelo, Nro. 2355, San Jorge</td>
<td>Cevichera</td>
</tr>
<tr>
<td>CONTIGO PERU</td>
<td>c. Héroes del Acre, Nro. 1734, esquina Capitán Castillo, San Pedro</td>
<td>Cevicheria</td>
</tr>
<tr>
<td>LA TRANQUERA</td>
<td>c. Capitán Ravelo Nro. 2123 - La Paz</td>
<td>Comida criolla a la brasa</td>
</tr>
<tr>
<td>RESTAURANTE GOURMET ARANASYA -</td>
<td>Av. Arce Nro. 2177, Hotel Radisson Piso 15 (Sopocachi)</td>
<td>Restaurant de comida nacional e</td>
</tr>
<tr>
<td>HOTEL RADISSON</td>
<td></td>
<td>internacional</td>
</tr>
<tr>
<td>LA RIEL DEL SUR</td>
<td>Av. Ovando Candía Nro. 1480</td>
<td>Restaurant familiar</td>
</tr>
<tr>
<td>SNACK LOS LOMITOS</td>
<td>Av. Saavedra Nro. 2110-A</td>
<td>Comida Criolla</td>
</tr>
<tr>
<td>RESTAURANT LOS AMIGOS</td>
<td>c. Juan de Vargas Nro. 2282</td>
<td>Comida criolla</td>
</tr>
<tr>
<td>COMIDA VEGETARIANA</td>
<td>MANNA “SER SANO”</td>
<td>Av. 20 de Octubre Nro. 2620 entre Campos y Pinilla (Sopocachi)</td>
</tr>
<tr>
<td>--------------------</td>
<td>------------------</td>
<td>---------------------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>EL FOGONCITO DE MIKY</td>
<td>c. Gabriel René Moreno Nro. 1187 bloque E (San Miquel)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>TOMATE CAFÉ</td>
<td>c. Ayacucho Nro. 376 casi esq. Potosí (Central)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>COMIDA NACIONAL E INTERNACIONAL</th>
<th>RESTAURANT LA LLAVE</th>
<th>c. México Nro. 1522 (San Pedro)</th>
<th>Comida nacional e internacional, Shows en vivo</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>RESTAURANT LA PRENSA</td>
<td>c. Campero Nro. 50 (Central)</td>
<td>Comida Nacional e Internacional, Churrasquería</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>RESTAURANT “LA LLAJUITA”</td>
<td>c. Linares Nro. 880 (Rosario)</td>
<td>c. Linares Nro. 880 (Rosario)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>RESTAURANT 222</td>
<td>c. Nicolás Acosta Nro. 222 (San Pedro)</td>
<td>Comida Nacional e Internacional</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>LA CASA DEL CORREGIDOR</td>
<td>c. Murillo Nro. 1040 (Central)</td>
<td>Restaurant, Peña</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>KORY TIAHUANACU</td>
<td>c. 28 Nro. 90 (Cota cota)</td>
<td>Restaurant de Comida Criolla</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>COMIDA CRÍOLLA</th>
<th>FRICASERIA LAS RIELES</th>
<th>c. Litoral Nro. 1345 (Miraflores)</th>
<th>Chicharron, Frícase, comida criolla en general</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>EL VAGÓN</td>
<td>c. Pedro Salazar Nro. 384 (Sopocachi)</td>
<td>Restaurante, Servicio de eventos, Comida Nacional e Internacional, peces del Lago Titicaca</td>
</tr>
</tbody>
</table>

vanessa Alina Santander Medina
<table>
<thead>
<tr>
<th><strong>RINCÓN VEGETARIANO</strong></th>
<th>1. c. 21 de Calacoto Nro. 8261, Galería Topacio Interior (Calacoto)</th>
<th>Restaurant de Comida Vegetariana, ofrece Almuerzo estrictamente vegetariano</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>CACTUS</strong></td>
<td>1. c. René Moreno Bloque C Nro. 7</td>
<td>Comida Vegetariana</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>ROCKY’S BRASA</strong></td>
<td>Av. Montenegro Nro. 1365 (San Miguel)</td>
<td>Restaurant de comida rápida</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>PIZZA NOSTRA</strong></td>
<td>Av. Arce Nro. 2342, entre Belisario Salinas y Rosendo</td>
<td>Producción y Comercialización de Pizzas y Comida Italiana.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>ELI´S PIZZA EXPRESS &amp; FAST FOOD</strong></td>
<td>Av. Mariscal Santa Cruz, Cine Monje Campero (Central)</td>
<td>Pizza Express y Fast Food.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>RESTAURANT PIZZERIA CHAIN IN BOLIVIA. PIZZERIA RISTORANTE ITALIA</strong></td>
<td>c. Illampu Nro. 840 - 809 (El Rosario)</td>
<td>Pizzas y Comida Italiana.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>DOMINOS PIZZA</strong></td>
<td></td>
<td>Pizzería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>COZZOLISI</strong></td>
<td>1. Av. 6 de agosto – La Paz</td>
<td>Pizzería</td>
</tr>
<tr>
<td>2. Av. Montenegro</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>RISTORANTE IL FALCO</strong></td>
<td>Av. Arce Nro. 2529 Edif. Santa Isabel PB L12 (Sopocachi)</td>
<td>Restaurant de Comida Italiana Tradicional . Pasta Casera</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>PROPUESTA</strong></td>
<td><strong>D</strong></td>
<td><strong>UN</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>----------------</td>
<td>-------</td>
<td>-------</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CALIGRAMA LIBROS Y CAFÉ</strong></td>
<td>Av. Sánchez Lima, Ed. Orion Pb. Local 2 (Sopocachi)</td>
<td>Librería, Cafetería, Pub, Tertulias</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>LE BISTROT</strong></td>
<td>c. Fernando Guachalla</td>
<td>Café de toda variedad y pastelería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CAFÉ BERLIN</strong></td>
<td>c. Mercado, Nro.1377, zona central</td>
<td>Café, pastelería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>THE BEST</strong></td>
<td>Av. 6 de agosto, shopping V centenario, sub suelo</td>
<td>Café, restáurate, pedidos a domicilio</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CAFÉ VAINILLA</strong></td>
<td>Calle Federico Ferrecio, Nro. 1303, Zona Sur</td>
<td>Cafetería, Pastelería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>COFFE PUB MISTIK</strong></td>
<td>Psaje, Jiménez, Nro. 812, Esq. Santa Cruz, El Rosario</td>
<td>Café, bar</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CAFÉ DE LA ABUELITA AIDA</strong></td>
<td>Av. Montenegro, Nro. 1227, San Miguel</td>
<td>Salón de té.</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>KUCHEN STUBE</strong></td>
<td>C, Rosendo Gutiérrez, Nro. 461, Sopocachi</td>
<td>Café, salón de té, comida rápida</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>ETNO CAFÉ CULTURAL</strong></td>
<td>c. Jaén Nro. 722 (Central)</td>
<td>Café Cultural - Bar, licores artesanales y exóticos</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>ACQUA LOUNGE AND TERRACE</strong></td>
<td>Av. Montenegro prolongación H16 (Calacoto)</td>
<td>Cafetería, Pastelería, Comida Rápida</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**vanessa Alina Santander Medina**
| **CAFÉ CALEL** | 1. Av. 16 de Julio Nro. 1832 (Central)  
2. Av. 20 de Octubre Nro. 2172 (Sopocachi) | Restaurant, Cafetería |
<p>| <strong>CAFÉ CIUDAD</strong> | Av. 16 de Julio Nro. 1789 |<br />
| <strong>ROASTER BOUTIQUE</strong> | c. Rene Moreno E 20 (San Miguel) | Cafetería, Repostería y Café boliviano |
| <strong>EL PATIO RESTO CAFE</strong> | c. Murillo Nro. 826 entre Santa Cruz y Sagarnaga, detrás | Cafetería, Catering y Eventos |
| <strong>PROFUMO DI CAFFÉ</strong> | Plaza San Francisco, Edif. Catedral San Francisco Nro. | Café Restaurant, Creperia, Souvenirs &amp; Shirt Design |
| <strong>TOMATE CAFÉ</strong> | c. Ayacucho Nro. 376 casi esq. Potosí (Central) | Cafetería, comida rápida vegetariana y vegana |
| <strong>THELONIOUS JAZZ BAR</strong> | Av. 20 de Octubre Nro. 2172 (Sopocachi) | Club de Jazz, Café Bar. |
| <strong>CAFÉ BANAIS</strong> | c. Sagárnaga Nro. 161 (Rosario) | Café Restaurant |
| <strong>LA GUINGUETTE BAR RESTAURANT</strong> | c. Fernando Guachalla esq. 20 de Octubre (Sopocachi) | Bar. Brasserie. Restaurant. Café |
| <strong>KARLOVY CAFÉ GOURMET</strong> | C. Claudio Aliaga Nro. 1182 (San Miguel) | Café Restaurant de Comida Gourmet |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th><strong>MÁSCARAS CAFÉ</strong></th>
<th>c. Ayacucho Nro. 542 (Plaza Murillo)</th>
<th>Cafetería</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>PIERROT</strong></td>
<td>c. Potosí Nro. 909 (Hotel Gloria)</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>THE OAK</strong></td>
<td>Plaza Isabel La Católica Nro. 2478 (Hotel Ritz)</td>
<td>Restaurant Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>VIZZIO</strong></td>
<td>Shopping Norte PB.</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>LUNA´S CAFÉ</strong></td>
<td>Sagárnaga Nro. 289</td>
<td>Café, Pub´s</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CAFÉ CONTEMPORÁNEO</strong></td>
<td>Sagárnaga Nro. 289 (Central): Av. 16 de Julio Nro. (Museo)</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CAMBRINUS ANTIQUE PIANO BAR</strong></td>
<td>C. Juan Capriles Nro. 12, Bloque D. (San Miguel)</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CANTA BAR</strong></td>
<td>Psje. Waldo Ballivián Nro. 582</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CAPOTRASTE</strong></td>
<td>Av. Montenegro Nro. 1196, Edif. López Leytón</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CHEZ LACOSTE</strong></td>
<td>c. Sánchez Bustamante Nro. 1098</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td>TENEDOR, DIENTE</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>----------------</td>
<td>----------</td>
<td>-------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>EL PARAISO DEL TÉ</strong></td>
<td>c. René Moreno Nro. 23 (San Miguel)</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CIUDAD BLANCA</strong></td>
<td>Av. 6 de Agosto Nro. 2563</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CLUB DE LA PAZ</strong></td>
<td>Av. Camacho Nro. 1202</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>COROICO INN</strong></td>
<td>Av. Julio Patiño Nro. 1526</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>EURO CAFÉ BISTRO</strong></td>
<td>c. Tiahuanacu Nro. 64 (Hotel Europa)</td>
<td>Cafetería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>FRIDOLIN</strong></td>
<td>Av. Montenegro (Comercial La Chiwíña)</td>
<td>Cafetería, Repostería</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>GREEN BAR CAFÉ</strong></td>
<td>c. Belisario Salinas Nro. 598</td>
<td>Cafetería, Bar</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>RESTAURANTE LA COMEDIE</strong></td>
<td>1. Psje. Medinacelli Nro. 2234 (Sopocachi)</td>
<td>Restaurant. Comida Francesa</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>SUSHI CITY &amp; CHOCOLATE CALIENTE</strong></td>
<td>Av. 20 de Octubre Nro. 2347 (Sopocachi)</td>
<td>Café Restaurant. Comida Japonesa</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>EL MOTACU</strong></td>
<td>Av. Saavedra Nro. 1513 (MiraFlores)</td>
<td>Restaurant de Comida Oriental, criolla y servicio de té</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>PUERTO MADERO</strong></td>
<td>Av. Ballivián, esq. c. 22 (Calacoto)</td>
<td>Todo o que se pueda comer a un solo precio</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>ROCKY´S BRASA</strong></td>
<td>Av. Montenegro Nro. 1365 (San Miguel)</td>
<td>Todo lo que puedas comer a un solo precio</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>PRONTO DALICATESSEN</strong></td>
<td>Jáuregui 2248 detrás del cine 6 de agosto</td>
<td>Cocina de autor, cocina fusión mediterránea</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>GUSTU</strong></td>
<td>Calacoto, calle 10 N° 300 casi Costanera</td>
<td>Una fusión de la esencia y el legado de la cultura de</td>
</tr>
<tr>
<td>COMIDA FUSIÓN</td>
<td>Av. Julio Patino, Esq. C. 19 Nro. 1295 (calacoto)</td>
<td>Mantiene el concepto de los platos nacionales, pero también tradicionales</td>
</tr>
<tr>
<td>-----------------------------------</td>
<td>--------------------------------------------------</td>
<td>--------------------------------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>GREEN SALAD GARDEN</td>
<td>San Miguel</td>
<td>Cocina saludable</td>
</tr>
<tr>
<td>THE MELTING POT &amp; ROCK</td>
<td></td>
<td>Cocina y bebida alternativa</td>
</tr>
<tr>
<td>JARDÍN DE ASIA</td>
<td>Calacoto Calle 13 esquina Avenida Julio Patiño #8109, Calle 13 8109, La Paz</td>
<td>Cocina fusión, con influencia asiática y el uso de ingredientes andinos y amazónicos</td>
</tr>
<tr>
<td>MADAME ULUPICA</td>
<td>Avenida Montenegro No. 906, San Miguel</td>
<td>Comida tradicional fusionada con cocina europea</td>
</tr>
<tr>
<td>LA COCA GOURMET</td>
<td>Calle Rosendo Gutiérrez 482, casi esquina Sánchez Lima (Sopocachi)</td>
<td>Comida tradicional con combinaciones de coca</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: [http://www.boliviaentusmanos.com/restaurante-gastronomia](http://www.boliviaentusmanos.com/restaurante-gastronomia) y elaboración propia
CAPITULO V:

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN
La Investigación que se desarrolla es de tipo descriptivo - analítico, entendiendo a este tipo de estudio como el que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, midiendo o evaluando diversos aspectos y componentes del fenómeno a investigar desde el punto de vista científico (HERNANDEZ SAMPIERI, 2007). En el caso particular de la investigación abordada, se describe las diferentes variables que hacen al diseño de un circuito turístico gastronómico de comida fusión en la ciudad de La Paz.

5.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
El diseño de la investigación será de carácter no experimental, que es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables de estudio, se basa en variables que ya ocurrieron sin la intervención directa del investigador, por lo que el presente estudio recopila y analiza los datos y variables de la actividad turística en La Paz y sus implicancias respecto de la relación entre la gastronomía y un circuito turístico de comida fusión.

Por otro lado, también es del tipo de investigación transeccional entendiendo el mismo como el recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

5.4. UNIVERSO Y MUESTRA

5.4.1 UNIVERSO
Se denomina universo al conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, mismas que pueden ser de contenido, lugar y tiempo (HERNANDEZ SAMPIERI, 2007).

Es decir, es la totalidad del objeto de estudio:
El presente estudio demandó la necesidad de establecer dos Universos necesarios para la realización del Trabajo de Campo que permita la recolección de datos relevantes para el diseño de un circuito turístico de comida fusión en la ciudad de La Paz.

Estos Universos fueron definidos de la siguiente manera:

a. Agencias de viaje registradas formalmente en la ciudad de La Paz, que de acuerdo a datos de Unidad de Análisis de Políticas Económicas (UDAPE) dependiente del Ministerio de Hacienda y Desarrollo Económico son 1273 empresas de hotelería, agencias de viaje y restaurantes registradas en la ciudad de La Paz.

b. Turistas extranjeros que visitan la ciudad de La Paz y a quienes está orientado el inicialmente el diseño del circuito turístico gastronómico, que, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística, hasta el 2015 representa un total de 881.569 viajeros que visitan a Bolivia (INE, 2013), de los cuales el 23, 1 % se dirige a la ciudad de La Paz, siendo esta la ciudad que más turistas extranjeros recibe durante una gestión (ERBOL, 2015), lo que representa un universo total de 203.643 turistas extranjeros que visitan La Paz.

5.4.2. MUESTRA
Se entiende como muestra al subgrupo del universo, del cual se recolectan los datos y debe ser representativo del mismo (HERNANDEZ SAMPIERI, 2007), es decir, es una parte del universo que debe presentar los mismos fenómenos que ocurren en aquél.

Para la presente investigación, se tomó en cuenta un muestreo de carácter probabilístico, la obtención de los elementos de la muestra se realizó bajo el criterio de encuesta, a personas mayores de 18 años de edad.

Dado que el universo delimitado puede considerarse como finito, se aplicó la siguiente fórmula estadística para la selección muestral para el universo de potenciales visitantes a la ciudad de La Paz, bajo la siguiente fórmula:
Muestra para agencia de viaje

Para el universo de Agencias de viaje se tomó como número total 1273 empresas formalmente registradas en la Paz, teniendo los siguientes resultados:

\[ Z = \text{Nivel de confianza, distribución de Gauss 90%} = 1.645 \]

\[ N = \text{Universo o población} = 1273 \text{ Agencias de viaje} \]

\[ p = \text{Probabilidad a favor, 50\%} = 0.5 \]

\[ q = \text{Probabilidad en contra, 50\%} = 0.5 \]

\[ e = \text{Error de estimación (precisión en los resultados) 10\%} = 0.01 \]

\[ n = \text{Número de elementos (tamaño de la muestra)} \]

\[
 n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}
\]

\[ n = \frac{1.645^2 \cdot 1273 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.01)^2 \cdot (1273 - 1) + (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} \]

\[ n = 1072 \]

Reemplazando datos, y operando se obtiene una muestra de 1072 agencias de viaje a encuestar.

Muestra para agencia de turistas

En el caso de los visitantes extranjeros que llegan a la ciudad de La Paz el cálculo de la muestra se realizó con los siguientes datos:

\[ Z = \text{Nivel de confianza, distribución de Gauss 90\%} = 1.645 \]

\[ N = \text{Universo o población} = 203643 \text{ Turistas extranjeros} \]

\[ p = \text{Probabilidad a favor, 50\%} = 0.5 \]
q = Probabilidad en contra, 50% = 0.5

e = Error de estimación (precisión en los resultados) 10% = 0.01 n = Número de elementos (tamaño de la muestra)

\[
\frac{n}{2} = (1.645) \cdot 203,643 \cdot 0.5 \cdot 0.5
\]

\[
(0.01) \cdot (203,643 - 1) + (1.645) \cdot 0.5 \cdot 0.5
\]

n = 6547

Reemplazando datos, y operando se obtiene una muestra de 6547 turistas extranjeros.

5.4.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Recopilación bibliográfica, que se entiende como la recopilación de datos mediante el análisis documental, recopilando la información contenida en documentos relacionados con el problema estudiado” (CARRASCO DIAZ, 2005). Esta técnica se aplicó para la investigación y elaboración de la base teórica y el análisis de datos.

Encuesta, que según Carrasco (2005) se entiende como, un procedimiento de recopilación de información estructurada a través de preguntas a una determinada muestra de personas.

Observación, que consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como herramienta de medición en muy diversas circunstancias.

5.5. MEDIOS E INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

5.5.1. FUENTES PRIMARIAS DE INFORMACIÓN

Las fuentes primarias son aquellas que contienen información original, no abreviada ni traducida, recopilada directamente y generada por el investigador, brindando a la investigación una rica información de primera mano, tales como la encuesta, la y la observación, que permitirán realizar un diagnóstico efectivo.

5.5.2. FUENTES SECUNDARIAS DE INFORMACIÓN

Es toda la información escrita que ha sido recopilada por terceras personas que recibieron la información a través de otras fuentes, que serán utilizadas en nuestra
investigación tales como libros, textos reportes e informes referidos a la temática de estudio que compete al presente proyecto.

CAPITULO VI:

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo de la presente investigación fue desarrollado en tres fases de acuerdo al siguiente detalle:

Primera Fase: Análisis bibliográfico para determinar las características de la actividad turística desarrollada en la ciudad de La Paz.

Segunda Fase: Aplicación de la encuesta prediseñada, para determinar las características de la apreciación de los turistas respecto del diseño de un circuito turístico, así como a las agencias de viaje e información turísticas que venden servicios y paquetes turísticos a los visitantes que llegan a la ciudad de La Paz respecto de la posibilidad de adquisición de este circuito.

Tercera Fase: Se realizó la tabulación de datos, para establecer los resultados obtenidos mediante esta aplicación y técnica de investigación científica, para el posterior análisis e interpretación de los mismos que permitan arribar a conclusiones significativas, así como aporte de la propia investigación.

Todo el trabajo de campo realizado se abordó bajo los siguientes criterios de inclusión:

a. Disponibilidad voluntaria para la participación en el estudio

b. En el caso de las agencias de viaje estar formalmente registrado en FUNDEMPRESA y contar con los permisos correspondientes de funcionamiento.

c. En el caso de los visitantes extranjeros, su selección se la hizo a partir de huéspedes de hoteles considerados de tres estrellas hacia arriba en la ciudad de La Paz.
6.2. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

6.2.1. DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA EN GENERAL Y EN LA PAZ EN PARTICULAR.

a. TENDENCIAS GENERALES DEL TURISMO INTERNACIONAL RESPECTO DE BOLIVIA

Las tendencias generales del turismo mundial, planteadas en consenso por los organismos internacionales, indican que se prevé un aumento constante de desplazamientos turísticos, aunque a un ritmo más lento que hasta la actualidad.

La previsión realizada por la OMT en la perspectiva del 2020 (ver Gráfico Nº 6.1.) contempla el mantenimiento de un crecimiento anual de 3,8% en el período 1990-2000 y de 3,6 % para el 2001-2010. En el 2010 el turismo internacional alcanza la cifra de 937 millones de turistas y al 2020 se logrará un volumen total de 1.600 millones de llegadas turísticas en el mundo a distintos lugares de donde se puede ver que la región que tiende a ser más visitada es la del Asia Meridional, lo que representaría unos 2 billones de dólares en ingreso por divisas.

El turismo internacional “se ha convertido en uno de los principales sectores económicos del mundo y en una de las más importantes partidas del comercio internacional. Cabe señalar, que el turismo interno supera en 10 veces al turismo internacional en términos de volumen; la combinación de ambos genera hoy en día, la mayor industria reconocida en el mundo. Ya en 1995, el turismo a escala mundial generaba aproximadamente unos 3,4 billones de dólares americanos, que representan un aporte del 10,9 % al producto interno bruto mundial, permitiendo la creación de unos 212 millones de puestos de trabajo y 637.000 millones de dólares en ingresos tributarios” (COX, 2009, pág. 30).

Ilustración 1: Llegada de turistas internacionales

vanessa Alina Santander Medina
Las tendencias del mercado internacional de turismo indican que Bolivia tiene un potencial positivo como destino turístico nuevo y emergente. Los resultados de los estudios de mercado realizados por el Viceministerio de Turismo de Bolivia, en Estados Unidos de Norteamérica, Brasil, Argentina y Chile, señalan que el mercado potencial de largo plazo para el país es de 12 millones de viajeros. El mercado potencial accesible en el mediano plazo para Bolivia es de 3,5 millones de viajeros procedentes de Europa, Norteamérica, y los países de la región. Se observa una tendencia ascendente en el deseo de los turistas internacionales y nacionales por vivir experiencias de carácter cultural, en particular, tener un contacto directo con las poblaciones y la cultura local. Por otra parte, Bolivia muestra un gran potencial para el turismo de naturaleza o ecoturismo con una gran diversidad de áreas protegidas propias de los ecosistemas de montaña, bosques y sabanas tropicales andino-chaco-amazónicas.
De estos resultados podemos observar que existe una tendencia general al crecimiento de la actividad turística en el mundo y en Bolivia. Que muestra lo importante de preocuparse por mejorar la calidad del servicio turístico respecto de los visitantes que llegan a este País.

b. EL SECTOR TURÍSTICO Y SU INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA DEL PAÍS

En el contexto general de la economía de Bolivia, el turismo es una actividad que se inició hace más o menos unos 40 años, a partir de inversiones privadas y muy puntualmente por inversiones públicas en los rubros de la hotelería, la gastronomía, el transporte y la operación turística. Desde entonces el turismo ha logrado crecer a un ritmo lento pero sostenido, hasta alcanzar en el 2007 un flujo de 556.015 llegadas turísticas internacionales y sobrepasar el millón de turistas nacionales.

**EVLUACIÓN DE LLEGADAS DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS A BOLIVIA**
Ilustración 3: Evolución de llegadas de turistas nacionales y extranjeros a Bolivia

En cuanto a la demanda nacional se debe tomar en cuenta muchos aspectos ya que el comercio es una de las principales razones por las cuales el nacional viaja constantemente a las fronteras del país, sin embargo, para el tema de turismo hasta hace un tiempo era muy poco pero cada año va aumentado debido a diversos factores, pues en los últimos años se promocionan más los destinos turísticos para nacionales.

Tanto el gobierno municipal como el departamental realizan varias promociones con costos muy económicos para que la población pueda acceder a tales viajes, también la creación del BOLTUR apoya mucho al fomento del turismo en nacionales, por tanto, la demanda nacional tiende a crecer en los años futuros.

Ya tomando en cuenta el tema de la gastronomía la promoción de varios festivales gastronómicos ha ido en aumento ya que por naturaleza las personas consumen alimentos y estas promociones muestran usualmente gastronomía típica (festival de la trucha en Zongo, el festival del pichón en Cliza, el festival del majadito en Santa Cruz etc.) todo ello apoyando al turismo, pero desde un punto específico que es la comida.
Todas estas consideraciones muestran la influencia del turismo en los recursos captados por el País de donde se tiene que la participación de esta actividad como parte del ingreso logrado por exportaciones en Bolivia, representa el 5% de los ingresos:

**PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN LAS EXPORTACIONES**

![Ilustración 4: Porcentaje de participación del turismo en exportaciones](image)

*Fuente: Instituto nacional de estadística*

Luego de los hidrocarburos, la manufactura, y la minería, el turismo como industria de exportación de servicios ocupa un cuarto lugar respecto a su participación en las exportaciones, y un primer lugar haciendo referencia a las exportaciones no tradicionales lo cual es equivalente a un 28%. Por otra parte, según los últimos datos, el turismo aporta al Producto Interno Bruto un 4,6%, sumando el turismo receptivo e interno, y genera 99.890 empleos directos y cerca de 166.170 empleos indirectos (BANCOINTERAMERICANO DE DESARROLLO, 2009)

Estos datos reflejan la importancia de la industria del turismo como corolario necesario para la realización de actividades tendientes a mejorar el servicio turístico en Bolivia para así mejorar los ingresos económicos que representa la industria del turismo en el País.

vanessa Alina Santander Medina
INGRESOS POR TURISMO RECEPTIVO Y PRINCIPALES VALORES DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS

TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES 2013 (En millones de dólares)

Ilustración 5: Ingresos por turismo receptivo

c. TURISMO RECEPTOR. PRINCIPALES LUGARES VISITADOS EN BOLIVIA Y ESTADÍA MEDIA.

Según datos estadísticos de la demanda de turistas en el departamento de La Paz se ha previsto que en el transcurso de uno o dos años se podría duplicar la cantidad de visitantes ya que tras conseguir el título de La Paz ciudad maravillosa ya se dio un nuevo lugar que visitar al mundo, por lo que la ciudad de La Paz se convertiría en un centro de recepción de visitantes muy importante de donde se tiene por ejemplo que el 23,1 % de los visitantes extranjeros pasan por esta ciudad.
PRINCIPALES LUGARES VISITADOS EN BOLIVIA Y ESTADÍA MEDIA (En porcentaje y estadía media en número de días)

Tabla 5: Principales lugares visitados en Bolivia y estadía media

<table>
<thead>
<tr>
<th>Principales lugares visitados</th>
<th>Porcentaje</th>
<th>Estadía media</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>GENERAL</td>
<td>100</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>La Paz</td>
<td>23.1</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Santa Cruz</td>
<td>17.1</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>Copacabana</td>
<td>8.8</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Cochabamba</td>
<td>6.4</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td>Salar de Uyuni</td>
<td>6.3</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Potosi</td>
<td>4.6</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>Isla del Sol</td>
<td>3.3</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Oxuro</td>
<td>3.2</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>Sucre</td>
<td>3.1</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>Tiwanaku</td>
<td>2.6</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>Samapata</td>
<td>2.6</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>Tarija</td>
<td>2.5</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Corocoro</td>
<td>2.5</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Tupiza</td>
<td>2.4</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>Villazón</td>
<td>2.3</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Yacuaba</td>
<td>2.2</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Misiones</td>
<td>1.1</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>Villamontes</td>
<td>0.8</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Sorata</td>
<td>0.7</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>Camiri</td>
<td>0.6</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>Lago Titicaca</td>
<td>0.6</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>Villa Tunari</td>
<td>0.5</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>Cotoca</td>
<td>0.5</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Montero</td>
<td>0.5</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>Yungas</td>
<td>0.4</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>Vallegrande</td>
<td>0.4</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Bioacro</td>
<td>0.3</td>
<td>6</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: radio Erbol

El gráfico anterior responde a la recopilación de datos que realizó la agencia de noticias ERBOL, en los puestos fronterizos y aeropuertos internacionales, sobre el número de viajeros que ingresan y salen del país, a través de encuestas estructuradas, aplicadas y supervisadas in situ determina el siguiente cuadro de los principales lugares visitados en Bolivia.

**d. PRINCIPALES ACTIVIDADES TURÍSTICAS REALIZADAS A NIVEL NACIONAL**

Las principales actividades realizadas en el país por los visitantes extranjeros, se han agrupado en seis categorías, siendo las más importantes: Entretenimiento con 44,7%, actividades culturales 15,1% (que involucra fiestas populares, actividades religiosa y gastronomía, etc.) y las visitas a las Ruinas Arqueológicas con 12%. Con
una menor participación se presentan la actividad de excursión en la selva con 4,6% y navegación de ríos con 4.2%. (Organización mundial del Turismo, 2013).

e. PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO EN BOLIVIA

El perfil del turista extranjero, son personas que realizan viajes de 13 días, viajan personas solas, parejas, amigos, con un nivel de educación a nivel secundario, profesionales y tienen entre 20 y 35 años de edad, viajan para conocer lugares nuevos, aventura, religión, negocios y salud.

En el año 2013, el Gasto Turístico en Bolivia alcanzó a 556.952 millones de dólares estadounidenses, registrando un aumento de 5,7% que en términos absolutos se traduce a 29,9 millones de dólares, respecto al valor registrado en el año 2012, cuando fue de 527.047 millones de dólares (VICEMINISTERIO DE TURISMO, 2013)

6.2.2. INFLUENCIA DE LA GASTRONOMÍA EN EL TURISMO

Para comprender mejor al turismo gastronómico también es importante hacer referencia al comportamiento del visitante. Por ejemplo, un visitante que no siente un especial interés por la gastronomía del lugar o que no se desplaza con la intención principal o secundaria de experimentar la misma se comporta en el lugar como un no residente que necesita alimentarse durante el tiempo de permanencia.

Para este visitante la alimentación asume la importancia habitual en su vida, no alterando el hecho de estar en un lugar con una culinaria diferente sus hábitos sociales y alimenticios.

Con mucha probabilidad no será exigente en la selección del restaurante, no tendrá un interés especial por lo ofrecido, pero sí tenderá a valorar el servicio y el precio. Este tipo de visitante muchas veces recurirá a los restaurantes de comida rápida pues este tipo de establecimiento satisfacer sus necesidades de alimentación y le asegurará la rapidez deseada muchas veces no compatible con la restauración de calidad y típica. (Oliveira, 2011)

En el grupo opuesto se encuentran los verdaderos “amanentes” de la gastronomía que viajan teniendo como motivación principal y secundaria de su desplazamiento el contacto y el descubrimiento de una gastronomía diferente, buscan aprender más sobre la misma, relajarse saboreando una buena culinaria, enriquecerse

vanessa Alina Santander Medina
culturalmente, etc. Estos “exploradores de sabores” viajan kilómetros para degustar una especialidad, un tipo de cocina peculiar (cocina fusión), un plato típico o para probar un buen vino. Estos visitantes son, sin duda, aquellos que se pueden denominar “turistas gastronómicos” (Oliveira, 2011).

En base a la lectura de algunos estudios realizados sobre el tema (Viña 2004; Torres Bernier 2003; Fields 2002; Halla et al 2003) los investigadores concuerdan en dos aspectos esenciales:

- Los turistas gastronómicos tienen gastos medios elevados, por encima de los que presentan los turistas genéricos y por lo general cuentan con un nivel cultural elevado asociados a una buena situación económica. Generalmente son pocos sensibles a los precios por lo cual se conviertan en excelentes clientes de restaurantes pues no se fijan en gastos para probar nuevos sabores.

- Quien viaja por razones gastronómicas es, en la mayoría de los casos, bastante exigente y le importa la calidad y la autenticidad de la gastronomía que le es presentada. Ésta es una consecuencia lógica pues si la motivación principal es la gastronomía, el turista no aceptará ser defraudado. Mientras que un turista más generalista podrá dejar de largo una comida de menor calidad, el turista gastronómico no lo hará y manifestará su desagrado.

Realizando entonces un análisis del autor se podría considerar que la demanda de turistas en general tanto a nivel Bolivia como a La Paz ha ido creciendo cada vez más esto demostrado en los estudios estadísticos de turismo (mencionados a detalle posteriormente); sin embargo es importante recordar que la visita de turistas gastronómicos extranjeros de manera más específica aún es escasa pero sí hay la existencia de turismo gastronómico por los nacionales que viajan a ferias de poblaciones cercanas.

De acuerdo a los estudios realizados por el Viceministerio de Turismo, la gastronomía es un factor importante en lo que respecta a la estructura de gastos del turista, representando en algún caso más del 20 % de sus gastos en una visita realizada como se observa en la figura Nº 6.7.:
DISTRIBUCIÓN DEL GASTO TURÍSTICO DEL VISITANTE EXTRANJERO

Tabla 6: Distribución del gasto turístico del visitante extranjero

En ese entendido, la Gastronomía Boliviana es conocida principalmente por su variedad. Con profundas raíces españolas e indígenas, y transformadas por el mestizaje y los diferentes momentos históricos que el país ha experimentado, la gastronomía Boliviana no ha hecho otra cosa que sumar platos, mezclas y preparados a una larga lista que no abarcan todas las variedades pero sí dan un ejemplo. Bolivia tiene varios platos y bebidas tradicionales e interesantes. Como ocurre con la mayoría de los otros países sudamericanos, en Bolivia el almuerzo es tan importante como la cena. Dos de los principales ingredientes en la cocina de Bolivia son la carne y las papas. La mayoría de los platos de Bolivia se caracterizan por ser picantes, aunque algunos de ellos son la excepción a la regla y, por ejemplo, pueden ser hechos con ajíes no picantes como ingrediente principal. Entre los platos picantes que se puede encontrar en Bolivia se encuentran: el fricase, la fritanga, el ají de lengua, y el picante de pollo.
Algunos de los platos de Bolivia usualmente no picantes son: majao, chairo paseño, salteñas, changa de pollo, charque de llama, sándwich de chola, y empanadas.

Sin embargo, cabe recordar que la gastronomía boliviana es tan importante que marca la cultura de cada departamento algunos más variados en gastronomía que otros.

Bolivia cuenta con un extenso calendario festivo, en el que destacan fiestas locales de carácter religioso - folklóricas, y cada festividad es todo un acontecimiento. Cabe resaltar que en cada festividad de cualquier tipo siempre se incluye a la gastronomía ya que siempre van de la mano, pues por cada festividad siempre hay algún tipo de gastronomía característica.

6.2.3. PERTINENCIA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO DE COMIDA FUSIÓN COMO ATRACTIVO TURÍSTICO

Para la determinación de la pertinencia o no del establecimiento de un circuito turístico de comida fusión en la ciudad de La Paz, se ha recurrido a una encuesta aplicada a turistas extranjeros y a las agencias de viaje, de donde se ha obtenido los siguientes resultados:

a. RESULTADOS ENCUESTA AGENCIAS DE VIAJE

1. ¿Cuánto tiempo desempeña funciones en esta Agencia de Turismo?

Tabla 7: Pregunta 1, Torta

<table>
<thead>
<tr>
<th>Opción</th>
<th>Porcentaje</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>a) Menos de un año</td>
<td>40%</td>
</tr>
<tr>
<td>b) Más de un año</td>
<td>27%</td>
</tr>
<tr>
<td>c) Más de dos años</td>
<td>33%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia
Las personas encuestadas en las agencias de viaje que fueron parte del estudio, afirman tener la suficiente experiencia como para establecer un criterio sólido respecto de las preferencias de los turistas, de esto en función a que el 40 % de los encuestados desempeña esa labor por más de dos años.

2. ¿En su criterio cuál es la actividad principal que debe desarrollar la Agencia de Turismo en la ciudad de La Paz?

Tabla 8: Pregunta 2, Torta

<table>
<thead>
<tr>
<th>Opción</th>
<th>Porcentaje</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>a) Información turística</td>
<td>60%</td>
</tr>
<tr>
<td>b) Promoción de la actividad turística</td>
<td>27%</td>
</tr>
<tr>
<td>c) Comercializar los productos turísticos</td>
<td>13%</td>
</tr>
<tr>
<td>d) Otra: .......... ¿Indique cuál?</td>
<td>0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia

El 60% de los encuestados manifiesta que la labor fundamental de la Agencia de Viajes es promocionar la actividad turística, entre ella se encuentra la promoción de nuevos atractivos turísticos

3. Apreciación respecto al número de visitantes en la ciudad de La Paz
El 38 % de los encuestados manifiesta que el flujo turístico en La Paz es regular, y un 28 % manifiesta que es grande en comparación con otros destinos del propio país, por lo que el desarrollo de la actividad turística es relativamente accesible y rentable.

4. Procedencia de los visitantes que llegan a la ciudad de La Paz

En criterio de los responsables de agencias de viaje le 93% de visitantes que llegan a la ciudad de La Paz y visitan la agencia de viajes para alguna consulta o servicio
son extranjeros, solo el 7% de los visitantes que acuden a las agencias de viaje son nacionales.

5. Desde su perspectiva, cual es el grado de influencia que tienen las Agencias de Turismo en el servicio o la actividad turística desarrollada en la región?

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tabla 11: Pregunta 5: torta</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>a) Alta Influencia</td>
</tr>
<tr>
<td>b) Poco Influencia</td>
</tr>
<tr>
<td>c) Ninguna influencia</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia

Se establece que las agencias de viaje y de información turística tienen una alta influencia en las decisiones que llegan a tomar los turistas, siendo que esta afirmación corresponde al 53% de los encuestados, el 47% de los mismos afirma que existe influencia pero que no es muy alta.

6. ¿Cuál es la principal información que requieren los turistas cuando consultan en su agencia?
Los responsables de agencias de viaje y de información turística, manifiestan que las consultas más frecuentes que hacen los turistas, están referidas a información referente a paquetes turísticos (40%) y precios de los mismos (40%).

7. ¿Ustedes tienen algún servicio orientado a la promoción de la gastronomía nacional como atractivo turístico?

El 87% de las agencias de viaje no tienen ofrecimientos referentes a paquetes turísticos referidos a promoción de la actividad gastronómica, esto debido a que en La Paz no existe muchas actividades que hagan de este rubro un atractivo, los
festivales de comida criolla o tradicional son muy escasos y por tanto difíciles de incluir en algún paquete de manera formal.

8. ¿Usted considera que les interesaría a los visitantes extranjeros ser parte de un circuito turístico gastronómico en La Paz?

Tabla 14: Pregunta 8: torta

<p>| | |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>a) Sí</td>
<td>87%</td>
</tr>
<tr>
<td>b) No</td>
<td>13%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia

El 87% de las agencias de turismo encuestadas, manifiestan que un circuito turístico gastronómico en La Paz sería un atractivo interesante, debido a que la variedad e comida tradicional en La Paz es amplia y se podría formalizar una visita constante y formal que se puede incluir en el itinerario u oferta existente, al turista extranjero le gusta comer, afirman las agencias de viaje.

9. ¿Sabe que es la comida fusión?
El 53% de los responsables de agencias de turismo no tienen un concepto claro de lo que es la comida fusión.

10. ¿Usted considera que les interesaría a los visitantes extranjeros ser parte de un circuito turístico gastronómico de comida fusión en La Paz?

Es casi total la coincidencia de los encuestados en relación a que, si a los visitantes extranjeros les atraería un circuito turístico de comida fusión en La Paz, esto debido a que afirman que al extranjero siempre le gusta lo nuevo y más si es moderno con alguna mezcla de tradición del lugar.
11. ¿En base a su experiencia, a qué tipo de turista considera que le interesaría más un circuito turístico gastronómico de comida fusión en La Paz?

Tabla 17: Pregunta11: torta

Los representantes de las Agencias de turismo, ratifican en un 90% que este tipo de emprendimientos les serían más atractivos a los visitantes extranjeros, no solo por su amplitud de criterio al buscar un atractivo turístico sino también por la disponibilidad económica que para ellos representa.

b. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS VISITANTES EXTRANJEROS

1. De acuerdo a la procedencia, ¿De qué lugar del mundo llega usted?
De acuerdo a la encuesta realizada el 40 % de los encuestados proviene de Europa, seguido de un 27% de visitantes de diferentes países de sud América y Norteamérica (20%)

2. ¿Las Agencias de Turismo influyen en la tomo de decisiones que usted realiza al momento de efectuar una visita o adquirir un servicio o actividad turística?

Por otro lado, se les consulto a los visitantes extranjeros el grado de influencia que tienen en sus decisiones las agencias de turismo, respecto de la adquisición de algún servicio o participación de algún paquete turístico, ellos manifiestan en 63 % que su influencia es alta, debido a que como ellos no conocen el lugar requieren den un referente que los guie en sus decisiones.
Tabla 19: Pregunta 2: torta

Fuente: Elaboración propia

3. ¿Cuál es la principal información que requieren y consulta en una agencia de turismo?

Tabla 20: Pregunta 3: torta

La información más requerida por los visitantes y consultada en las agencias de turismo se refiere generalmente a la ubicación de algún atractivo turístico y la información referente a precios y ofertas del algún servicio o paquete turístico, ambos con un 40%
4. ¿Le interesaría ser parte de un circuito turístico gastronómico en La Paz?

El 93 por ciento de los encuestados manifiestan que sí estarían ser parte de un circuito turístico gastronómico, lo que permite establecer la pertinencia de una propuesta que involucre a la gastronomía como atractivo turístico en la Paz.

5. ¿Sabe que es la comida fusión?

Fuente: Elaboración propia
El 70% de los encuestados sabe que es la comida fusión lo que facilita su promoción como paquete turístico, esto en la medida que sería más complejo tener que promocionar un circuito de un producto relativamente desconocido.

6. ¿Le interesaría ser parte de un circuito turístico gastronómico de comida fusión en La Paz?

Tabla 23: Pregunta 6: torta

Fuente: Elaboración propia

El 97% de los encuestados muestran su disponibilidad para ser parte de un circuito turístico de comida fusión en la ciudad de La Paz.

Todos estos resultados tanto de los obtenidos en las agencias de viaje, así como los de los turistas extranjeros, permiten determinar la pertinencia de un circuito turístico que involucre la comida fusión como parte de ella.
CAPITULO VII

PROPUESTA

7.1. INTRODUCCIÓN

Se ha descrito ya anteriormente, la necesidad de crear nuevos circuitos turísticos que llamen la atención a los turistas fundamentalmente extranjeros, debido a que son los que más gasto económico realizan en sus visitas, dejando un poco de lado a lo ya conocido y tradicional que se encuentra en la ciudad de La Paz, que no deja de ser maravilloso, pero que al ser tan concurrido tiende a ser muchas veces repetitivo y esto conduce a buscar nuevas opciones como la que ahora se está planteando.

Ya anteriormente se han creado muchos circuitos turístico y rutas que tuvieron un gran impacto en la población visitante (nacionales y extranjeros) tal es el caso de, La ruta del vino en Tarija, que es una visita infaltable que debe hacerse si se quiere conocer más a fondo la riqueza cultural vinícola de la región. Otro atractivo interesante es: La ruta del café en Coroico que ofrece un paseo por los paradisiacos sembradíos de la Finca Santi; Así; cada departamento cuenta con algún tipo de características distintiva en cuanto a, circuito religioso, circuito de miradores, circuitos ecológicos y circuitos por los mejores atractivos de la ciudad; otro peculiar caso es los circuitos propuestos por empresas privadas de los cuales solo se mencionará como ejemplo a la red Tayka en el Salar de Uyuni.

Todo ellos en pro de desarrollar el turismo del país y emprender una idea de negocios innovadora. En este caso se el inicio de los circuitos gastronómicos en la ciudad de La Paz, pero de manera más especializada dado que la gastronomía es tan diversa en el departamento y no se podría mostrar toda ella en uno solo circuito. Por ello se pretende presentar el circuito a todos aquellos que deseen probar algo más allá de lo típico y experimentar nuevos sabores conjuncionados con los ya conocidos que no es otra cosa que comida fusión.
La pertinencia del mismo está dada por la inquietud o interés mostrada por los turistas extranjeros consultados al respecto y por la afirmación de las agencias de turismo que también consideran como viable un proyecto de esta naturaleza.

7.2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

7.2.1. ANÁLISIS SITUACIONAL
El análisis situacional parte de un análisis FODA tanto de la Oferta como de la demanda, que se expresa de la siguiente manera:

ANÁLISIS FODA DE LA OFERTA:

Tabla 24: Análisis FODA Oferta

<table>
<thead>
<tr>
<th>FACTORES EXTERNOS</th>
<th>FORTALEZAS</th>
<th>DEBILIDADES</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>1. La ciudad de La Paz y Bolivia poseen una gran variedad de gastronomía. (Elaboración propia)</td>
<td>1. Poca promoción turística cuando se realizan ferias gastronómicas. (Periódico la Razón nota de prensa)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2. Poseemos una diversa cantidad de ingredientes típicos para realizar una gastronomía fusión. (Elaboración propia)</td>
<td>2. Existe una gran variedad de platos de comida fusión que no se muestra. Torres Bermúdez (2003)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4. La mayor cantidad de visitantes extranjeros se dirige a la ciudad de La Paz.</td>
<td>4. Poca promoción de la variedad gastronómica tradicional y de comida fusión en el medio. (Elaboración propia)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>FACTORES INTERNOS</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>OPORTUNIDADES</td>
</tr>
<tr>
<td>1. La Quinua, Chía, Amaranito y demás cereales son ingredientes muy agradables para la comida fusión. (Periódico la Razón nota de prensa)</td>
</tr>
<tr>
<td>2. Se realizan variados festivales gastronómicos. (Elaboración propia)</td>
</tr>
<tr>
<td>AMENAZAS</td>
</tr>
<tr>
<td>2. Desconocimiento de la oferta gastronómica de los turistas y población interna. (Periódico la Razón nota de prensa)</td>
</tr>
<tr>
<td>3. Personas que crean platos que son llamados fusión y sin embargo no lo son o son desagradables. (Elaboración propia)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| F1 / O2 | La ciudad de La Paz cuenta con una gran variedad gastronómica y se debe promocionar esta variedad de gastronomía con un toque que modernidad que es lo que muestra la comida fusión. |
| D4 / O1 | Se debe utilizar la imagen internacional de Bolivia como productora de alimentos nutritivos y tradicionales como la quinua para promocionar la comida tradicional y por ende la comida fusión como oferta turística |

| F4 / A1 | Promocionar con mayor énfasis la cultura gastronómica y la alternativa de la comida fusión en Bolivia. |
| A2 / D3 | Realizar más circuitos gastronómicos especializados en diversas comidas como la fusión. |

vanessa Alina Santander Medina
7.2.2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

A. OBJETIVOS DE LA ACTIVIDAD

• Formular un Circuito Turístico de Comida Fusión en la ciudad de La Paz, para hacer posible un “tour” especializado en gastronomía como atractivo turístico que diversifique la oferta de la ciudad de La Paz respecto del visitante extranjero.

• Mostrar la variedad gastronómica del departamento a partir de una visión moderna de la preparación de alimentos y su presentación.

• Dar a conocer el alto desarrollo cultural del departamento y su acoplamiento a la modernidad que es reflejada en su nueva declaratoria como ciudad maravilla y urbe metropolitana.
b. SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DEL CIRCUITO

La administración de este circuido podrá ser realizada por la Operadora de Servicios Turísticos y Agencia de Organización de Eventos: la misma que tendrá bajo su cargo este circuido como uno más de los servicios que oferta, siendo responsabilidad de esta la promoción del mismo.

El circuito será vendido a las agencias de turismo, hoteles y/u Operadores Turísticos que quieran contar con este paquete entre sus ofertas en una modalidad de tercerización de servicio, la agencia de turismo que venda el paquete deberá coordinar directamente con la empresa responsable del Circuito Turístico a efectos de itinerario y porcentaje de ganancia que adquiere por vender el paquete.

c. DESCRIPCIÓN DEL CIRCUITO TURÍSTICO DE COMIDA FUSIÓN

El siguiente circuito tendrá dos fines principales el primero es realizar un recorrido con degustación de sabores en los cuatro restaurantes participantes del mismo incluyendo la experimentación de la cocina en un restaurante en particular, con los menús previamente reservado serán escogidos por los clientes.

Por otro lado se trata también de mostrar la ciudad de La Paz de noche siguiendo el recorrido de zona centro a zona sur explicando los lugares más importantes que se encuentren visibles en el recorrido. Esta descripción la realizara el guía durante el recorrido del circuito además de explicar brevemente los lugares a visitar y algo de su historia.

En cada parada es importante mostrar la existencia de una breve degustación de lo más sobresaliente del lugar en cuanto a cocina fusión y una breve explicación de los platos e historia lo cual tomará el tiempo justo para poder visitar todos los lugares tal cual planificación e itinerario pertinente.

d) Guion turístico
Para poder realizar esta propuesta de manera más eficiente se elaboró un guion Turístico con las explicaciones necesarias e indispensable para llevar a cabo el circuito.

**GUION TURÍSTICO**

*Circuito turístico gastronómico de comida fusión realizado*

*en el municipio de La Paz*

**Descripción:**

En la siguiente parte se diseñó un guion que contribuirá a la planificación del guiaje Turístico del circuito turístico - gastronómico de comida fusión en la ciudad de La Paz. El guion se convertirá en una herramienta básica para el buen desarrollo del circuito incluyendo todos los elementos necesarios para desarrollarlo de forma satisfactoria.

Para el diseño se aplicaron varios subtítulos donde se relata a detalle el itinerario y la historia de lo que se mostrara durante el recorrido.

**Elaboración del guion del recorrido**

Para la elaboración del guion se solicitó ayuda bibliográfica y de un guía especializado (la guía de la empresa VASTOUR - Corina Flavia Nina ) pues resulta de vital importancia el apoyo de ello cuyos conocimientos garanticen el logro de un guion efectivo.

Es importante tener en cuenta que el guion debe adaptarse a diferentes ámbitos (idioma, por ejemplo) pues los grupos serán diferentes y con cada uno de ellos una dinámica distinta. Se procura el logro de un guion lo más completo posible donde se incluya los atractivos más importantes.

**Guion metodológico del recorrido**

Al llegar al punto de encuentro el guía saluda a los clientes que van llegando, los ayuda a abordar al bus y aborda de último. Siempre debe probar el audio y revisar
que se lleven los elementos necesarios tales como botiquín, mapas, agua, lista de pasajeros a mano, etc. Se asegura de que todos los clientes estén presentes. Una vez en el interior, debe observar la ubicación de los turistas, distinguiéndolos por color de ropa, señas particulares, características llamativas. Debe ubicarse parado de frente al bus (escaleras o rampa), bien agarrado, siempre cerca del chofer, tratando de tener en la vista rápida todo el contingente y una buena visibilidad hacia adelante para la ubicación rápida de los atractivos antes de que pasen.

✓ Presentación: Una vez en el bus, el guía debe saludar, presentarse al grupo con su nombre de pila (fácil de recordar) y presentar al chofer que conducirá el bus en la excursión. Ofrecerá una cordial bienvenida y comenzará a interactuar con el grupo sobre cómo están pasando sus vacaciones en La Paz, si se sienten motivados con la cultura, la historia y las costumbres, qué esperan conocer en la excursión, cuáles son sus expectativas, etc. El guía debe aprovechar estos recursos de motivación inicial para lograr una empatía y un clima agradable desde el comienzo de la excursión, así como conocer los intereses de los clientes para poder adecuar su discurso y la información a brindar.

✓ Introducción: El guía deberá explicar en una primera parte las normas de seguridad que todos los clientes deben seguir durante el desarrollo de la excursión. Es importante precisar:

o No se debe fumar dentro del bus

o Colocarse correctamente el cinturón de seguridad

o No permanecer de pie en el pasillo mientras el bus está en movimiento.

o No aislarse del grupo durante el recorrido en los restaurantes.

✓ Desarrollo del recorrido: Como elemento indispensable el guía debe ser capaz de emplear un lenguaje asequible que no mantenga a nadie indiferente, para adaptarse cuanto antes al público. Durante toda la excursión, el guía puede valerse de la utilización de preguntas para estimular
y motivar al visitante, lo que redunda en un enriquecimiento de la visita, siempre y cuando no se haga un uso abusivo de las mismas. Algunos visitantes pueden mostrar una actitud de bloqueo frente a las preguntas y respuestas al ser más introvertidos en presencia de personas desconocidas. Es entonces cuando se debe crear un clima de confianza que facilite su participación.

Es importante adecuar el discurso al idioma de cada visitante, pues prestará más atención si el idioma utilizado en el mensaje es su lengua materna debido a que el cansancio reduce el grado de atención, al igual que el uso de tecnicismos. Si adecuamos el nivel de los contenidos del mensaje al nivel educativo del visitante, facilitamos su participación. Si es necesario se deberá exponer en dos idiomas. Sería válido el empleo de distintos medios interpretativos para facilitar la puesta en valor de los atractivos que se incluyen en el recorrido. Se pueden emplear mapas para mostrar la situación geográfica del destino y de cada uno de los sitios a visitar. Así mismo se pueden entregar a los clientes guías y fotos relacionadas con los atractivos.

El guion turístico, tiene como fin ser un guía informativo, sistematizado y relatado del producto turístico “Oferta de un circuito turístico - gastronómico de comida fusión en la ciudad de La Paz”. Para esto el guion turístico es una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar y adaptar el desarrollo de lo propuesto en el circuito. El guion plantea una propuesta de circuito, la identificación de atractivos gastronómicos y actividades donde el turista participe a cada momento.

**MAPA DEL CIRCUITO (RECORRIDO)**

vanessa Alina Santander Medina
Ilustración 6: Mapa del recorrido

Resumen del Itinerario

El recorrido tiene una duración de 6 horas durante la tarde 18:00 a 00:00.

El mismo se inicia en el punto de encuentro determinado por la Plaza del estudiante, ubicada en la zona central de la ciudad de La Paz a unos pasos del tradicional edificio del Monoblock Central de la Universidad mayor de San Andrés.

El bus y el guía estarán 15 minutos antes esperando a los pax y el recorrido responderá al siguiente itinerario:
Propuesta del Itinerario

El circuito de turístico – gastronómico de comida fusión empapara al turista a vivir una experiencia gastronómica única, donde se podrá degustar la diversidad de platillos existentes en los restaurantes, así como cautivarse con una aventura de sabores que conectara lo tradicional con lo extranjero.

DIA 1 (único)

18:00 Comenzaremos partiendo en el bus desde la plaza del estudiante, esquina Av. Arce carril de subida, luego giraremos seguiremos por la Avenida 6 de agosto, y desviaremos por la calle Fernando Guachalla para luego ingresar al Pasaje Jauregui detrás del Cine 6 de agosto y arribar al restaurante pronto Dalicatessen. Durante el trayecto el guía explicara detalles de la ciudad y un poco de historia de la misma (más adelante se menciona los lugares).

18:30 La primera parada será en el restaurante “Pronto Dalicatessen” aquí primero escucharemos una breve explicación de la historia, arquitectura y oferta del lugar para luego degustar una variedad de platillos en pequeñas porciones; cada uno de los detalles tanto de platillos como detalles del lugar explicado por el mesero quien

<table>
<thead>
<tr>
<th>Horario</th>
<th>Actividad</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>18:00</td>
<td>Inicio del recorrido y explicación del circuito en el bus</td>
</tr>
<tr>
<td>18:30</td>
<td>Arribo al restaurant Pronto Dalicatessen explicación y degustación en el Restaurant</td>
</tr>
<tr>
<td>19:30</td>
<td>Partida hacia el siguiente Restaurant y explicación de los lugares más representativos que se observen durante el recorrido</td>
</tr>
<tr>
<td>20:15</td>
<td>Arribo al Restaurant Gustu, explicación y degustación</td>
</tr>
<tr>
<td>21:30</td>
<td>Partida hacia el siguiente Restaurant</td>
</tr>
<tr>
<td>21:45</td>
<td>Arribo hacia el restaurant Vagón del Sur explicación y degustación</td>
</tr>
<tr>
<td>22:45</td>
<td>Partida hacia el siguiente restaurant</td>
</tr>
<tr>
<td>23:00</td>
<td>Arribo al restaurant Jardín de Asia explicación y degustación</td>
</tr>
<tr>
<td>23:45</td>
<td>Partida hacia el punto de partida</td>
</tr>
<tr>
<td>24:30</td>
<td>Fin del circuito</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia

vanessa Alina Santander Medina
será nuestro anfitrión durante la visita (no así el guía esto por solicitud del propio restaurante) también se dará unos minutos para la toma de fotografías y preguntas de los visitantes.

Luego de la degustación, procederemos a continuar el recorrido

19:30 Nos despedimos de Pronto Dalicatessen y nuestro recorrido continuara por la Avenida 6 de agosto, llegando a los puentes trillizos (solo de pasada), pasando el teleférico, y entrando a la Av. Del Libertador, se proseguirá por la Av. Hernando Siles, Zona de Obrajes, desviando por la calle 15 de Obrajes entrando a la Av. Costanera observando el campo ferial Chuquíago Marka, el parque de las Cholas y al bordear la avenida se hará un desvió por la calle 10 de Calacoto llegando así hacia el siguiente restaurante donde nos recibirá el encargado de marketing o mesero quien nos explicara un poco del lugar (todos los lugares turísticos mencionados serán explicados de manera breve por el guía encargado)

20:15 La segunda parada será en el restaurante “Gustu” donde al igual que la anterior vista escucharemos una breve explicación de la historia, arquitectura, oferta del lugar además de la explicación y visitita a las instalaciones y cocina para poder observar como el chef elabora los platos, pero ello solo de pasada y también los logros y apoyo que se realiza desde este restaurante. Por consiguiente, viene la degustación de platos en pequeñas porciones, la peculiaridad de este lugar es que se realizaran diversas degustaciones cada tres meses ya que siempre el menú cambia por lo que este de temporada en el momento. El anfitrión será alguien encargado del lugar quien dará la explicación de todo incluidos platos e ingredientes (por solicitud del restaurante) y no así el guía, también se dará unos minutos para la toma de fotografías y preguntas de los visitantes.

Pasada la degustación se partirá al siguiente restaurante.

21:30 Durante el recorrido al siguiente restaurante solo se recordará a los turistas las recomendaciones ya que solo se recorrerá dos cuadras para llegar a la siguiente parada por la Av. de los Sauces hasta la altura de la siguiente parada.

21:45 Continuaremos con nuestra experiencia gastronómica llegando a los predios del “Vagon del Sur” donde el guía dará a conocer la historia, arquitectura y oferta del restaurante. Aquí conoceremos la experiencia de degustar bebidas fusión las
cualquiera serán explicadas por el mesero. No se les dará una botella, ni un vaso solo; una degustación en copas pequeñas de variadas cervezas y jugos fusión esto dependiendo de la disponibilidad del restaurante con quien se conversará obviamente antes del recorrido. Al igual que en los anteriores recorridos se les dará unos minutos para preguntas y fotografías.

22:45 Se partirá hacia la siguiente y última parada por la calle 9 de Calacoto, desviando por la costanera y girando por la calle 13 de Calacoto donde se encuentra nuestro destino. No habrá ninguna explicación pues el restaurante está muy cerca.

23:00 Se arribará al siguiente destino llamado “Jardín de Asia” donde se podrá apreciar la arquitectura desde afuera la cual será explicado por el guía ya una vez adentro estar alguien esperándonos para darnos las explicaciones de historia y oferta del lugar. Ya después se comenzará con la degustación de 8 pasos explicadas por el chef ayudante (pinche) quien es el conocedor de los ingredientes y la forma de degustación pues tiene un proceso peculiar.

Luego de la degustación llego el momento de regresar al punto de partida.

23:45 Finalizaremos la noche regresando a la Plaza del Estudiante por la Av. Ballivian, Av Roma, Av. Hernando Siles, Av. Del Libertador, Av del Poeta, Calle Federico Suazo, Calle batallón Colorados y Plaza del estudiante esquina Cañada Estrongest. Durante el regreso no habrá explicación de sitios turísticos, pero si se podrán observar videos de cómo se elaboran los platillos de cada restaurante.

24:30 La noche de la ciudad de La Paz se dejará sorprender y así finalizaremos con el recorrido del circuito turístico – gastronómico de comida fusión.

Recomendaciones para el Turista

Las siguientes recomendaciones permitirán asegurar la conservación de los atractivos gastronómicos turísticos los cuales serán otorgados en un folleto y algunos recordados por el guía antes del comienzo del circuito.

- El circuito turístico debe ser conducido por un guía validado por la asociación de guías de turismo de La Paz

- El circuito puede ser realizado durante todo el año calendario

- Se recomienda no tocar los objetos que se encuentren en exhibición, ni realizar inscripciones o rayas en los restaurantes o bus.
- Al visitar los restaurantes no se debe incomodar ni interrumpir a otros comensales
- Está terminantemente prohibido botar la basura en cualquier sitio que no sea para ello
- La toma de fotografías debe ser realizada en lugares autorizados y en los momentos indicados por el guía.
- El trato mutuo debe ser respetuoso, cortes y amable
- La capacidad de carga de los restaurantes es limitada por ello es necesario realizar el circuito con previa reserva.

Descripción de atractivos turísticos Circuito gastronómico realizado en el municipio de La Paz

Para la descripción es necesario una breve explicación del cómo se lo realizara. Se tiene dos tipos de atractivos; los que se visitaran (Restaurantes) y los que solo se podrán observar durante el recorrido (mientras se va de restaurante en restaurante se explicara sitios turísticos de gran importancia para la ciudad de La Paz, debido a que solo se podrán observar de pasada y no se realizaran paradas por el tema de tiempos y se tomó en cuenta solo los más sobresalientes y no así todos pues el bus está en pleno recorrido).

Atractivos de visita:
Los atractivos de visita en este caso son los restaurantes que participarán del circuito los cuales serán descritos a petición de los encargados por personas que trabajan allí, sin embargo, es importante mencionarlos en cuanto a historia y datos importantes.

DESCRIPCIÓN DE LOS RESTAURANTES PARTICIPANTES EN EL CIRCUITO

1. Pronto Dalicatessen:
El Restaurant Pronto Dalicatessen ofrece comida única en Bolivia, usando las mejores técnicas de la cocina fusión, en el mismo se presentan creaciones preparadas por el chef también dueño del lugar el cual fusiona las pastas italianas con productos andinos, fusiona lo más fino de la cocina europea con lo mejor de Bolivia. Es un restaurant bastante cotizado ya que incluso fue catalogado por Discovery Travel and Living como el mejor restaurant en Bolivia.
DATOS IMPORTANTES

<table>
<thead>
<tr>
<th>E-Mail</th>
<th><a href="mailto:pronto@acelerate.com">pronto@acelerate.com</a></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Teléfonos:</td>
<td>+591 (2) 244-1369 - 70125020</td>
</tr>
<tr>
<td>Dirección:</td>
<td>Pasaje Jáuregui 2248</td>
</tr>
<tr>
<td>Barrio</td>
<td>Sopocachi</td>
</tr>
<tr>
<td>Ciudad</td>
<td>La Paz</td>
</tr>
<tr>
<td>País</td>
<td>Bolivia</td>
</tr>
<tr>
<td>Horarios de Atención</td>
<td>Lunes a Sábado 19:00 a 23:00</td>
</tr>
<tr>
<td>Formas de pago</td>
<td>Efectivo, con Tarjeta</td>
</tr>
<tr>
<td>Parqueo</td>
<td>No</td>
</tr>
<tr>
<td>Apto para grupos</td>
<td>Si</td>
</tr>
<tr>
<td>Entrega a domicilio</td>
<td>No</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia

2. Gustu:

El primer y más grande proyecto de MeltingPot Bolivia, que es organización de la sociedad civil, que busca impulsar un proceso sostenible de desarrollo social y económico en Bolivia a través de la comida, por lo que se dio la apertura de GUSTU, restaurante de alta cocina que trabaja única y exclusivamente con productos bolivianos de todas las regiones del país para mostrar al mundo su variedad riqueza, y así constituirse en un escaparate internacional del verdadero potencial de la cultura gastronómica de Bolivia.

Al mismo tiempo, GUSTU es una escuela dedicada a formar a jóvenes bolivianos en actividades culinarias y gastronómicas, dándoles la oportunidad de recibir entrenamiento profesional en un lugar que ofrece todas las condiciones y facilidades para ello. Su objetivo es lograr la capacitación de aquellas manos que tratarán y presentarán con respeto los productos desarrollados por la naturaleza, despertar en ellos el sueño de crear, redefinir y descubrir las inmensas posibilidades de esta
generosa tierra y conseguir así la revalorización de la cocina boliviana haciendo de ella una fuente de unidad, igualdad y orgullo.

<table>
<thead>
<tr>
<th>E-Mail:</th>
<th><a href="mailto:booking@restaurantgustu.com">booking@restaurantgustu.com</a></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Dirección:</td>
<td>Calacoto, calle 10 Nº 300 casi</td>
</tr>
<tr>
<td>Barrio</td>
<td>Calacoto</td>
</tr>
<tr>
<td>Ciudad</td>
<td>La Paz</td>
</tr>
<tr>
<td>País</td>
<td>Bolivia</td>
</tr>
<tr>
<td>Horarios de Atención</td>
<td>Martes – Sábado 12pm – 3pm y 6:30pm</td>
</tr>
<tr>
<td>Formas de pago</td>
<td>Efectivo, con Tarjeta</td>
</tr>
<tr>
<td>Parqueo</td>
<td>Sí</td>
</tr>
<tr>
<td>Apto para grupos</td>
<td>Sí</td>
</tr>
<tr>
<td>Entrega a domicilio</td>
<td>No</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia

3. **Jardín de Asia**

Nació un 14 de octubre de 2008 bajo la premisa de conjugar gastronomía, servicio y ambiente en forma única y con mucha personalidad para así poder transportar a nuestros clientes a lo que nosotros llamamos la “Mística y Experiencia Jardín de Asia”. Para lograr este cometido aunamos todo nuestro know-how de más de 35 años en la industria Hotelera y conformamos equipos de trabajos liderados por los profesionales más idóneos en cada área.

Conscientes que el emprendimiento no podría ser exitoso sin tener una propuesta culinaria de clase mundial, optamos por confiarnos nuestro primer menú nada más y nada menos que al legendaro Chef Toshiro Konishi de ascendencia japonesa y residencia peruana.

Desde ese momento, y con el sello de nuestro Chef Ejecutivo Jaime Barbas, fuimos evolucionando, replanteando nuestra identidad culinaria hasta descubrirla y proponerla de una manera única, como todo lo que se vive en Jardín de Asia. Así
nace lo que llamamos la cocina asiática con influencia amazónica y andina, en la que revalorizamos nuestros productos bolivianos de los andes y de la selva.

Cada receta se la desarrolla con amor, explorando, investigando, intercambiando experiencias, descubriendo técnicas y plasmándola en sabores, olores y texturas que pretendemos dar a conocer al mundo un bocado a la vez. (Relato realizado en la página oficial de Jardín de Asia: www.Jardin de Asia.com)

**DATOS IMPORTANTES**

| Teléfonos: | +591 2 2797222 |
| Dirección: | Calle 13 de Calacoto Nro. 8109 | Esq. Av. Julio Patino |
| Barrio   | Calacoto |
| Ciudad   | La Paz |
| País     | Bolivia |
| Horarios de Atención | Dom - sáb 12:30 - 15:00 y lun - sáb 19:30 - 23:30 |
| Formas de pago | Efectivo, con Tarjeta |
| Parqueo | Si |
| Apto para grupos | No muy grandes |
| Entrega a domicilio | No |

Fuente: Elaboración propia

4. **Vagón del Sur:**

La compañía El Vagón Del Sur Restaurante ubicado en La Paz, Bolivia, es especialista en el rubro de restaurantes, comida tradicional y fusión. Además de ofrecer variada comida criolla y bebidas exóticas al estilo fusión.

**DATOS IMPORTANTES**

| Teléfonos: | (591-2) 2793700 - (591)70616297 |
| Dirección: | Av. Julio Patino, Esq C. 19 Nro. 1295 |
| Barrio   | Calacoto |
| Ciudad   | La Paz |
| País     | Bolivia |
| Horarios de Atención | Dom. 11:30 - 16:30 |
|            | Mar - Vie 11:30 - 15:30 -18:30 - 22:30 |

vanessa Alina Santander Medina
**Descripción del menú de degustación en cada restaurant**

A continuación, se presentará los diversos menús que los turistas podrán degustar durante el recorrido del circuito

1. **Pronto Dalicatessen:**

El menú que ofrece el restaurant Pronto Dalicatessen se basa en pasta italianas fusionadas con cocina nacional, por ello la primera degustación del circuito consistirá en una pasta fusión a elección y una copa de vino Chileno o Argentino y un café express. Todo realizado de manera artesanal (Pasta, Café, Vino y salsas).

2. **Gustu:**

En el restaurant Gustu el menú cambia cada tres meses por ello después de conversar con la jefa de marketing Sumaya Prado se quedó en que la degustación de platillos sería de lo que se produzca en la temporada, esto dividido en 7 platillos de pequeñas porciones los cuales contendrán las variaciones de ingredientes netamente Bolivianos (Oca, tunta, trigo, maíz, quinua, todo al estilo gourmet).

Estas porciones serán elaboradas por los chefs del lugar y contendrán en gramos la misma cantidad y calidad para cada uno de ellos.

Además de ello después de realizar una conversación con la encargada ella acepto realizar la experimentación de la cocina, esto dependiendo de si así lo quieren los comensales. Ellos podrán elaborar una salsa o dos bebidas de la carta con el asesoramiento de un profesional (cabe recordar que fue la única en acceder a esta petición y no aumentara el precio por ello).

Además de ello en este restaurant se podrá realizar la visita a las instalaciones siendo así parte de la experiencia culinaria del circuito y los logros y apoyo que realiza este restaurante en varios aspectos sociales y económicos a La Paz.

3. **Jardín de Asia**

Se ofrecerá un menú Degustación denominado "TRAVESÍA", 8 pasos dentro del
majestuoso y envolvente Ajakai o “canasto de agua” (en la lengua Chiriguana). TRAVESIA que consta de 3 entradas, 3 platos principales, 2 postres por persona es una expedición por los sabores asiáticos, amazónicos y andinos que marcan y reflejan la identidad culinaria elaboradas e inspiradas por el Chef Jaime Barbas.

4. **Vagón del Sur:**

En el restaurant Vagón del Sur se ofrecerá una degustación de bebidas artesanales, 4 en particular ente cervezas y vinos de sabores tradicionalmente nativos (quinua, uvas tarijeñas, coca, singani)

Todas las degustaciones tienen dos opciones
- Carnívoros
- Vegetarianos

h. **SERVICIO DE TRANSPORTE:**

Transporte de ida (punto de partida) y vuelta (punto de partida) durante el circuito con las características básicas de: bus para 25 personas donde los costos son computables a partir de 5 pax. (que sería el mínimo necesario para la activación del circuito).

Bajo estas características se llegó a un acuerdo con dos empresas las cuales realizaran el recorrido desde el principio al final estas empresas son:
- Trans Tour El mirador
- Trans Tour Emperador

i. **RESERVAS:**

Las reservas para el circuito se deberán realizar con 1 día de anticipación y al realizar la misma se indica la cantidad de pax carnívoros, vegetarianos.

Se debe considerar que antes de vender el circuito se necesita saber si existen entre los turistas, personas alérgicas a algún tipo de alimento, para evitar inconvenientes posteriores, en caso de que existiesen, se comunica a los para que ellos lo tomen en cuenta.

**Atractivos observados durante el recorrido en bus:**

Estos serán explicados por el guía en español e inglés si fuere necesario, se debe tomar en cuenta también que solo serán explicaciones breves ya que no se realizaran paradas y solo se pasara en el bus y el tiempo es corto:

vanessa Alina Santander Medina
a) Historia de La Paz: El departamento de La Paz, creado el 23 de enero de 1826 durante el gobierno del Mariscal Antonio José de Sucre, está situado al Oeste de la República de Bolivia. Limita al Norte con el departamento de Pando, al Sud con el departamento de Oruro, al Este con los departamentos de Cochabamba y Beni y al Oeste con la República del Perú y la República de Chile.

La ciudad de La Paz, construida en base a un trazado de manzanas cuadradas y calles rectas en torno a la plaza mayor, como todas las ciudades españolas en América, mantiene aún estas características en parte de la zona central. Debido al desarrollo no planificado de la ciudad, ésta se extendió en forma lineal, condicionada por la existencia de múltiples ríos y quebradas. Las zonas comerciales están dominadas por altos edificios y las áreas residenciales se encuentran diferenciadas por la topografía y las características climáticas.

En los últimos años, como consecuencia de las importantes migraciones del campo hacia la ciudad, se conforma, con perfiles socio-económicos particulares, la ciudad de El Alto, en la meseta altiplánica colindante al Oeste de la quebrada paceña.

La atracción ejercida por la conurbación La Paz - El Alto, ha sido de tal magnitud, que prácticamente no se presentan en el Departamento, otros conglomerados que compitan como polos de desarrollo urbano. La ciudad de Viacha, con casi 20 mil habitantes, pertenece a su área de influencia.

El papel asignado desde la colonia a la ciudad de La Paz, la convirtió en el centro social, económico y político más importante del país y de la región andina, característica que sigue manteniendo en la actualidad.

(b) Puentes trillizos: La singularidad del diseño de los puentes y la topografía paceña atraen a profesionales de Europa y América.

La ingeniería desarrollada para construir los Puentes Trillizos en la singular topografía paceña ha llamado la atención de profesionales del exterior,
quienes llegan a esta ciudad para analizar la obra que es considerada la de mayor envergadura de los últimos años en el país.

“La forma de los tres valles sobre los cuales se están construyendo los puentes llama mucho la atención. Llegaron exclusivamente a ver esta estructura profesional de Suiza, España, Dinamarca y Perú porque realmente no creen que pueda haber tres puentes de este tipo, uno tan cerca del otro en la topografía paceña.

Estos puentes trillizos llevan los siguientes nombres el puente Orkojahuirí, el puente Kantutani y el puente Choqueyapu

Los Puentes Trillizos se constituyen en el trabajo de ingeniería más importante que se ha realizado en La Paz.

Los puentes unen la ladera Oeste con la ladera Este, de tal manera que el transporte puede optar por ingresar a los barrios de estos sectores a través de estos puentes. Así lo harán de forma más rápida y evitan el congestionamiento vehicular que diariamente se presenta en el centro de la ciudad. Además, forma parte del segundo anillo de circunvalación en construirse, en las que forman parte también las avenidas Buenos Aires y Zabaleta. Nunca se había podido cerrar ese anillo hasta ahora.

Actualmente la estructura del Choque yapú es la más alta desde la parte superior del tablero hasta el río, éste alcanza los 60 metros de altura.

Fueron diseñados por el equipo de una empresa española, a la cabeza de Juan Sobrino. Para la ejecución de los Puentes Trillizos, los constructores utilizaron un total de 1.900 toneladas de acero y 15 mil metros cúbicos de hormigón, entre otros.

Cada puente está separado por intersecciones de apenas 50 ó 100 metros. Este hecho es una de las novedades en el diseño. (https://voceroboliviano.wordpress.com/tag/puentes-trillizos-ciudad-de-la-paz-ii/)

c) Mi Teleférico: Mi Teleférico es el nombre de la Empresa Estatal de Transporte por cable del Estado Plurinacional de Bolivia en contratación con la empresa Suiza Doppelmayr.
Mi Teleférico ha implementado la 1ra Fase del Sistema de Transporte Urbano más largo del mundo, que une las ciudades de El Alto y La Paz. La 1ra. Fase consistió en la implementación de un Sistema de Transporte por cable (monocable), distribuidos en 3 corredores (líneas). Une 90 zonas de La Paz y El Alto. No generará conflictos con la red vial existente ya que tiene puntos de contacto mediante las estaciones para servicio bimodal.

Puede movilizar 18.000 pasajeros por hora en sus tres líneas.

La 2da. Fase (en ejecución) consiste en implementar 6 nuevas líneas de transporte por cable. (http://www.miteleferico.bo/)

d) Campo ferial “Chuquiago Marka”: El Campo Ferial “Chuquiago Marka” es una mega obra de concepto multifuncional construido sobre un área de 40 mil metros cuadrados, cuenta con un área de exposición cubierta de 11.845 metros cuadrados con capacidad para 900 expositores en cinco salones distribuidos en los tres bloques, un área de exposición al aire libre con una superficie de 3.573 metros cuadrados de la Plaza “Kalasasaya”, una antesala al auditorio y la calle Hugo Boero para 200 expositores, capacidad de recibir a 26.000 visitantes por día y un auditorio para 800 personas cómodamente sentadas.

También cuenta con área de aduana para ferias internacionales, estacionamiento para 320 vehículos, todos los servicios básicos, plazas de comida, seguridad, guardería, banca, telefonía y áreas verdes.

Este importante centro de exposiciones está ubicado en la zona de Següencoma, en el sur de la ciudad de La Paz, limita al norte con propiedades privadas, al noreste con la avenida Costanera, al sur con el edificio de la Fuerza Naval y al oeste con la calle Michel. Estas características convierten al Campo Ferial “Chuquiago Marka” en la única alternativa de exposición para el sector productivo e industrial, convirtiéndose en la principal vitrina comercial del departamento. (https://www.chuquiagomarka.com.bo/)

e) Parque de las cholas: El parque está ubicado en la zona sur de La Paz, en el barrio de la Florida, se puede llegar en cualquier transporte público (si
llegan en micro, minibús o trufi, deben quedarse en la Plaza Humboldt y desde ahí caminar unos 5 minutos).

El Parque es grande y bien cuidado, tiene muchos juegos para niños de todas las edades, una pista para patinar y hacer skate, un arenero, canchas de beach volley y bastante espacio verde. La entrada cuesta 3 Bs para adultos y 1 Bs. para niños menores de 10 años (los niños menores de 5 años no pagan entrada). Incluyendo a la recreación la merienda que puede ser un delicioso Sandwich de chola, elaborado con carne de cerdo al horno, escabeche y ají. (https://www.paseum.com/single-post/2015/08/13/Parque-de-las-Cholas)

**Cierre y despedida del circuito**
Finalizado el circuito el guía debe asegurarse de que todos estén presentes posteriormente debe ofrecer un recuento panorámico de todas las actividades realizadas y los sitios visitados. Puede intercambiar con el grupo sobre las experiencias vividas, los lugares que más le interesaron, si la degustación fue de su agrado, etc. Fomentará un debate o charla donde todos los clientes participen y emitan su criterio mientras observan videos de la elaboración de los platillos en los restaurantes, respondiendo las preguntas que surjan y aclarando aquellos elementos que no fueron comprendidos totalmente durante el transcurso del circuito.

Finalmente, durante el retorno hacia la plaza del estudiante el grupo puede descansar y relajarse luego de un intenso y emotivo recorrido. Minutos antes de llegar a las instalaciones el guía se despide de forma cordial con el grupo y los invita a participar de otras actividades para seguir conociendo a La Paz.

**e) Prueba con un grupo de Control**
A sugerencia también se realizó una prueba con dos grupos de control con los cuales se llevó a cabo el circuito turístico – gastronómico de comida fusión el cual fue realizado de la forma siguiente:
PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO - GASTRONÓMICO DE COMIDA FUSIÓN EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Descripción de la prueba.

El proyecto de grado propone un circuito gastronómico a diversos turistas que deseen experimentar una actividad nueva en la ciudad de La Paz. Como parte de este proyecto se realizó una prueba con diferentes personas que pudieron degustar y vivir la experiencia del circuito.

Es importante mencionar que para el desarrollo de esta parte se realizó dos grupos de prueba; el primero con personas escogidas que tienen alguna relación con el tema y el segundo group con estudiantes de una universidad que cursan la materia de gastronomía.

Con el primer grupo se hizo la degustación, pero se puso más énfasis en los cálculos de tiempo y explicación del guion turístico.

Con el segundo grupo se puso más énfasis en la realización de la degustación en sí y la explicación dentro de los restaurantes.

Para poder realizar la experiencia se aplicó un cuestionario a los posibles candidatos para poder determinar si cubren el perfil requerido para participar en el circuito, dichas características fueron: No existen limitantes y/o características geográficas, por cuestiones legales dentro del marco normativo de Estado Plurinacional de Bolivia, para el consumo de bebidas alcohólicas la edad mínima requerida es de 18 años cumplidos, con base en la Ley Nro. 259. Ley de control al expendio de y consumo de bebidas alcohólicas de ARTÍCULO 20. Queda prohibida la venta de bebidas alcohólicas a menores de 18 años de edad, sujeto a sanciones previstas en la presente Ley por esta característica, todas aquellas personas menores de edad, según la normativa, fueron automáticamente excluidas ya que dentro de esta degustación hubo bebidas alcohólicas como por ejemplo cerveza de quinua y otros; por razones de capacidad de análisis, se prefirió a candidatos que tengan al menos 21 años cumplidos a la fecha de la degustación sin tener un máximo de edad. No existieron limitantes en el género; sobre el grado de estudios.
no hay preferencias, aunque se tomó en cuenta que la mayoría relativa tenga estudios relacionados a gastronomía, historia o turismo, sin embargo, esta condición no fue imperante.

El total de participantes estuvo sujeto a la cantidad de personas que cubrieron con los requisitos antes descritos. Para decidir la cantidad de participantes se tomó como base el mínimo de pax que se ofertan dentro del paquete que son de 5 a 9; en este caso 5 personas para el primer grupo y para el segundo 15 personas.

**Grupo de prueba 1**

**El grupo de prueba se conformó por las siguientes personas**
- Lic. Max Machaca Tola (Lic. Historia)
- Patricia Medina D. (Chef. Restaurante Gustico – Cochabamba)
- Camila Aparecida Do Santos (Estudiante del Brasil)
- Melany Alejandra Gonzales (Estudiante de Turismo)
- Ramiro Tola (Chofer del transporte)

**Grupo de prueba 2**
- Estudiantes de la carrera de turismo y hotelería de tercer semestre (materia: Gastronomía) de la UNIVALLE

**La Persona encargada de la elaboración de las degustaciones del primer grupo fue:**
- Ilsen Nirvana Zambrana Medina (Estudiante de último año de la escuela de gastronomía Bolivia Gourmet. Tecnológico nacional de integración boliviana)

Se debe mencionar que el recorrido y la degustación fueron elaboradas por la estudiante ya que la prueba se llevó a cabo en el día y los restaurantes abren por la noche.
La degustación elaborada por la estudiante no fue igual a la de los restaurantes pues se desconoce las recetas, pero sí se hizo algo muy similar para poder asemejar lo más posible a lo real.

Los encargados de la degustación del segundo grupo fueron:

☐ Los restaurantes participantes del circuito a quienes se visitó y se llevó a cabo la degustación con los estudiantes.

La persona que guio durante todo el recorrido con ambos grupos fue:

☐ Guía de la agencia de viajes VASTOUR: Corina Flavia Nina Apaza ex-estudiante de la carrera de turismo de la UMSA. La misma que llevo a cabo

vanessa Alina Santander Medina
todo el guion turístico y también la explicación de la historia, arquitectura y oferta de los restaurantes en los casos necesarios.

La persona en cargada del transporte para el recorrido fue:

- Chofer: Ramiro Tola dueño de un minibús para 14 personas (primer grupo)
- Chofer: Marcelo Medina Dueño de un bus para 25 personas (Segundo grupo)

**Realización de la prueba:**

La prueba I fue realizada el sábado 25 de marzo de 2017 durante la mañana.

La prueba II fue realizada el martes 28 de marzo de 2017 durante la noche.

**Grupo I**

Una vez seleccionado el grupo se hizo la preparación de la muestra y del lugar donde se llevó a cabo la aplicación de la degustación. Cabe mencionar que esta prueba fue llevada a cabo en el día por ello no se fue a los restaurantes propuestos, pero sí se realizó el circuito correspondiente y la degustación en las paradas más cercanas a los restaurantes en 5 fases.

- **Fase 1:** Se recogió a los integrantes del grupo de la plaza del estudiante y con la colaboración de la guía se aplicó el guion del circuito propuesto en el proyecto, el transporte fue una colaboración de un familiar cercano lo que no implica costo más que el de la gasolina.
- **Fase 2:** Se llegó a cercanías del restaurante Pronto Dalicatessen, específicamente a la plaza Abaroa, donde nos esperaba la estudiante de Bolivia Gourmet, quien hizo la degustación correspondiente.
- **Fase 3:** Se prosiguió con el circuito y la explicación realizada por la guía y se llegó a la siguiente parada que fue al frente del restaurante Gustu, donde la estudiante de Bolivia Gourmet comenzó con la degustación.
- **Fase 4:** Posteriormente se trasladó al grupo al siguiente punto que fue la calle 9 de la Av. Los Sauces donde se realizó la explicación correspondiente y la estudiante realizó la degustación de las bebidas dentro del transporte.
Fase 5: Para finalizar se fue al frontis del restaurante Jardín de Asia donde el Señor de Seguridad que ya sabía que se iría muy amablemente dejó realizar la siguiente degustación previa explicación de la guía.

Por consiguiente, se trasladó al grupo al punto de partida siguiendo el guion del circuito.

Durante el regreso se les realizó una encuesta de satisfacción (ver anexos) donde se pudo observar la aplicabilidad o no del circuito.

Grupo II

Con el grupo número dos se realizó en sí el circuito como tal por ende solo se siguió el guion presentado antes para así poder ver el tema del resultado real del circuito.

Fase 1: Se recogió a los integrantes del grupo de la plaza del estudiante y con la colaboración de la guía se aplicó el guion del circuito propuesto en el proyecto, el transporte en este caso fue de colaboración con un familiar cercano.

Fase 2: Se llegó a cercanías del restaurante Pronto Dalicatessen y se prosiguió a la degustación y explicación.

Fase 3: Se prosiguió con el circuito y la explicación realizada por la guía y se llegó a la siguiente parada que fue al restaurante Gustu, donde de igual manera se llevó acabo la degustación.

Fase 4: Posteriormente se trasladó al grupo al siguiente punto que fue el Vagón del Sur para así realizar la degustación.

Fase 5: Para al restaurante Jardín de Asia donde realizó la siguiente degustación previa explicación de la guía.

Por consiguiente, se trasladó al grupo al punto de partida siguiendo el guion del circuito.

Durante el regreso se les realizó una encuesta de satisfacción (ver anexos) donde se pudo observar la aplicabilidad o no del circuito.
Resultados de la prueba

Los resultados de la prueba en ambos grupos apuntan a que efectivamente el circuito tiene viabilidad, pues si bien los grupos quedaron satisfechos también vivieron una experiencia que como ellos mencionaron la volverían a repetir. Pero de igual manera se evidencia en las encuestas de satisfacción.

7.2.3. EVALUACIÓN ECONÓMICA DE LA PROPUESTA:
A. PRECIO

El paquete tendrá un costo diferenciado por la cantidad de personas, explicado de la siguiente manera:

<table>
<thead>
<tr>
<th>DETALLE DE COSTOS</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>(EXPRESADO EN BOLIVIANOS)</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Detalle</th>
<th>5 Pax</th>
<th>10 Pax</th>
<th>20 Pax</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Comida</td>
<td>2,500.00</td>
<td>5,000.00</td>
<td>10,000.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Neto</td>
<td>3,000.00</td>
<td>5,500.00</td>
<td>10,500.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Costos indirectos</td>
<td>313.00</td>
<td>156.50</td>
<td>78.25</td>
</tr>
<tr>
<td>1er Sub-Total</td>
<td>3,313.00</td>
<td>5,656.50</td>
<td>10,578.25</td>
</tr>
<tr>
<td>Impuesto 16%</td>
<td>530.08</td>
<td>905.04</td>
<td>1,692.52</td>
</tr>
<tr>
<td>2do Sub-Total</td>
<td>4,143.08</td>
<td>7,111.54</td>
<td>13,320.77</td>
</tr>
<tr>
<td>Utilidad 20%</td>
<td>828.616</td>
<td>1,422.308</td>
<td>2,664.154</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>4,972.00</td>
<td>8,534.00</td>
<td>15,985.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Precio unitario</td>
<td>994.40</td>
<td>853.40</td>
<td>799.25</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia
b. GASTOS DE INVERSIÓN PARA EL CIRCUITO

1. GASTOS DE OPERACIÓN

Este gasto de operación en particular se llevará a cabo antes del inicio del circuito o sea inmediatamente después de la cancelación del paquete

GASTOS DE OPERACIÓN

<table>
<thead>
<tr>
<th>Detalle</th>
<th>Cantidad</th>
<th>Precio unitario</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1ra degustación “Pronto Dalicatesen”</td>
<td>1 persona</td>
<td>80.00</td>
</tr>
<tr>
<td>2da degustación “Gustu”</td>
<td>1 persona</td>
<td>200.00</td>
</tr>
<tr>
<td>3ra degustación “Jardín de Asia”</td>
<td>1 personas</td>
<td>150.00</td>
</tr>
<tr>
<td>4ta degustación “Vagón del Sur”</td>
<td>1 persona</td>
<td>70.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Alquiler de transporte</td>
<td>1 persona</td>
<td>25.00</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>TOTAL</strong></td>
<td></td>
<td><strong>525.00</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

2. MATERIAL PROMOCIONAL

<table>
<thead>
<tr>
<th>Detalle</th>
<th>Cantidad</th>
<th>Precio unitario</th>
<th>Precio total</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Banners</td>
<td>2 (full color, 1.50m x 1m)</td>
<td>65.00</td>
<td>130.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Folletería</td>
<td>500 (full color, papel couche)</td>
<td>3.60</td>
<td>1,800.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Afiches</td>
<td>1000 (full color, 40cm x 35cm)</td>
<td>1.50</td>
<td>1,500.00</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>TOTAL</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td><strong>3,430.00</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia

3. EQUIPAMIENTO

<table>
<thead>
<tr>
<th>Detalle</th>
<th>Unidad</th>
<th>Cantidad</th>
<th>Precio unitario</th>
<th>Precio total</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Escritorio de oficina</td>
<td>Juego</td>
<td>1</td>
<td>2,350.00</td>
<td>2,350.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Impresora EPSON</td>
<td>Equipo</td>
<td>1</td>
<td>1,250.00</td>
<td>1,250.00</td>
</tr>
<tr>
<td>-Impresora, escáner, fotocopiadora</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Laptop - LENOVO G40-80 core i3-4005 1.7Ghz MEM 4GB</td>
<td>Equipo</td>
<td>4</td>
<td>2,923.00</td>
<td>11,692.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

vanessa Alina Santander Medina
2GB SDD 32GB PANTALLA 14" WI-FI BLUETOOTH WIN8,1

<table>
<thead>
<tr>
<th>Material de oficina</th>
<th>Equipo</th>
<th>2</th>
<th>650.00</th>
<th>1,300.00</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Celulares</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Samsung, Galaxy ACE</td>
<td>Juego</td>
<td>1</td>
<td>1,000.00</td>
<td>1,000.00</td>
</tr>
<tr>
<td>SM-G316M</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Material de oficina</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>hojas tamaño carta</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>hojas tamaño oficio</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>bolígrafos</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>marcadores</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>clips</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>engrabadoras</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>perforadoras</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>tijeras</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Etc…</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>TOTAL</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>18,534.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| Tablet              | Equipo | 1 | 2,192.00 | 2,192.00 |
| HAIER WINDOWS TABLET PC, QUAD CORE 1,33Ghz. MEM |        |   |          |          |

Fuente: Elaboración propia

c. ESTIMADO DE INGRESOS Y EGRESOS POR AÑO (expresado en Bolivianos)

1. INGRESOS

Se tomará en cuenta un contexto donde existe una temporada alta 5 meses del año y cada mes se realizará viendo de manera optimista, media y pesimista el siguiente desglose de ingresos.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación</th>
<th>Formula</th>
<th>Ingreso Mensual</th>
<th>Ingreso Anual</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Optimista</td>
<td>4,972.00 Bolivianos* 10 circuitos al mes.</td>
<td>49,720.00</td>
<td>596,640.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Media</td>
<td>4,972.00 Bolivianos* 8 circuitos al mes.</td>
<td>39,776.00</td>
<td>477,312.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

vanessa Alina Santander Medina
### Propuesta

#### Un cierto trámite

| ÓMICO DE | CO | DINTER | RUTÓRIS | TIC | UiC RUE | EN LA CIUDAD DE LA PAZ |

#### Venta de paquetes de 10 - 15 Pax

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación</th>
<th>Formula</th>
<th>Ingreso Mensual</th>
<th>Ingreso Anual</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Optimista</td>
<td>8,534.00 Bolivianos* 10 circuitos al mes.</td>
<td>85,340.00</td>
<td>1,002,080.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Media</td>
<td>8,534.00 Bolivianos* 8 circuitos al mes.</td>
<td>68,272.00</td>
<td>819,264.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Pesimista</td>
<td>8,534.00 Bolivianos* 4 circuitos al mes.</td>
<td>34,136.00</td>
<td>409,632.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### Venta de paquetes de 16 - 20 Pax

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación</th>
<th>Formula</th>
<th>Ingreso Mensual</th>
<th>Ingreso Anual</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Optimista</td>
<td>15,985.00 Bolivianos* 10 circuitos al mes.</td>
<td>159,850.00</td>
<td>1,918,200.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Media</td>
<td>15,985.00 Bolivianos* 8 circuitos al mes.</td>
<td>127,880.00</td>
<td>1,534,560.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Pesimista</td>
<td>15,985.00 Bolivianos* 4 circuitos al mes.</td>
<td>63,940.00</td>
<td>767,280.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 2. EGRESOS (expresado en Bolivianos)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo</th>
<th>Mensuales</th>
<th>Anuales</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Servicios básicos Internet</td>
<td>175.00</td>
<td>2,100.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Sueldos del personal administrativo (incluye aguinaldo)</td>
<td>5,000.00</td>
<td>65,000.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Alquiler del Bus Turístico (en situación optimista)</td>
<td>5,000.00</td>
<td>60,000.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Reservas para imprevistos</td>
<td>3,949.50</td>
<td>47,394.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

---

vanessa Alina Santander Medina
3. BALANCE

El balance se realizó en las tres situaciones (optimista, media y pesimista) con la venta de paquetes de 5 – 9, 10 – 15, 16 – 20 para así poder mostrar la utilidad que se podría tener mes con mes.

### INGRESOS, EGRESOS Y UTILIDADES DE 5 – 9 PAX

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación Optimista</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ingresos</td>
<td>49,720.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Egresos</td>
<td>14,124.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Utilidad</td>
<td>35,596.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación media</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ingresos</td>
<td>39,776.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Egresos</td>
<td>14,124.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Utilidad</td>
<td>25,652.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación Pesimista</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ingresos</td>
<td>19,888.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Egresos</td>
<td>14,124.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Utilidad</td>
<td>5,764.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia

### INGRESOS, EGRESOS Y UTILIDADES DE 10 – 15 PAX

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación Optimista</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ingresos</td>
<td>85,340.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Egresos</td>
<td>14,124.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Utilidad</td>
<td>71,216.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación media</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ingresos</td>
<td>68,272.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Egresos</td>
<td>14,124.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Utilidad</td>
<td>54,148.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación Pesimista</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ingresos</td>
<td>34,136.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia
INGRESOS, EGRESOS Y UTILIDADES DE 16 – 20 PAX

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación Optimista</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ingresos</td>
<td>159,850.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Egresos</td>
<td>14,124.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Utilidad</td>
<td>145,726.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación media</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ingresos</td>
<td>127,880.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Egresos</td>
<td>14,124.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Utilidad</td>
<td>113,756.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Situación Pesimista</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ingresos</td>
<td>63,940.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Egresos</td>
<td>14,124.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Utilidad</td>
<td>49,816.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: Elaboración propia

Se debe tomar en cuenta que dependiendo de las utilidades (positivas o negativas) se incentivará al personal y se aumentarán los sueldos en el siguiente año de haber comenzado.

En el caso de que la situación no sea muy positiva se realizarán tours promocionales rebajando costos.
CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

Después de realizar un análisis de la situación del país en cuanto al turismo nos damos cuenta que cada día el mismo va creciendo a pasos agigantados ya que se cuenta con un recurso turístico bastante diverso y poco explotado lo que es atractivo al turista actual. Sin embargo, no debemos olvidar que aún hay carencia en cuanto a la protección de nuestros bienes turísticos y aún falta políticas que realicen un ordenamiento turístico que ayude al buen desarrollo y evite la sobrecarga dañando y tergiversando muchas veces lo que en realidad se desea mostrar como imagen turística hacia otros países.

La ciudad de La Paz es considerada la puerta de ingreso a Bolivia pues muchos turistas llegan primero a la ciudad y después salen a visitar los demás atractivos turísticos que se encuentran en otros departamentos o áreas rurales. Se cuenta con incontables patrimonios turísticos culturales y naturales y se a denotado la creciente demanda que seguro irá de subida día con día sin embargo es importante también notar que las existencias de tantas agencias de viajes no colaboran con el incremento en el turismo esto porque su oferta es más tradicional no explorando nuevos sitios que podrían ser de gran interés como así lo ha ido haciendo el GAMLP Y BOLTUR siendo que es importante coadyuvar para el buen desarrollo del turismo.

Otro punto importante que se pudo analizar es la situación de la gastronomía en La Paz y después de realizar un diagnóstico se podría puntualizar diciendo que nuestro municipio es bastante rico en diversidad culinaria, basta con salir a un mercado próximo a nuestro barrio para degustar platillos criollos que son al alcance de todo bolsillo y también observar las tradiciones gastronómicas que tenemos, entre ellas la Sajra hora que es una comida de media mañana antes del almuerzo. Esto llama mucho la atención de los visitantes extranjeros a nuestro país y esto se verifica con tan solo una mirada a las estadísticas que presenta cada año el viceministerio de turismo.
Si bien la gastronomía criolla es atrayente al turista se ha comprobado también que la innovación en cuanto a al arte de la cocina fusión está presente y esto se pudo evidenciar en las entrevistas realizadas a los chefs que sin temor aseguraron que la cocina fusión es algo que se está poniendo de moda y causara gran impacto en comensales nacionales y extranjeros.

El diagnostico también refleja el buen momento que está pasando el turismo en cuanto a la inversión pública se refiere ya que se están proponiendo nuevos destinos accesibles a la economía del turista nacional, por otro lado, también se promueven ferias gastronómicas que reflejan justamente lo ya mencionado del crecimiento de la cocina fusión esto se mostró en la última feria promocionada por el GAMLP donde se pudo encontrar innovaciones como ser salteñas de pique macho y estrogonof de llama.

Con todo este análisis se puede concluir con que la situación del turismo en general en la ciudad de La Paz está muy bien y específicamente el turismo gastronómico fusión se encuentra en etapa de crecimiento y seguramente de mejora pues se cuenta con todo el recurso para su desarrollo y con tendencias a convertirse en una importante actividad turística nacional e internacional deseando siempre un crecimiento constante que llegue a todos los continentes. Aun se debe trabajar más en el aspecto promocional, pero esto en mutuo acuerdo con las instancias correspondientes un trabajo mutuo entre empresas públicas y privadas que se dediquen al turismo, además del apoyo del GAMLP Y GADLP.
8.2. RECOMENDACIONES

- Es necesario incentivar al consumo del circuito de comida fusión mediante la promoción y alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas dedicadas al turismo.

- Se debe realizar una constante innovación del circuito de acuerdo a las necesidades y apertura de nuevos restaurantes especializados en cocina fusión.

- Es importante tomar en cuenta que al tener los circuitos costos elevados no muchas personas nacionales lo podrán comprar por ellos se debe ser muy cuidadoso al momento de realizar la promoción e ir a lugares donde posiblemente existan compradores y potenciales compradores.

- Se sugiere incentivar al consumo de nacionales mediante promociones del circuito.

- Se sugiere promocionar el circuito de manera constante en los medios tecnológicos que vayan apareciendo o sea estar siempre a la vanguardia con las tecnologías

- Es importante socializar el circuito y llevarlo a cabo no mucho tiempo después de la presentación del proyecto.
BIBLIOGRAFÍA

5. BANCOINTERAMERICANO DE DESARROLLO. (2009). El Turismo en América y el Caribe. BID.

vanessa Alina Santander Medina
25. MINISTERIO DE CULTURAS Y TURISMO. (2013). LA PAZ EN EL CONTEXTO TURSITICO NACIONAL. La Paz: USFAMIN.

vanessa Alina Santander Medina
ANEXOS

MENU DE DEGUSTACIÓN

A la Carta

Platos ligeros
Lagarto en Escabeche con Cáscara de Sandía, Frutillas y Flores de Primavera | 45 Bs | USD 7
Tomates de la Huerta con Brocolini Asado y Crema de Queso Añejado | 45 Bs | USD 7
Trucha Curada en Chancaca con Pepino Encurtido y Yogur de Eneldo Helado | 60 Bs | USD 9
Conejo Suave con Choclo, Limón y Hierba Luisa | 45 Bs | USD 7
Crudo de Llama con Choclo Crocante y Alcaparras de Tarija | 60 Bs | USD 9

Platos fuertes
Queso Humacha | 95 Bs | USD 14
Sudado de Pescado Amazónico y Yuca Cocante | 120 Bs | USD 18
Guiso de Res y Racacha | 130 Bs | USD 19
Cordero Braseado y Zapallo Especiado | 120 Bs | USD 18
Terrina de Cerdo con Papas Asadas y Manzanas Ahumadas | 130 Bs | USD 19

Postres
Quirusilla con Cuero de Leche y Crema Cuajada | 40 Bs | USD 6
Sorbete de Suerro de Leche con Limón Negro y Yema Ahumada | 45 Bs | USD 7

vanessa Alina Santander Medina
Nube de Ciruelos y Jarabe de Pepa de Ciruelo | 45 Bs | USD 7
Bizcoflan de Chocolate con Helado de Menta y Ganache de Chocolate | 45 Bs | USD 7
Crema de Café con Helado de Almendras y Mereng
ESPECIALIDADES FUSIÓN: COCINA ASIÁTICA CON INFLUENCIA AMAZÓNICA Y ANDINA

Ceviches
- Ceviche de locoto Bs 73
- Ceviche de coco y lemongrass Bs 73
- Ceviche a la brasa con ají amarillo ahumado Bs 73
- Ceviche mixto, pesca del día, langostinos y pulpo Bs 88

Sopas
- Miso: Consomé de verduras, miso oscuro, tofu, cebollin, alga nori y aire de jengibre Bs 27

Entradas
- Trucha salad: 1750 Trucha del Titicaca cocida a baja temperatura, ensaladita tropical al lemongrass y vinagreta cortada de vino 1750 de los valles cruceños Bs 86
- Batayaki de mariscos salteados en singani Moscato y leche de tigre Bs 85
- Taka Gyoszas rellenas de cerdo sobre base de miso y ají amarillo con langostinos al wok Bs 65
- Pulpo al Cilindro anticuchado de urucú con papas nativas y habas en infusión de cilantro y pebre de queso menonita Bs 90
- Ebiyaki con aroma Satay brochetas de langostino, papitas nativas, ensalada de palmito fresco con almendras amazónicas y queso parmesano Bs 90
- Masakitos Fusión de yuca y chicharrón de cerdo estilo asiático con salsa de mariscos Bs 84
- Conchitas a la parmesana Ostiones gratinados con queso parmesano Bs 95
- Tempura de langostinos y verduras de la huerta con salsa Ponzu de limón Bs 90
- Ganchitos Fusión Wanton crocante con salteado de langostinos Bs 74
- Teppanyaki sampler: Degustación de langostinos, carne de res y pollo con zucchini y cebollas al grill (2 personas / 4 personas) Bs 230 / 460
Platos Principales

- Arroz meloso con verduras bebé salteadas, salsa de huacataya, papel de yuca y tierra de hongos Bs 79
- Karaage de pollo con verduras y piña, en salsa agridulce de tamarindo, acompañado con arroz frito Bs 105
- Trucha del Titicaca en vinagreta de shiitake servida con puré de tunta y coco, bolsones de pak choi rellenos de ensalada de palmito fresco y aire de castaña amazónica Bs 129
- Paiche Amazónico a la plancha con aroma de limón servido con cangrejitos del río Guadalquivir, mariscos, papitas nativas y hierbas andinas en concentrado pescador Bs 129
- Salmón citrico sobre crema de risotto de hongos Portobello, servido con salsa de curry y hongos de pino, cangrejitos de Tomatitas y mix de verdes con aceite de castaña amazónica Bs 160
- Ojo de bife tierno, rostizado y servido con chimichurri de hierbas sobre puré de sonso de yuca y queso Bs 120
- Bife de chorizo argentino en láminas, con croquetas de papa pinta boca, caviar de pimiento y miso con ocopa Bs 127
- Pato braseado a la leña sobre mezclum de hierbas andinas, servido con Ajakai de majadito y tierra de shiitake Bs 120
- Pato Nikkei ahumado al cilindro, servido con arroz al wok en salsa de maní y huacataya Bs 120
- Llama saltada al wok sobre puré andino de habas y queso criollo, servido con perlas de copoazú y rabanitos encurtidos Bs 129
- Cordero al curry sobre puré de camote al anís estrella servido con zanahorias bebé, perlas cítricas de urucú y caviar de amaranto Bs 115
- Cerdito cocinado al vacío con chutney de mango, acompañado de estofado de lentejas, sarza criolla, choclo y mote en salsa de anticucho a la brasa Bs 115
- Medallones de lomo y langostinos al grill en demi-glacé, acompañados de risotto con hongos shiitake Bs 120
- Lomo saltado al wok con vegetales, marinado en jengibre y soya, acompañado con pasta de quinua a la huancaína Bs 105

**BARRA DE SUSHI: Rolls Especiales (6 piezas / 10 piezas)**

vanessa Alina Santander Medina
• Churrasquito Roll: Jugoso lomo de res en su punto, queso crema, yuca frita, tomate, lechuga crespa y chimichurriBs 60 / 95

• De Costa a Selva: Langostino en quinua cROcante, palta y kawa karaage, cubierto con tartar de ostiones, calamar y almeja amazónica con parmesano gratinado y tenkatsu de asaiBs 60 / 95

• Spider Roll: Cangrejito de agua dulce de Tarija crocante, queso crema, palta y cebollín, cubierto con tartar de pulpa de cangrejo de mar, sriracha mayo, compota de locoto y salsa anguilaBs 65 / 95

• Kamikaze: Ebi furai, palta, kiuri, y kanikama cubierto con trucha del lago Titicaca, sriracha y amaranto frito con cebollín y salsa anguilaBs 65 / 95

• Atigrado Roll: Tartar de pesca del día amazónico con leche de tigre de aji amarillo ahumado, relleno con palta, kiuri y kawa karaageBs 60 / 95

• Parmesan Scallops Roll: Tempura de langostino, palta y cebollita verde cubierto con ostiones y queso parmesano flambeadoBs 65 / 99

• Acevichado Amazónico: Pesca del día amazónico en leche de tigre de coco, lechuga escarola, aji chinche, cilantro y plátano maduroBs 70 / 102

• Parrillero Roll: Lomo de res jugoso, lechuga suiza y romana cubierto con lomo a la parrilla sopleteado con chimichurri criolloBs 60 / 95

• Inka Maki: Ebi furai, queso crema y palta, cubierto con trucha ahumada del Lago Titicaca en salsa acevichada, shichimi togarashi y masagoBs 65 / 99

• Harumaki Roll: Trucha del lago Titicaca, ebi karami, quinua, lechuga morada, palta, y tapioca de ponzu envuelto en papel de arroz con salsa de maracuyáBs 65 / 99

• Masu Maki: Kanikama, palta, lechuga romana, queso crema y shichimi togarashi cubierto con trucha del lago Titicaca y salsa de maracuyáBs 60 / 95

• Terimaki Roll: Ebi furai, rúcula y queso crema, cubierto con trucha del lago Titicaca, gajos delgados de limón sin cáscara y salsa teriyaki con reducción de vinagre balsámicoBs 60 / 95

• Tiradito Roll: Ebi furai y palta, cubierto con pesca del día amazónico, salsa de aji amarillo acevichada y tapiocas de cilantroBs 60 / 95

**BARRA DE SUSHI: Rolls Tradicionales (6 piezas / 10 piezas)**

• Tempura Roll: Ebi, palta y queso crema en tempura de asai con salsa anguilaBs 65 / 95

• Maki frito: Trucha del lago Titicaca, palta y queso cremaBs 65 / 95
- Avocado Roll: Ebi furai y queso crema cubierto con palta y salsa teriyakiBs 65 / 95
- Citric Roll: Trucha del lago Titicaca, palta y queso crema en zeste de limónBs 65 / 95
- Asia Maki: Langostino, trucha del lago Titicaca, palta y sésamo por fueraBs 65 / 95

**BARRA DE SUSHI: Nigiris Especiales (4 piezas)**
- Causa del Rey: Nigiri de causa de papa pinta boca con lámina de pejerrey ahumado en manzanilla y tomate concasse con wasabi y cilantroBs 48
- Dragón Anticuchado: Nigiri de corazón de res braseado al fuego con salsa anticuchada y gotas de ají de maníBs 48
- Nigiri Atigrado: Nigiri de trucha del lago Titicaca con salsa de ají amarillo ahumado y leche de tigreBs 48
- Nigiri Acevichado: Nigiri con pesca del día amazónico, bañado en leche de tigre, sriracha, cilantro, kawa karaage y jengibreBs 48
- Nigichurri: Nigiri de ebi furai, palta y queso crema con chimichurri al fuegoBs 48

**BARRA DE SUSHI: Nigiris Clásicos (4 piezas)**
- SalmónBs 55
- Trucha del Lago TiticacaBs 44
- Pesca del día amazónicoBs 40
- LangostinoBs 48
- PulpoBs 44
- TamagoyakiBs 36

**BARRA DE SUSHI: Sashimi (4 piezas)**
- SalmónBs 70
- Trucha del Lago TiticacaBs 60
- Pesca del día amazónicoBs 60
- LangostinoBs 60
- PulpoBs 65
- TamagoyakiBs 35

**ESPECIALIDADES DE LA BARRA**
Dragón Balls (4 piezas / 4 pieces): Bolitas de kanikama, queso crema y shichimi togarashi, envuelto con láminas de trucha del lago Titicaca y salsa de maracuyáBs 70

Torukitos Nikkei (4 piezas / 4 pieces): Bocaditos de shari envueltos en trucha del lago Titicaca, rellenos con tartar de pesca del día amazónico en salsa acevichadaBs 56

Tako Wasabi (4 piezas / 4 pieces): Gunkan de pulpo, wasabi mayo y salsa acevichadaBs 65

Spicy Gunkans (4 piezas / 4 pieces): Salsa acevichada, cebollín, shichimi togarashi y aceite sésamo con Trucha del Lago TiticacaBs 65

Spicy Gunkans (4 piezas / 4 pieces): Salsa acevichada, cebollín, shichimi togarashi y aceite sésamo con SalmónBs 65

Spicy Gunkans (4 piezas / 4 pieces): Salsa acevichada, cebollín, shichimi togarashi y aceite sésamo con OstionesBs 65

Tiradito Nikkei: Pesca del día amazónico con leche de tigre, aceite de sésamo y brotesBs 60

Tiradito de Carretilla: Pesca del día amazónico con leche de tigre al mejor estilo carretilleroBs 60

Tiradito Atigrado: Pesca del día amazónico con leche de tigresa (leche de tigre + lenguas de erizo)Bs 60

Tiradito de Pejerrey: Pejerrey con leche de tigre al ají amarillo, locoto, cilantro, cebolla y choclo cochabambinoBs 60

Trucha Tataki Salad: Ensalada fresca de trucha del lago Titicaca sopleteada en aceite de sésamo, kiuri, tomate y dressing de la casa con ponzuBs 75

Masu Sarada: Ensalada de trucha del lago Titicaca, kiuri, palta, madera comestible, tomate, y dressing NikkeiBs 75

Leche de Yaguareté: Leche de tigresa (leche de tigre + lenguas de erizo) con pesca del día amazónico, ostiones, pulpo, cangrejitos de agua dulce de Tarija, maíz, quinua y chipilo tostadoBs 84

**Combinaciones**

- Ajakai (34 piezas) Sashimi: salmón (2), trucha (2) pulpo (2) pesca del día (2) - Nigiris: trucha (2) Langostino (2), Tamagoyaki (2) - Más su elección de 2 Rolls TradicionalesBs 299

- Ajakai (64 piezas) Sashimi: salmón (3), trucha (3) pesca del día (3) pulpo (3) - Nigiris: trucha (4) langostino (4), tamagoyaki (4) - Más su elección de 4 Rolls TradicionalesBs 599
• Combinado Tradicional de Rolls (36 piezas): 6 medios rolls tradicionales a elección Bs 360
• Especial Nigiris (24 piezas / pieces): Nigiris: salmón (4), trucha (4), pesca del día amazónico (4), langostino (4), pulpo (4) tamagoyaki (4) Bs 240
• Especial Sashimis (24 piezas): Sashimis: salmón (4), trucha (4), pesca del día amazónico (4), langostino (4), pulpo (4) tamagoyaki (4) Bs 280

Postres
• Texturas de maní, dulce de leche y gualele Bs 40
• Parfait de coco y vainilla con helado de yogurt natural y gelatina de miel Bs 40
• Tatin de manzana con crema a la vainilla y helado de leche Bs 40
• Sorbete de albahaca con frutos rojos Bs 40
• Crema fría de arroz con leche y canela Bs 40
• Garcinia humilis - Homenaje al achachairu, nuestra fruta de oro Bs 40
• Maceta de chocolate silvestre Beniano de Baure