

INFORME DE EVALUACIÓN

Primer Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia “Solutions Forum”



2023

INTRODUCCIÓN

Antes de la pandemia de COVID-19, el turismo fue la sexta industria en aportar mayor valor agregado a la economía boliviana (Poma et al., 2021). Incluso, en 2019, el turismo internacional se había convertido en el cuarto producto de exportación más importante del país, generando más empleo que la industria de la minería y del gas natural juntas (Andersen et al., 2022). De la misma manera su impacto en las mujeres ha llamado la atención, ya que alrededor del 76% de los empleos fueron ocupados por mujeres. Con base a ello y a otros impactos positivos que genera, se considera que el turismo cuenta con gran potencial para impulsar el desarrollo socioeconómico y lograr avances en la inclusividad y atención a las necesidades de poblaciones más vulnerables. Por lo que los desafíos que se tienen en la promoción de las ofertas turísticas de Bolivia y la atracción de más turistas deben ser atendidas (IBCE, 2022).

Se considera que pueden existir sustanciales relaciones entre el turismo y el desarrollo sostenible local en el país debido a que, los municipios con los puntajes más altos en el Índice Municipal de Desarrollo Sostenible (IMDS) del Atlas Municipal de Objetivos de Desarrollo de Bolivia 2020 tienden a ser los que tienen importantes actividades turísticas. En ese sentido, la Red de Soluciones para el Desarrollo Sostenible (SDSN) Bolivia lanzó el Primer Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia. Este concurso surge a partir de la iniciativa del Foro Global de Soluciones de la red mundial de SDSN, que tiene el objetivo de mostrar cómo se están llevando a cabo iniciativas locales que promueven soluciones prácticas a los problemas de desarrollo sostenible.

Igualmente, el concurso tuvo el objetivo de promover/apoyar nuevas tecnologías, startups, métodos, herramientas, modelos de negocios, sistemas institucionales, productos, servicios, modelos de educación, o una combinación de éstos que fomenten el turismo como un motor de desarrollo sostenible con igualdad de género en Bolivia. Se obtuvieron 21 postulaciones que propusieron diferentes soluciones para promocionar el turismo sostenible, de las cuales, mediante un proceso riguroso de evaluación se eligieron a cinco para pasar a la fase final. Estas soluciones fueron evaluadas por un Comité interno compuesto por 7 personas con distintos perfiles profesionales, lo que permitió identificar las soluciones que mejor respondieron a los criterios de evaluación planteados en la convocatoria, centrándose en aspectos como la transformación del sector, su potencial aplicación a gran escala, su responsabilidad medioambiental y su contribución a la igualdad de género.

El presente documento sistematiza los resultados y evalúa las tres áreas de fortalecimiento del concurso: (i) Visibilización y difusión de la solución a nivel local y en la Red Global de Sustainable Development Solutions Network (SDSN); (ii) Capacitación y asesoría para la mejora e implementación de la solución y (iii) Uso inteligente del incentivo económico otorgado.

Esta primera edición no habría sido posible sin el invaluable respaldo de nuestros colaboradores, a quienes expresamos nuestro sincero agradecimiento:

- Fundación SOLYDES, el principal patrocinador del evento.
- UPB, como anfitrión de SDSN.
- Aceleradora SOLYDES, cuyo respaldo fue fundamental en la preparación de los finalistas para el evento final.
- Fundación Patiño, ORBITA y Fundación IES, por su colaboración tanto en la fase de selección de los finalistas como en la capacitación de los ganadores a través del Consultorio BIZ.

Extendemos nuestro agradecimiento a todas las instituciones que contribuyeron con su apoyo en la difusión y organización del evento, entre las cuales se encuentran SDSN España, Piensa Verde, Hierro Brothers, Atix Hotel, Una Gran Nación y Climate & Development Knowledge Network (CDKN).

OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN

El Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia aspiró a que más actores dentro de la industria del turismo tengan el incentivo necesario para incluir o fortalecer el enfoque de sostenibilidad e igualdad de género a sus ideas y soluciones sobre turismo. En ese sentido el objetivo principal del concurso fue *“promover nuevas tecnologías, startups, métodos, herramientas, modelos de negocios, sistemas institucionales, productos, servicios, modelos de educación, o una combinación de éstos para fomentar el turismo como un motor de desarrollo sostenible con igualdad de género en Bolivia”*. De esa manera, con la presente evaluación se pretende responder a la siguiente pregunta:

¿Cómo influyó ser ganador del 1er. Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia sobre la visibilización y difusión de sus soluciones, el acceso a capacitaciones y asesorías, y la ejecución de la solución desde el 18 de noviembre de 2022 hasta 30 de junio de 2023?

POSTULANTES Y BENEFICIARIOS

Los participantes del concurso debían proponer una solución relacionada a turismo sostenible que se implemente en Bolivia y que al menos se encuentre en fase inicial. Las soluciones presentadas debían cumplir con al menos tres de las siguientes condiciones:

- **Transformativa:** mover la industria de turismo hacia la sostenibilidad, asegurando el cuidado del medio ambiente y/o la igualdad de género. (Obligatoria)
- **Aplicación a gran escala:** ser relevante para los desafíos encontrados en el sector de turismo en Bolivia y tener el potencial de ser expandido en su alcance, tamaño y lugar de aplicación. (Obligatoria)
- **Amigable con el medio ambiente:** contribuir a que la industria del turismo sea un motor de desarrollo sostenible para cuidar el medio ambiente y contribuir a la descarbonización de la economía. (Opcional)

- **Aliado de la igualdad de género:** beneficiar la igualdad de género en la industria del turismo en diferentes dimensiones, no sólo en el aspecto económico. (Opcional)

La convocatoria al concurso se realizó desde el 22 de agosto de 2022 hasta el 9 de octubre de 2022, y se recibieron 21 postulaciones que se resumen en la Tabla 1.

Tabla 1. Descripción breve de las postulaciones al Concurso

Nombre del postulante	Título de la solución	Sector y lugar de enfoque	ODS en el que incide
Turismo El Alto Tour Operador	Diversificación de oferta turística con turismo especializado y ecoturismo para el fortalecimiento del desarrollo sostenible	Ecoturismo y turismo especializado en La Paz, principalmente en áreas protegidas municipales: Auquisamaña, Pura Pura, Sendero de Águila, Bolognia y Siete Lagunas.	ODS 3 ODS 4 ODS 5 ODS 12 ODS 15
RENACC	Ruta Agroecológica Comunitaria	Turismo comunitario en el departamento de Tarija: municipio de Cercado, comunidades de Cirminuelas, Chaupicancha y municipio de San Lorenzo, comunidad El Puesto.	ODS 1 ODS 3 ODS 5 ODS 12 ODS 13 ODS 17
<i>No corresponde</i>	La Ruta del Pariante	Turismo vivencial en el departamento del Beni: capitales de municipio y 30 lugares turísticos identificados.	ODS 11
San Lorenzo Tours	Turismo de base comunitario y desarrollo productivo en el municipio de San Lorenzo, provincia Méndez	Turismo comunitario en Tarija: provincia Méndez, municipio de San Lorenzo, comunidad de Tomatas Grande, Corana, Canasmoro etc.	ODS 10
PLURIAPP	PluriApp	Mejora de la conectividad entre el turista, productor, artesano y operadora de turismo en el departamento de Santa Cruz de la Sierra.	ODS 1 ODS 5 ODS 8 ODS 12
Up Close Bolivia/Colibrí Camping & Eco Lodge	FRANQUICIA COLIBRÍ: Naturaleza, tranquilidad y comunidad.	Servicios de Franquicia Colibrí dirigido a comunidades con potenciales turísticos en Bolivia.	ODS 1 ODS 2 ODS 8 ODS 9 ODS 10 ODS 11
Summergõ Lab	Summergõ Lab - Experiencias inmersivas	Turismo digital y Patrimonio 3.0 en Chuquisaca - Ascenso al Cerro Churuquilla.	ODS 4 ODS 9 ODS 11
Brenda Aguilar Sergio Limari Christian Tusco	TourfyBo	Digitalización del servicio al cliente del Valle de las Ánimas - La Paz.	ODS 1 ODS 8
La Región	Soy Bolivia	Turismo comunitario e indígena en Bolivia.	ODS 5 ODS 8 ODS 13
ECOPARQUE KHANAPACHA	Ecoparque Recreativo Educativo Khanapacha.	Turismo de base comunitaria en el departamento de La Paz:	ODS 4 ODS 5 ODS 8

		municipio de Batallas, comunidad Karhuiza.	ODS 11
José Antonio Callisaya Elizabeth Gamboa	Pajareando en “Cotacota” desarrollo de propuestas para el impulso del aviturismo en el PN y A MI Cotacota	Turismo de naturaleza, enfocado en la Observación de aves y la sostenibilidad de los recursos en el departamento de La Paz, entre provincias Murillo y Nor Yungas, específicamente el área del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Cotapata.	ODS 5 ODS 8 ODS 12
Gota del Chaco	Gota del Chaco	Digitalización en la promoción de la Región del Chaco boliviano.	ODS 4 ODS 8 ODS 10 ODS 12 ODS 15
Atelier El Gato	Guía Turística Familiar	Producto turístico de conocimiento cultural sobre Bolivia dirigido a familias y niños/as.	ODS 4 ODS 17
EPIC TRAVEL	Modelo de negocios para el desarrollo turístico comunitario, sostenible e inteligente	Turismo Comunitario en la Comunidad de Quirahuate-Municipio Carabuco (Provincia de Camacho del departamento de La Paz).	ODS 1 ODS 4 ODS 5
Casa Murillo N 826	Casa Murillo 826: Centro turístico	Espacios turísticos modernos en la zona central del municipio de La Paz.	ODS 8 ODS 9
Lago Sagrado, Casa de Campo & Agroturismo	Lago Sagrado - Casa de Campo & Agroturismo: Hacia un modelo de emprendimientos turísticos de base familiar-comunitario en Bolivia	Agroturismo y actividades culturales-recreativas en la península de Copacabana del departamento de La Paz (municipio de San Pedro de Tiquina, Comunidad Lojpaya).	ODS 1 ODS 5 ODS 8 ODS 10 ODS 11 ODS 12
María Nela Aponte Alejandro de los Ríos	La ruta de la Paraba Azul en el pantanal boliviano “Turismo regenerativo”	Turismo regenerativo en el departamento de Santa Cruz de la Sierra, provincia Ángel Sandoval y un área protegida ANMI San Matías con 26 comunidades, declarado Sitio RAMSAR en el año 2001.	ODS 15
Natoure	Natoure	Turismo Sostenible y justo en espacios de conservación en Bolivia.	ODS 10 ODS 15
Víctor Apaza Martha Flores	Alianza estratégica y uso de herramientas tecnológicas	Turismo comunitario, en el municipio Santiago de Huata del departamento de La Paz, provincia Omasuyos: Comunidades Chuquiñapi, Uricachi, Pucuro Grande.	ODS 13 ODS 14
Sociedad de Turismo Comunitario Suni Uta Choquemarka - Eco Albergue Tomarapi	Centro de interpretación de los camélidos	Turismo Comunitario en la comunidad Suni Uta Choquemarka - Caripen en el departamento de Oruro, provincia Sajama.	ODS 15
Jose Luis Laura Vanesa Villan Reynaldo Tumiri Margarita Paz Eddy N Mariana Pinto	Sistemas de Gestión de la Calidad turística ISO 9001 del municipio de La Paz	Calidad turística y certificaciones-Municipio de La Paz	ODS 1 ODS 2 ODS 3 ODS 4

Todas las postulaciones fueron revisadas por un Comité Evaluador interno conformado por siete personas¹ con experiencia en el sector, quienes escogieron las cinco soluciones más sobresalientes y con mayor potencial. En la Tabla 2 se resumen las condiciones cumplidas por cada finalista.

Tabla 2. Las cinco soluciones finalistas del Concurso

Nombre de la solución	¿Cuál es la condición transformativa?	¿Cuál sería la aplicación a gran escala?	¿Por qué es amigable con el medio ambiente?	¿Por qué promueve la igualdad de género?
Diversificación de Oferta Turística con turismo especializado y ecoturismo para el fortalecimiento del desarrollo sostenible	Demuestra que tienen la capacidad de desarrollar actividades turísticas a través del ecoturismo y aviturismo, evitando la pérdida de ecosistemas o afectando gravemente un territorio.	Ofrecer paquetes estudiantiles de aviturismo, entomoturismo y turismo de lupa a unidades educativas de nivel primario, secundario y más adelante a universidades.	Evita el turismo de masas y promueve actividades que cuidan del medio ambiente a través de un producto turístico alternativo y especializado.	No corresponde
Franquicia Colibrí: Naturaleza, tranquilidad y comunidad.	Promueve la interacción del turista con la comunidad y brinda espacios naturales libres de contaminación ambiental, acústica y visual, cuidando de plantas nativas y animales pertenecientes al ecosistema que rodea a Colibrí Camping & Eco Lodge.	Crear la franquicia Colibrí que incluya servicios, bienes y productos bajo la marca “Colibrí”, otorgando una licencia a comunidades, municipios y/o inversores que tengan interés de potenciar el turismo local.	Colibrí actualmente utiliza el reciclaje de residuos, reciclaje de aguas de lluvia (40.000 litros), la captación de energía solar para cocinar e iluminar espacios comunes y también promueve la conciencia comunitaria sobre la conservación medioambiental a todo nivel.	Emplea principalmente a mujeres y jóvenes, además que ofrece tours dirigido a mujeres.
Soy Bolivia	Plataforma periodística y guía especializada en viajes y turismo que difunde información de destinos, atractivos y servicios turísticos para promover el turismo interno y receptivo; enfocándose en ecoturismo y turismo comunitario.	Demostrar los espacios donde existe turismo comunitario en Bolivia para difundir cómo están funcionando y qué tan factible es apostar por negocios sostenibles.	No corresponde	Las mujeres son articuladoras de proyectos ecoturísticos, así como es más frecuente que ellas tomen la iniciativa al momento de emprender. En ese contexto, la presente solución busca hacer énfasis en historias de mujeres que hayan logrado éxito.

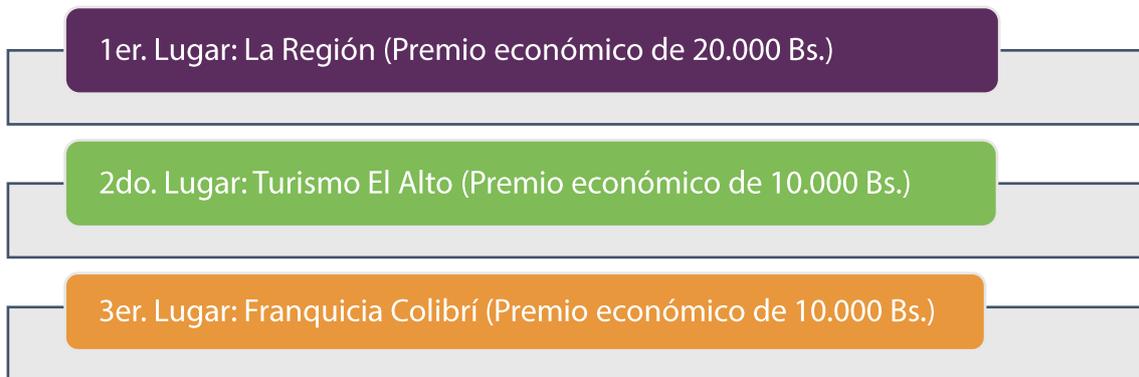
¹ Andrés Aramayo-ORBITA, Julián Vargas-Fundación IES, Lykke Andersen-SDSN Bolivia, Daniela Cubas-SDSN Bolivia, Agnes Medinacelli-SDSN Bolivia, Jorge Arzabe-Fundación Patiño y Viviana Coloma-Aceleradora Solydes.

<p>Pajareando en “Cotacota”, desarrollo de propuestas para el impulso del aviturismo en el PN y A MI Cotacota</p>	<p>Promoción de aviturismo en Cotapata como una forma de abandono al modelo de desarrollo basado en la explotación de recursos y actividades turísticas contrarias a la conservación.</p>	<p>Redirigir el turismo y promover acciones diferentes en Áreas Protegidas, en espacios de hábitat o migración de aves en Bolivia como caminos Prehispánicos (Takesi) o rutas existentes que permiten la observación de aves.</p>	<p>El aviturismo impacta positivamente en la conservación y el uso sostenible de los ecosistemas y promueve hábitos de cuidado de la naturaleza en los turistas.</p>	<p>Promueve la participación igualitaria entre hombres y mujeres, prestando servicios de alimentación, áreas de camping entre otras actividades que generan ingresos indirectos para ambos.</p>
<p>Guía Turística Familiar</p>	<p>Esta guía aporta a la mejora en la educación mediante un sistema claro y simplificado de información turística, con datos de comprensión fácil y que mantienen la atención del público por medio del entretenimiento.</p>	<p>Se busca implementar esta solución a nivel nacional, incentivando el turismo en cada departamento de Bolivia. Inicialmente se comenzará en La Paz, y según la respuesta del público se desea elaborar 3 ejemplares: turismo dentro de la ciudad, turismo en las afueras de la ciudad y turismo cultural e histórico.</p>	<p>No corresponde</p>	<p>No corresponde</p>

Posterior a ello, el 18 de noviembre del año 2022, los cinco finalistas realizaron la exposición de sus soluciones para obtener el primer, segundo o tercer lugar ante un nuevo jurado calificador compuesto por:

- Susana Sottoli, Coordinadora Residente del Sistema de Naciones Unidas en Bolivia.
- Oscar Molina, Pro Rector de UPB.
- Janette Simbron, Directora de Marketing de CANOTUR.
- Anabel Ariñez, Gerente de Proyectos de Impacto Social y Cultural de la Fundación Solydes.
- Javier Benayas, experto en turismo sostenible de SDSN España.

De esa manera los resultados fueron los siguientes:



EFECTOS ESPERADOS

A partir del Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia se esperaba que los ganadores:

- (i) Obtengan sesiones de capacitación y asesoría por parte de expertos de la Fundación IES, institución que cuenta con experiencia en la promoción de conocimientos adecuados para el crecimiento y acceso a financiamiento de las empresas e ideas de negocio.
- (ii) Alcanzen visibilización en las redes sociales dentro y fuera de Bolivia.
- (iii) Reciban un monto económico para fortalecer y aplicar la solución presentada hasta el 30 de junio del año 2023.

EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LOS GANADORES

Los resultados del Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia se obtuvieron mediante informes y resultados recopilados de manera digital, a través de una encuesta que indagó sobre la experiencia y los beneficios obtenidos. Ambos pretendían conocer *cómo ha influido ser ganadores del 1er. Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia*, además de comprender la situación sobre la visibilización y difusión de sus soluciones, el acceso a capacitaciones y asesorías, y la aplicación de la solución.

Primer lugar: La Región



PERIODISMO DE MEDIOAMBIENTE Y TURISMO

Soy Bolivia es una plataforma periodística digital que difunde información masivamente y gratuitamente sobre destinos turísticos en Bolivia mediante la combinación de imágenes e historias. Promociona opciones de Turismo y Cultura, enfatizando el ecoturismo y el turismo comunitario, como también ofrece tours y servicios. En su página web cuenta con una Guía de Turismo que promociona los diferentes atractivos turísticos de los departamentos de Bolivia.

Página web: <https://www.soybolivia.bo/>



Fotografía: Dolly Leyton, Directora Ejecutiva de La Región recibiendo el premio de Oscar Molina

- **Resultados alcanzados**

Soy Bolivia quiere posicionarse como el primer medio nativo digital especializado en ecoturismo y turismo comunitario de Bolivia, a través de la difusión de información sobre proyectos y operadoras que actualmente promocionan y ofrecen este tipo de opciones turísticas. En ese sentido, Soy Bolivia afirma que ha logrado mayor visibilización y difusión por ganar el primer lugar en el Concurso de Soluciones. A partir de ello ha logrado alcanzar los siguientes resultados:

1. **Desarrollo Web:** previamente “Soy Bolivia” era parte de la página web “La Región”, dedicada al periodismo independiente de medio ambiente y turismo en Bolivia. Actualmente, “Soy Bolivia” cuenta con una página web propia, generando contenido especializado que le permite llegar a su público objetivo, a través de medios digitales.
2. **Cambios en la marca “Soy Bolivia”:** la página web de “Soy Bolivia” no tiene contenido periodístico como “La Región”, sino al contrario pretende realizar contenido que visibilice experiencias de turismo en naciones indígenas y lograr generar mapas interactivos para conocer estos lugares (en mediano plazo).
3. **Creación de contenido:** se contrató a una persona que realice viajes a La Paz para visitar el Museo de Plantas Nativas en Tiahuanaco y otros espacios que promueven el turismo comunitario. Igualmente, se elaboraron guías de turismo comunitario que pretenden brindar información masiva sobre ecoturismo en áreas protegidas, resaltando que la mayoría son lideradas por mujeres.² Estas guías fueron traducidas al inglés para ampliar su llegada a turistas internacionales.

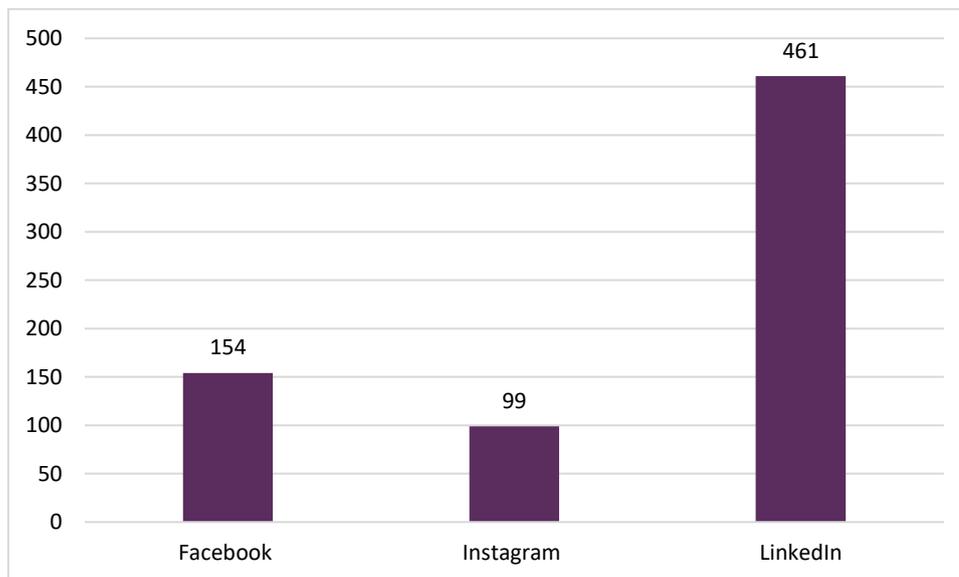
² Para la revisión de las fichas acceder a: <https://www.soybolivia.bo/guia-de-turismo/>

4. Inversión en Google Ads: se quiere lograr que “Soy Bolivia” aparezca entre las primeras opciones de resultados en las búsquedas realizadas en Google sobre turismo en el país. Esto principalmente porque el alcance y la difusión de la página por redes sociales no logra el alcance esperado.

- **Alcance en redes sociales sobre “Soy Bolivia”**

En base a la noticia³ publicada sobre Soy Bolivia en la página de SDSN Bolivia, y su difusión en redes sociales como Facebook, LinkedIn e Instagram se ha logrado el siguiente alcance:

Gráfico 1. Alcance de la noticia sobre La Región en redes sociales de SDSN Bolivia



Fuente: elaboración propia con base a métricas propias.

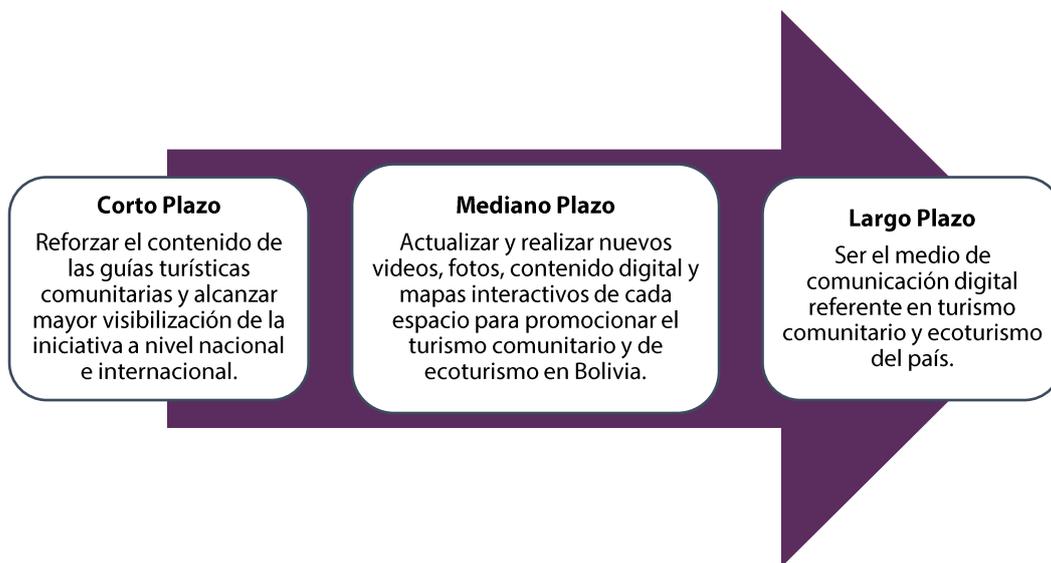
Es importante mencionar que Soy Bolivia, en un principio, fue una sección dentro de la página web de La Región, un periódico digital sobre temas de medio ambiente y turismo. Por lo que la difusión de esta iniciativa en otros medios de comunicación digital no fue posible.

- **Metas a corto, mediano y largo plazo para promocionar el turismo comunitario en Bolivia**

Soy Bolivia no solamente busca ser un medio de comunicación referente en turismo comunitario y ecoturismo, sino también quiere ser un espacio digital que promociona y vende a precio justo los productos realizados por comunarios de las zonas turísticas. Estos productos quieren diferenciarse del resto por añadir historias que permitan conocer a las personas involucradas en la elaboración y el proceso del producto. Para ello, Soy Bolivia realizará un análisis de mercado para identificar qué productos podrían ser incluidos en la plataforma de comercio digital. En cuanto a las metas

³ Para revisar la nota acceder a: <https://sdsnbolivia.org/la-region/>

establecidas para el concurso, las metas de corto, mediano y largo plazo para contribuir a la promoción del turismo comunitario y el ecoturismo en Bolivia son las siguientes:



- **Experiencia con las capacitaciones y asesorías recibidas**

El equipo de Soy Bolivia no tuvo la oportunidad de aprovechar las asesorías personalizadas, sin embargo, recibieron capacitaciones sobre cómo elaborar una buena presentación y discurso de ascensor para la presentación de su iniciativa en el evento final del concurso, a cargo de la Aceleradora Solydes.

Segundo lugar: Turismo El Alto



Es una operadora turística que apuesta por el turismo sostenible basado en naturaleza, cultura y aventura. Está conformado por un equipo de profesionales que cuentan con formación y experiencia en temas de medio ambiente. Entre sus ofertas turísticas hay opciones de ecoturismo a través de dos propuestas: entomoturismo y aviturismo.

Página oficial Facebook: [Turismo El Alto](#)



Fotografía: Diego del Carpio, Gerente General de Turismo El Alto recibiendo premio de Janette Simbron

- **Obstáculos**

Turismo El Alto indicó que uno de los obstáculos a los que se enfrentaba era la falta de alianzas con el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) y otras organizaciones como BIOSBO, la Asociación Boliviana de Ornitología y la Sociedad Boliviana de Entomología. Posterior a ser ganadores del Concurso, sus propuestas tuvieron mayor visibilización ante el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP), logrando alianzas para la promoción del aviturismo.

Otro de los obstáculos a los que se enfrentaba la operadora fue la falta de equipo para lograr una experiencia personalizada y más satisfactoria en el entomoturismo y aviturismo. El premio económico permitió asignar recursos a la compra de nuevos equipos.

- **Resultados alcanzados**

1. **Primera Ruta Ecoturística en Siete Lagunas junto al GAMLP:** se inauguró esta ruta en abril de 2023 en Siete Lagunas, ubicado en el Macrodistrato de Hampaturi del municipio de La Paz. Este lugar cuenta con 19 especies de aves propias del ecosistema y 49 aves migratorias, por lo que Turismo El Alto logró generar una alianza con el GAMLP para estar a cargo de las actividades de aviturismo.



2. **Ampliación de equipos para la oferta de paquetes turísticos:** las opciones ofertadas a niños y familias como “Biólogo por un día” y “Pajareando” no contaban con suficiente material (binoculares, cajas de cristal y lupas para cada asistente) que permita mejorar la experiencia del tour. Por lo que, se destinó el premio económico a la compra de 26 nuevos equipos y una cámara fotográfica. Turismo El Alto enfatizó que el premio económico les dio la oportunidad de equiparse en el corto plazo, lo que les hubiera tomado más tiempo hacerlo (ver Tabla 1).



Tabla 1. Compra de equipamiento para paquetes turísticos de entomoturismo y aviturismo

	AVITURISMO Pajareando Ando	ENTOMOTURISMO Biólogo por un día
Equipo y material nuevo	23 binoculares 10x24 3 binoculares 10x25 1 trípode 1 cámara Nikon Coolpix P950 (Turismo El Alto puso una contraparte) Material impreso-guías de campo	12 lupas 60X Material impreso-guías de campo

Turismo El Alto presente en el Global Big Day- 13 de mayo 2023

Este es un evento mundial para registrar a las aves durante un día. De esa manera, Turismo El Alto realizó una salida con 28 estudiantes de turismo de la Universidad Pública de El Alto, donde cada estudiante tuvo su propio binocular para el registro de aves. Esto permitió que la experiencia sea más satisfactoria y puedan observarse más aves.

3. **Videos sobre los paquetes de ecoturismo:** se realizaron videos⁴ sobre los dos paquetes ofrecidos (aviturismo y entomoturismo) para realizar la promoción de las mismas. La operadora comentó que hacer este tipo de videos tiene un costo alto, por lo que fue un gran aporte para la empresa.

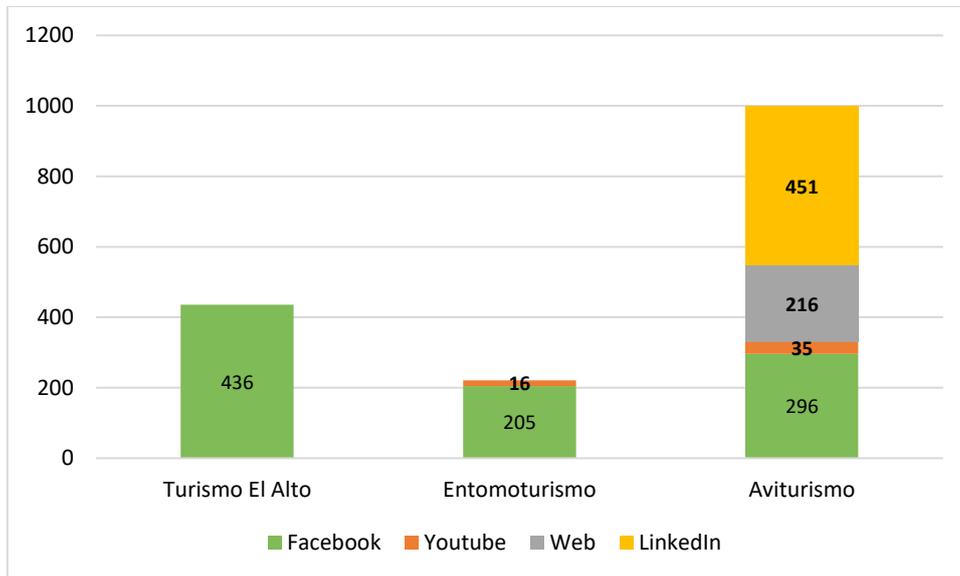
Por otro lado, la operadora comentó que otras operadoras han tratado de copiar su metodología y ofrecer las mismas opciones de turismo. Esta situación los motivó a realizar consultorías para que los interesados en promover el turismo basado en naturaleza, específicamente de aviturismo o entomoturismo cuenten con un asesor especializado.

- **Alcance de los videos y publicaciones sobre Turismo El Alto en redes sociales**

Se reconoce que la publicación sobre aviturismo es la que ha logrado mayor alcance en las redes sociales de SDSN, principalmente por LinkedIn. En general, las publicaciones sobre Turismo El Alto son las que han logrado un mayor alcance a comparación de los otros ganadores.

⁴ Video sobre Aviturismo- Turismo El Alto: <https://www.youtube.com/watch?v=FDwTcDskONY&t=6s>
Video sobre Entomoturismo-Turismo El Alto: https://www.youtube.com/watch?v=niH_croazCU

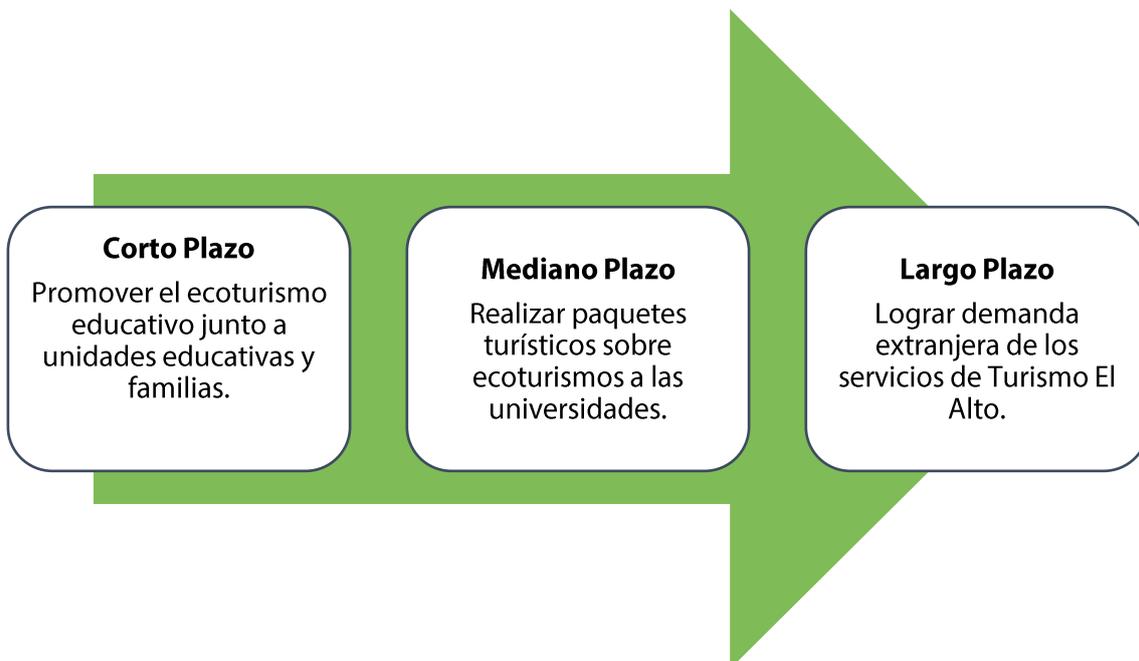
Gráfico 2. Alcance en medios sociales por tipo de publicación sobre Turismo El Alto



Fuente: elaboración propia con base a métricas de las plataformas digitales de SDSN

- **Metas a corto, mediano y largo plazo para promocionar el entomoturismo y aviturismo en La Paz**

A pesar de que Turismo El Alto realiza sus actividades en el municipio de La Paz, consideran que en los próximos años ampliarán sus servicios a otros departamentos. Incluso mencionaron que desean lograr que visitantes extranjeros se interesen en sus servicios, a pesar de que los turistas nacionales son su principal público objetivo. A continuación, se resumen las metas que tiene la operadora para los próximos años:



- **Experiencia con las capacitaciones y asesorías recibidas**

El equipo de Turismo El Alto afirmó que las asesorías les incentivaron a mejorar su oferta turística dirigida a familias, principalmente en las tarifas a pagar y la publicidad diferenciada. Igualmente indicaron que las asesorías fueron útiles, aunque les hubiese gustado que incluyan temas de networking y fundraising.

Tercer lugar: Colibrí Eco Lodge



Es una oferta de eco-lodge en la ciudad de La Paz que brinda alojamiento en contacto con la naturaleza pero que también ofrece clases de cocina, español y diferentes tipos de tours. Ha sido nominado entre las mejores opciones de Glamping en Latinoamérica y también reconocido con premios nacionales e internacionales por su compromiso en promover el turismo sostenible. Colibrí también promueve el turismo y el empoderamiento local mediante la oferta de diferentes actividades durante la estadía del turista.

Página web: <https://colibricampina.com/>



Fotografía: Representantes de Colibrí Eco Lodge recibiendo el premio de Javier Benyas

- **Resultados alcanzados**

Colibrí Camping Eco Lodge tuvo la iniciativa de generar una franquicia Colibrí que esté destinada principalmente a comunidades, municipios o sector privado con potencial turístico en Bolivia y que desee ofrecer servicios bajo la marca de Colibrí. Esta marca sería reconocida por la promoción del turismo local sostenible.

En un inicio, Colibrí quiso destinar el premio económico a la documentación y el asesoramiento legal y administrativo para la franquicia. Sin embargo, después de las asesorías recibidas por parte de la Fundación IES en “Tú Consultorio Empresarial”, decidió que la inauguración de nuevas sucursales Colibrí es la opción más viable. Esta alternativa les permitiría mantener el control y la calidad de los servicios.

En cuanto a los resultados logrados, se detallan a continuación:

1. **Mejora y actualización de manuales administrativos, atención al cliente y de operaciones:** se registró la marca “Colibrí Camping” y se actualizaron los manuales ante el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI). Además, se realizaron los registros correspondientes con la Gobernación Departamental de La Paz y el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
2. **Contratación de la Plataforma Cloudbeds:** se contrató este sistema de gestión de propiedades hoteleras para mejorar el sistema de reservas y la gestión de perfiles de los huéspedes. Esto da paso a que la gestión hotelera sea más fácil, generando la sincronización de reservas de todas las plataformas

donde el alojamiento está registrado. Igualmente, con esta plataforma se pudo identificar que los residentes de Santa Cruz son los más interesados en visitar Colibrí Camping.

3. **Subscripción al Colectivo Marketero:** accedieron a los servicios de esta consultora para mejorar la publicidad e implementar estrategias de marketing digital, lo que les permitirá llegar a nuevos clientes tanto nacionales como internacionales.
4. **Capacitación sobre marketing digital:** se inscribieron a cursos técnicos sobre marketing digital en EdX y Coursera.
5. **Mejora de la oferta gastronómica:** perfeccionaron su oferta de almuerzos y cenas vegetarianas, ahora las propuestas incluyen productos bolivianos y diferentes estilos de currys. Además, incluyeron la oferta de cursos de cocina para aprender a preparar currys con ingredientes bolivianos.
6. **Mayor afluencia de visitantes:** lograron un incremento del 25% en las reservas para acceder al servicio de hospedaje, esto debido a la visibilización que se brindó como parte del premio otorgado.

Finalmente, mencionaron que ser ganadores del concurso despertó interés en nuevos medios de comunicación, entre ellos, la Revista Lonely Planet, una revista digital especializada en turismo internacional. Varios programas de radio bolivianas también brindaron un espacio en su programación. La difusión de su propuesta en las redes sociales de SDSN permitió a Colibrí conectar con otros actores del sector de turismo de La Paz como: Las cholitas escaladoras, los guías del Valle de la Luna, y expertos de turismo de Canadá.

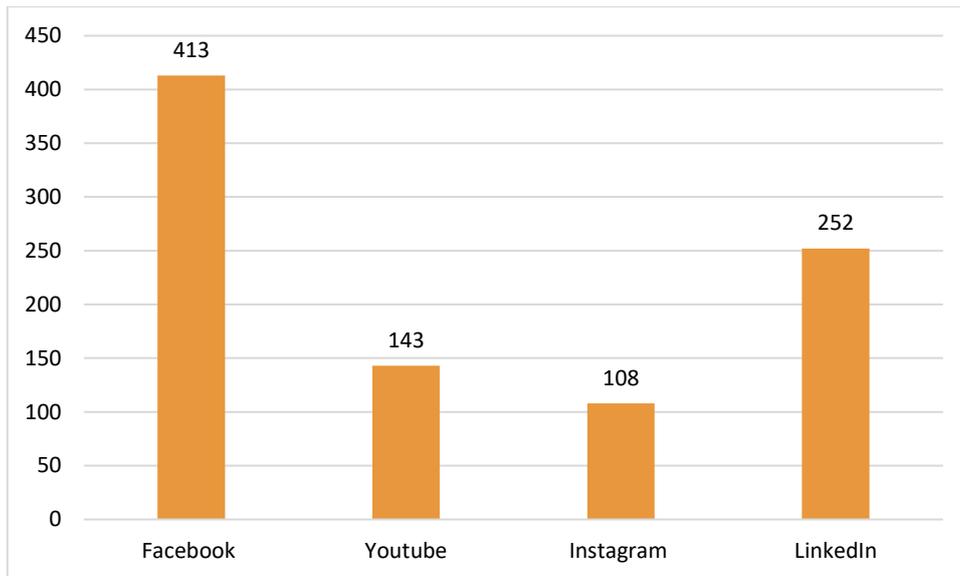
- **Alcance en redes sociales sobre la publicación de Colibrí Camping**

El alcance de las publicaciones⁵ sobre Colibrí Camping en las redes de SDSN Bolivia fue mayor en Facebook. El reconocimiento recibido también resaltó sus 18 años de experiencia en el turismo internacional y el turismo sostenible.

⁵ Para leer la nota realizada por SDSN, acceder a: <https://sdsnbolivia.org/turismo-sostenible-un-modelo-exitoso-que-promueve-el-desarrollo/>

Para ver el video realizada por SDSN para esta iniciativa, visitar: <https://www.youtube.com/watch?v=DedycWCOWO4>

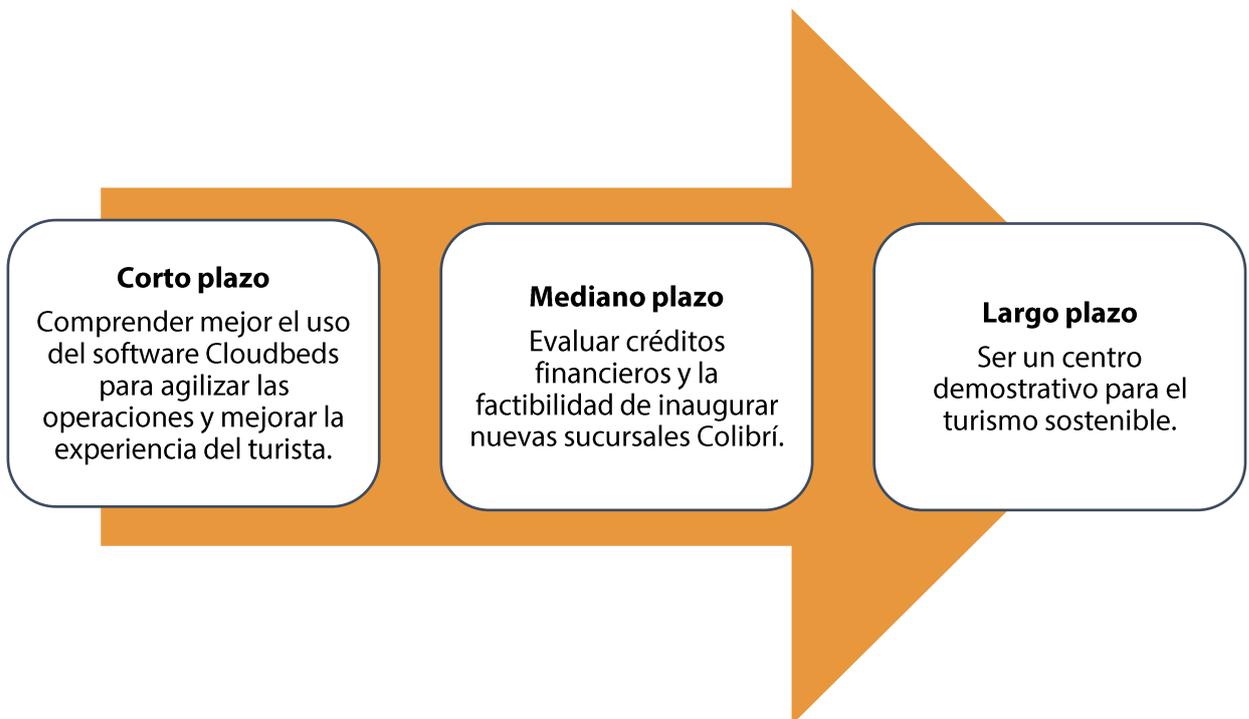
Gráfico 3. Alcance de la publicación sobre Colibrí Camping



Fuente: elaboración propia con base a métricas de plataformas digitales de SDSN.

- **Metas a corto, mediano y largo plazo para promocionar el modelo de negocio Colibrí**

Colibrí se ha propuesto ser un centro demostrativo sobre turismo sostenible que fomenta el turismo local. Para ello está evaluando la apertura de nuevas sucursales e implementando mejoras en su sistema de reservas. A continuación, se muestran las metas que desean lograr en los próximos meses y años:



- **Experiencia con las capacitaciones y asesorías recibidas**

El equipo de Colibrí Camping recibió asesorías en temas de franquicia y marketing. Con el primer tema de asesoría lograron identificar que la inauguración de sucursales es la opción más factible, en vez de crear una franquicia. Respecto al segundo tema de asesoría, indicaron que, si bien hubo predisposición desde la Fundación IES para apoyarles, requerían un apoyo técnico más avanzado para poder aplicarlo a sus necesidades.



Conclusiones

En resumen, el Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia ha colaborado a iniciativas que buscan promocionar el turismo sostenible en Bolivia, incrementado la visibilidad y dando paso a colaboraciones sólidas con otros actores clave del sector turístico. A través de estos resultados, se ha logrado que estas iniciativas sean reconocidas y apoyadas, generando un impacto positivo en la comunidad y el turismo sostenible.

Además, el premio económico recibido ha sido aprovechado de manera efectiva para fortalecer y expandir las iniciativas existentes. Se ha invertido en capacitación, equipos, publicidad y plataformas, lo que ha permitido un crecimiento significativo en la implementación de prácticas sostenibles en el turismo. Esto ha generado beneficios tanto para los emprendedores locales como para los visitantes, al ofrecer experiencias auténticas y respetuosas con el entorno.

En general, la otorgación de capacitación y premios económicos mediante el concurso ha demostrado que el turismo sostenible en Bolivia puede ser una fuerza impulsora para el desarrollo económico y la conservación del patrimonio natural y cultural, simplemente requiere de mayor apoyo y visibilización. A partir de esta experiencia, SDSN Bolivia confirma que este tipo de concursos contribuyen a la causa e impulsan a que empresas o instituciones que trabajan con un enfoque de desarrollo sostenible no sólo se sientan apoyadas, sino también que logren sus objetivos.

Recomendaciones para próximos concursos

Con base a los resultados de las entrevistas e informes, se recomendaron algunas mejoras para las próximas versiones del Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia:

- Promover una gira de medios para cada uno de los ganadores con el objetivo de visibilizar la iniciativa y los objetivos que desean cumplir.
- Crear un marco o sello para los ganadores del concurso que pueda ser incluido en publicaciones o materiales impresos, generando mayor confianza en los productos o servicios que ofertan.
- Incluir módulos sobre fundraising y opciones de financiamiento para ideas de negocio o microempresas en las asesorías empresariales.
- Generar un entrenamiento que ayude a mejorar las propuestas de los concursantes previamente a la elección de los finalistas. Esto permitirá que todos los concursantes compitan de forma más justa.

Referencias

Andersen, L. E., Medinaceli, A & Pacheco, E. (2022) "Turismo como Motor de Desarrollo Sostenible e Inclusivo en Género en Bolivia." Boletín de Inteligencia Turística #1. La Paz, Bolivia: Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible – ORBITA.

IBCE. (2022). Turismo: ¡La oportunidad de turismo es ahora!. Comercio Exterior: Un mundo de oportunidades. 31 (301). Disponible en: <https://ibce.org.bo/publicaciones-descarga.php?id=2515&opcion=1>

Poma, E., García, N., San Miguel, M., Soliz, C., Loayza, Á., Mamani, R., Echalar, W., Poveda, L., Janco, D., Lizarazu, C., & Valda, V. (2023). El impacto de la COVID-19 en la industria turística de Bolivia y estrategias para salir de la crisis. Turismo y Sociedad, XXXII, 219-250. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/5762/576275419009/html/>

