



TURISMO CON PROPÓSITO Y LA AGENDA 2030 EN BOLIVIA
UNA MIRADA PROSPECTIVA BASADA EN DATOS Y ESTUDIOS

TURISMO CON PROPÓSITO Y LA AGENDA 2030 EN BOLIVIA:

UNA MIRADA PROSPECTIVA BASADA EN
DATOS Y ESTUDIOS

Copyright:

©Sustainable Development Solutions Network Bolivia (SDSN Bolivia) -
Universidad Privada Boliviana (UPB)
Av. Hernando Siles, 5080, esq. Calle 5, Obrajes
La Paz – Bolivia

©Fundación Innovación en Empresariado Social (Fundación IES)
Av. Alexander, 53, esq. Calle 23, Achumani
La Paz – Bolivia

Fotografías de portada: Gustu, Daniel Alarcón y SDSN Bolivia

Este trabajo se llevó a cabo gracias a la subvención concedida por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC), Ottawa, Canadá. Las opiniones aquí expresadas no representan necesariamente las del IDRC o su Junta de Gobernadores.

DL: 4-1-3123-2024
ISBN: 978-9917-9958-9-0

Cita Obligatoria:

SDSN Bolivia & IES (2024). Turismo con Propósito y la Agenda 2030 en Bolivia: Una mirada prospectiva basada en datos y estudios. La Paz: Sustainable Development Solutions Network Bolivia - Universidad Privada Boliviana & Fundación IES.

CONTENIDO

Presentación

Agradecimientos

Abreviaciones

1. INTRODUCCIÓN

012

2. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN BOLIVIA

018

2.1. Ámbito económico

018

- Contribución al VBP
- Generación de divisas
- Generación de empleo e ingresos
- Financiamiento del sector

2.2. Ámbito ambiental

023

- Huella de carbono
- Huella hídrica

2.3. Ámbito social: rol del turismo en las mujeres

025

- Participación e ingresos
- Liderazgo empresarial de mujeres

3. ÍNDICE MUNICIPAL DE POTENCIAL TURÍSTICO

032

4. OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN BOLIVIA

036

- 4.1. Sector aeronáutico
- 4.2. Conflictos y bloqueos
- 4.3. Falta de información sobre Bolivia en el mundo
- 4.4. Sistema de visas
- 4.5. Formación del personal que trabaja en turismo

036

038

039

040

040

5. POTENCIAL DE TURISMO ESPECIALIZADO EN BOLIVIA

044

- 5.1. Turismo cultural
- 5.2. Turismo de aventura
- 5.3. Turismo comunitario
- 5.4. Turismo gastronómico
- 5.5. Turismo científico

046

049

052

054

056

6. COSTA RICA: UN EJEMPLO INSPIRADOR

062

- 6.1. Medidas para la protección de la biodiversidad y ecosistemas
- 6.2. Medidas para la protección de las mujeres que trabajan en el sector
- 6.3. Promoción de la inversión en el sector turístico

062

063

064

7. RECOMENDACIONES

068

- 7.1. Recomendaciones que requieren acción inmediata
- 7.2. Recomendaciones importantes para el mediano plazo

068

069

8. CONCLUSIONES

074

REFERENCIAS

076

PRESENTACIÓN

Nuestro camino hacia este informe emblemático sobre el turismo con propósito comenzó hace cuatro años, cuando observamos un patrón interesante en nuestro *Atlas Municipal de los ODS en Bolivia 2020*: Los municipios con las puntuaciones más altas en el Índice Municipal de Desarrollo Sostenible eran los que ya contaban con actividades turísticas sólidas. Esto nos llevó a concentrar nuestros esfuerzos en estudiar y comprender el sector turístico con mayor profundidad. Esto fue posible gracias al financiamiento del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC, por sus siglas en inglés) en el marco del proyecto titulado: *Turismo como motor de desarrollo sostenible y equidad de género en Bolivia*.

Después de más de dos años de trabajo dedicado, en estrecha colaboración con nuestros socios de Fundación IES, estamos orgullosos de presentarles este informe emblemático que recopila los hallazgos más importantes de diversos estudios y análisis. Sin embargo, el objetivo principal de este informe va más allá de sólo reportar hallazgos; busca conducir la conversación en torno al turismo de Bolivia hacia una narrativa más inteligente, basada en todos los datos que hemos recopilado hasta el momento.

En este informe, proponemos el concepto de turismo con propósito como el camino para alcanzar los ODS y, al mismo tiempo, mejorar las experiencias turísticas. Al promover un sector turístico vibrante e inteligente, centrado en la promoción de prácticas responsables y regenerativas capaz de proporcionar beneficios multidimensionales a las comunidades locales de todo el país, es posible generar oportunidades económicas atractivas para muchos sectores, pero especialmente para las mujeres y

los jóvenes. Simultáneamente, este enfoque busca posicionar a Bolivia de manera competitiva en el escenario global. Para lograrlo, proponemos centrarnos en cinco tipos de turismo: Cultural, de aventura, comunitario, gastronómico y científico. Obviamente pueden surgir otros nichos, los cuales no debemos excluir, pero estos cinco tipos parecen particularmente prometedores para Bolivia.

En nombre de todo el equipo del proyecto, les invito a sumergirse en este conciso documento y a unirse a la conversación sobre el futuro del turismo en Bolivia. Esperamos que genere muchos debates constructivos y fomente iniciativas turísticas creativas en todo el país. Personalmente, espero visitar tantos de ellos como sea posible en los próximos años.

Lykke E. Andersen, Ph.D.

Directora Ejecutiva
SDSN Bolivia

La Paz, Abril 2024

PRESENTATION

Our journey towards this flagship report on purposeful tourism started four years ago when we noticed an interesting pattern in our *Municipal Atlas of the SDGs in Bolivia 2020*: The municipalities with the highest scores on the SDG Index were those with robust tourism activities already in place. This led us to focus our efforts on studying and understanding the tourism sector in greater depth. This was made possible through funding from the International Development Research Center (IDRC) under the project titled: *Tourism as an engine of gender inclusive and sustainable development in Bolivia*.

After more than two years of dedicated work, in close collaboration with our partners from Fundación IES, we are proud to present you this flagship report which compiles the most important findings of various studies on tourism we have supported as well as our own studies and analyses. However, the primary goal of this report goes beyond just reporting findings; it seeks to lead the conversation around tourism in Bolivia towards a more intelligent narrative, based on all the data we have gathered so far.

In this report, we propose the concept of purposeful tourism as a means of achieving the SDGs while also enhancing tourist experiences. By promoting a vibrant and intelligent tourism sector, focused on responsible and regenerative practices, that provides multidimensional benefits for local communities across the country, it is possible to generate attractive economic opportunities for various sectors, but especially for women and youth. Simultaneously, this approach aims to position Bolivia competitively on the global stage. To this end, we propose

focusing on five types of tourism: cultural, adventure, community based, gastronomy, and scientific. Obviously, if other interesting niches appear, we should not reject them, but these five types seem particularly promising in Bolivia.

On behalf of the whole project team, I invite you to immerse yourself in this concise document and join the conversation about the future of tourism in Bolivia. We hope it will spark many constructive discussions and encourage creative tourism initiatives across the country. I am personally looking forward to visiting as many of them as possible over the coming years.

Lykke E. Andersen, Ph.D.

Executive Director
SDSN Bolivia

La Paz, April 2024

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto ha sido posible gracias al generoso financiamiento proporcionado por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC), en el marco del proyecto "Turismo como motor de desarrollo sostenible y equidad de género en Bolivia". Nos gustaría expresar nuestro profundo agradecimiento a Carolina Robino, nuestra oficial de programa en IDRC, cuyo apoyo, creatividad y flexibilidad fueron fundamentales para el éxito de esta iniciativa.

Además, reconocemos y agradecemos el liderazgo y respaldo brindado por los otros miembros del Directorio del Proyecto: Juan Carlos Iturri, Director Ejecutivo de Fundación IES; Oscar Molina Tejerina, Pro-Rector de la Universidad Privada Boliviana; y Genevieve Asselin, Jefa de Cooperación de la Embajada de Canadá para Bolivia y Perú.

Este informe se fundamenta en los insumos y aprendizajes generados en colaboración con numerosos participantes durante los últimos dos años. Agradecemos el excepcional trabajo en equipo de todos los miembros de SDSN Bolivia, ORBITA y Fundación IES. Asimismo, reconocemos y valoramos las valiosas contribuciones de los 22 tesistas beneficiarios de la Beca ORBITA, así como el compromiso y orientación brindados por sus asesores académicos.

La inspiración para enfocar el informe en el concepto de Turismo con Propósito surgió de nuestra visita a Costa Rica en diciembre de 2023. Agradecemos a Ana Baez, Presidente de Turismo & Conservación Consultores, por organizar un programa altamente enriquecedor, inspiracional y motivacional que permitió a la misión boliviana unir fuerzas para transformar el sector turístico

en Bolivia. Agradecemos a todos los participantes en este intercambio por su pasión y dedicación al desarrollo de un sector turístico sostenible y regenerativo en Bolivia, y extendemos nuestro agradecimiento a todas las otras instituciones que también se han sumado a este esfuerzo desde los sectores público, privado y académico.

Queremos reconocer y agradecer la oportunidad de colaborar y aprender de las iniciativas de turismo comunitario o de base comunitaria de los municipios de Escoma y Luribay, así como de las comunidades de Arumthaya y Siete Lagunas. Estas experiencias nos han enseñado que el turismo con propósito no solo mejora la calidad de vida de las comunidades locales, sino que también fomenta relaciones positivas y auténticas entre anfitriones y visitantes.

La colaboración con la Academia Aventura y la Asociación de Guías de Montaña y Trekking de Bolivia (AGMTB) también ha sido invaluable. A través de actividades conjuntas, como el curso de fortalecimiento para más de 50 guías de turismo de aventura en el Valle de Gigantes y los eventos de limpieza de Siete Lagunas y Huayna Potosí junto con más de 250 voluntarios, hemos fortalecido nuestro compromiso con la calidad, la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente en las ofertas de turismo de aventura y turismo comunitario en Bolivia.

Por último, extendemos un agradecimiento especial a la Fundación Patiño por su apoyo en diversas etapas de este proyecto y por brindarnos la oportunidad de presentar este informe en sus hermosas instalaciones en La Paz.

ABREVIACIONES

ATT	Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transporte	MABRIAN	Making Bright Analytics
AWE	Academy for Women Entrepreneurs	MiPyMes	Micro, pequeña y medianas empresas
IES	Innovación en Empresariado Social	m s.n.m	Metros sobre el nivel de mar
ITC	Instituto Costarricense de Turismo	ODS	Objetivo de Desarrollo Sostenible
ISAE	Impuesto a las Salidas al Exterior	ONG	Organización No Gubernamental
BDP	Banco de Desarrollo Productivo	OMT	Organización Mundial del Turismo
BID	Banco Interamericano de Desarrollo	ORBITA	Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible
BIT	Boletín de Inteligencia Turística	OTS	Organization for Tropical Studies
BOA	Boliviana de Aviación	SDSN	Red de Soluciones para el Desarrollo Sostenible (por sus siglas en inglés)
CAF	Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe	SIET	Sistema de Información Estadística de Turismo
CINDE	Costa Rican Investment Promotion Agency	UPB	Universidad Privada Boliviana
DGAC	Dirección General de Aeronáutica Civil	VBP	Valor Bruto de Producción
ETC	Emprendimiento de Turismo Comunitario		
GEI	Gases de Efecto Invernadero		
IDRC	Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (por sus siglas en inglés)		
IME	Instituto de la Mujer & Empresa		
IMPT	Índice Municipal de Potencial Turístico		
INE	Instituto Nacional de Estadística		





01

01 INTRODUCCIÓN

En septiembre de 2015, los 193 estados miembros de las Naciones Unidas adoptaron la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. La Agenda 2030 plantea 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que abarcan un total de 169 metas (ver Figura 1). Basada en los tres pilares del desarrollo sostenible: Económico, ambiental y social, la Agenda 2030 busca abordar los desafíos globales más apremiantes.

El turismo emerge como un sector clave y es considerado ampliamente con mucho potencial. A pesar de que el turismo es mencionado explícitamente solo en tres de las 169 metas (8.9, 12.b y 14.7), su alcance es mucho más amplio, siendo un sector transversal con un gran potencial para contribuir en la implementación total de la Agenda 2030 (UNWTO & JICA, 2023).

En el caso de Bolivia, de acuerdo a un análisis exhaustivo del Atlas Municipal de los ODS en Bolivia 2020, los municipios con los puntajes más altos en relación a los ODS tienden a desarrollar importantes actividades turísticas (Andersen et al., 2020; Andersen et al., 2022a; Andersen et al., 2022b). Esto sugiere que Bolivia cuenta con las bases para desarrollar una prometedora alianza entre la implementación de la Agenda 2030 y el desarrollo de un sector de turismo¹ próspero.

Es por esta razón que la Red de Soluciones para el Desarrollo Sostenible (SDSN, por sus siglas en inglés) en Bolivia y la Fundación Innovación en Empresariado Social (IES) decidieron unir fuerzas para estudiar y contar con una comprensión más precisa de los alcances y el potencial del sector turístico en Bolivia. Esto fue posible gracias al financiamiento de IDRC (International Development Research Centre) bajo el proyecto: *Turismo como motor de desarrollo sostenible y equidad de género en Bolivia*². Bajo este convenio se creó el Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible (ORBITA), el cual jugó un rol importante para alcanzar dicha meta.

Figura 1: Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Naciones Unidas <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/news/communications-material/>

El objetivo principal del proyecto durante los últimos dos años y medio fue informar a diversos actores del sector sobre las fortalezas y las limitaciones del mismo, para que éstos por su parte puedan tomar decisiones fundamentadas. Paralelamente, el proyecto buscó obtener una comprensión con mayor profundidad del sector al trabajar, de diversas maneras, con los actores principales: Prestadores de servicios turísticos, emprendedores, gobiernos locales, poblaciones locales, estudiantes y académicos enfocados en el estudio del turismo. A continuación, algunas de las acciones más relevantes:

¹ Este documento adopta la definición de turismo de la Organización Mundial de Turismo (OMT), la cual lo define como un “fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”.

² Para más información: <https://sdsnbolivia.org/se-firma-convenio-para-proyecto-sobre-turismo-como-motor-de-desarrollo-sostenible-en-bolivia/>



- Financiamiento de becas a 22 estudiantes de pregrado y postgrado para sus investigaciones, que estuvieron enmarcadas en la temática de turismo, género y desarrollo sostenible.
- Elaboración del Índice Municipal de Potencial Turístico (IMPT).
- Implementación, durante tres años consecutivos, de los Satélites de Turismo³ que permitieron recopilar información sobre festividades turísticas de gran relevancia, como Carnavales y Gran Poder.
- Prestación de Servicios de Asesorías Empresariales a 54 empresas del sector turístico y la asesoría a dos emprendimientos de turismo comunitario.
- Publicación de información procesada (Big Data) en formato libre en la plataforma web de ORBITA.
- Publicación de más de 17 Boletines de Inteligencia Turística (BIT) con información condensada sobre temas relacionados al turismo en Bolivia en la página de ORBITA.
- Publicación de más de 10 blogs sobre turismo en la página de SDSN Bolivia.
- Publicación de más de 5 papers sobre temas de turismo en la página de SDSN Bolivia.
- Organización del Concurso de Soluciones para el Turismo Sostenible en Bolivia, con el objetivo de encontrar y premiar las iniciativas más prometedoras en el sector.
- Visita técnica junto a representantes del sector turístico a Costa Rica, destino líder en turismo y desarrollo sostenible.
- Firma de 8 convenios de un total de 26 entre ORBITA y los municipios de Santa Cruz, Tiquipaya, Trinidad, Colcha K, Cobija, Escoma, Porvenir y Sorata con el propósito de fortalecer la gestión turística en dichas localidades.
- Organización del curso de fortalecimiento para más de 50 guías de turismo de aventura en el Valle de Gigantes.

Estas y otras iniciativas están plasmadas en este reporte, el cual resume los esfuerzos y tiene como objetivo informar a los diversos actores sobre la situación actual del turismo en Bolivia en diferentes aspectos. Además, identifica los obstáculos y propone posibles cursos de acción para estimular el sector de una forma respetuosa con el medio ambiente y la población local.

Asimismo, este reporte, elaborado a partir de estudios, investigaciones y proyectos llevados a cabo en los últimos dos años y medio, tiene como objetivo dirigir la conversación hacia el concepto de turismo con propósito. Este enfoque se concibe como un aliado del desarrollo sostenible, buscando la mitigación de los impactos negativos en el medio ambiente y la población, asociados al turismo tradicional. Además, el turismo con propósito no sólo busca aportar en la implementación exitosa de la Agenda 2030, sino que también vela por mejorar la experiencia del turista, generando así un círculo virtuoso. Este reporte también señala las bondades que tiene Bolivia, las cuales le otorgan una ventaja competitiva ante otros países, así como los desafíos que actualmente afronta.

Para alcanzar dicho objetivo, es crucial enfocarse en ciertos tipos de turismo, dado que las categorías de turismo son bastantes y variadas, abarcando desde el turismo religioso hasta el turismo sexual y desde el turismo de salud hasta el narcoturismo. Por lo tanto, resulta imperativo especificar qué tipos de turismo tienen más posibilidades de contribuir al *turismo con propósito* y enfocar todos los esfuerzos en estos para obtener los mejores resultados.

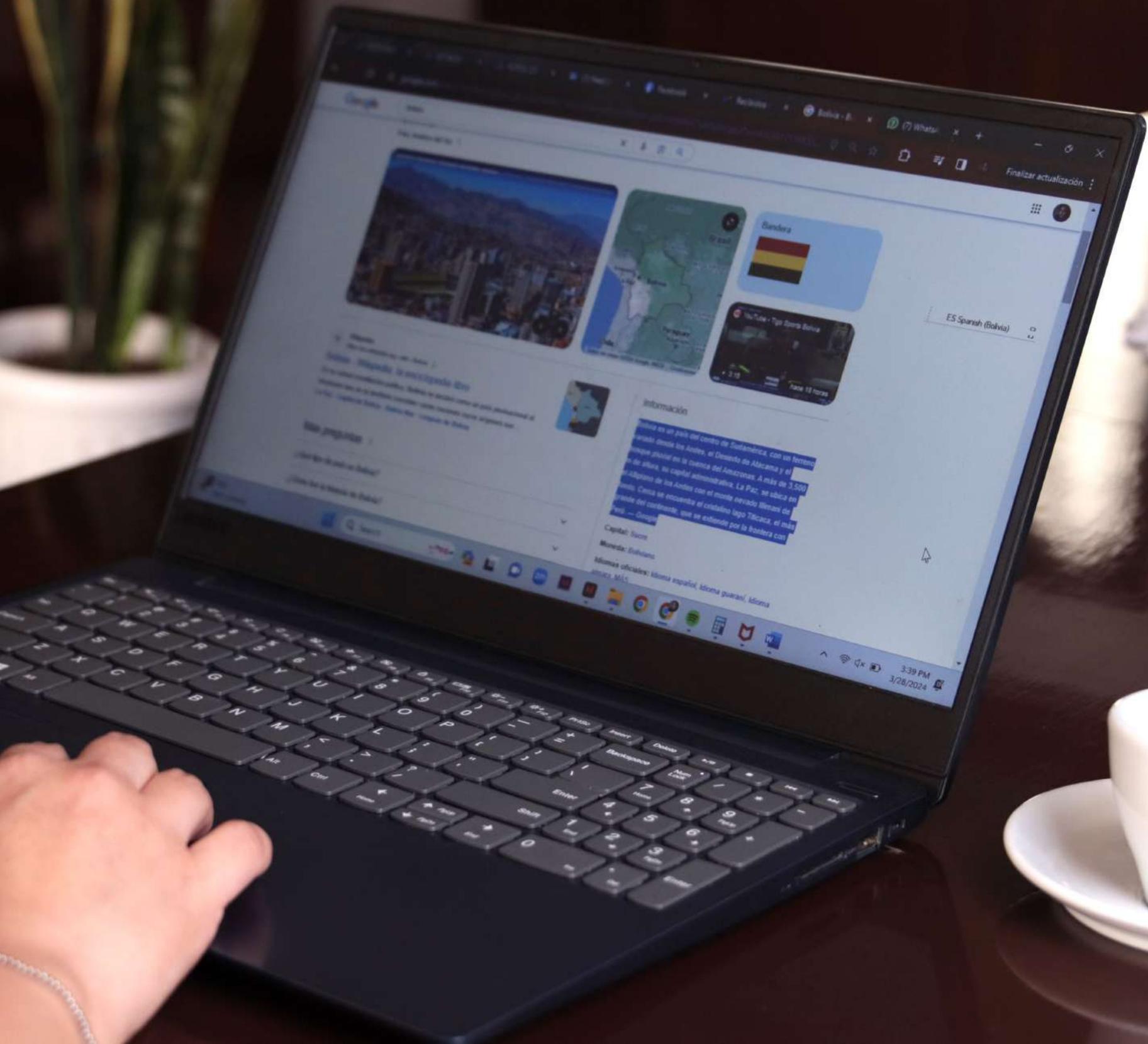
En esta línea, se han identificado cinco tipos de turismo que tienen el potencial de multiplicar los efectos positivos en la población boliviana y contribuir en el alcance de más ODS:

1. Turismo cultural
2. Turismo de aventura
3. Turismo comunitario
4. Turismo gastronómico
5. Turismo científico

³ Para más información: <https://orbita.bo/satelites-de-turismo/>

El resto de este reporte está estructurado de la siguiente manera. La segunda sección se enfoca en la situación actual del sector de turismo en tres aspectos: Económico, ambiental y social. La tercera sección introduce el Índice Municipal de Potencial Turístico (IMPT), el cual cubre los 339 municipios de Bolivia, y brinda una imagen completa sobre el potencial, así como las limitaciones, de cada municipio con respecto al turismo. La cuarta sección describe los cuatro obstáculos más importantes que afronta actualmente el turismo boliviano. La quinta sección propone un modelo de turismo centrado en la generación de beneficios para la población y la biodiversidad de Bolivia, y busca evitar el turismo en masa impulsado por grandes empresas internacionales, y los efectos adversos que éste tiene. A partir de investigaciones y estudios, esta sección desarrolla el concepto de turismo con propósito, el cual está enfocado en los cinco tipos de turismo con más potencial para implementar dicho modelo. La sexta sección, con un objetivo de proporcionar un ejemplo inspirador para Bolivia, se centra en describir las medidas más relevantes que Costa Rica implementa en los ámbitos ambiental, social y económico para posicionarse como un destino líder de turismo sostenible. La séptima sección ofrece recomendaciones sobre cómo Bolivia puede avanzar hacia un *turismo con propósito*. Por último, este reporte termina con las conclusiones.





Google

Bolivia - Bolivia

Finalizar actualización



Bandera



YouTube - Tipo Sucre Bolivia

ES Spanish (Bolivia)

Información

Bolivia es un país del centro de Sudamérica, con un ferrocarril desde los Andes, el Desierto de Alacama y el lago Titicaca. Su capital administrativa, La Paz, se sitúa en la cordillera de los Andes con el mundo nevado Illimani de fondo. Cerca se encuentra el cristalino lago Titicaca, el más grande del continente, que se extiende por la frontera con Perú. — Google

Capital: Sucre

Moneda: Boliviano

Idiomas oficiales: idioma español, idioma guaraní, idioma quechua, MLC

3:39 PM
3/26/2024





02

SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN BOLIVIA

02 SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN BOLIVIA

Esta sección describe de forma puntual la situación actual del sector turístico en Bolivia hasta la fecha de publicación del presente documento en abril de 2024. Siguiendo los pilares de la Agenda 2030, este análisis está dividido en tres ámbitos: Económico, ambiental y social.



2.1. Ámbito económico

Dentro de la esfera económica, a nivel global se ha mostrado que el turismo tiene la capacidad de jugar un rol directo y positivo en la reducción de la pobreza (ODS 1), a través de la generación de empleos decentes (ODS 8), y por consiguiente cuenta con el potencial de ser un motor para el crecimiento económico (Usman Khizar et al., 2023; UNWTO & JICA, 2023). Sin embargo, vale resaltar que el turismo también puede tener muchos otros efectos positivos indirectos en la economía de un país. Por ejemplo, los impuestos generados por las actividades económicas pueden ser dirigidos a la construcción de hospitales y escuelas (ODS 3 & 4).

De esta forma, el turismo se posicionó como el cuarto sector, después de los sectores de manufactura, agrícola y pecuario (ver Gráfico 1).

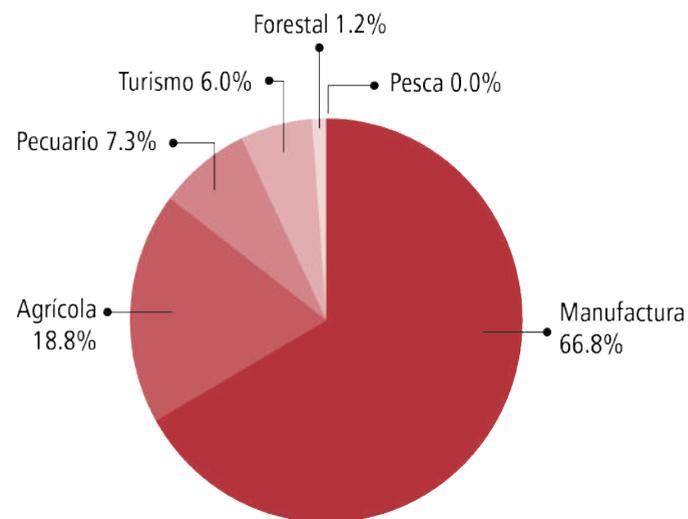
A continuación, un resumen sobre la situación actual del turismo en el ámbito económico en Bolivia.



- Contribución al VBP

De acuerdo al Mapa de Complejidades del Banco de Desarrollo Productivo, en 2019, el Valor Bruto de Producción (VBP) del sector de turismo se estimó en 12,165 millones de bolivianos, equivalente al 6.0% del VBP total generado en Bolivia. De esta forma, el turismo se posicionó como el cuarto sector, después de los sectores de manufactura, agrícola y pecuario (ver Gráfico 1).

Gráfico 1: Composición del Valor Bruto de Producción (VBP) en Bolivia, por grupos de producción, 2019, (en porcentajes)*



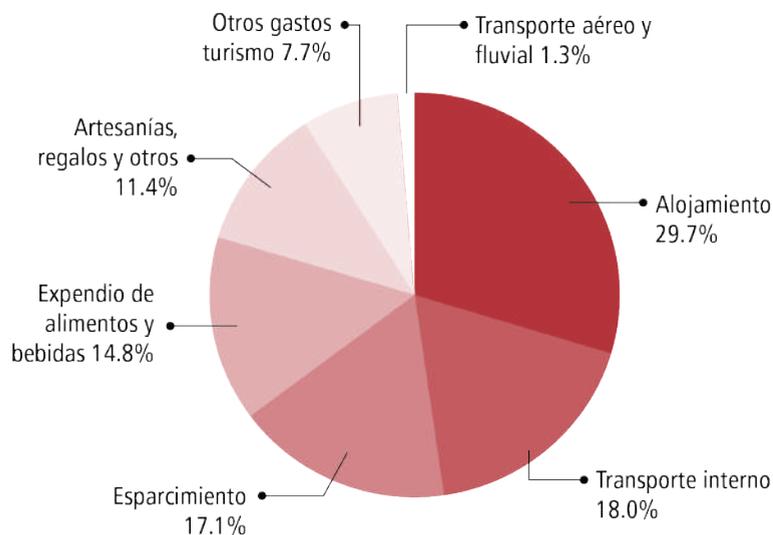
Fuente: Elaboración propia con base a datos del Banco de Desarrollo Productivo (2020). <https://complejidades.bdp.com.bo/mapa>

*Nota: El sector de manufactura está compuesto por varios productos. Entre los que tienen más relevancia económica: refinación del petróleo, productos cárnicos, bebidas no alcohólicas y otras, productos de molinería, materiales de construcción de arcilla, entre otros.

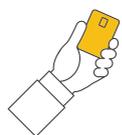
El Gráfico 2 muestra a detalle la composición del VBP del sector turístico. Se observa que los rubros de alojamiento, transporte interno y esparcimiento contaron con presencias más significativas, representando el 29.7%, 18% y 17.1% respectivamente.



Gráfico 2: Composición del Valor Bruto de Producción (VBP) del sector turístico en Bolivia, 2019, (en porcentajes)



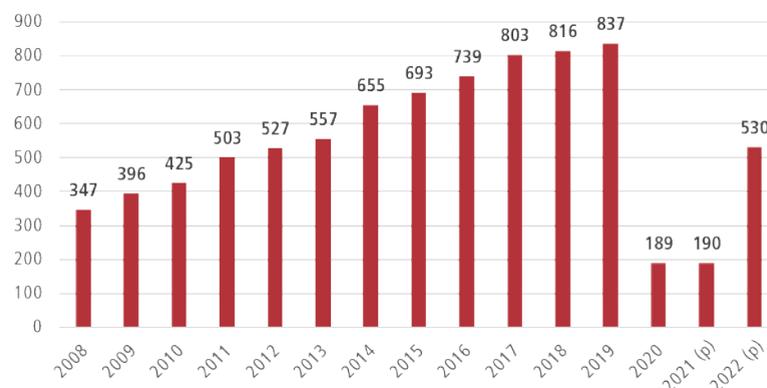
Fuente: Elaboración propia con base a datos del Banco de Desarrollo Productivo (2020). <https://complejidades.bdp.com.bo/turismo>



- Generación de divisas

En cuanto a la generación de divisas, el Gráfico 3 muestra que los gastos turísticos internacionales de 2008 al 2019 crecieron a un ritmo de 7.8% anual, llegando a 837 millones de dólares estadounidenses en 2019. Sin embargo, debido a la pandemia se evidenció una pronunciada caída en los años 2020 y 2021. No obstante, en el año 2022 se puede ver un repunte significativo de los gastos turísticos con 530 millones de dólares estadounidenses. Comparado con el desempeño de 2021, dicho sector experimentó un incremento de 179%.

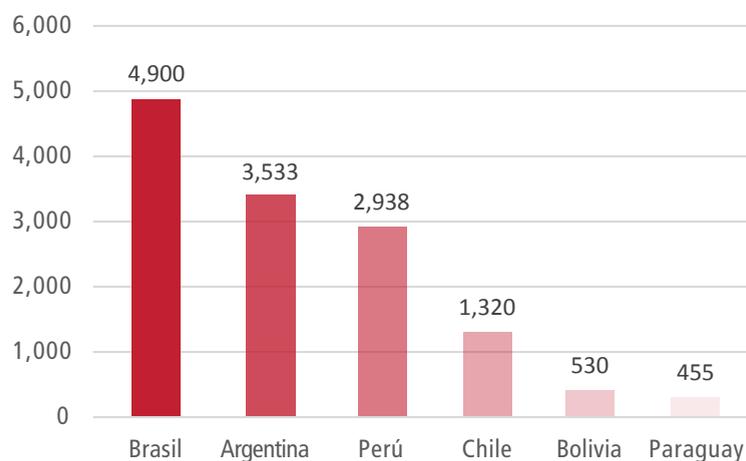
Gráfico 3: Gasto turístico de extranjeros en Bolivia, 2008-2022(p), (en millones de dólares estadounidenses)



Fuente: Elaboración propia con base a datos del INE (2023). <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/turismo/estadisticas-de-flujo-de-viajeros-introduccion/>

A modo de contextualizar las divisas generadas por el turismo receptivo en Bolivia, comparamos el comportamiento del gasto de turistas extranjeros en los países vecinos de Bolivia: Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Perú. Se destaca que, en 2022, solo Paraguay se situó por debajo de Bolivia con 455 millones de dólares estadounidenses generados. Para la misma gestión, Brasil lideró con 4,900 millones de dólares estadounidenses seguido por Argentina y Perú con 3,533 y 2,938 millones de dólares estadounidenses respectivamente (ver Gráfico 4).

Gráfico 4: Gasto turístico de extranjeros en Bolivia y países vecinos, 2022, (en millones de dólares estadounidenses)*

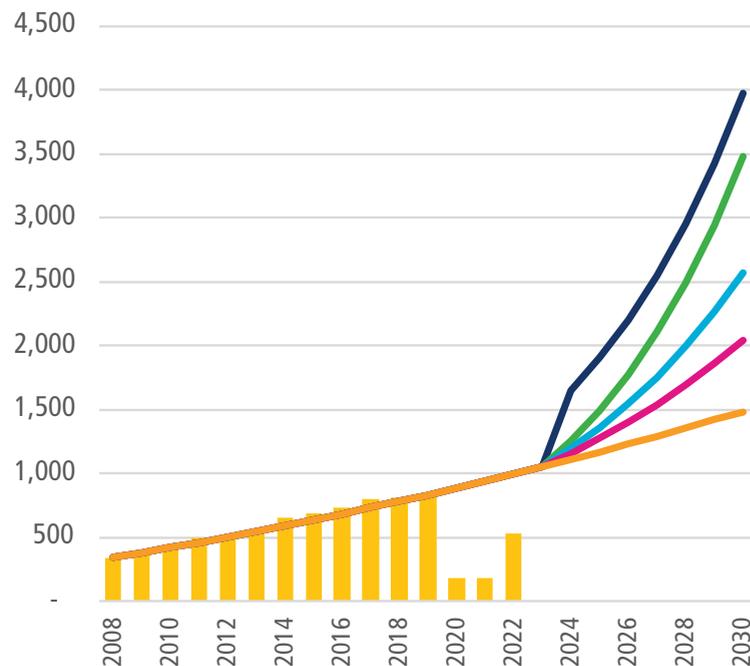


Fuente: Elaboración propia con base a datos del INE Bolivia, Subsecretaría de Turismo de Chile, INEI Perú, Presidencia del Gobierno de Brasil y Deportes Argentina, Gobierno de Paraguay.

*Nota: Las cifras de este gráfico tienen el objetivo de dar una idea sobre el gasto de turistas extranjeros en diferentes países. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que cada país sigue metodologías diferentes para hacer estos cálculos.

Sin embargo, las proyecciones indican que es factible recuperar e incluso superar los niveles pre-pandémicos de gasto de turismo receptivo en Bolivia si se abordan varios aspectos identificados por Andersen & Mendoza (2024) (ver Gráfico 5). Estos incluyen la canalización del turismo hacia segmentos especializados y que son actualmente demandados, como son la gastronomía, el bienestar y la naturaleza. Asimismo, el aumento de vuelos, la promoción de estadías más prolongadas por parte de los turistas y el impulso al turismo nacional (Andersen & Mendoza, 2024). El resto de este reporte profundiza estos argumentos y desarrolla otras medidas que pueden implementarse para lograr este cambio.

Gráfico 5: Proyecciones del gasto turístico de extranjeros en Bolivia, 2008-2030, (en millones de dólares estadounidenses)



- Gasto turístico de extranjeros en Bolivia
- Tendencia pre-pandemia + aumento en número de turistas + aumento en gasto por turista + aumento en días de estadía + Bolivianos gastan 33% de su presupuesto turístico en Bolivia en vez del extranjero
- Tendencia pre-pandemia + aumento en número de turistas + aumento en gasto por turista + aumento en días de estadía de 5% por año
- Tendencia pre-pandemia + aumento en número de turistas + aumento en tendencia del gasto por turista (de 2.0% a 5% por año)
- Tendencia pre-pandemia + aumento en la tendencia del número de turistas (de 6.2% a 8.2% por año)
- Tendencia pre-pandémica en gasto turístico de extranjeros en Bolivia

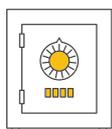
Fuente: Extraído de Andersen & Mendoza (2024).



- Generación de empleo e ingresos

Con relación a los empleos, de acuerdo a la Encuesta de Hogares de 2019, la cual incluía el módulo de turismo, en dicho año el sector de turismo representaba aproximadamente un 4% de la población ocupada, de ese 4% el 76.2% eran mujeres.

Con respecto a la generación de ingresos, el ingreso mensual medio para el mismo año se calculó en 2,300 bolivianos (Andersen et al., 2022a).



- Financiamiento del sector

En Bolivia, la Constitución Política del Estado de 2009, en su artículo 337, reconoce al turismo como una actividad económica estratégica. Adicionalmente, el Plan de Desarrollo Económico y Social (2021-2025) incluye varias metas y acciones concretas para impulsar el turismo. Sin embargo, durante el periodo 2016-2019 la inversión anual promedio del estado en el sector turístico fue de sólo 8.7 millones de dólares estadounidenses, mientras que la inversión en el sector de hidrocarburos fue 33 veces más (Andersen et al., 2022b). Post-pandemia, se desconoce la inversión del estado en el sector turístico en Bolivia.

Con respecto a los proyectos impulsados por el gobierno central en el sector turístico con financiamiento de bancos de desarrollo, Bolivia cuenta con dos proyectos actualmente activos (ver Tabla 1). El primero, la carretera Oruro – Challapata tramo I, financiada por el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF),

la cual tiene como objetivo principal la integración económica regional y como secundario fomentar el turismo. El segundo, un programa de gestión turística del patrimonio cultural financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). En Latinoamérica, los países que cuentan con los proyectos más grandes relacionados con turismo y con financiamiento de bancos de desarrollo son: El Salvador, Brasil, Panamá y Argentina (ver Tabla 1).

Dado que los tres bancos estudiados (Banco Mundial, CAF y BID) así como algunas agencias de cooperación, adoptaron en los últimos años un enfoque hacia el turismo como una herramienta para alcanzar el desarrollo sostenible y bienestar⁴, tanto el gobierno central como las gobernaciones y alcaldías deberían aprovechar y trabajar con dichos bancos para desarrollar proyectos que tengan como objetivo principal la promoción del turismo en Bolivia.

⁴ Para más información: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2023/05/caf-crea-direccion-de-turismo-para-impulsar-el-desarrollo-el-empleo-y-el-bienestar-en-america-latina-y-el-caribe/>

Tabla 1: Lista de proyectos enfocados en el sector turístico* en Latinoamérica, financiados por bancos de desarrollo**, por países, (en millones de dólares estadounidenses)

País	Nombre del Proyecto	Número del Proyecto	Costo total (en millones de USD)
Banco Mundial			
Panamá	Panama Climate Resilience and Green Growth DPL	P179817	150
Argentina	Sustainable Recovery of Landscapes and Livelihoods in Argentina Project	P175669	60
Surinam	Competitiveness and Sector Diversification	P166187	23
El Salvador	El Salvador Local Economic Resilience Project	P169125	200
Brasil	Fortaleza Sustainable Urban Development Project	P153012	146.6

País	Nombre del Proyecto	Número del Proyecto	Costo total (en millones de USD)
Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe - CAF			
Brasil	Programa Estructura Alagoa	CFA011218	108
Bolivia	Contrucción Carretera doble vía Oruro- Challapata Tramo I	CFA011994	183
Argentina	Proyecto SABIAMAR	CFA008700	73
Brasil	Programa de Saneamiento en Localidades Litoráneas de Ceará	CFA011872	75

País	Nombre del Proyecto	Número del Proyecto	Costo total (en millones de USD)
Banco Interamericano de Desarrollo			
El Salvador	Supporting the Sustainable Development of El Salvador Tourism Sector	ES-T1348	0.5
Panamá	Support for the Competitiveness and Sustainability Program for the Resilience of the Tourism Sector in Panama	PN-T1292	0.5
El Salvador	Program to Support the Recovery and Expansion of the Tourism Sector in El Salvador	ES-L1151	106.0
Argentina	Development, Investment, and Facilitation Program for Argentine Nature Tourism: the Nature Route	AR-L1336	33.0
Brasil	Support for Sebrae's Smart Tourism Destinations Program	BR-T1483	1.0
Brasil	Leveraging Sustainable Tourism in agricultural landscapes of Northeast of Brazil, in the context of climate change and post-pandemic COVID-19 scenarios	BR-T1468	0.6
Panamá	Tourism Competitiveness Studies and Tourism Strategy Post COVID-19	PN-T1264	0.5
El Salvador	Destination Competitiveness and Sustainability Studies	ES-T1317	0.5
Uruguay	Program for the Development of Emerging Tourist Destinations.	UR-L1155	7.3
Bolivia	Cultural Heritage Tourism Management Program	BO-L1182	26.0
Brasil	National Tourism Development Program in Salvador (PRODETUR SALVADOR)	BR-L1412	71.2
Argentina	Sustainable Development Tourism Sector in Salta Province	AR-L1140	56.7
Argentina	Development of Tourism Corridors	AR-L1071	105.0

Fuente: Elaboración propia con base a listas de proyectos publicados en línea del Banco Mundial: <https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/projects-home>; CAF: <https://www.caf.com/es/proyectos/?cfa=&st=&sd=&ed=&sb=fAct&so=desc&reset=true; & BID: https://www.iadb.org/en/project-search>

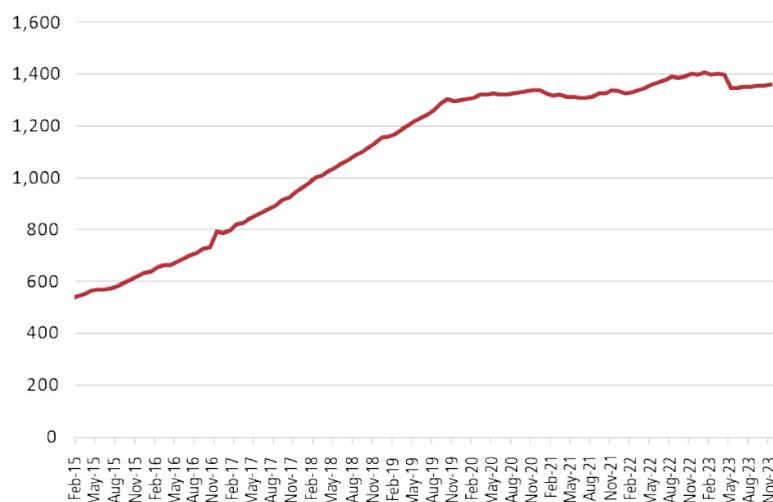
Notas: *En las tres páginas visitadas, se utilizaron los siguientes filtros: sector turismo, proyecto activo y garantía soberana. Además, sólo se tomaron en cuenta proyectos con un costo total mayor a 500,000 dólares estadounidenses. La búsqueda se realizó en fecha: 12 de marzo de 2024.

**Se tomaron en cuenta al Banco Mundial, CAF y BID por el acceso público a información sobre proyectos.



Con respecto al financiamiento de las empresas privadas, entre 2015 y 2019 la cartera crediticia destinada al sector de turismo tuvo un crecimiento mensual sostenido que en promedio alcanzó un 2.4% (Rodríguez Laguna & Fernández, 2024). Los créditos destinados al sector de turismo pasaron de 278 millones de dólares estadounidenses en enero de 2015 a 1,073 millones de dólares estadounidenses a finales de 2019 (ver Gráfico 6).

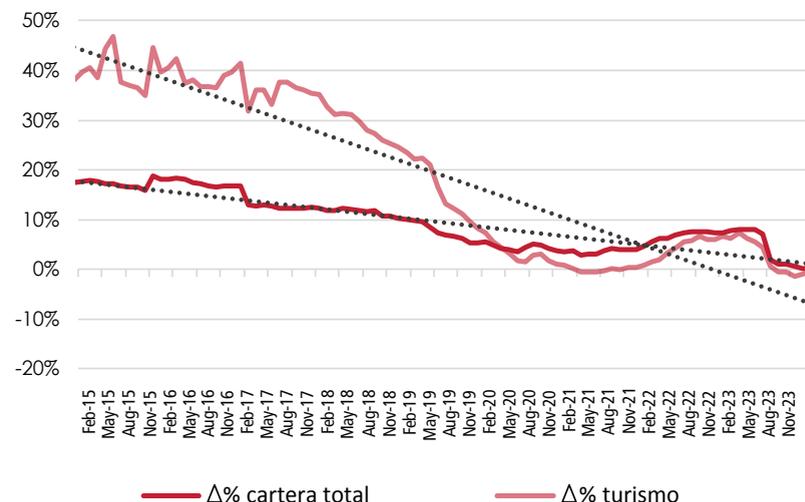
Gráfico 6: Cartera de créditos del sector turístico, 2015-2023, (en millones de dólares estadounidenses)



Fuente: Extraído de Rodríguez Laguna & Fernández (2024).

Durante la pandemia este movimiento se ralentizó significativamente. Sin embargo, vale resaltar que, hasta agosto de 2020, los préstamos a dicho sector tenían un crecimiento interanual superior al de la cartera total de créditos del país (ver Gráfico 7).

Gráfico 7: Crecimiento interanual del total de carteras de créditos y cartera de crédito del sector turístico, 2016-2023, (en porcentajes)



Fuente: Extraído de Rodríguez Laguna & Fernández (2024).



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



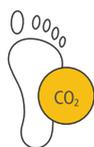
15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES

2.2. Ámbito ambiental

El turismo influye en la degradación del medio ambiente, pero también es vulnerable a los efectos que éste produce en los destinos turísticos. Por

lo que, la inclusión de prácticas que preserven el ecosistema, con emisiones de carbono bajas que impacten en menor proporción a los recursos naturales son necesarias para que el turismo pueda contribuir a la implementación de los ODS (13 y 15).

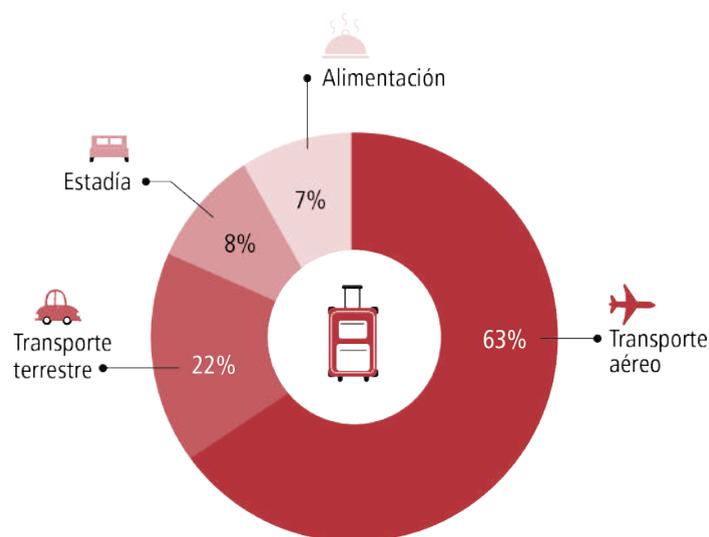
Como primer paso, es importante tener datos sobre el impacto del turismo en el medio ambiente para tomar acciones con base en evidencia. Existen dos indicadores medioambientales que permiten conocer el impacto del turismo sobre el medio ambiente: la huella de carbono, que cuantifica las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), y la huella hídrica, que mide el impacto en términos de consumo, uso y contaminación del agua.



- Huella de Carbono

El turismo internacional en Bolivia generó una emisión de 202 kg CO₂/persona en el año 2019, una cifra menor comparada con destinos turísticos de gran afluencia (Revilla Calderón, 2022a). Por ejemplo, la isla de Mallorca en España, emite 1,221 kg CO₂/persona y la Riviera Maya en México, emite 7,218 kg CO₂/persona. La principal actividad emisora de carbono del turismo internacional en Bolivia es el transporte, principalmente el aéreo (ver Gráfico 8). Cabe recalcar que el sector de alimentación es el que menos emisiones de CO₂ produce.

Gráfico 8: Composición de emisiones de CO₂ del turismo en Bolivia, 2019, (en porcentajes)



Fuente: Extraído de Andersen et al. (2023).



- Huella Hídrica

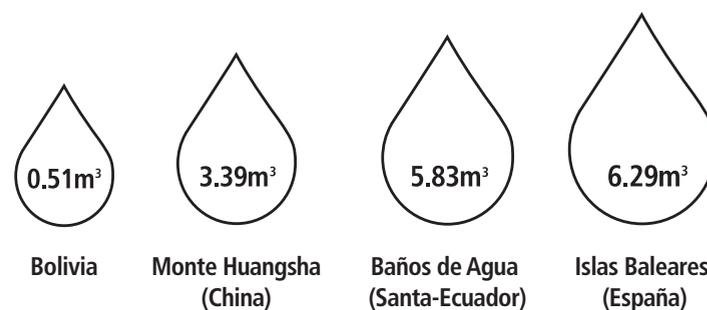
En 2019, cuando el sector turístico alcanzó su punto máximo, la huella hídrica total del sector equivalía al 0.9% del total global (WTTC, 2023). Sin embargo, en Bolivia la huella hídrica total del turismo receptivo⁵ fue insignificante, con un volumen igual al de 5,000 piscinas olímpicas en 2019 (Revilla Calderón, 2022b). Comparando el consumo de

⁵ La huella hídrica generada por turistas locales no fue considerada en la estimación ya que su huella hídrica forma parte de la contabilidad hídrica nacional.

agua por parte del turismo receptivo con otros sectores económicos relevantes en la economía boliviana, se observa que el de turismo fue significativamente inferior. En 2019, el turismo receptivo consumió solamente el 0.07% del total de agua destinada a la minería y el 0.43% del total destinada a la producción de soya y derivados.

Además, comparando la huella hídrica del turismo en Bolivia con otros países se observa una gran diferencia. Para la misma gestión, la huella hídrica del turismo en Bolivia fue de 0.51 m³/turista/día, lo que equivale a 515 litros/turista/día, mientras que en destinos como Monte Huangshan en China, Baños de Agua Santa en Ecuador e Islas Baleares en España superaron los 3.39 m³/turista/día, equivalente a 3,390 litros/turista/día (Rodríguez & Revilla Calderón, 2023).

Gráfico 9: Comparación de huella hídrica, por destino turístico, 2019, (m³/turista/día)



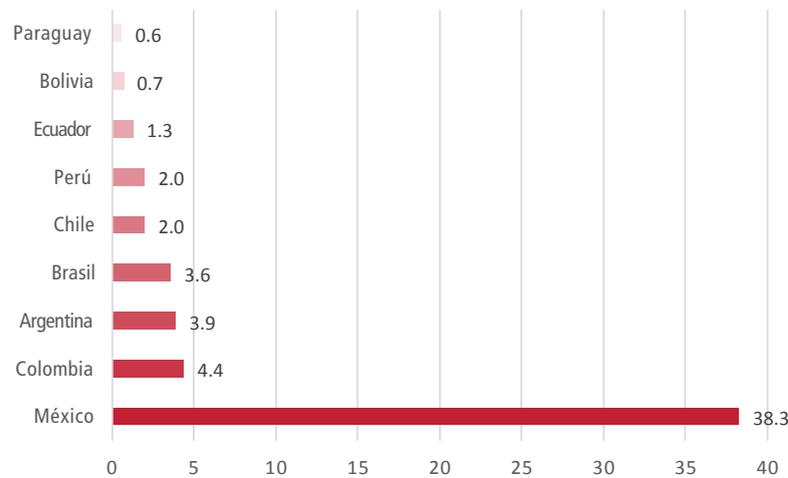
Fuente: Extraído de Rodríguez & Revilla Calderón (2023).

Como se observa, de acuerdo a estas dos medidas, el impacto ambiental del turismo en Bolivia es mínimo, especialmente en comparación con la experiencia de otros países. Esto se debe en gran medida al hecho de que Bolivia recibe notablemente menos turistas extranjeros en comparación con otros países de la región (ver Gráfico 10) y muchos turistas llegan a Bolivia por vía terrestre desde Perú. El bajo impacto ambiental actual sugiere que Bolivia todavía tiene la oportunidad de implementar políticas que permitan mantener bajos niveles de la huella de carbono, así como de la huella hídrica, incluso si el número de visitantes extranjeros incrementa. Además, si se compara el sector turístico



con otros sectores en Bolivia, se aprecia el mínimo efecto negativo que tiene. Por ejemplo, en 2022, el sector agropecuario en Bolivia alcanzó records históricos en la exportación de productos con un valor de 3,000 millones de dólares estadounidenses. Sin embargo, este logro fue a costa de la pérdida de 386 mil hectáreas de bosques primarios (Andersen & Mendoza, 2024).

Gráfico 10: Llegadas de turistas internacionales en algunos países en Latinoamérica, 2022, (en millones)



Fuente: Elaboración propia con base a datos de Statista



2.3. Ámbito social: El rol del turismo en las mujeres

El turismo puede tener muchos efectos positivos en el ámbito social. Sin embargo, es con las mujeres donde se observan más resultados. Cuando el turismo impacta positivamente a las mujeres, muchos otros sectores de la población tienden a ser beneficiados, por lo que tener un enfoque de género puede generar impactos positivos a mediano y largo plazo. Sin embargo, también existen grandes desafíos. Es por esta razón que esta sub-sección se enfoca en el rol del turismo en las mujeres.

observan más resultados. Cuando el turismo impacta positivamente a las mujeres, muchos otros sectores de la población tienden a ser beneficiados, por lo que tener un enfoque de género puede generar impactos positivos a mediano y largo plazo. Sin embargo, también existen grandes desafíos. Es por esta razón que esta sub-sección se enfoca en el rol del turismo en las mujeres.

El turismo puede empoderar a las mujeres de múltiples maneras y reducir las desigualdades, por lo que está estrechamente vinculado con los ODS 5 y 10. La literatura existente muestra que el empoderamiento económico es la dimensión dominante del empoderamiento de las mujeres que apoya el desarrollo de un turismo sostenible, ya que el turismo crea empleos e ingresos para las mujeres (Usman Khizar et al., 2023). El turismo no es la panacea para la igualdad de género, pero el turismo puede ser una herramienta que las mujeres pueden utilizar para abrir puertas y conseguir muchos otros beneficios que con el tiempo contribuyan a la igualdad de género.

A continuación, se describe de forma concisa el papel actual del turismo en la vida de las mujeres bolivianas.

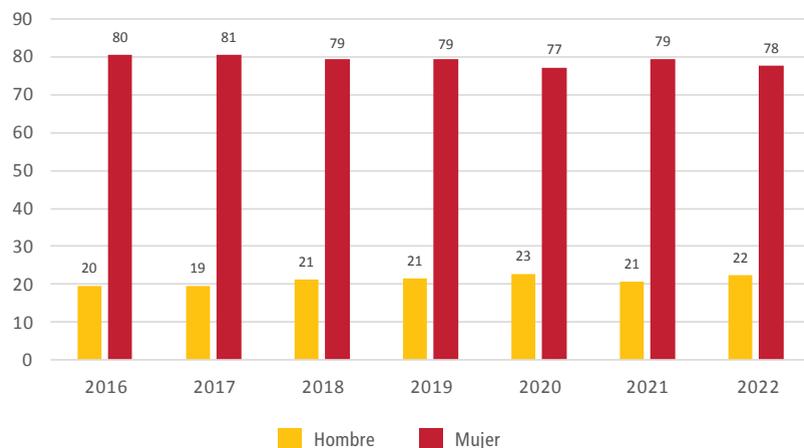


- Participación e ingresos de las mujeres

El sector turístico en Bolivia cuenta con una participación importante de mujeres. El porcentaje de mujeres empleadas en el sector está alrededor del 77% (ver Gráfico 11), por encima del promedio mundial (54%) que calcula la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019). Los restaurantes son uno de los sectores donde particularmente se observa una alta participación de las mujeres (Vidaurre Valdivia & Diaz Romero, 2023).



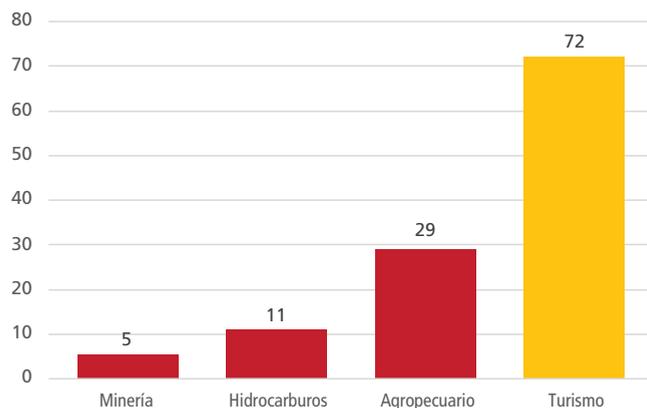
Gráfico 11: Población ocupada en actividades relacionadas al turismo en Bolivia, por género, primer trimestre de cada año, 2016-2022, (en porcentajes)



Fuente: Extraído de Rodríguez y Fossati (2023).

Por otra parte, las mujeres ganan aproximadamente un 72% de todos los ingresos laborales generados por la industria turística en Bolivia (ver Gráfico 12). Si comparamos con otros sectores, vemos una gran diferencia. En los sectores de minería, hidrocarburos y agropecuario, las mujeres ganan menos del 30% de todos los ingresos laborales.

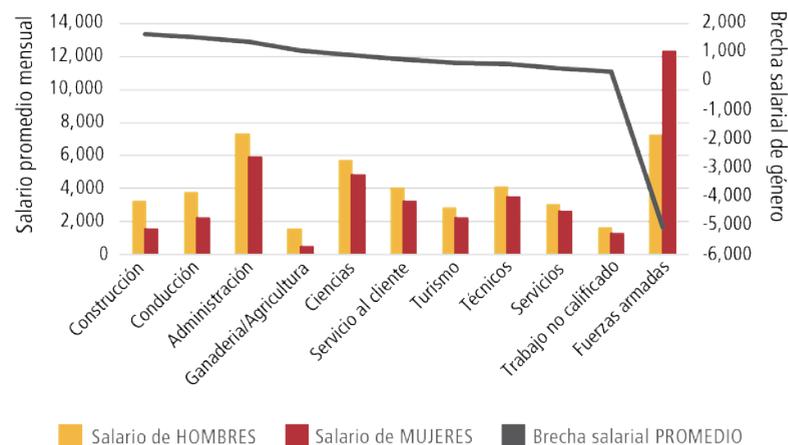
Gráfico 12: Ingresos laborales ganados por mujeres en Bolivia, por sectores, 2016, (en porcentajes)



Fuente: Extraído de Andersen et al. (2022b).

Sin embargo, se reconoce que, en promedio, en el sector turístico la brecha salarial de género es de 631 bolivianos a nivel nacional (Piovesan, 2023). Los hombres ganan 2,741 bolivianos en promedio y las mujeres 2,110 bolivianos por mes. Esta disparidad puede atribuirse al tipo de labores que las mujeres suelen desempeñar, como labores de limpieza, cocina y atención al cliente, en contraste con los trabajos mayormente realizados por los hombres. No obstante, al comparar con otros sectores productivos de Bolivia, se observa que el sector turístico presenta la cuarta menor brecha salarial en promedio, sin considerar las fuerzas armadas donde la brecha es favorable hacia las mujeres (ver Gráfico 13).

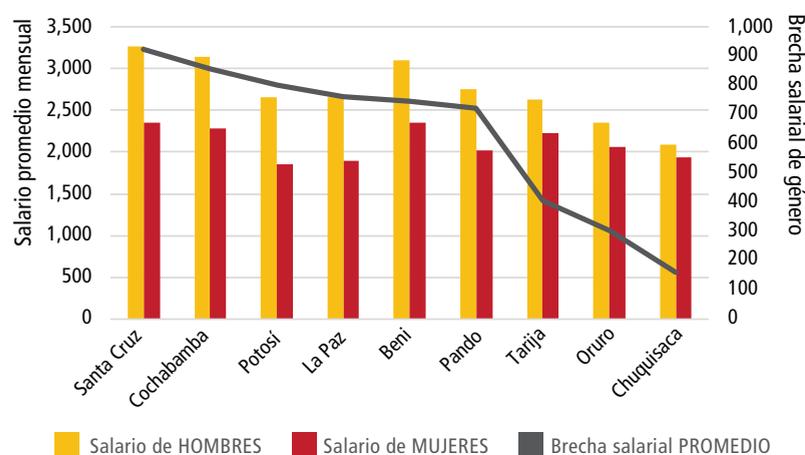
Gráfico 13: Salario y brecha salarial, por género y sector económico, 2019, (en bolivianos)



Fuente: Extraído de Piovesan (2023).

A nivel departamental se observa que, en promedio, existe una brecha salarial de género en todos los departamentos. El departamento de Santa Cruz encabeza la lista, con una brecha salarial en promedio de 925 bolivianos, seguido por Cochabamba y Potosí con 858 y 801 bolivianos respectivamente (Piovesan, 2023). Chuquisaca es el departamento con la menor brecha, teniendo un promedio de 150 bolivianos (ver Gráfico 14).

Gráfico 14: Salario y brecha salarial, por género y departamentos, 2019, (en bolivianos)



Fuente: Extraído de Piovesan (2023).

Sin embargo, vale resaltar que el empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género no se alcanzan simplemente aumentando el número de empleos a los que las mujeres acceden en el sector turístico y disminuyendo la brecha salarial. Existen otros aspectos donde también se puede trabajar para alcanzar dichas metas. Por ejemplo, se ha observado que a nivel global, las mujeres que trabajan en el sector turístico sufren uno de los niveles más altos de acoso sexual en el ámbito laboral (IFC & Social Development Direct, s.f.). Además, en Latinoamérica, un alto porcentaje de las mujeres en el sector turístico trabajan en la informalidad. Esto implica una falta de protección laboral, ya sea por parte del empleador o de la ley, lo que conlleva a un riesgo más elevado de sufrir varios tipos de violencia de género en el puesto de trabajo: desde discursos misóginos hasta el acoso sexual, la violencia física o la esclavitud moderna⁶. Adicionalmente, las mujeres indígenas son todavía más vulnerables a estos tipos de violencia.

En Bolivia no se tiene datos sobre los casos de violencia de género que sufren las mujeres en el lugar de trabajo. Sin embargo, dado que las mujeres constituyen la mayoría de la fuerza laboral del sector turístico, conformado por el 77%, es imperativo que se tomen medidas para prevenir y penalizar dicha violencia. Ac-

tualmente, los casos más graves de violencia contra las mujeres, como feminicidios y violaciones, no suelen ser atendidos en Bolivia⁷. Por lo tanto, es muy probable que las mujeres que trabajan en el sector turístico ni siquiera se animen a hacer denuncias dada la coyuntura. Las políticas implementadas en Costa Rica con respecto a violencia de género representan un excelente modelo de referencia. Este modelo está desarrollado a profundidad en la sub-sección 6.2. de este documento.

Caso de estudio: El rol del turismo cultural en la reducción de desigualdades sociales en la ciudad de El Alto

Lavooi (2023) analizó los impactos del turismo cultural en las mujeres indígenas. En su estudio participaron mujeres que enfrentan desigualdades basadas en su género, etnicidad, vestimenta y lugar de residencia. El objetivo era identificar en qué medida el turismo cultural puede jugar un papel en la reducción de desigualdades mediante el empoderamiento. Se realizó un estudio cualitativo de mujeres indígenas que trabajan en tres iniciativas de turismo cultural en El Alto: 1) cholitas luchadoras, 2) cholitas escaladoras y 3) mujeres guías.

En este estudio se comprende el empoderamiento como “la activación de la confianza y las capacidades de individuos o grupos previamente desfavorecidos o privados de derechos, de modo que puedan ejercer un mayor control sobre sus vidas, desafiar las relaciones desiguales de poder, movilizar recursos para satisfacer sus necesidades y trabajar para lograr la justicia social”.

En el contexto de turismo cultural se observa que, no solo se acepta a las mujeres de pollera, sino que se las valora. Además, las denominadas cholitas luchadoras y escaladoras no solo han ganado reconocimiento internacional por ser mujeres de pollera, sino también por asumir roles tradicionalmente no asignados a mujeres. El espacio turístico sirve como una plataforma para transmitir que las mujeres de pollera pueden y quieren trabajar en otros ámbitos laborales. En este sentido, el turismo se convierte en una estrategia capaz de reducir la desigualdad de género y étnica en el ámbito laboral, contribuyendo así a los ODS 5 y 10.

⁶ Para más información: <https://www.unwto.org/event/violence-against-women-in-the-tourism-sector>

⁷ Para más información: <https://mujerescreando.org/mujeres-creando-hay-9-tipos-de-abuso-judicial-contra-victimas-de-violencia/>

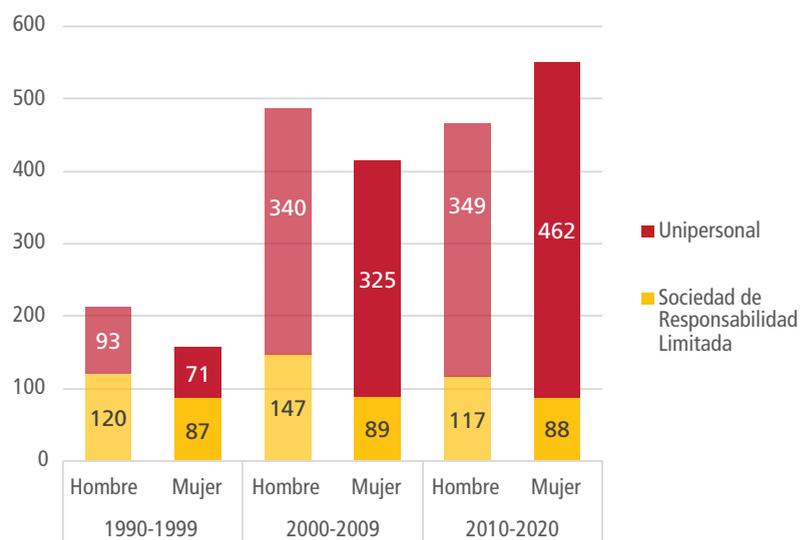


- Liderazgo empresarial de mujeres

Por otro lado, durante las últimas décadas se evidenció un crecimiento impresionante en el número de empresas turísticas formalmente registradas en FUNDEMPRESA con mujeres como representantes legales, especialmente en las empresas unipersonales (ver Gráfico 15). Asimismo, en los servicios de asesorías empresariales realizados por ORBITA entre 2023 y 2024, se observó que el 59% de las empresas turísticas son lideradas por mujeres. Con base a estas asesorías se reconoce que el sector empresarial de turismo presenta nuevas oportunidades de negocio para las mujeres. Los mayores desafíos se presentan en áreas estratégicas relacionadas a áreas como el marketing, comercialización y digitalización (Aramayo & Rodríguez, 2023).

Es importante reconocer que existen instituciones como el Banco Económico, IME Bolivia (Instituto de la Mujer & Empresa), AWE Bolivia (Academy for Women Entrepreneurs), PRO Mujer, Girl Up Bolivia y Fundación IES que capacitan y otorgan espacios dirigidos exclusivamente hacia mujeres emprendedoras con el fin de fortalecer sus capacidades y habilidades empresariales. Si bien estos espacios no se dedican exclusivamente al área de turismo, promueven que más mujeres estén dentro del sector empresarial boliviano.

Gráfico 15: Número de empresas matriculadas en FUNDEMPRESA, por tipo societario, género y década



Fuente: Extraído de Rodríguez & Fossati (2023).

Nota: Las empresas contempladas están relacionadas al sector turístico









ÍNDICE MUNICIPAL DE
POTENCIAL TURÍSTICO

03

03

ÍNDICE MUNICIPAL DE POTENCIAL TURÍSTICO

El análisis del sector turístico, abordado en la sección anterior, desde los ámbitos económico, ambiental y social, nos brinda un entendimiento a nivel nacional. Sin embargo, dada la diversidad con la que cuenta Bolivia, es imperativo tener un entendimiento más detallado del turismo a nivel municipal. Además, es necesario comprenderlo desde diferentes esferas relevantes para la evaluación del sector turístico. Así surge el Índice Municipal de Potencial Turístico (IMPT) (Pacheco Terán et al., 2024), que partió del Atlas Municipal de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Bolivia 2020 (Andersen et al., 2020), rescatando su metodología

y algunos indicadores desarrollados en el mismo. No obstante, el IMPT agrega otros indicadores necesarios para evaluar el potencial turístico en los 339 municipios de Bolivia. El IMPT está conformado por 43 indicadores, los cuales están agrupados en cuatro pilares: 1) Infraestructura y Servicios, 2) Atracciones Turísticas, 3) Entorno Propicio y 4) Amenazas (ver Figura 2).

Figura 2: Pilares del Índice Municipal de Potencial Turístico



Fuente: Extraído de Pacheco Terán et al. (2024).



El objetivo del IMPT es evaluar el rendimiento de cada municipio boliviano, tomando en cuenta los elementos esenciales para el desarrollo adecuado del turismo. De esta manera, se busca analizar tanto las fortalezas como las limitaciones con mayor detalle. Por lo que el propósito del IMPT es proporcionar una amplia base de datos a nivel municipal, permitiendo que los principales actores puedan tomar decisiones fundamentadas a favor de sus municipios.

Con base a los resultados obtenidos en el IMPT, se posiciona a los 339 municipios en un ranking, el cual identifica a aquellos que poseen condiciones más favorables y por ende, mayor potencial para el desarrollo del turismo. Asimismo, se evidencian las deficiencias que existen en varios municipios. Un aspecto relevante es que los 50 municipios con mayor puntuación están distribuidos por todos los departamentos de Bolivia (Ver Mapa 1).

Mapa 1: Ranking del IMPT, por municipios, (50 municipios con mejor puntaje)

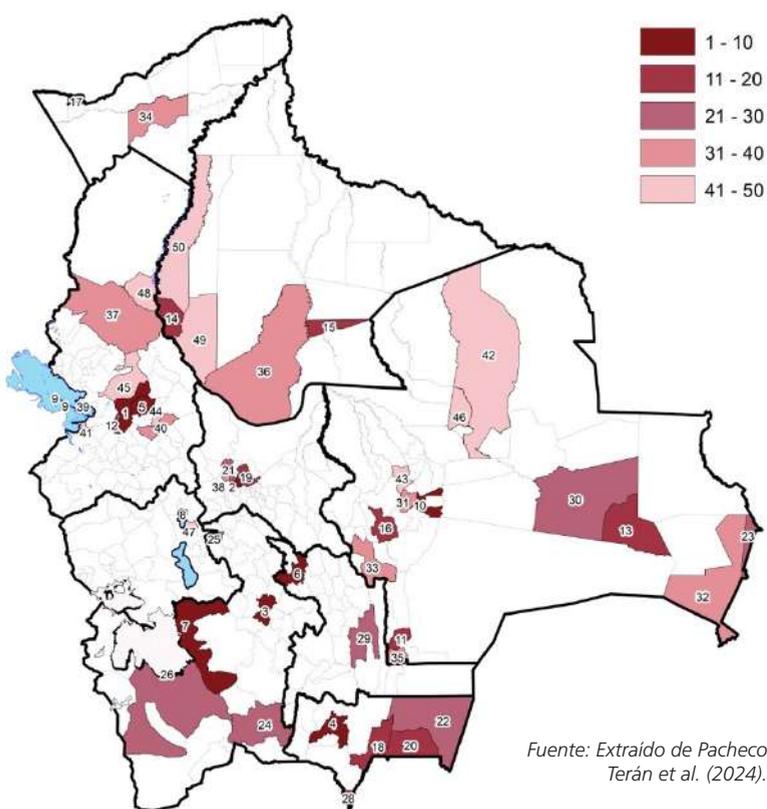


Tabla 2: Ranking de los primeros 20 municipios de acuerdo al IMPT, (100 es el mejor puntaje)

RANKING	MUNICIPIO	IMPT	RANKING	MUNICIPIO	IMPT
1	La Paz	80.8	11	Camiri	66.6
2	Cochabamba	74.7	12	El Alto	65.2
3	Potosí	73.6	13	Roboré	64.3
4	Tarija	72.9	14	Rurrenabaque	62.9
5	Coroico	72.6	15	Trinidad	62.4
6	Sucre	72.3	16	Samaipata	61.4
7	Uyuni	69.7	17	Cobija	59.3
8	Oruro	69.3	18	Caraparí	58.8
9	Copacabana	69.2	19	Sacaba	58.7
10	Santa Cruz de la Sierra	67.6	20	Yacuiba	58.6

Fuente: Extraído de Pacheco Terán et al. (2024).

Sin embargo, más allá de la puntuación obtenida y el puesto en el que se encuentra cada municipio, el índice muestra que el desarrollo turístico depende de múltiples factores. No se limita solamente a las atracciones turísticas, sino que toma en cuenta infraestructura, servicios básicos, población especializada, promoción del turismo, salud y seguridad, entre otros aspectos. En este sentido, el IMPT saca a la superficie la necesidad de contar con más estadísticas sobre otros factores principales para poder medir de mejor manera el potencial turístico.

Por lo tanto, también destaca la necesidad e importancia de una colaboración conjunta entre distintos actores gubernamentales, privados y académicos para orientar los esfuerzos a la promoción de un turismo con propósito en Bolivia.





04

04

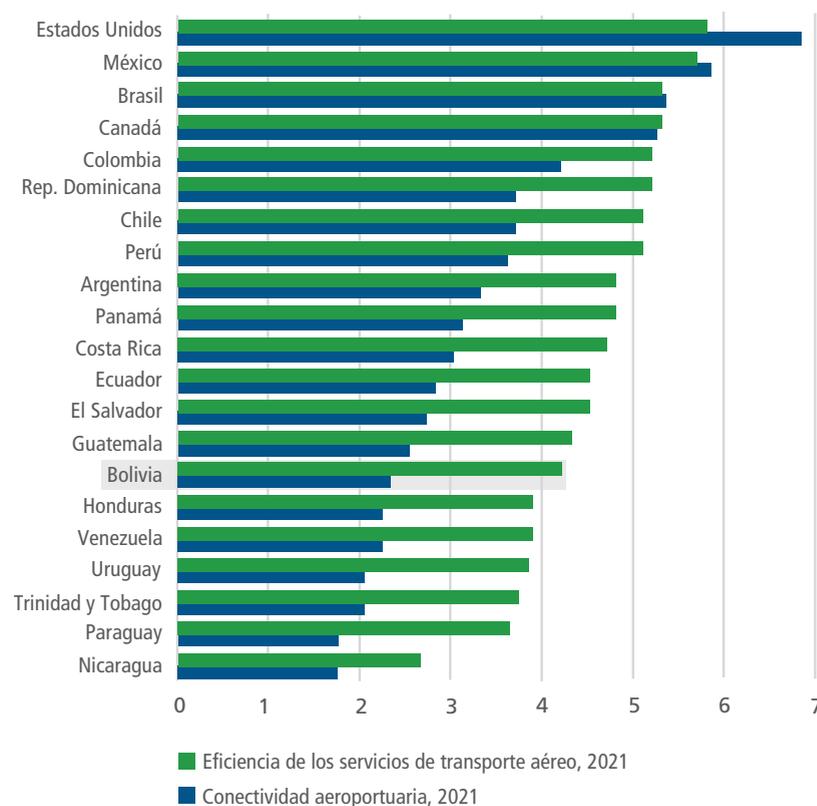
OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO ÓPTIMO DEL TURISMO EN BOLIVIA

Bolivia posee un gran potencial turístico que puede ser dirigido hacia la exitosa implementación de la Agenda 2030. Sin embargo, este potencial se ve obstaculizado por diversos desafíos que afectan de forma negativa al desarrollo del sector. Esta sección se enfoca en las cinco áreas identificadas que presentan los obstáculos más perjudiciales hasta la fecha de la publicación de este documento, en abril de 2024, los cuales ameritan ser reconocidos y atendidos.

4.1. Sector aeronáutico

Quizá el obstáculo más importante de los cuatro identificados, es la escasa conectividad aérea que Bolivia tiene con el resto del mundo y el estancamiento del desarrollo del sector aeronáutico. Sin duda, el turismo es un sector que depende del transporte aéreo debido a que aproximadamente el 58% de los turistas internacionales optan por este medio de transporte al año, según el reporte *“Aviation: Benefits Beyond Borders”*⁸. En el caso de Bolivia, la conectividad aeroportuaria y la eficiencia del transporte aéreo respecto a la puntualidad, frecuencia, velocidad y precio se encuentran por debajo del promedio mundial según los indicadores del Foro Económico Mundial que contemplan las áreas de turismo y viajes. En una escala normalizada del 1 al 7, el promedio mundial en conectividad es de 3.5 y en eficiencia es de 4.7 y Bolivia logra valores de 2.4 y 3.8 respectivamente (ver Gráfico 16).

Gráfico 16: Calificación de la conectividad aeroportuaria y eficiencia del transporte aéreo en América, 2021, (escala del 1 al 7)



Fuente: Elaboración propia con base a Foro Económico Mundial (2021).

8 Para más información: https://aviationbenefits.org/media/167142/bgr20_final.pdf

Los tres aeropuertos internacionales que tiene Bolivia se encuentran en Santa Cruz (Aeropuerto Internacional Viru Viru), Cochabamba (Aeropuerto Internacional Jorge Wilsterman) y La Paz (Aeropuerto Internacional El Alto). Como se observa en la Tabla 3, en 2019 el Aeropuerto Internacional de El Alto registró una disminución de pasajeros del 11% en relación al año 2017. Esta reducción, en parte, se debe al retiro de las líneas aéreas internacionales Sky Airline, Peruvian Airlines, American Airlines y Aerolíneas Argentinas. Las condiciones de la infraestructura aérea, la longitud de la pista y la capacidad utilizable de los aviones que es afectada por la altitud, son otras causas que explican esta disminución de pasajeros (Huanca, 2023). Sin embargo, también se observa que los Aeropuertos Internacionales de Cochabamba y Santa Cruz experimentaron disminuciones en 2019 con respecto a 2017.

Tabla 3: Flujo de pasajeros internacionales en los tres aeropuertos internacionales de Bolivia, 2017-2019, (número de personas)

	2017	2018	2019
La Paz			
Llegadas	135,429	127,356	112,153
Salidas	163,775	161,350	143,480
Total	299,204	288,706	255,633
Variación %		-4%	-11%
Santa Cruz			
Llegadas	251,095	257,016	251,718
Salidas	242,644	248,951	247,861
Total	493,739	505,967	499,579
Variación %		2%	-1%
Cochabamba			
Llegadas	32,067	31,569	27,067
Salidas	27,778	26,846	26,991
Total	59,845	58,415	54,058
Variación %		-2%	-7%

Fuente: Extraída de Huanca (2023).



A la fecha de la publicación de este documento, abril 2024, la aerolínea Boliviana de Aviación (BOA) lidera la conectividad aérea, cubriendo rutas nacionales e internacionales, seguido de AVIANCA y LATAM, las cuales operan únicamente rutas internacionales. La mejora de estos indicadores contribuiría al crecimiento del turismo y mejoraría la experiencia de los turistas que llegan a Bolivia.

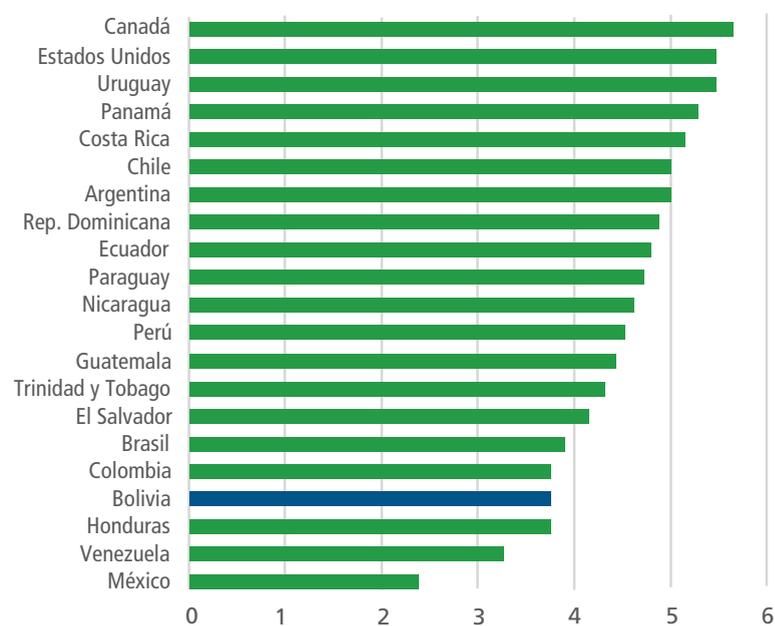
El análisis de Huanca (2023) sobre los costos por persona de las operaciones aéreas en 8 países de Latinoamérica muestra que en 2022 el aeropuerto de El Alto tenía el costo total por persona más elevado. Sin embargo, también se presenta un escenario óptimo en el cual Bolivia asciende al quinto puesto, al aplicar la política de incentivos económicos, la cual consiste en una reducción del Impuesto a las Salidas al Exterior (ISAE), la Tasa Aeroportuaria y el Costo de Combustible. Países vecinos como Argentina y Colombia implementaron políticas para estimular la conectividad aérea consiguiendo buenos resultados.

Por otra parte, se resalta que existen varias trabas burocráticas que impiden a empresas extranjeras aumentar o abrir nuevas rutas aéreas en Bolivia. El reglamento para adquirir nuevos permisos y renovaciones en la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) es considerada por varios actores del sector como confusa y con excesivas exigencias. Además, los altos costos para iniciar los trámites en el Registro Aeronáutico Nacional no permiten el aumento de operaciones por parte de las empresas. Por último, tanto la DGAC como la ATT exigen una cantidad excesiva de documentación y muchas veces duplicada, lo cual sólo retrasa los procesos.

4.2. Conflictos y bloqueos

La seguridad es un factor fundamental para que los turistas escojan un destino turístico y por ende para el desarrollo y crecimiento de la industria turística. Los destinos turísticos seguros son más atractivos para los turistas, siendo éste un factor que debe ser atendido de manera prioritaria. Si se compara Bolivia con el resto de países de la región, se puede observar que junto a Honduras y Colombia ocupan el tercer puesto de los países con menor nivel de seguridad y protección con base al índice de "Seguridad y protección" a cargo del Foro Económico Mundial (ver Gráfico 17). Igualmente, se reconoce que Bolivia está por debajo del promedio mundial (5.3/7) porque obtiene un puntaje de 3.8.

Gráfico 17: Índice de Seguridad y Protección en Latinoamérica, 2021, escala del 1 al 7



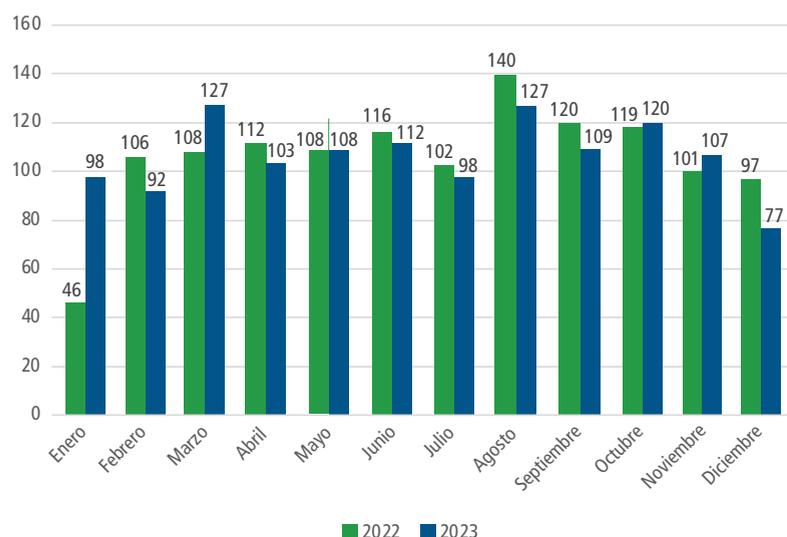
Fuente: Elaboración propia con base a Foro Económico Mundial (2021).

En Bolivia, las manifestaciones y bloqueos son sucesos recurrentes, concentrándose principalmente en la ciudad de La Paz, donde se ubica la Sede de Gobierno. También son comunes en el eje troncal de Bolivia, como Cochabamba y Santa Cruz, lo que perjudica la movilidad y reduce el atractivo de los destinos debido a la inseguridad y la contaminación acústica y ambiental que generan. Estas manifestaciones surgen principalmente por problemas de índole económica, legal, laboral, ideológico-político o están relacionadas con la prestación de servicios públicos o con la gestión administrativa.

El Gráfico 18 muestra que las manifestaciones, bloqueos o enfrentamientos sociales ocurren durante todo el año en Bolivia, con un promedio de 106 conflictos por mes, lo que equivale aproximadamente a tres conflictos diarios. Esta imagen de conflictividad e inseguridad que se proyecta al mundo desalienta a muchos turistas a planificar visitas al país.

Sin embargo, es importante destacar que Bolivia tiene la tasa de homicidios más baja de Latinoamérica y El Caribe, con 3.49 homicidios por cada 100,000 habitantes. En comparación, Costa Rica, con su excelente reputación como destino turístico, tiene una tasa tres veces mayor, con 11.41 homicidios por cada 100,000 habitantes⁹. Por lo tanto, Bolivia debería promocionarse como un destino seguro, donde los turistas pueden elegir el nivel de aventura y adrenalina que desean experimentar.

Gráfico 18: Número de conflictos en Bolivia, por mes, 2022 y 2023



Fuente: Elaboración propia con base a Foro Económico Mundial (2021).

4.3. Falta de información sobre Bolivia en el mundo

La información en línea se ha convertido en una herramienta indispensable para viajeros y turistas de todo el mundo, y ha transformado la forma en la que se experimenta el turismo. Desde la planificación y reserva de vuelos y hoteles hasta el uso de aplicaciones de guía turística y redes sociales que permiten compartir experiencias y recomendaciones. Igualmente, el uso de la tecnología e innovación mejoran la experiencia del turista y permiten el acceso a información en tiempo real.

Actualmente, los turistas internacionales que llegan a Bolivia utilizan diferentes aplicaciones y plataformas como redes sociales y/o páginas web (como Tripadvisor) para conseguir información relevante sobre los destinos, programación de actividades, referencias de otros turistas y la oferta de servicios para planificar su estadía en Bolivia. La búsqueda es cansadora y muchas veces deja a los potenciales visitantes con más preguntas que antes. Por eso, muchos turistas extranjeros que llegan desde Perú, deciden programar sus actividades una vez que están en el destino, para ir en persona a las agencias, ya que no se sienten seguros con la información que obtienen en línea de medios no oficiales. Como consecuencia, los viajes a Bolivia son cortos porque generalmente se dan de forma improvisada.

Por lo tanto, es primordial que el gobierno central trabaje de manera inmediata en la creación de una página web oficial, como parte de la estrategia de promoción del país. Actualmente, el sitio web del Viceministerio de Turismo¹⁰ brinda información turística sobre los nueve departamentos, pero también proporciona detalles sobre la gestión interna del Viceministerio, lo cual resulta irrelevante para los turistas internacionales. Además, carece de otra información importante para dichos visitantes, como son los requisitos para entrar a Bolivia, información general sobre el país (por ejemplo, la cantidad de turistas internacionales que no traen ropa adecuada para visitar el occidente del país, pensando que todo el país tiene temperaturas cálidas todo el año es muy alta), e información sobre el transporte urbano e interdepartamental.

Por lo tanto, se considera imperativo que Bolivia cuente con un portal oficial enfocado exclusivamente a informar a los turistas internacionales de forma interactiva y concisa. Para este fin, además de los aspectos mencionados, sería beneficioso promover los tipos de turismo en los que Bolivia tiene más potencial y fortalezas: Turismo cultural, turismo de aventura, turismo comunitario, turismo gastronómico y turismo científico.

Países vecinos como Perú, Chile y Brasil¹¹ cuentan con portales oficiales que brindan información actualizada, interactiva y puntual al turista internacional. De esta forma, son capaces de

⁹ Para más información: <https://www.swissinfo.ch/spalla-tasa-de-homicidios-de-los-pa%C3%ADses-de-am%C3%A9rica-latina-y-caribe/49042834>

¹⁰ Para más información: <https://www.turismo.produccion.gob.bo/>

¹¹ Para más información de portales de Perú: <https://www.peru.travel/es>
Chile: <https://www.chile.travel/> Brasil: <https://visitbrasil.com/es/>

brindar a los visitantes una sensación de seguridad antes de su llegada, impulsando que se incrementen los días de estadía, lo que resulta en un mayor ingreso de divisas.



4.4. Sistema de visas

Otro obstáculo que Bolivia tiene es la accesibilidad de ciertas nacionalidades al territorio boliviano y la dificultad de adquirir información y visas para ingresar al país. Con base a entrevistas y a un análisis de la presencia diplomática de Bolivia en el mundo así como del marco legal, se muestra que el sistema de visas boliviano es poco eficiente y que se requiere de una revisión exhaustiva (Peñaranda, 2023). A continuación, se presentan algunas de las conclusiones más importantes.

Para los ciudadanos de países que necesitan visa, el costo es alto comparado con otros países. Estados Unidos es uno de los países cuyos ciudadanos más visitan Bolivia, pero al mismo tiempo es el que tiene el costo de visa más alto. El costo es de 160 dólares estadounidenses, mayor al costo establecido por otros países de la región que también exigen visas para ciudadanos estadounidenses. Si los costos y trabas en el sistema migratorio bajaran, incrementaría la demanda de turistas extranjeros que visitan Bolivia, aumentando el número de visitantes. De esta manera, el Estado podría recaudar más divisas de las que recauda

actualmente, además de fomentar el turismo. Adicionalmente, la forma de aplicación a las visas también debe mejorar. Es importante que existan consulados en los países que se mantienen con la exigencia de visa para ingresar a Bolivia, para así facilitar el ingreso a ciudadanos que no significan un peligro para el país.

También, es importante incrementar la presencia territorial en regiones donde Bolivia no tiene presencia consolidada para realizar una campaña país a nivel diplomático, con el objetivo de generar acuerdos en el marco de los intereses de Bolivia, incluyendo la apertura de rutas turísticas hacia Bolivia. Tanto en Asia como en Europa la presencia boliviana es reducida. En Oceanía existe un consulado honorario en Sidney, Australia. El sudeste asiático no tiene presencia boliviana en absoluto. Finalmente, se recomienda complementar las representaciones diplomáticas con rutas aéreas que puedan traer a los ciudadanos de Asia, África y Oceanía a Bolivia.

Cabe recalcar que, si bien el ingreso de visitantes extranjeros a Bolivia fue incrementando exponencialmente desde 2008, superando el millón y medio de visitantes en 2014 y los dos millones en 2019, en promedio entre 2008 y 2022 el 47% de los visitantes era ciudadanos bolivianos que emigraron, pero que regresan a visitar Bolivia.

4.5. Formación del personal que trabaja en turismo

La visita a cualquier destino turístico no solo demanda una infraestructura adecuada y espacios seguros, sino también la capacidad que tiene el destino para atender al turista. Es importante reconocer que las habilidades y conocimientos de los encargados de mostrar cada destino son fundamentales para que la experiencia turística sea de calidad y refleje las mejores cualidades del lugar. En ese sentido, los servicios turísticos dependen de la hospitalidad, la indumentaria, pero también de los profesionales formados en administración turística, hotelería u otras carreras afines. Por ejemplo, se identifica que el departamento de Potosí, donde se encuentra uno de los destinos más visitados, el Salar de Uyuni, solo cuenta con una universidad que forma a estudiantes en turismo (Peñaranda, 2024). Sin embargo, a nivel nacional, en 2016, el 40% de las 95 universidades públicas, privadas, indígenas y de régimen especial ofrecían una licenciatura relacionada con el turismo.



El servicio de guías turísticos desempeña un papel protagónico en el desarrollo de actividades turísticas, así como en el manejo adecuado y aprovechamiento de los recursos turísticos de cada destino. Por lo tanto, se debe prestar mayor atención a su formación integral. El estudio de Buchapi & Cerruto (2014) concluye que, la formación de los profesionales debe ser de acuerdo con el contexto actual del turismo, incluyendo conocimientos teóricos y prácticos que permitan promocionar los destinos turísticos. Igualmente, se menciona que la enseñanza del idioma inglés es importante para interactuar con el turista extranjero.

Sin embargo, solo el 6% de la población boliviana habla algún idioma extranjero como primer, segundo o tercer idioma hasta la fecha de publicación de este documento. Considerando esta situación y la formación de profesionales en turismo, el departamento de La Paz lidera frente al resto de los departamentos, seguido de Cochabamba y Santa Cruz (Peñaranda, 2024). Por lo tanto, la capacidad para atender a turistas extranjeros no está equilibrada a lo largo del país, lo que influye en la calidad del servicio de guía turístico, un componente que afecta en la satisfacción del visitante y, en última instancia, en su potencial recomendación del destino.

Caso de estudio: Mejora de la satisfacción turística en Tiwanaku mediante la experiencia del guiaje

El sitio arqueológico de Tiwanaku, ubicado en el departamento de La Paz, fue inscrito como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en el año 2000. Según el estudio realizado por Lima (2024), se demuestra que la implementación de un conjunto de metodologías y técnicas, como la Interpretación del Patrimonio y el Ciclo de Indagación, permite que el visitante establezca una conexión más profunda con el producto turístico y adquiera un conocimiento más completo del mismo.

A través de actividades que activan los sentidos y el uso de leyendas (Interpretación del Patrimonio), junto con métodos de indagación que incluyen el uso de folletos, se observa un aumento en el nivel de satisfacción y se genera una experiencia turística enriquecedora. Por lo tanto, el aprendizaje recreativo también puede ser empleado con fines turísticos en sitios que poseen recursos similares a los de Tiwanaku, como Samaipata y las Misiones Jesuíticas entre otros. Además, estas estrategias muestran una gran aceptación por parte del segmento de visitantes extranjeros y de delegaciones estudiantiles.



05

POTENCIAL DE TURISMO
ESPECIALIZADO EN BOLIVIA



05 POTENCIAL DE TURISMO ESPECIALIZADO EN BOLIVIA

A pesar de todos los obstáculos descritos en la sección anterior, el atractivo de Bolivia sobresale a nivel mundial. A la fecha de publicación de este documento, la ciudad de La Paz está posicionada en el puesto 19 dentro de los 25 destinos con mayor tendencia a nivel global por el *Travelers' Choice Awards* de Tripadvisor¹². En 2019, Bolivia también recibió galardones por parte del *World Travel Awards* como Mejor Destino de Viaje Juvenil, Mejor Destino Verde y Mejor Destino de Naturaleza (por el Salar de Uyuni)¹³.

Indudablemente, Bolivia tiene un gran potencial turístico, y éste debe ser aprovechado en su totalidad. Para esta meta es crucial que el país utilice de manera óptima sus características únicas para impulsar su sector turístico y al mismo tiempo generar un efecto multiplicador en la aplicación de la Agenda 2030. Es en este sentido que el concepto de turismo con propósito surge como una propuesta para aportar a la implementación de la Agenda 2030 y al mismo tiempo permita mejorar la experiencia del turista.

Para este fin, es imperativo que Bolivia diseñe una marca país y una estrategia que incluya aspectos de innovación, sostenibilidad e inclusión. Como primer paso, este documento sugiere encauzar todos los esfuerzos a ciertos tipos de turismo que conserven la biodiversidad, protejan el medio ambiente y salvaguarden los derechos de las mujeres.

En esta línea, el concepto de turismo con propósito enfatiza que los recursos turísticos que tiene Bolivia pueden adquirir mayor valor si se implementa un modelo de turismo de oferta¹⁴ que beneficie tanto a los turistas como también a las empresas y población local. Este enfoque contrasta con el turismo tradicional, impulsado por grandes empresas internacionales, que prioriza el

aumento del flujo de turistas y se centra en el destino turístico, sin considerar los efectos adversos en el medio ambiente y las comunidades (ver Figura 3). Para alcanzar tal objetivo, es crucial un enfoque no solo en la demanda turística actual, sino también en la creación de una oferta diversificada dirigida a diferentes públicos. Para ello, se propone un modelo de negocios centrado en empresas locales de tamaño mediano y pequeño, capaces de ofrecer servicios y productos diferenciados y personalizados que resalten las características únicas de Bolivia y así atraigan a los turistas. Esto es sumamente importante porque en un turismo de oferta, se promocionan los productos en vez del destino, y de esta forma se generan más beneficios para la población local y la protección de la biodiversidad. Vale recalcar que, para que este tipo de turismo sea posible, es imperativo estudiar el perfil de los visitantes y posibles interesados, y mejorar el diseño e imagen de Bolivia en el turismo.

Otro aspecto positivo de este enfoque es que posiciona a Bolivia como un destino turístico versátil, debido a la oferta de diferentes productos y tipos de viaje, la cual atrae a visitantes durante diferentes épocas del año. Además, fomenta la creación continua de nuevos productos turísticos a favor de la población boliviana y que se adaptan a las diferentes preferencias que tienen los turistas.



¹² Para más información: <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Destinations-cTrending-g1#filters-area>

¹³ Para más información: <https://www.urgente.bo/noticia/bolivia-gana-en-4-categor%C3%ADas-del-world-travel-awards>

¹⁴ Este enfoque está inspirado en el modelo de turismo desarrollado por Costa Rica (ICT, 2022).

Figura 3: Modelo de turismo tradicional vs. modelo de turismo con propósito

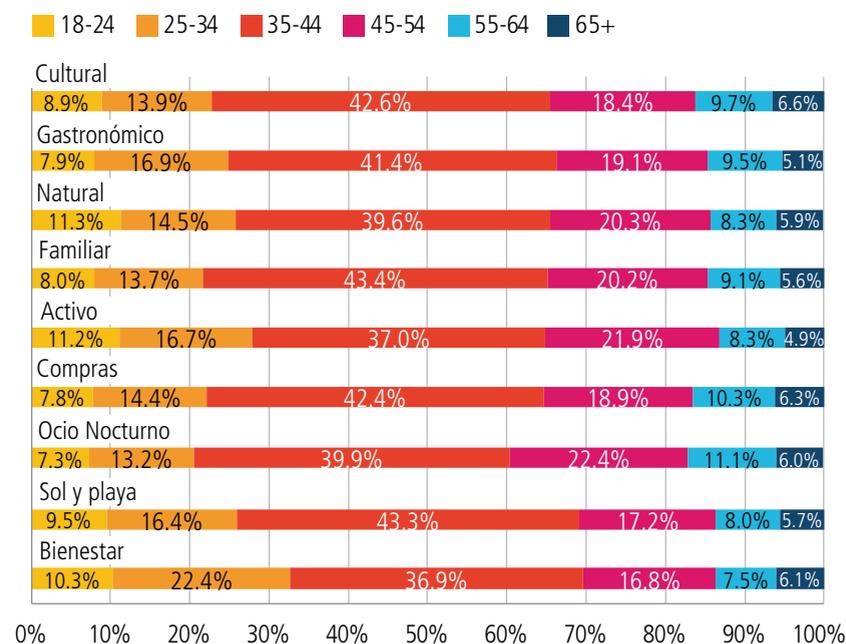


Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, surgen como las opciones con mayor potencial para alcanzar el turismo con propósito, cinco tipos de turismo: Cultural, de aventura, comunitario, gastronómico y científico. Esta sección está dividida en 5 subsecciones, las cuales argumentan por qué estos cinco tipos de turismo pueden dinamizar el sector y contribuir a alcanzar más ODS en Bolivia de forma eficiente e inteligente.

Un primer argumento a favor, basado en datos, es que los turistas extranjeros entre 35-54 años son los que realizan más búsquedas en internet sobre productos turísticos en Bolivia, y ya muestran interés relacionado a los cinco tipos de turismo mencionados (ver Gráfico 19). Los turistas de este grupo etario, en general, suelen contar con más ingresos, lo que los lleva a buscar experiencias especializadas, con propósito y lideradas por un local. Por ejemplo, se ha visto a nivel mundial, que el turismo de aventura se ha convertido en una industria en crecimiento gracias a las mujeres mayores a 40 años (Felton, 2024).

Gráfico 19: Distribución de los productos turísticos buscados, por edades, 2022-2023, (en porcentajes)*



Fuente: Extraído de Rodríguez (2023).

*Nota: El producto Activo considera actividades como trekking, tours en bicicleta, vehículos todo terreno y 4x4, tour de excursionismo y campamentos, tour en moto, tour extremo y adrenalina y otros.
El producto Sol y playa considera atractivos como Isla del Sol, Lago Titicaca, Salar de Uyuni, Pueblo de Copacabana y otros.

Además, Bolivia tiene una amplia diversidad de atracciones turísticas distribuidas en al menos cinco diferentes departamentos (ver Tabla 4), y con alto potencial para desarrollar atracciones en aún más lugares del país (Pacheco Terán et al., 2024). Aunque es imposible explorar todas estas atracciones durante una visita, un programa que fomente el turismo especializado puede incentivar a los turistas a quedarse más tiempo o regresar varias veces. Este enfoque es clave para aumentar los ingresos y beneficios del turismo en el país.

En las siguientes secciones de este capítulo, presentamos los cinco tipos de turismo que tienen un gran potencial para encantar a los turistas y, al mismo tiempo, generar una amplia gama de beneficios para las comunidades locales y la biodiversidad.

Tabla 4: Atracciones turísticas más destacadas de Bolivia según Lonely Planet

Atracción turística	Descripción	Departamento
Ciudad de Sucre	Mejor lugar para arquitectura histórica	Chuquisaca
Valle Cinti	Mejor lugar para vinos	Chuquisaca
Parque Cretácico	Para explorar el cretácico	Chuquisaca
Ciudad de La Paz	Mejor lugar para encuentros culturales	La Paz
Parque nacional Madidi	Mejor lugar para avistamiento de vida silvestre	La Paz
La ruta de la muerte	Deporte y aventura	La Paz
Isla del Sol en el lago Titicaca	Mejor lugar para desconectarse del mundo	La Paz
Tiwanaku	Cultura prehispánica	La Paz
Caranavi	Mejor lugar para café	La Paz
Las cholitas luchadoras	Entretenimiento	La Paz
Montañismo en los Andes	Escalar	La Paz
Carnaval de Oruro	Patrimonio intangible de la humanidad	Oruro
Salar de Uyuni	Una experiencia única en la vida	Potosí
Ciudad de Potosí	Mejor lugar para historia	Potosí
Tupiza a caballo	Cabalgata y paisajes	Potosí
El cañón de Toro Toro	Mejor atracción natural	Potosí
El circuito de la Misión Jesuita	Sorprendente arquitectura religiosa	Santa Cruz
Samaipata	Mejor lugar para relajarse	Santa Cruz
Ciudad de Santa Cruz	Mejor lugar para divertirse	Santa Cruz

Fuente: Extraído de Peñaranda (2024).



5.1. Turismo cultural

Según la definición adoptada por la Asamblea General de Turismo de las Naciones Unidas en su 22va sesión en 2017, el turismo cultural es un

“tipo de actividad turística en la que la motivación principal del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir las atracciones/productos culturales tangibles e intangibles en un destino turístico.

Estas atracciones/productos [...] abarcan las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, la herencia culinaria, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones”.

Por su potencial, la cultura está explícitamente mencionada en la meta 8.9 del ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), la cual plantea “elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover el turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”.

El turismo cultural tiene el potencial de promover y salvaguardar la cultura de un país, y al mismo tiempo contribuir directa e indirectamente a los ODS. Puede contribuir directamente en la promoción de ciudades más seguras y sostenibles (ODS 11) ya que la preservación del patrimonio cultural usualmente va acompañada de buenas prácticas que tienen un efecto positivo en las comunidades locales. También contribuye en el crecimiento económico y por ende en generar fuentes de trabajo (ODS 1, 5 & 8) y promover la inclusión de muchos sectores y la igualdad de género (ODS 5 & 10). Asimismo, tiene el potencial de desarrollar un turismo que genere menos desechos (ODS 12), ya que no promueve productos hechos en masa, sino artesanías y productos de alto valor. Indirectamente puede también contribuir en el ODS 4, ya que un incremento en el turismo aumentaría los incentivos para que las mujeres y hombres en Bolivia estudien para ser guías especializados.

Bolivia es un país con vasta y diversa riqueza cultural. Si nos concentramos únicamente en su patrimonio cultural intangible, encontramos elementos que se extienden por todo su territorio y que son reconocidos por la UNESCO (ver Tabla 5). Esto es solo es una muestra, ya que en Bolivia, como se ha visto en el Índice Municipal de Potencial Turístico (IMPT) (Pacheco Terán et al., 2024), las festividades, la gastronomía, las artesanías, los sitios arqueológicos, las tradiciones y el patrimonio tangible están presentes a nivel municipal por todo el territorio boliviano.



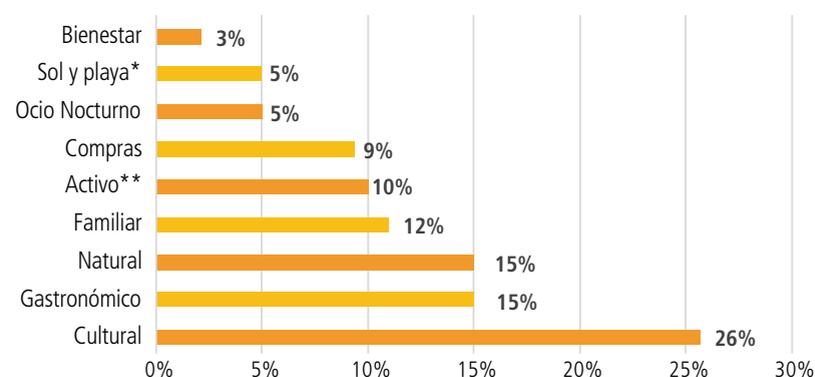
Tabla 5: Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en Bolivia, asignado por la UNESCO, por año

Año	Departamento	Elementos
2023	Potosí	Ch'utillos, Fiesta de Bartolomé y San Ignacio de Loyola, encuentro de culturas
2021	Tarija	La Fiesta Grande de Tarija
2019	La Paz	Fiesta del Señor Jesús del Gran Poder, el día de la Santísima Trinidad, en la ciudad de La Paz
2017	La Paz	Recorridos rituales durante Alasita, en la ciudad de La Paz
2014	Chuquisaca	El Pujllay y el Ayarichi: músicas y danzas de la cultura Yampara
2012	Santa Cruz	Ichapenkene Piesta, la fiesta mayor de San Ignacio de Moxos
2008	Oruro	El Carnaval de Oruro
2008	varios	La Cosmovisión Andina de los Kallawayas

Fuente: Elaboración propia con base a datos de UNESCO.

Bolivia es reconocida por su patrimonio cultural único a pesar de que todavía no muestra al mundo toda su riqueza cultural. Este reconocimiento se ve reflejado en el interés que los turistas extranjeros muestran hacia las actividades turísticas culturales. Con base en los datos adquiridos por la empresa española de inteligencia turística, MABRIAN, en Bolivia el producto turístico que logra más interés es el cultural, con un 26%, seguido por los productos gastronómicos (15%) y naturales (15%) (ver Gráfico 20). Este dato está basado en las búsquedas y menciones de turistas internacionales en las plataformas como TripAdvisor, Airbnb, Booking, Expedia, Instagram, Twitter o agencias de viaje en línea. Entre los productos culturales se destacan los museos, lugares de culto, obras de ingeniería y arquitectura, así como espacios con historia y patrimonio (Rodríguez, 2023a).

Gráfico 20: Intereses en productos turísticos en Bolivia, 2022-2023, (en porcentajes)



Fuente: Extraído de Rodríguez (2023a).

*Considera atractivos como Isla del Sol, Lago Titicaca, Salar de Uyuni, Pueblo de Copacabana y otros.

**Considera actividades como trekking, tours en bicicleta, vehículos todo terreno y 4x4, tour de excursionismo y campamentos, tour en moto, tour extremo y adrenalina y otros.

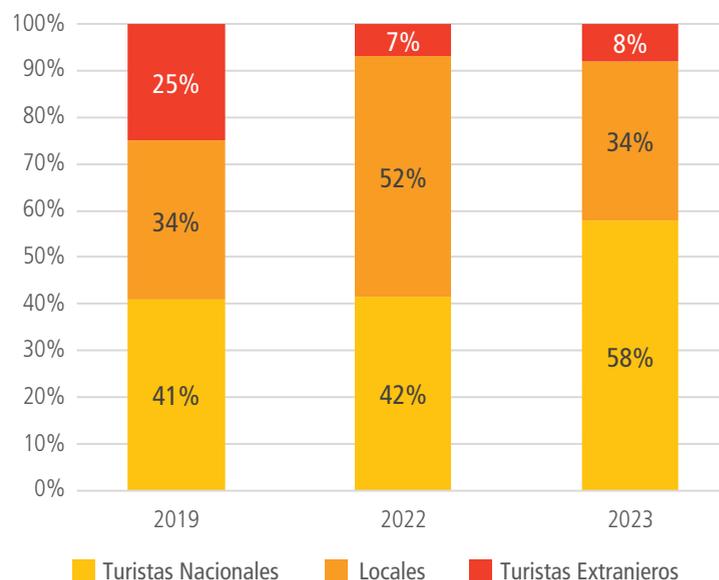
Caso de estudio: Carnaval de Oruro

La entrada Folclórica del Carnaval de Oruro atrae la atención de turistas tanto nacionales como extranjeros. Esta festividad se celebra en febrero o marzo de cada año como parte de la devoción de los bailarines a la Virgen del Socavón en Oruro. No obstante, tanto bailarines como espectadores disfrutaban de esta festividad. La pandemia tuvo un efecto negativo en la afluencia de turistas extranjeros, ya que se observa una disminución en su participación en los años 2022 y 2023 con respecto a 2019 (ver Gráfico 21).

A pesar de esta reducción, el Carnaval de Oruro sigue siendo un motor importante que dinamiza la economía boliviana. En 2023, atrajo a 348,000 espectadores y generó alrededor de 260 millones de bolivianos (Rodríguez et al., 2023). No obstante hay espacio para mejorar estas cifras. Para ponerlas en perspectiva, el Carnaval de Río de Janeiro en 2023 contó con la participación de 5 millones de participantes y generó ingresos cercanos a los 870 millones de dólares estadounidenses¹⁵.



Gráfico 21: Distribución de asistencia al Carnaval de Oruro, 2019, 2022 y 2023, (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con base a Medinaceli et al. (2022) y Rodríguez et al. (2023).

Como se ha mencionado, el Carnaval de Oruro es catalogado por la UNESCO como patrimonio intangible de la humanidad. Sin duda, tiene el potencial de atraer a más visitantes, tanto nacionales como internacionales, generar más divisas y también llegar a tener un efecto positivo en varios ODS. Sin embargo, hay varios aspectos que necesitan ser revisados y mejorados. Por ejemplo, la calidad de los servicios de transporte terrestre y aéreo, así como de las carreteras para llegar a Oruro estuvieron calificadas de regulares a malas en 2022 (Gonzales et al., 2022). La calidad de los servicios higiénicos y de seguridad también recibieron puntuaciones bajas (Medinaceli et al., 2022).

Por otra parte, la información en línea sobre esta festividad es escasa y está dispersa en varias páginas de redes sociales no oficiales. Para lograr que más visitantes internacionales lleguen a disfrutar de esta festividad, ayudaría de sobremano el desarrollo de un portal oficial que brinde información sobre cómo llegar a Oruro, dónde hospedarse, cómo adquirir tickets en línea, además de información histórica sobre cada baile.

¹⁵ Para más información: <https://www.forbes.com.mx/estas-son-las-cifras-del-carnaval-de-rio-de-janeiro/>



Sin duda, esta recomendación podría ser aplicada para otras festividades y eventos culturales en Bolivia. Como argumenta Olmos (2023), dada la dinámica de los eventos culturales en el macrodistrito centro de La Paz, una aplicación móvil versátil y que esté siendo constantemente actualizada, haría que dicho destino se vuelva un atractivo inteligente. Además, lograría que muchos turistas extranjeros como nacionales se enteren de los eventos, logrando conseguir más afluencia a estos.

Un ejemplo de éxito a seguir, es el portal Camino de las Misiones Jesuíticas¹⁶, un proyecto que se realizó

gracias a la colaboración del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y los países que forman parte de la ruta: Argentina, Bolivia, Brasil, Paraguay y Uruguay. Este sitio cuenta con información práctica de la ruta, mapa del camino, historia, además de una lista curada de los las agencias de viajes que operan en cada país y ofrecen servicios en las Misiones Jesuíticas.



5.2. Turismo de aventura

De acuerdo a la OMT, el turismo de aventura se define como: “un tipo de turismo que generalmente se desarrolla en destinos con características geográficas y paisajísticas y tiende a estar asociado con una actividad física, intercambio cultural, interacción y conexión con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo”.

El turismo de aventura está siendo cada vez más demandado. A nivel global, se estima que para 2032, la industria de turismo de aventura llegue a ser valorada en 2 billones de dólares estadounidenses y que las mujeres jugarán un rol importante en este crecimiento (Felton, 2024). Esto nos indica que tiene la capacidad de generar crecimiento económico y trabajos decentes (ODS 1 y ODS 8). Asimismo, la demanda por parte de mujeres adultas es otra buena noticia, ya que esto puede fácilmente traducirse en la generación de un turismo más respetuoso y que fomente la igualdad de género (ODS 5). Además, el turismo de aventura, como está basado en su mayoría en lugares al aire libre, tiene el potencial de ser un tipo de turismo con una huella de carbono baja (ODS 13).

Bolivia ocupa el puesto 32 en el *Natural Beauty Report*¹⁷, a pesar de no contar con dos de las dimensiones tomadas en cuenta para la calificación que son corales y costa. Esto resalta que el país posee un potencial alto para el turismo de naturaleza debido a su belleza y diversidad natural. Los mejores destinos para realizar turismo de aventura y naturaleza según TripAdvisor son: Salar de Uyuni, Lago Titicaca, Valle de la Luna, Sorata, Parques Nacionales y Reservas Naturales (Madidi, Amboró, Sajama, Eduardo Abaroa, Toro Toro, entre otros), Cordillera Real y sitios arqueológicos (Tiwanaaku, Fuerte de Samaipata, Qhapaq Ñan, entre otros).

La región metropolitana de La Paz ha sido coronada dos veces seguidas (2022 y 2023) como la ciudad con mayor biodiversidad del mundo en el *City Nature Challenge*¹⁸. Este nivel de biodiversidad se debe a los distintos pisos ecológicos que tiene, así como la variación en alturas que van desde los 416 m.s.n.m en Zongo hasta el pico de Huayna Potosí con 6.088 m.s.n.m. (GAMLP & UMSA, 2017). Estas pendientes dramáticas con variaciones impresionantes en la biodiversidad son ideales para el turismo de aventura. Por ejemplo, el famoso Death Road en bicicleta atrae aproximadamente 24,000 turistas por año (Malky, Mendizábal & Bobka, 2020). Huayna Potosí es ampliamente reconocido como la montaña más accesible del mundo con 6,000 m.s.n.m., lo que significa que no solamente atrae montañistas profesionales, sino también principiantes en esta disciplina. Huayna Potosí, sin duda, es la montaña más visitada por turistas actualmente, pero existen muchas otras montañas en Bolivia que son interesantes desde la perspectiva de turismo de alta montaña, como son el Illimani, Mururata, Peque-

¹⁷ Para más información: <https://www.money.co.uk/loans/natural-beauty-report>

¹⁸ Para más información: <https://www.citynaturechallenge.org/>

¹⁶ Para más información: <https://www.caminodelosjesuitas.com/operadores-turisticos/>

ño Alpamayo, Condoriri, Ancohuma, Illampu, Sajama, Pomerape, Parinacota, Acotango y las cordilleras de Apolobamba y Quimsa Cruz (AGMTB, 2022). En Latinoamérica, Bolivia es el tercer país con la mayor cantidad de montañas que tiene una altura por encima de los 4,500 m.s.n.m. (ver Tabla 6). Sin embargo, todavía no es referente de turismo de montaña y/o aventura. A nivel mundial se estima que entre 9% a 16% de las llegadas de turistas internacionales están movidos por el turismo de montaña (FAO & OMT, 2023). Actualmente, Chile es el país de la región que destaca en turismo de montaña y aventura, ganó el prestigioso reconocimiento del *World's Leading Adventure Tourism Destination* durante 6 años consecutivos¹⁹.

Tabla 6: Número de montañas por encima de los 4,500 m.s.n.m. en Latinoamérica, por países.

País	Montañas por encima de los 4,500 m.s.n.m.
Perú	260
Argentina	77
Bolivia	61
Chile	39
Ecuador	10
Colombia	7
Venezuela	1

Fuente: Elaboración propia con base a World Community High Points <https://www.peakbagger.com/list.aspx?lid=1100> & Wikipedia https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Monta%C3%B1as_de_la_cordillera_de_los_Andes

Por otra parte, entre las montañas más altas se encuentran hermosas laderas y valles que son ideales para realizar trekking, desde salidas de un solo día hasta recorridos aproximadamente de 16 días como sucede en la Transcordillera. Existen al menos tres caminos precolombinos turísticos importantes: 1) El Choro (desde la Cumbre hasta Chairo, cerca de Coroico), 2) La Ruta del Takesi (desde Choquecota hasta Yanacachi), y 3) Yunga Cruz (desde Chuñavi hasta Chulumani) (AGMTB, 2022).

Todas las actividades de aventura requieren guías altamente capacitados para minimizar riesgos y garantizar la máxima satisfacción de los turistas. Actualmente, la capacitación y certificación de guías es un punto débil en Bolivia, los cuales son exacerbados por la competencia basada en precios en lugar de calidad por parte de las agencias turísticas. Para expandir este tipo de actividades y mejorar la calidad, se necesita más inversión en capacitación y certificación para las y los guías de turismo de aventura. Además, se requiere una mayor inversión en infraestructura turística, principalmente para instalaciones sanitarias y albergues, con el propósito de atraer a turistas más exigentes y con mayor capacidad adquisitiva. Este enfoque no sólo mejoraría la experiencia del turista, sino que también fortalecería la competitividad del sector turístico de aventura en Bolivia.

Caso de estudio: Gestión integral de caminos prehispánicos - Caso Camino Takesi

El Camino Takesi se encuentra en el departamento de La Paz y fue declarado como Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2014. Esta ruta prehispánica destaca por ser uno de los caminos mejor cuidados, donde actualmente se practica turismo de aventura y naturaleza. Sin embargo, el estudio de Claros Roncal (2023) muestra que enfrenta varias amenazas, como la minería que contamina las aguas. La integración caminera, la urbanización y el turismo masivo son otros factores que amenazan la ruta. El estudio muestra que es imperativo que se trabajen en propuestas de gestión territorial para su protección y conservación. Esto demuestra que se debe realizar una mejor planificación y cuidado del patrimonio natural y cultural. Para lograr este objetivo es necesario contar con la participación de la población local y otros actores relevantes.

¹⁹ Para más información: <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-adventure-tourism-destination-2021>, <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-adventure-tourism-destination-2020>, etc.



Caso de estudio: Sorata un destino para el turismo de aventura

Sorata, ubicada en la provincia Larecaja del departamento de La Paz, destaca por su patrimonio histórico, cultural y su exuberante naturaleza enmarcada en la Cordillera de Los Andes. En este municipio se celebra desde el año 2004 una competencia de ciclismo de montaña conocida como *Jach'a Avalancha*, la cual fue reconocida el año 2015 como patrimonio del municipio, mediante Ley Municipal N° 008/2015 y la Ley Municipal N° 046/2017 de Patrimonio Deportivo y Cultural de Sorata.

Otra actividad que atrae a visitantes locales, nacionales e internacionales es la competencia del *Sky Marathon Sorata*, la cual forma parte del campeonato internacional de Skyrunning. Esta es una carrera pedestre a campo abierto que atraviesa el nevado Illampu y el nevado Ancohuma, el recorrido contempla desde los 8 hasta los 44 kilómetros. Organizado en colaboración con Skyrunning Bolivia, este evento se ha unido a la comunidad internacional de Skyrunning desde 2018.

El estudio de Loayza (2024) estima que el evento *Jach'a Avalancha* generó aproximadamente 2 millones de bolivianos y *Sky Marathon Sorata* un total de 150 mil bolivianos, lo cual constituye una fuente de ingresos significativa para la economía local.





5.3. Turismo comunitario

El turismo comunitario o de base comunitaria es un tipo de turismo que se centra en la participación de la comunidad en todos los aspectos, desde

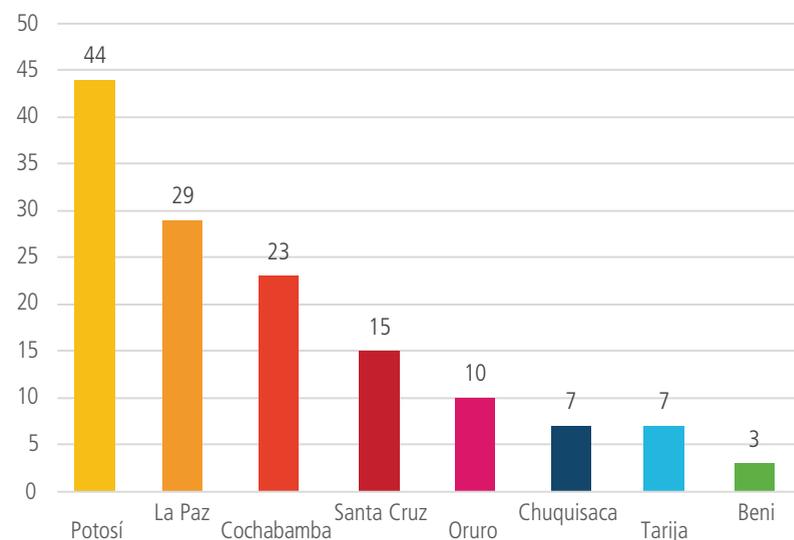
la formulación de ideas emprendedoras hasta la planificación, implementación, administración, seguimiento, evaluación y distribución de las ganancias. En varios países se ha observado que el turismo comunitario tiene una relación directa y eficiente con la reducción de la pobreza (ODS 1) y la promoción de comunidades sostenibles (ODS 11) (Pasanchay & Schott, 2021; Usman Khizar, et al., 2023).

Si se toma en cuenta el turismo comunitario que promueve las pernoctaciones en casas de familias rurales, también se tiene el potencial de contribuir a estas comunidades para que cuenten con acceso a agua potable (ODS 6), empoderamiento de las mujeres y por consiguiente de las comunidades (ODS 5), la creación de trabajo decente (ODS 8), la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas (ODS 15), así como el consumo responsable (ODS 12).

Entre las competencias del Estado dictadas por la Constitución Política se encuentran el promover y proteger el turismo comunitario, al igual que establecer y ejecutar programas y proyectos, y promocionar emprendimientos que practiquen este tipo de turismo en Bolivia. La relevancia de desarrollar el turismo comunitario en Bolivia, además de lo mencionado anteriormente, está relacionado con el desarrollo sustentable para los pueblos indígena originarios, campesinos, comunidades interculturales y afro-bolivianas.

En Bolivia se han desarrollado diferentes ofertas de turismo comunitario, a través de rutas y experiencias inmersivas en las comunidades, que en su mayoría buscan el manejo adecuado de los recursos naturales y el cuidado del patrimonio existente. Antes de la pandemia, había un total de 138 emprendimientos distribuidos en 8 departamentos (ver Gráfico 22). Sin duda, el COVID-19 tuvo efectos negativos en dichos emprendimientos, dejando para el año 2021 únicamente 33 en funcionamiento, de los cuales 11 se encuentran en áreas protegidas (San Martín Camacho et al., 2024).

Gráfico 22: Número de emprendimientos de turismo comunitario, por departamento, 2019



Fuente: Elaboración propia con base a San Martín Camacho et al. (2024).

Durante y después de la pandemia, las ofertas de turismo al aire libre o actividades en la naturaleza comenzaron a ser más demandadas, sobresaliendo igualmente las opciones de turismo en áreas rurales (OMT, 2020). Entre las distintas ofertas de turismo, se encuentra el agroturismo, una actividad con gran potencial en Bolivia con aproximadamente el 25% de la población económicamente activa trabajando en el sector agropecuario (INE, 2023). Actualmente existen emprendimientos y ofertas de agroturismo, que significan para las familias una gran oportunidad para diversificar sus ingresos económicos, contrarrestar los efectos de factores externos climáticos que puedan afectar su producción e incentivar prácticas sostenibles a favor del medio ambiente. Como también promueve la equidad de género y la preservación de los territorios.

A pesar de existir una oferta bastante variada para fomentar este tipo de turismo comunitario, aún se debe trabajar en la promoción y la mejora de los servicios ofrecidos. El potencial de las comunidades para generar productos turísticos es grande, pero se ha observado que en algunos casos es necesario romper paradigmas sociales y culturales dentro de las comunidades a través de la capacitación y la educación. Asimismo, la asistencia técnica

en procesos de innovación, digitalización y creación de manuales y cartillas son necesarias para este sector. Por ejemplo, en el emprendimiento de ASTUCOPECHA, ubicado en el Lago Titicaca, la asesoría brindada por ORBITA, logró avances significativos en los servicios básicos ofrecidos (alimentación, hospedaje, guía y transporte local) (San Martín Camacho et al., 2024). Sin embargo, es imprescindible que el Estado también apoye en varios ámbitos, desde la capacitación hasta brindar un ambiente apropiado para el desarrollo exitoso de estos emprendimientos.



Casos de estudio: Turismo Integral Comunitario Familiar (TICOF) y Caso Albergue Ecológico Chalalán

Condori Coarite (2023) estudió dos Emprendimientos de Turismo Comunitario (ETC). El primero es el TICOF gestionado por el Pueblo Indígena Originario Ayllu Puka Puka, ubicado en el municipio de Tarabuco en Chuquisaca. En el TICOF las mujeres tienen un papel protagónico al tener conocimiento sobre el tejido de la cultura Yampara y ser promotoras de productos locales y prácticas del compostaje. El segundo ETC, el Albergue Ecológico Chalalán, administrado por la comunidad de San José de Uchupiamonas del municipio de San Buenaventura del departamento de La Paz. Este segundo ETC se centra en el ecoturismo, promoviendo la conservación del patrimonio natural a través del reciclaje y el compostaje.

Con base a la observación participativa y entrevistas a profundidad y semiestructuradas, el estudio evidenció que ambos ETCs tienen impactos positivos en la implementación de los ODS 5, 8, 11, 12, 13, 15, 17. Sin embargo, el estudio también resalta que hay factores que obstaculizan estos alcances. Por ejemplo, las empresas mineras que operan ilegalmente en el Parque Madidi, contaminan el agua y alteran el ecosistema. El Albergue Ecológico Chalalán actúa como un guardián de la biodiversidad y la naturaleza, pero la presencia de autoridades gubernamentales es necesaria.



5.4. Turismo gastronómico

De acuerdo a la OMT, el turismo gastronómico es un tipo de turismo que se “caracteriza por la experiencia del visitante

vinculada a la comida y a los productos y actividades relacionados con ésta mientras viaja. Junto con las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede implicar otras actividades relacionadas, como

visitar a los productores locales, participar en festivales gastronómicos y asistir a clases de cocina.”

Al promocionar la gastronomía o productos locales, este tipo de turismo fomenta la creación de trabajos locales. Esto en parte, puede tener beneficios a través de toda la cadena de valor. Por lo tanto, el turismo gastronómico tiene el potencial de crear empleos decentes (ODS 8), crecimiento económico (ODS 1), reducir las desigualdades (ODS 5 & 10) y fomentar la producción y consumo responsable (ODS 12). Además, como se ha visto en varios países, muchos emprendimientos culinarios, se responsabilizan de los desechos alimentarios o evitan el desperdicio de alimentos como práctica de responsabilidad social, impactando en el ODS 12, pero también mantienen un vínculo estrecho con los productores, logrando un efecto en el ODS 2.

El sector gastronómico en Bolivia cobra relevancia en el turismo por dos razones: la oferta y la demanda. Primero, la gastronomía boliviana es única por su diversidad, su historia, la contribución y fusión de varias culturas y regiones, además de la variedad de ingredientes que utiliza. Sin duda, Bolivia cuenta con una riqueza gastronómica muy interesante que todavía no ha sido estudiada en su totalidad. En los últimos años se ha observado un crecimiento de propuestas culinarias innovadoras que han sido reconocidas a nivel internacional, posicionando a Bolivia dentro de los rankings internacionales como el *Latin America's 50 Best Restaurants*²⁰. La ciudad de La Paz alberga a tres restaurantes que ingresaron a di-

20 Para más información: <https://www.theworlds50best.com/latinamericalen/list/1-50>

cha lista: Gustu²¹ ocupa el puesto 23, Ancestral²² el puesto 62 y Phayawi²³ el puesto 84. Además, se han generado algunas iniciativas interesantes que buscan promover el turismo gastronómico a través del empoderamiento socioeconómico de jóvenes rurales, trabajando directamente con los productores, como Manq'a²⁴. Sumando a esto, el potencial del sector gastronómico de Bolivia ha generado que medios nacionales e internacionales desarrollen contenido sobre la variedad de platos y actividades gastronómicas que se dan en el país. Entre ellos, la plataforma Netflix publicó la serie *Street Food: Latinoamérica* y National Geographic la serie *Orígenes*. Adicionalmente, las revistas digitales internacionales *Lonely Planet*, *CNN Travel*, *Rainforest Cruises*, entre muchas otras, han mencionado y destacado la gastronomía del país.

La segunda razón por la cual el turismo gastronómico amerita estar entre los cinco tipos de turismo, es debido a la demanda que existe. De acuerdo a los datos de MABRIAN, el producto gastronómico es el segundo producto turístico con mayor interés por parte de los turistas extranjeros, después del producto cultural (ver Gráfico 20). Esto también se ve reflejado en el gasto, ya que la gastronomía es el principal gasto en el que incurren los turistas que visitan el país. El año 2019, el 30% de los gastos de los turistas internos y el 27% de los gastos de los visitantes extranjeros se destinaron a la alimentación, siendo éste el principal gasto durante su estadía en Bolivia (Rodríguez, 2023b).

No obstante, hay espacio para mejorar el desempeño del sector en todo el territorio boliviano. De acuerdo a la percepción de los turistas con respecto a productos culinarios, se aprecia que la satisfacción es regular tendiendo a buena en varios departamentos (ver Gráfico 23). Tarija destaca con el mayor número de reseñas positivas (60%), seguido de Cochabamba (57%). Sin embargo, también se observa, que en los departamentos como Oruro, Potosí y Chuquisaca existe margen para mejorar la experiencia culinaria que brindan, lo que contribuiría a mejorar la percepción de los turistas.

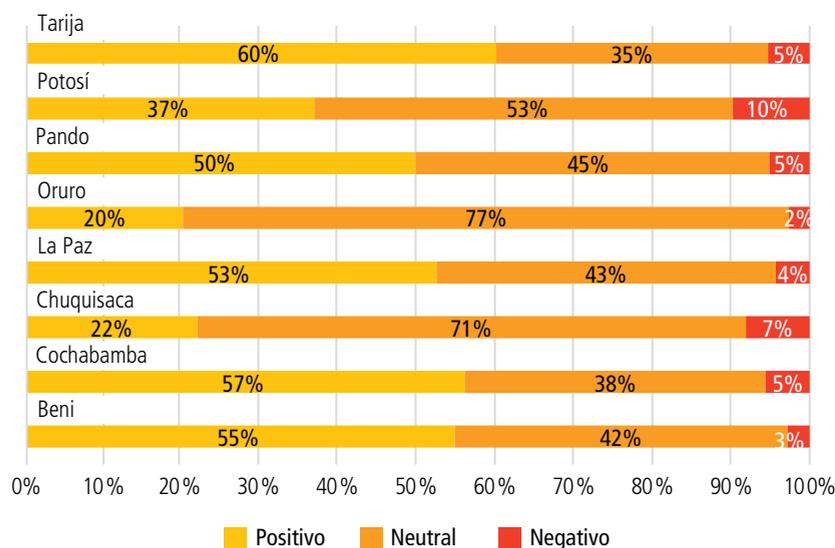
21 Para más información: <http://www.gustu.bo/es>

22 Para más información: https://www.instagram.com/ancestral_restaurante/?hl=en

23 Para más información: <https://www.facebook.com/PhayawiRestaurante/>

24 Para más información: <https://manqa.org.bo/>

Gráfico 23: Sentimiento de los turistas extranjeros respecto a la gastronomía, por departamento, 2022-2023, (en porcentajes)*



Fuente: Elaborado con base a Rodríguez (2023a).

*Nota: No se tienen datos para el departamento de Santa Cruz.

Cabe recalcar que la gastronomía siempre ha estado presente en el turismo, pero su rol ha cambiado en los últimos años. En la actualidad, muchos destinos turísticos alrededor del mundo están elaborando estrategias enfocadas en promover y resaltar su identidad gastronómica, para atraer a turistas interesados en explorar y disfrutar de la cultura culinaria local (OMT & BBC, 2019). En 2022, el turismo gastronómico se valoró en alrededor de 805 mil millones de dólares estadounidenses y se estima que alcance a los 3,282 mil millones de dólares estadounidenses para el 2031²⁵, por lo que vale la pena dirigir los esfuerzos a este tipo de turismo.

En Bolivia, el primer paso hacia esta dirección lo ha dado el Viceministerio de Turismo en alianza con el Movimiento de Integración Gastronómica Alimentario de Bolivia (MIGA), para elaborar el Plan Nacional de *Turismo Gastronómico con Identidad*²⁶. El convenio que fue firmado en agosto de 2021, tenía una vigencia de dos años. Todavía no se han publicado los objetivos y los alcances de dicho plan, ni los planes a futuro.

25 Para más información: <https://straitresearch.com/report/culinary-tourism-market>

26 Para más información: <https://miga.org.bo/noticias-miga/miga-y-el-viceministerio-de-turismo-elaboraran-el-plan-nacional-de-turismo-gastronomico/>

Para dar continuidad al desarrollo del turismo gastronómico, es primordial “identificar, investigar y analizar el potencial y el grado de desarrollo de los diferentes elementos de la cadena de valor del turismo gastronómico” (OMT & BCC, 2019: pp. 16). La fase de identificación debería estar dividida en: 1) patrimonio gastronómico, 2) productos gastronómicos, productores e industrias alimentarias 3) restaurantes y alojamiento, 4) comercio especializado, 5) eventos y festividades relacionados a la gastronomía, 6) espacios de divulgación y 7) centros de investigación y formación gastronómica (OMT & BCC, 2019).

Por otra parte, es primordial que el Plan Nacional cree incentivos en el mercado de tal manera que los actores del sector que ya muestran liderazgo, como los restaurantes Gustu, Ancestral, y Phayawi busquen innovar y expandirse más. El caso de Perú, país vecino de Bolivia, es inspirador y debería tomarse como una lección. En una década, Perú pasó de tener alrededor de 200 restaurantes a 4,000, de los cuales más de 400 están en Estados Unidos (Elías et al., 2022). Esta revolución gastronómica se dio en base a un proceso que combinó innovaciones conceptuales y experimentales motivada por incentivos del mercado y liderada por una persona: Gastón Acurio (Elías et al., 2022).



Fotografía: Gustu



Alimentos o productos de calidad en Bolivia son una oportunidad para promocionar al país en el exterior

Bolivia es un país que destaca internacionalmente por ciertos productos en específico. Por ejemplo, el cacao boliviano obtuvo medalla de plata en "Cacao of Excellence 2023", el vino boliviano ganó medallas de oro en el XXI Concurso Internacional de Vinos Bacchus 2023 de España, y la miel ganó medalla de oro en la competencia APIMONDIO de 2023. Incluso el singani boliviano ha sido calificado como Altamente Recomendable en el concurso Ultimate Spirits Challenge y ha sido galardonado en otros. Igualmente, el café de especialidad resalta por su calidad en torneos y subastas internacionales.

Reconociendo este potencial y que el turismo es considerado como una estrategia fundamental para el desarrollo rural, ya se cuentan con rutas de agroturismo que resaltan el café, cacao, vino y miel. Sin embargo, existen otros productos como la artesanía y las experiencias que podrían dar paso a nuevas opciones de agroturismo en el país.



5.5. Turismo científico

La OMT no tiene una definición para el turismo científico, por lo que SDSN Bolivia ha acuñado su propia definición. El turismo científico es la visita a destinos específicos

con el propósito de realizar investigaciones, estudios científicos, programas educativos y/o trabajos de campo en diferentes campos del conocimiento. Adicionalmente, siguiendo a (Giuello, 2023), se reconocen actividades relacionadas a la observación de aves, turismo astronómico y paleontológico como parte del turismo científico.

En general los turistas científicos, a comparación de los turistas tradicionales, suelen quedarse en los destinos que visitan por un largo plazo de hasta 12 meses, lo cual se traduce en más ingresos para la población receptora (ODS 1 & 8). Además, suelen formar vínculos más estrechos con la comunidad más cercana y, por consiguiente, llegan a tener un mejor conocimiento del lugar que los recibe y a valorarlo (ODS 16). Otro punto a favor es que los turistas científicos tienen, en su gran mayoría, educación a nivel universitario, lo que los hace tener más respeto y cuidado hacia la biodiversidad, el ecosistema y la población del destino donde están situados (ODS 5, 12 & 15). Igualmente, instituciones académicas involucradas en el estudio de las ciencias generan alianzas e intercambios a nivel global para aportar a la elaboración de productos científicos o nuevos descubrimientos (ODS 4 & ODS 17). Por último, por el apego y sentimiento que algunos llegan a desarrollar con las comunidades y lugares que los reciben, son los mejores embajadores de estos en sus países de origen y de esta manera promueven el turismo de estos destinos (Laarman & Perdue, 1989). Es por esta razón que este tipo de turismo tiende a cosechar más bondades y contribuir más al logro de los ODS.

Por otra parte, los y las investigadoras que generan conocimiento científico suelen contribuir a la identificación de especies en peligro, el descubrimiento de nuevas especies, el estudio de la flora y fauna, y el descubrimiento y la valoración del patrimonio cultural. Todos estos son ámbitos en los que Bolivia, un país con gran ri-

queza aún no explorada y estudiada en su totalidad, requiere de más investigaciones. Si Bolivia se enfocara en promover el turismo científico, las investigaciones y sus resultados podrían ayudar a la conservación y protección de los recursos del país mediante la generación de conocimiento. Esto a su vez, contribuiría al desarrollo de un turismo respetuoso con el medio ambiente y a la población local. Sin duda, no se puede proteger lo que no se conoce.

Si nos concentramos en la biodiversidad, por su situación geográfica en la región subtropical de América del Sur se conjetura que la biodiversidad de Bolivia es significativa. Sin embargo, todavía hay muchas preguntas, contradicciones y lagunas de conocimiento. Para empezar, no se tiene claro el porcentaje de la biodiversidad mundial que tiene Bolivia (Argandoña et al., 2024). Igualmente, algunas fuentes ubican al país entre los 20 países con mayor diversidad²⁷ y otros medios de comunicación entre los 10²⁸. Si bien, difícilmente se puede tener datos exactos, ayudaría que más científicos estudien nuestros ecosistemas y las especies que habitan en ellos.

27 Para más información: <https://theswiftest.com/biodiversity-index/>

28 Para más información: <https://www.dw.com/es/reino-unido-descubren-en-kew-gardens-a-la-victoria-boliviana/a-62347089>

Con respecto al patrimonio cultural, Bolivia también tiene muchas riquezas, que recién están siendo descubiertas o que todavía pasan desapercibidas, y que tienen potencial para convertirse en destinos turísticos destacados. Un ejemplo notable es el descubrimiento, en 2022, de 26 yacimientos con restos arqueológicos en la Amazonía boliviana²⁹. Los hallazgos de los científicos revelaron la presencia de terrazas y lomas artificiales de hasta cinco metros de altura, abarcando unas 22 hectáreas de extensión, donde se identificaron alrededor de 120 estructuras arqueológicas y ceremoniales, incluyendo pirámides cónicas de entre 13 a 21 metros de altura. Este sitio tiene el potencial de emular el éxito turístico de destinos como Machu Picchu en Perú, que cuenta con 60 monumentos arqueológicos en un área de 37.3 hectáreas. Vale mencionar que sólo Machu Picchu moviliza un ecosistema en Cuzco de al menos 1,700 agencias de viaje³⁰ y 2,091 hoteles³¹, llegando al menos a 3,700 unidades productivas turísticas y multiplicándose con otros proveedores de productos y servicios. En contraste, todo el territorio boliviano contempla un ecosistema de alrededor de 3,900 unidades productivas³². Sin duda,

29 Para más información: <https://www.dw.com/es/hallan-ruinas-de-civilizaci%C3%B3n-prehisp%C3%A1nica-perdida-en-profundidades-de-la-amazonia-boliviana/a-61958035>

30 Para más información: Cusco: 37% de agencias turísticas en la región son informales | PERU | EL COMERCIO PERÚ

31 Para más información: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4402119/Reporte%20Regional%20de%20Turismo%20Cusco%20A%C3%B1o%202022%20.pdf?v=1680646363>



el primer paso para lograr desarrollar estos polos turísticos es la investigación científica y el mejor conocimiento de las vastas riquezas que posee Bolivia.

A grandes rasgos, para promover el turismo científico, es imperativo que se haga un mapeo de los actores más importantes, como autoridades gubernamentales, universidades y ONGs (Slocum et al., 2015). Además, son necesarios convenios entre universidades nacionales e internacionales para gestionar el intercambio de investigadores y atraer la inversión de universidades del exterior. Asimismo, sería muy beneficioso que el gobierno trabaje conjuntamente con la academia y ONGs para facilitar procesos en la firma de dichos convenios, así como para brindar una imagen de un país que promueve la investigación científica.

En Latinoamérica, Costa Rica quizá es uno de los países que más se ha beneficiado de este tipo de turismo. En los 80s, Costa Rica carecía de una infraestructura adecuada para promover el turismo y este sector no era considerado por el gobierno como una prioridad. Además, los conflictos regionales en Centro América tampoco ayudaban. Sin embargo, contra todo pronóstico, un número substancial de biólogos tropicales de Estados Unidos llegaron a Costa Rica bajo el auspicio de la *Organization for Tropical Studies* (OTS) (Laarman & Perdue, 1989). Una encuesta de dicha institución reveló que muchos de los biólogos retornaban a Costa Rica en parte por motivos profesionales, pero también por motivos personales. Actualmente, a Costa Rica continúan llegando biólogos de muchas partes del mundo. Sin embargo, el gobierno de Costa Rica ha cambiado totalmente su estrategia. Ahora el turismo es una de sus prioridades. No obstante, vale resaltar, que el reciente éxito del desarrollo del turismo en Costa Rica yace en la colaboración estrecha que existe entre el sector público, privado y la academia. El Instituto Costarricense de Turismo (ITC)³³, por ejemplo, trabaja para posicionar a Costa Rica como un destino diferenciado, fusionando los conocimientos y experiencia de los tres sectores mencionados. Con base en los conocimientos brindados por el ITC, sobre cómo impulsar el turismo sin dejar a un lado la conservación de los ecosistemas, Costa Rica actualmente promociona su turismo³⁴. Esto, por su parte, atrae a más turistas científicos, creando así un círculo virtuoso.

Caso de estudio: Potencial del turismo astronómico en el Salar de Uyuni

El estudio de Yujra Callisaya & Chuquimia Laime (2024) propone a un tipo de turismo científico como una alternativa para impulsar el desarrollo sostenible del Salar de Uyuni. De acuerdo al ranking de los 10 destinos más visitados en Bolivia, el Salar de Uyuni se encuentra en primer lugar (Rodríguez, 2023a), y cuenta con condiciones favorables (altura, clima estable, baja alteración de la oscuridad natural, aislamiento, entre otras) para desarrollar el turismo astronómico y competir a nivel internacional con destinos que ya cuentan con esta especialización (Yujra Callisaya & Chuquimia Laime, 2024). La especialización de esta región en este tipo de turismo se presenta como una alternativa promotora del desarrollo sostenible contribuyendo a la diversificación de la oferta turística del destino y al fortalecimiento del servicio por parte de las empresas dado que deben equiparse y capacitarse para iniciar con esta modalidad y atender a los clientes potenciales.

32 ORBITA realiza un relevamiento de las empresas turísticas en Bolivia y hace actualizaciones del mapeo de forma periódica. Esta cifra es la más actualizada a la fecha (marzo 2024).

33 Para más información: <https://www.ict.go.cr/es/>

34 Para más información: <https://www.visitcostarica.com/en/costa-rica/what-makes-costa-rica-unique>







**COSTA RICA:
UN EJEMPLO INSPIRADOR**

06

06

COSTA RICA: UN EJEMPLO INSPIRADOR

En diciembre de 2023, cuatro miembros de los equipos de SDSN Bolivia y ORBITA, acompañados de otros actores importantes del sector turístico en Bolivia, visitaron Costa Rica con el objetivo de comprender cómo dicho país utiliza el turismo como una herramienta para alcanzar el desarrollo sostenible.

Entre 1940 y 1980, Costa Rica enfocó su desarrollo económico en actividades agropecuarias y como consecuencia deforestó gran parte de su bosque (Barrantes, 2000). Se estima que entre 1940 y 1950, la cobertura boscosa cubría 70% del país, a comparación de 1986, donde solamente quedaba un 21%; convirtiéndose en el país con mayor pérdida de bosque en Centroamérica (Barrantes-Sotela & Arias, 2020). Sin embargo, actualmente es un país reconocido por su biodiversidad y conservación de bosques, logrando ampliar su cobertura forestal a casi 60 % del territorio (MINAE, 2023). Esto se debe a que en los 90s se implementaron regulaciones ambientales estrictas y políticas para la conservación de bosques, reconociendo la importancia de promover actividades económicas que realicen un uso sostenible de los bosques. A partir de ello, también se diversifica la economía con actividades de nuevos sectores, entre ellos, el turismo (Parada, et al., 2019).

En este nuevo contexto, Costa Rica aprovecha el turismo natural y de bienestar para generar recursos económicos y al mismo tiempo cuidar el bosque y su población. Uno de las lecciones más importantes de dicho país para lograr este cambio es la motivación a las empresas a participar en actividades amigables con el medio ambiente, basado en la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible. Como también en la variedad de certificaciones empresariales que existen para el turismo sostenible que han permitido a Costa Rica ser reconocida en turismo ecológico (MINAE, 2023). Esto ha dado paso a la sinergia que existe entre las instituciones gubernamentales, el sector privado y la academia.

Esta sección, describe los hallazgos más importantes que se hicieron durante dicha visita. Las medidas implementadas por Costa Rica en los tres pilares de la Agenda 2030, ambiental, social y económico, son un ejemplo que Bolivia puede tomar como inspiración.

6.1. Medidas para la protección del medio ambiente

La política ambiental de Costa Rica se enfoca principalmente en promover la conservación de la biodiversidad, la cual alberga el 5% de la biodiversidad que se conoce en todo el mundo (CONAGEBIO y SINAC, 2015). La ampliación de áreas protegidas y corredores biológicos, junto con el énfasis en generar conectividad entre los ecosistemas y la participación de las partes interesadas no gubernamentales y las comunidades locales, ha contribuido a reducir la pérdida de biodiversidad. Además, el país se esfuerza por educar, sensibilizar y comprometer a la sociedad en la conservación de la biodiversidad, que incluso es una parte fundamental de su Política Nacional de Biodiversidad.

Costa Rica ha establecido alianzas con el sector académico, privado y público para recopilar y actualizar información sobre la biodiversidad, facilitando la toma de decisiones y la promoción de ambientes ecológicamente equilibrados. La recolección de información, como por ejemplo en temas de carbono, ha permitido al país aprovechar oportunidades de financiamiento para conservar y restaurar ecosistemas. Aunque también financian la biodiversidad con parte de los ingresos de impuestos sobre los combustibles (MINAE, 2023).

A continuación, se explica sobre un destino que fue visitado y que demuestra cómo la educación y la investigación dan paso a la conservación del ambiente y a un turismo responsable.

Caso de estudio: Reserva Biológica Tirimbina, un ejemplo de buenas prácticas

La Reserva Biológica Tirimbina que está ubicada en Sarapiquí, es un Refugio Nacional de Vida Silvestre Privado con 345 hectáreas de bosque. Esta reserva tiene un modelo de investigación, educación y ecoturismo para la conservación. Debido a que desea proteger la biodiversidad de la zona, promueve la educación ambiental mediante “aulas en el bosque” que promueve el contacto directo con diferentes objetos de estudio, y la investigación científica a partir de programas de investigación natural y educativa. Tirimbina ha logrado la generación de numerosos productos científicos en bosque tropical lluvioso.

Igualmente, en la Reserva se cuentan con espacios de servicios gastronómicos, hospedaje y ofertas de visita a senderos especializados. Esto logra impactos positivos no solamente en el turismo, sino también en la población local que trabaja en el lugar. Asimismo, los convenios con entidades públicas como el Ministerio de Ambiente y Energía, Fondo Nacional de Financiamiento Forestal; entidades privadas como American Bird Conservancy e IICA; academia como la Universidad de Costa Rica, demuestran que la participación y la gestión del desarrollo turístico requiere de acciones conjuntas.



6.2. Medidas para la protección de las mujeres que trabajan en el sector

Las mujeres empleadas en la industria del turismo, a nivel global, enfrentan uno de los niveles más elevados de acoso sexual en su lugar de trabajo (IFC & Social Development Direct, s.f.). Varias instituciones en Costa Rica están consientes de este hecho y toman acciones para minimizar los efectos negativos que el turismo puede tener en las mujeres trabajadoras. En primer lugar, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) ha identificado áreas dentro del sector que requieren fortalecimiento y realizan un constante análisis y evaluación de éstas³⁵. Para lograr dicho monitoreo, el ICT organiza talleres de capacitación para mujeres que laboran en el sector³⁶ donde aprovechan para hacer una lectura de los problemas e identificar a los grupos de mujeres más vulnerables. Además, el ICT forma parte integral de la estrategia nacional CONACOES, en busca de desestimular y sancionar cualquier forma de explotación sexual o comercial tanto en niñas, niños como en mujeres del sector³⁷.

Por otra parte, el ITC ha establecido alianzas tanto con los sectores públicos y privados, lo que le permite brindar asesoramiento a las empresas en la gestión de políticas necesarias que generen las mejores prácticas a favor de las mujeres que laboran en el sector. Por último, en un esfuerzo conjunto de varios ministerios e instituciones gubernamentales en 2022, Costa Rica lanzó la Ruta de Género³⁸. Este plan de acción, tiene como objetivo involucrar a todos los actores sociales en la construcción de un entorno seguro para todas las mujeres costarricenses y para aquellas que visitan el país, contribuyendo así a lograr que Costa Rica se convierta en un destino donde cada rincón sea seguro para todas las mujeres. De esta forma, Costa Rica es un país que está firmemente comprometido con la promoción de un turismo responsable que proteja a las mujeres.

35 Para más información: <https://www.unwto.org/event/violence-against-women-in-the-tourism-sector>

36 Para más información: <https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas/2091-mujeres-empresarias-en-turismo-de-costa-rica-reciben-capacitacion-del-programa-primer-plano-de-la-omt.html>

37 Para más información: <https://cnna.go.cr/comisiones/comision-nacional-contra-la-explotacion-sexual-comercial-de-ninos-ninas-y-adolescentes-conacoes/>

38 Para más información: <https://www.seguridadpublica.go.cr/oiieg/biblioteca/documentosinteres/Plan%20Nacional%20Ruta%20de%20Genero.pdf>

6.3. Promoción de la inversión en el sector turístico

Para asegurar el desarrollo continuo del sector turístico, Costa Rica promueve la inversión tanto a nivel nacional como extranjero, principalmente en temas de naturaleza y biodiversidad porque es el principal atractivo para el sector. El ICT cuenta con una Unidad de Atracción de Inversiones³⁹, la cual proporciona información detallada sobre todas las inquietudes que frecuentemente presentan potenciales inversores⁴⁰. Desde información general del país, el desempeño de la economía nacional, hasta información más específica sobre la constitución de las compañías extranjeras y nacionales, regulaciones fiscales, y el desempeño del sector turístico⁴¹. Dicha información es brindada tanto en español como en inglés de manera interactiva, concisa y accesible al público.

Adicionalmente, Costa Rica cuenta con el respaldo del CINDE (Costa Rican Investment Promotion Agency), una organización privada respaldada por el gobierno, cuyo objetivo es atraer inversiones extranjeras. Además, dicha organización tiene como meta canalizar inversión en Costa Rica para alcanzar la implementación de la Agenda 2030⁴². Entre los siete sectores priorizados por el CINDE está el turismo. La información sobre el sector turístico está plasmada en la página de CINDE de una forma clara y concisa, mostrando a Costa Rica como un destino líder en turismo sostenible, que está comprometido en conservar el medio ambiente⁴³. No obstante, fuera de los proyectos de cooperación técnica y financiera reembolsable y no reembolsable, cuentan con otros mecanismos de cooperación que le permite apoyar actividades del Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC).

39 Para más información: <https://www.ict.go.cr/es/informacion-institucional/atraccion-de-inversiones.html>

40 Para más información: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/atracccion-de-inversiones/1048-inversiones-en-costa-rica-preguntas-frecuentes/file.html>

41 Para más información: <https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/cifras-turisticas.html>

42 Para más información: <https://www.cinde.org/es/acerca>

43 Para más información: <https://www.cinde.org/en/sectors/health-and-wellbeing/tourism-infrastructure>









07

RECOMENDACIONES

07

RECOMENDACIONES

Como se evidencia en este documento, el sector turístico podría beneficiarse significativamente si los esfuerzos se concentran en los cinco tipos de turismo con mayor potencial para alcanzar los ODS, los cuales ya cuentan con interesantes iniciativas. El posicionamiento de Bolivia como un destino turístico relacionado a la gastronomía, cultura, aventura, comunidades y ciencia se beneficiaría si va acompañada de un nuevo modelo de turismo, respaldado por estrategias nacionales que promueven un turismo diferenciado y que se integran a la agenda nacional.

Este enfoque requiere mejoras en varias áreas, que incluyen las experiencias turísticas, fortalecimiento de habilidades empresariales, comerciales y digitales de los diferentes sectores involucrados, así como el desarrollo de productos turísticos para cada tipo de turismo. Además, es esencial que esta estrategia logre mantenerse en el tiempo para que los cambios de autoridades no perjudiquen el avance sino al contrario alineen el turismo con los objetivos de la agenda nacional. Por otra parte, para que estos tipos de turismo puedan generar buenos resultados se necesitan cambios estructurales en varias áreas. Esta sección hace una lista de las recomendaciones más importantes.

Antes de detallar las recomendaciones, es crucial resaltar uno de los mensajes más importantes de este documento, que es la necesidad de una colaboración coordinada y estrecha entre el sector público, privado y academia para avanzar hacia un turismo con propósito. Muchas de las recomendaciones y propuestas, detalladas a continuación, son difíciles de alcanzar si solo se abordan desde un ámbito sectorial.

7.1. Recomendaciones que requieren acción inmediata

La Constitución Política del Estado, en su artículo 337, reconoce al turismo como una actividad económica estratégica. Sin embargo, a pesar de este reconocimiento, todavía no se han implementado políticas que promuevan inversiones estatales estratégicas

en el sector turístico. Por lo tanto, se recomienda que el gobierno central dirija su atención e invierta en el desarrollo y fortalecimiento del sector turístico como una medida estratégica para impulsar la economía del país.

- Tanto el gobierno central como los gobiernos municipales deberían aprovechar el reciente enfoque de bancos de desarrollo y de la cooperación internacional hacia el desarrollo del turismo como una herramienta para alcanzar sostenibilidad y bienestar⁴⁴, y obtener financiamiento (con o sin garantía soberana) para impulsar proyectos en el sector.

- En primera instancia, la inversión debería ser dirigida a mejorar y renovar la infraestructura turística básica como baños, aeropuertos, estaciones de buses, paradas de buses y servicios básicos, que mejoren la experiencia turística. Toda esta infraestructura también beneficiará a la población local. Asimismo, también se debería invertir en programas que fortalezcan las habilidades de la población local que trabaja en turismo para que promuevan más destinos turísticos de forma eficiente.

- La mejora del software de tramitación en las fronteras terrestres es necesaria para la eficiencia en el llenado de datos de migración. Igualmente se recomienda mejorar la experiencia del visitante en estos puntos mediante el acceso y la comodidad en baños y espacios que les permita resguardarse de las lluvias o el sol. Actualmente los turistas esperan al menos dos horas para realizar sus trámites de migración.

- El sector aeronáutico es la columna vertebral del turismo receptivo. Como se ha observado, los tres aeropuertos internacionales de Bolivia registraron en 2022 una disminución del flujo de pasajeros internacionales. Se recomienda que el gobierno central

⁴⁴ Para más información: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2023/05/caf-crea-direccion-de-turismo-para-impulsar-el-desarrollo-el-empleo-y-el-bienestar-en-america-latina-y-el-caribe/>, <https://www.iadb.org/es/quienes-somos/tematicas/turismo-sostenible> & https://www.jica.go.jp/Resource/spanish/newsfield/2020/201221_01.html



analice el escenario en busca de cuellos de botella y brinde soluciones para aumentar la conectividad aérea y bajar los precios de los boletos.

- Es imperativo que Bolivia cuente con un portal oficial que proporcione a los turistas información sobre el país, incluyendo opciones de transporte, información sobre los requisitos para ingresar al país, consejos, y listas sobre festividades y atractivos turísticos. Países vecinos como Perú, Chile y Brasil nos llevan la delantera en este aspecto al contar con sitios web oficiales que brindan información esencial para turistas extranjeros, poniendo énfasis en los tipos de turismo en los que cada país tiene fortalezas.
- La Cancillería boliviana debería reconsiderar las visas que actualmente solicitan a ciertas nacionalidades. Actualmente es difícil conseguir información sobre la aplicación de las visas. Al menos la aplicación debería ser en línea, y no así a la llegada al país y con la solicitud de pago en efectivo.

7.2. Recomendaciones importantes a mediano plazo

- Los datos sobre turismo son esenciales para poder tener un monitoreo continuo sobre el sector, permitiendo que diferentes actores tomen decisiones informadas. Actualmente, los datos publicados por el INE sobre turismo son escasos e infrecuentes. En el CENSO 2024 el turismo no es mencionado y sólo fue tomado en cuenta en un módulo en la Encuesta de Hogares de 2019, pero no en las demás encuestas recientes. Ayudaría mucho que el Viceministerio de Turismo publique un informe, de forma trimestral, sobre el estado del turismo, basado en los registros en fronteras y hoteles.
- El Sistema de Información Estadística de Turismo (SIET) del INE, en coordinación con el Viceministerio de Turismo y otras entidades involucradas en la generación de información a nivel nacional, deberían considerar nuevas formas de medición del turismo que incluyan su aporte al progreso social, y no solamente al PIB nacional. Esto permitiría demostrar el efecto multiplicador que tiene la industria del turismo sobre la economía y el bienestar, lo que incluso es un factor importante para la búsqueda de financiamiento de proyectos en reactivación económica, inclusión y reducción de desigualdades.

- La estandarización de la calidad turística en destinos turísticos potenciales a partir del cumplimiento de ciertos requisitos que impulsen el desarrollo, la competitividad y una mejora en la experiencia del turista. Para ello se recomienda el uso de certificaciones específicas para el sector, con la finalidad de incentivar una gestión turística más sostenible, segura y adecuada.
- El turismo tiene el potencial de lograr un efecto positivo en la lucha de igualdad de género. Es imperativo que esta lucha no se concentre simplemente en la generación de empleos y reducción de brechas salariales. Dado que el sector turístico es uno de los que registra más casos de acoso sexual en contra de mujeres, es necesario que Bolivia identifique cuáles son los sectores de mujeres que son más vulnerables a sufrir violencia de género y que implemente medidas para desalentar y sancionar todos los tipos de violencia de género en la industria.
- Para asegurar una buena distribución de los turistas en todo el territorio nacional, BOA podría ofrecer un *Tourist Pass* para turistas internacionales, con una validez para 5 a 7 tramos nacionales durante 30 a 90 días, a un precio atractivo. Esta iniciativa no solamente ayudaría a distribuir mejor a los turistas en los diferentes destinos importantes, sino también ayudaría a que se queden más tiempo en el país, lo cual es clave para aumentar el gasto por turista.
- Los consulados bolivianos en el extranjero podrían también colaborar para que Bolivia sea un destino conocido. Varios consulados estratégicos podrían promocionar a Bolivia y firmar acuerdos con estos países.
- Generalmente, cuando se habla sobre cómo se podría mejorar el turismo, se piensa en el rol que juegan los gobiernos centrales. Sin embargo, los gobiernos locales también pueden tener repercusiones positivas significativas. Usualmente los gobiernos locales tienen mejor y mayor conocimiento sobre las necesidades y potenciales de su región. De esa forma pueden implementar políticas y proyectos que apoyen al turismo. El primer paso para cualquier gobierno municipal o gobernación es trabajar en mejorar la infraestructura y los servicios básicos. Sin lugar a duda una ciudad que no sea buena para los ciudadanos con dificultad atraerá a turistas.

- Muchas festividades como el Carnaval de Oruro o la entrada folclórica del Gran Poder en La Paz, que son catalogadas como patrimonio intangible de la humanidad por la UNESCO, merecen tener más apoyo de las autoridades. Para empezar, la creación de un sitio web oficial que brinde información básica sobre cómo llegar a la festividad, consejos, y que permita la venta en línea de tickets para poder presenciar estas festividades serían de mucha ayuda.
- Un cambio de actitud y enfoque por parte de los emprendedores y empresarios del sector turístico podría resultar en un aumento significativo de sus ganancias. Actualmente se observa una tendencia de muchas empresas a competir principalmente en términos de precios. Sin embargo, si los empresarios y emprendedores orientan sus esfuerzos hacia la identificación de un nicho de mercado y la provisión de servicios de alta calidad, podrían establecer tarifas acordes con el valor de sus servicios. Esta estrategia ayudaría a evitar prácticas de competencia desleal y el constante regateo de precios.
- El rol de la academia es imprescindible en todos los puntos anteriormente mencionados. En los últimos años, se ha observado un incremento en el interés hacia el turismo por parte de la academia. En varias universidades del país se abrieron carreras que se enfocan en turismo, gastronomía y hospitalidad. Esto es muy positivo para el sector. Sin embargo, otras carreras son clave para el desarrollo del turismo científico, por ejemplo, biología, geología, antropología, agronomía, ingeniería, y astronomía. La academia debería trabajar de forma estrecha con el gobierno y los empresarios para desarrollar el potencial del sector turístico para el beneficio de la sociedad.









08

CONCLUSIONES

08 CONCLUSIONES

Bolivia es un país con un gran potencial para desarrollar un sector turístico que no solo genere crecimiento económico, sino que también promueva el desarrollo sostenible en todos los rincones del país. Su ubicación geográfica en la región subtropical de América del Sur le otorga una biodiversidad única que aún no ha sido completamente explorada, mientras que su rica historia, forjada por la fusión de diversas culturas, la distingue como un destino turístico excepcional.

Actualmente, el turismo en Bolivia, a pesar de enfrentar varios desafíos como la falta de una conectividad aérea óptima, la escasa inversión estatal y los efectos adversos de la pandemia, ha logrado avances significativos. En 2019 se estimó que el sector turístico contribuía con el 6.0% del VBP nacional, posicionándose como el cuarto sector después de los sectores de manufactura, agrícola y pecuario. En el ámbito social, es alentador observar que las mujeres constituyan la mayoría de la fuerza laboral, superando más del 70%. Esto abre oportunidades para el empoderamiento de más mujeres bolivianas. Además, el impacto ambiental del sector es mínimo. Sin embargo, aún queda margen para optimizar este sector. Las proyecciones muestran que, con ciertos ajustes y cambios, este sector puede llegar a generar 3,000 millones de dólares estadounidenses al año.

Durante los últimos dos años y medio, SDSN Bolivia y la Fundación IES, a través de ORBITA, han dirigido sus esfuerzos hacia el estudio exhaustivo del sector turístico, con el objetivo de comprender su alcance actual y proponer un turismo que salvaguarde el patrimonio, proteja a las mujeres, conserve la biodiversidad y sea un motor de desarrollo para Bolivia. Este reporte, con base a las investigaciones, propone el concepto de turismo con propósito, como una estrategia inteligente para priorizar acciones que impulsen el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y al mismo tiempo mejoren la experiencia del turista. Para alcanzar dicho objetivo, propone

que todos los esfuerzos sean concentrados en el desarrollo y la promoción de cinco tipos de turismo que ya muestran potencial y efectos positivos en las comunidades. Estos cinco tipos de turismo incluyen: Cultura, aventura, comunitario, gastronómico y científico.

Sin duda, como se ha visto en la sección de recomendaciones, existen muchas limitaciones y obstáculos actualmente que necesitan ser abordados en conjunto por el sector privado, público y académico. Sin embargo, si estos sectores priorizan el turismo y empiezan a tomar acciones lo más pronto posible, poco a poco el país podrá ver resultados.

La conclusión más importante de este reporte es que el turismo, si está bien dirigido, tiene el potencial de contribuir tanto de forma directa como indirecta en la implementación de la Agenda 2030 y cambiar, de forma positiva, la vida de muchas bolivianas y bolivianos. Un país que atrae a turistas internacionales generalmente es un país donde los servicios, infraestructura y atractivos también benefician a sus ciudadanos. Esto debería ser motivación suficiente para que todos los sectores encaucen todos sus esfuerzos para impulsar el sector de forma inteligente.



REFERENCIAS

- AGMTB. (2022). El Ajayu de las montañas: Guía de ascensos y buenas prácticas para tocar el cielo. La Paz, Bolivia: Asociación de Guías de Montaña y Trekking de Bolivia.
- Andersen, L.E. & Mendoza, R. (2024). El turismo como generador de divisas y motor de desarrollo sostenible. Blog, marzo 2024. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/el-turismo-como-generador-de-divisas-y-motor-del-desarrollo-sostenible/>
- Andersen, L.E., Canelas, S., Gonzales, A., & Peñaranda, L. (2020). Atlas Municipal de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Bolivia 2020. La Paz: Universidad Privada Boliviana - Sustainable Development Solutions Network Bolivia.
- Andersen, L.E., Gonzales, A., Pacheco, E., & Medinaceli, A. (2022a). ¿Turismo como motor de desarrollo sostenible? Análisis comparativo de las ventajas y desventajas de los principales productos/ servicios de exportación de Bolivia. Documento de Trabajo No1/2022. La Paz: Universidad Privada Boliviana – Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/documento-de-trabajo-n-1-2022-turismo-como-motor-del-desarrollo-sostenible/>
- Andersen, L.E., Medinaceli, A., & Pacheco, E. (2022b). Turismo como motor de desarrollo sostenible e inclusivo en género en Bolivia. Boletín de Inteligencia Turística No1. La Paz, Bolivia: Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible. <https://orbita.bo/wp-content/uploads/2022/07/BIT-1-real.pdf>
- Andersen, L.E., Revilla Calderón, V., & Rodríguez, J. (2023). La huella de carbono del turismo en Bolivia es mínima. Boletín de Inteligencia Turística No6. La Paz, Bolivia: Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible - ORBITA. <https://orbita.bo/bit/bit-6-la-huella-de-carbono-del-turismo-en-bolivia-es-minima/>
- Aramayo, A. & Rodríguez, J. (2023). Explorando oportunidades de crecimiento para las pymes turísticas en Bolivia: lecciones de 34 casos de estudio. Boletín de Inteligencia Turística #13. La Paz, Bolivia: Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible – ORBITA. <https://orbita.bo/bit/bit-13/>
- Argandoña, F. Olmos, C., & Calderón, D. (2024). ¿Cuánto se sabe sobre la biodiversidad de Bolivia?. Blog, abril 2024. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/cuanto-se-sabe-sobre-la-biodiversidad-de-bolivia/>
- Banco de Desarrollo Productivo. (2020). Mapa de Complejidades. BDP. <https://complejidades.bdp.com.bo/>
- Barrantes-Sotela, O. & Arias, L. (2020). Del modelo conservacionista al patrimonio territorial y el turismo en Costa Rica. https://www.researchgate.net/publication/342658005_Del_modelo_conservacionista_al_patrimonio_territorial_y_el_turismo_en_Costa_Rica
- Barrantes, G. (2000). Aplicación de incentivos a la conservación de la biodiversidad en Costa Rica. Sistema Nacional de Áreas de Conservación-MINAE. https://www.fbs.go.cr/sites/default/files/biblioteca/biodiversidad_psa_estudio_caso_cr.pdf
- Buchapi, G. & Cerruto, D. (2014). La formación profesional de los guías de turismo y su incidencia en el desarrollo de las actividades turísticas de las operadoras de turismo de Rurrenabaque. Universidad Mayor de San Andrés. <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/14292>
- Claros Roncal, A. (2023). Takesi caminos para su gestión integral. Blog, octubre 2023. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/takesi-caminos-para-su-gestion-integral/>
- CONAGEBIO & SINAC. (2015). Política Nacional de Biodiversidad 2015-2030, Costa Rica. GEF/NUD, San José, Costa Rica. 72 p. <https://www.enbcr.go.cr/sites/default/files/politica-biodiversidad-cr.pdf>
- Condori, C. (2023). Iniciativas de turismo comunitario que contribuyen a los ODS en Bolivia: Turismo Integral Comunitario Familiar (TICOF) y Emprendimiento Albergue Ecológico Chalalán. Blog, junio 2023. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/iniciativas-de-turismo-comunitario-que-contribuyen-a-los-ods-en-bolivia/>
- Elías, J., García Negro, A., Schiling, M. & Mount, I. (2022). Análisis sobre la innovación en el sector gastronómico del Perú. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/analisis-sobre-la-innovacion-en-el-sector-gastronomico-del-peru>
- FAO & OMT (2023) Understanding and Quantifying Mountain Tourism. Rome/ Madrid: Food and Agriculture Organization of the United Nations and World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284424023>
- Felton, A. (2024). Adventure travel is a growth industry thanks to women over 40. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/business/2024/01/16/women-adventure-travel/>
- Foro Económico Mundial. (2021). Índice de Desarrollo Turístico y Viajes, Edición 2021. <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data#report-nav>
- Fuentes, A. (n.d.). Por no conocer nuestra riqueza, la estamos destrozando. Armonía-Conservación de Aves en Bolivia. <https://armoniabolivia.org/alfredo-fuentes-por-no-conocer-nuestra-riqueza-la-estamos-destrozando/>
- Fundación UNIR. (2022). Infografía del Conflicto, No 70. Programa de Investigación en Conflictividad Social y Comunicación Democrática. <https:// analisisdeconflictos.unirbolivia.org/wp-content/uploads/sites/4/2023/01/Infoconflictos-ene-dic-2022.pdf>



- Fundación UNIR. (2023). Infografía del Conflicto, No 82. Programa de Investigación en Conflictividad Social y Comunicación Democrática. <https:// analisisdeconflictos.unirbolivia.org/wp-content/uploads/sites/4/2024/01/InfoDiciembre2023.pdf>
- GAMLP & UMSA. (2017). ATLAS DE LA REGIÓN METROPOLITANA DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ. La Paz, Bolivia: Gobierno Autónomo Municipal de La Paz – Universidad Mayor de San Andrés.
- Giuello, O. (2023). Turismo científico: Un acercamiento a su caracterización, definición y práctica en Argentina de 2010 a 2022. Trabajo integrador final. Universidad Nacional del Rosario. <https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/f0afb1df-8367-4067-9f9d-ef129ec9facc/content>
- Gonzales, A., Medinaceli, A., Aramayo, A., Jemio, M. & Tamayo, A. (2022) Percepción de la calidad de los servicios de movilidad e infraestructura de transporte en los carnavales de Bolivia en 2022. La Paz, Bolivia: Boletín de Inteligencia Turística No4. Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible - ORBITA. https://orbita.bo/wp-content/uploads/2022/09/Bit_4.pdf
- Huanca, L. (2023). Estrategia de incentivos económicos hacia las aerolíneas para generar un impacto en el flujo de turistas. Caso: Aeropuerto Internacional de El Alto. Blog, mayo 2023. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/estrategia-de-incentivos-economicos-hacia-las-aerolineas/>
- ICT. (2022). Plan Nacional de Turismo de Costa Rica: 2022-2027. Instituto Costarricense de Costa Rica. <https://www.ict.go.cr/pdf/Plan%20nacional%20de%20turismo%202022-2027.pdf>
- IFC & Social Development Direct. (s.f.). Addressing Gender-Based Violence and Harassment (GBVH) in the Hotels, Catering and Tourism (HCT) Sector. International Finance Corporation. <https://www.ifc.org/content/dam/ifc/doc/mgrt/sectorbrief-addressinggbvh-hct.pdf>
- INE. (2023). Estadísticas Económicas: Turismo. Instituto Nacional de Estadística. <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/turismo/estadisticas-de-flujo-de-viajeros-introduccion/>
- Laarman, J. G. & Perdue, R. R. (1989). Science Tourism in Costa Rica. *Annals of Tourism Research*, 16 (2), 205-215. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738389900686>
- Lavooi, A. (2023). El rol del turismo cultural en la reducción de desigualdades sociales en la ciudad de El Alto, Bolivia. Blog, noviembre 2023. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/el-rol-del-turismo-cultural-en-la-reduccion-de-desigualdades-sociales-en-la-ciudad-de-el-alto-bolivia/>
- Lima, E. (2024). Satisfacción turística mediante la interpretación del patrimonio y el ciclo de indagación. Blog, abril 2024. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/satisfaccion-turistica-mediante-la-interpretacion-del-patrimonio-y-el-ciclo-de-indagacion/>
- Loayza, A. (2024). Medición del impacto económico del turismo de aventura del municipio de Sorata de los eventos Jach'a Avalancha Internacional y Skymarathon en el segundo semestre de 2023. Blog, abril 2024. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/impacto-economico-del-turismo-de-aventura-en-el-municipio-de-sorata/>
- Malky, A., Mendizábal, C. & Bobka, S. (2020). Estudios Transversales: Desarrollo local a partir del turismo en áreas protegidas. La Paz: Universidad Privada Boliviana – Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/wp-content/uploads/2023/04/04-Estudio-Transversal-Desarrollo-local-a-partir-del-turismo-en-areas-protegidas.pdf>
- Medinaceli, A., Gonzales, A., Aramayo, A., Jemio, M., & Tamayo, A. (2022). Participación y experiencia de las mujeres en los carnavales de Bolivia 2022. La Paz, Bolivia: Boletín de Inteligencia Turística No2. Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible - ORBITA. https://orbita.bo/wp-content/uploads/2022/07/BIT-2_final.pdf
- MINAE. (2023). Revisión de desempeño ambiental de la OCDE: Costa Rica 2023. <https://minae.go.cr/organizacion/vicegestionestrategica/SEPLASA/Documentos/Revision%20de%20desempeno%20ambiental%20de%20Costa%20Rica%20por%20la%20OCDE%202023.pdf>
- Olmos, N. (2023). La factibilidad de contar con una aplicación de eventos culturales en el Macrodistrato Centro de La Paz Bolivia. Blog, octubre 2023. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/la-factibilidad-de-contar-con-una-aplicacion-de-eventos-culturales/>
- OMT & BCC (2019) Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. Madrid: Organización Mundial del Turismo & Basque Culinary Center. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420995>
- Pacheco Terán, E., Altamirano Reyes, B. & Andersen, L.E. (2024). Índice Municipal de Potencial Turístico en Bolivia (IMPT). [Manuscrito no publicado]. La Paz: Universidad Privada Boliviana, Sustainable Development Solutions Network Bolivia & Friedrich Ebert Stiftung Bolivia.
- Parada, A., Arias, R., & Benavides, S. (2019). Las políticas y la estructura productiva de Csta Rica: ¿Cuáles son los desafíos hacia la sostenibilidad?. *FES. Perspectivas*, 8, 1-11. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/fesamcentral/15816.pdf>
- Pasanchay, K. & Schott, C. (2021). Community-based tourism homestays' capacity to advance the Sustainable Development Goals; A holistic sustainable livelihood perspective. *Tourism Management Perspectives*, 37. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973620301513>
- Peñaranda, L. (2023). El sistema de visas en Bolivia y su impacto en el Turismo. Documento de Trabajo No 7 /2023. La Paz: Universidad Privada Boliviana – Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/documento-de-trabajo-n-7-2023-el-sistema-de-visas-en-bolivia-y-su-impacto-en-el-turismo/>
- Peñaranda, L. (2024). El potencial del turismo especializado en Bolivia (Título tentativo). [Documento de trabajo no publicado]. La Paz: Universidad Privada Boliviana – Sustainable Development Solutions Network Bolivia.

- Piovesan, P. (2023). La mujer como actora y consumidora en el turismo interno boliviano. Blog, marzo 2023. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/la-mujer-como-actora-y-consumidora-en-el-turismo-interno-boliviano/>
- Revilla Calderón, V. (2022a). Huella de Carbono del Turismo en Bolivia. Documento de Trabajo No2/2022. La Paz: Universidad Privada Boliviana – Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/wp-content/uploads/2022/11/Huella-de-Carbono-Turismo-Working-paper.pdf>
- Revilla Calderón, V. (2022b). Huella Hídrica del Turismo Receptivo en Bolivia. Documento de Trabajo No3 /2022. La Paz: Universidad Privada Boliviana – Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/wp-content/uploads/2022/11/Huella-Hidrica-Working-paper.pdf>
- Rodríguez Laguna, D. & Fernández, B. X. (2024). El impacto del turismo en Bolivia y los determinantes para su dinamismo. La Paz: Universidad Privada Boliviana – Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/documento-de-trabajo-n-2-2024-el-impacto-del-turismo-en-bolivia-y-los-determinantes-para-su-dinamismo/>
- Rodríguez, J. (2023a). Intereses y satisfacción de las y los turistas extranjeros por Bolivia, 2022-2023. Boletín de Inteligencia Turística No12. La Paz, Bolivia: Observatorio Boliviano para la Industria Turística - ORBITA. <https://orbita.bo/bit/bit-12/>
- Rodríguez, J. (2023b). La gastronomía, una oportunidad para impulsar el turismo en Bolivia. Boletín de Inteligencia Turística No15. La Paz, Bolivia: Observatorio Boliviano para la Industria Turística – ORBITA. <https://orbita.bo/bit/bit-15/>
- Rodríguez, J., & Revilla Calderón, V. (2023). Bolivia: destino turístico y sector económico con baja huella hídrica. Boletín de Inteligencia Turística No7. La Paz, Bolivia: Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible - ORBITA. https://orbita.bo/wp-content/uploads/2023/06/Bit_7.pdf
- Rodríguez, J., Argandoña, F. & Muñoz, A. (2023). Perfil de los asistentes a los carnavales de Bolivia en 2023: Carnaval de Oruro, Corso de Corsos y Jisk'a Anata. Boletín de Inteligencia Turística N°10. La Paz, Bolivia: Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible – ORBITA. <https://orbita.bo/bit/bit-10/>
- San Martín Camacho, R., Plata Burgoa, M., Jemio, M., & Tamayo, A. (2024). Turismo comunitario para el empoderamiento local y desarrollo sostenible de Bolivia. Boletín de Inteligencia Turística No17. La Paz, Bolivia: Observatorio Boliviano para la Industria Turística Sostenible - ORBITA. <https://orbita.bo/bit/bit-17/>
- Slocum, S., Kline, C. & Holden, A. (2015). *Scientific Tourism: Researchers as Travellers*. Routledge. First Edition.
- UNWTO & JICA. (2023). *Achieving the Sustainable Development Goals Through Tourism: Toolkit of Indicators for Projects*. World Tourism Organization and Japan International Cooperation Agency.
- Usman Khizar, H. M., Younas, A., Kumar, S., Akbar, A., & Poulouva P. (2023) The progression of sustainable development goals in tourism: A systematic literature review of past achievements and future promises. *Journal of Innovation & Knowledge*, vol. 8, (4). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X23001373?via%3Dihub>
- Vidaurre Valdivia, A. L. & Díaz Romero, V. (2024). Participación de la mujer en la industria de la gastronomía y los restaurantes. ¿Éxito o Fracaso? Blog, marzo 2024. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/participacion-de-las-mujeres-en-la-industria-de-la-gastronomia-y-los-restaurantes-de-la-paz-exito-o-fracaso/>
- WTTC. (2023). WTTC Unveils World-First Global Travel & Tourism's Water Footprint. World Travel & Tourism Council. <https://wttc.org/news-article/wttc-unveils-world-first-global-travel-and-tourisms-water-footprint>
- Yujra Callisaya, E. & Chuquimia Laime, M. E. (2024). Reflejos entre espejos de sal y el domo natural de las estrellas. Blog, febrero 2024. Sustainable Development Solutions Network Bolivia. <https://sdsnbolivia.org/potencial-del-turismo-astronomico-en-el-salar-de-uyuni/>

