

# El sector Turismo

## EN BOLIVIA



# Presentación

El Banco de Desarrollo Productivo BDP – S.A.M., con el propósito de apoyar al sector productivo, en su Plan Estratégico Institucional, PEI 2017 – 2020, ha priorizado cuatro sectores de la economía (Cuero, Metalmecánica, Madera y Turismo) y dos temáticas transversales de apoyo al sector agropecuario (Riego y Semillas).

Para hacer posible la intervención de apoyo a cada uno de los sectores con servicios financieros y no financieros de manera integral, se han desarrollado diagnósticos de cada uno de estos sectores que establecen a través de sus principales características, análisis sustantivos y determinísticos que contribuirán a generar mejores resultados e impactos contribuyendo a la misión del banco como actor importante del desarrollo.

En ese contexto, es un placer poner a disposición de investigadores, productores, estudiantes y público en general, estos diagnósticos, que muestran de manera sucinta, en una primera parte las características del sector que incluyen desde las actividades económicas que hacen al sector Turismo hasta el financiamiento otorgado y en una segunda, las debilidades y fortalezas del sector, concluyendo con la competitividad del Turismo Boliviano en el contexto mundial.

**Diego Suarez Solares**  
**GERENTE GENERAL**  
**BDP – S.A.M.**

## EL SECTOR TURISMO EN BOLIVIA

Banco de Desarrollo Productivo – Sociedad Anónima Mixta  
Gerencia de Asistencia Técnica e Innovación Productiva

### DIRECTORIO:

Marcelo Montenegro Gomez García – Presidente  
Celinda Sosa Lunda - Vicepresidente  
Denise Paz Bernardini – Directora Secretaria  
Javier Rolando Escalante Villegas – Director Vocal  
Jorge Albarracin Deker – Director Vocal  
José Luis Machaca Mamani - Síndico

### PLANTEL EJECUTIVO:

Diego Suarez Solares – Gerente General  
Ricardo Cámara – Gerente de Créditos  
Paola Villanueva – Gerente de Negocios y Fideicomisos  
Ariel Zabala David - Gerente de Asistencia Técnica e Innovación Productiva  
Zenon Chambi - Gerente de Riesgos Integrales  
Isrrael Céspedes Cori - Gerente de Operaciones  
Marco Medina – Gerente de Administración y Talento Humano

### ELABORACIÓN:

Ruben Collao Perez – Analista de Investigación  
Brenda Zúñiga – Analista en Acceso a Mercados y Turismo  
Carmen Tapia - Jefe de Investigación y Desarrollo

### APOYO EN COMPLEMENTACIÓN Y ANÁLISIS:

Mónica Chacón Delgado – Docente de la carrera de Turismo - UMSA

### REVISIÓN:

Ariel Zabala David - Gerente de Asistencia Técnica e Innovación Productiva

La Paz - Bolivia  
2019

## Contenido

1.	Antecedentes .....	6
2.	Importancia del sector turismo .....	7
3.	El sector turismo en la economía de Bolivia .....	9
3.1.	Descripción del sector Turismo .....	11
3.1.1.	<i>Eslabón primario (destino)</i> .....	12
3.1.2.	<i>Eslabón secundario (producto/servicios)</i> .....	13
3.1.3.	<i>Eslabón terciario (comercialización)</i> .....	14
3.2.	Mapeo de actores.....	15
3.3.	Valor Bruto de producción del Sector Turismo .....	16
4.	Demanda Turística .....	17
4.1.	Viajeros Vs Visitantes .....	17
4.2.	Gasto Turístico.....	19
4.3.	Ingresos Generados por el Turismo receptor .....	21
5.	Oferta Turística .....	21
5.1.	Alimentos y bebidas - gastronómico.....	21
5.2.	Alojamiento.....	22
5.3.	Agencias de viajes, mayoristas, operadoras de turismo y consolidadoras.....	25
5.4.	Guías de Turismo .....	26
5.5.	Transporte .....	26
5.6.	Otros servicios no considerados en la normativa.....	27
6.	Estructura del sector turístico (sistema turístico nacional y sistemas regionales de turismo) .....	28
6.1.	Sistema turístico nacional .....	28
6.2.	Sistemas regionales de turismo .....	29
7.	Financiamiento del Sector Turismo .....	31
7.1.	Servicios Financieros y No Financieros del BDP – S.A.M.....	34
	Fortalezas y debilidades del sector Turismo en Bolivia .....	36
7.2.	Competitividad del sector Turismo de Bolivia en el ámbito internacional.....	37
8.	El Plan Nacional de Turismo (PLANTUR) .....	39
9.	Actividades y destinos turísticos priorizados por el PLANTUR.....	42
10.	Regulación del sector Turismo .....	44
11.	ACCIONES BDP.....	45
11.1.	Asistencia Técnica Especializada.....	45
11.2.	Cartera BDP .....	46
12.	CONCLUSIONES.....	47
13.	Bibliografía.....	48

## Figuras

Figura 1: Sector Productivo Turismo.....	12
Figura 2: Macro Rutas Turísticas .....	12
Figura 3: Zonas de Turismo Comunitario .....	13
Figura 4:Actividades Turísticas .....	13
Figura 5:Canales de la Oferta Turística en Bolivia .....	14
Figura 6: Mapeo de Actores.....	15
Figura 7: Sistema Turístico .....	28
Figura 8: Plan Turismo “Copacabana” .....	35
Figura 9: Pilares y categorías del índice de competitividad de Viajes y Turismo Mundial, 2019 .....	37
Figura 9: Metas e Impactos PLANTUR 2025 .....	40
Figura 10: Modelo de desarrollo turístico .....	41

## Gráficos

Gráfico 1: Ingresos del Turismo Internacional y PIB mundial.....	8
Gráfico 2: Composición del Valor Bruto de Producción, 2017(e) .....	16
Gráfico 3: Estructura de Productos del sector Turismo, 2017.....	16
Gráfico 4: Número de viajeros 2008-2018.....	17
Gráfico 5: Número de llegadas de viajeros según puerto Fronterizo, 2018.....	17
Gráfico 6: Llegada de viajeros, visitantes y participación, 2008-2018 .....	18
Gráfico 7: Proyección de millones de turistas extranjeros en Bolivia al 2025 .....	19
Gráfico 8: Gasto turístico de extranjeros en el país según el tipo de gasto, 2008-2018 ....	20
Gráfico 9: Ingresos por turismo receptor y su participación en el PIB, 2008-2018.....	21
Gráfico 10: Composición de Establecimientos de hospedaje según categoría hotelera de ciudades capitales y El Alto, 2018 .....	23
Gráfico 11: Número de establecimientos hoteleros, habitaciones y camas, .....	23
Gráfico 12: Composición de establecimientos de alojamiento según categoría Hoteles, Residenciales/Hostales y alojamientos -2017 .....	24
Gráfico 13: Evolución y tasa de variación de la Cartera del Sector Turismo, 2010- octubre 2019.....	32
Gráfico 14: Composición de la cartera del sector turismo, según tamaño, 2010- octubre 2019.....	32
Gráfico 15: Composición de la cartera del sector turismo, por actividad económica, 2018-33	
Gráfico 16: Índice de Mora del sector Productivo y Turismo,.....	34
Gráfico 17: Número de clientes y cartera del sector Turismo del BDP – SAM., 2018 .....	34
Gráfico 18: Calificación por categorías del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, 2019.....	38
Gráfico 19: Composición del índice Viajes y Turismo y su aporte de llegadas de turistas internacionales y generación de empleo de América, 2019.....	39
Gráfico 20: Beneficiarios de Asistencia Técnica Programados y ejecutados en el Sector Turismo .....	46
Gráfico 21: Cartera Programada y Ejecutada del BDP Para El Sector Turismo.....	46

# DOCUMENTO DIAGNÓSTICO SECTOR TURISMO EN BOLIVIA

## 1. Antecedentes

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades antes, durante y después del viaje, de las cuales la mayoría implican un gasto turístico<sup>1</sup>.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo se define como “el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, de tal manera que estos desplazamientos no estén influenciados o motivados por una actividad lucrativa, permanente o temporal”.

Es decir, el turismo no incluye a las personas que viajan a otros países para recibir alguna remuneración o que tengan una permanencia menor de un día; este concepto también contempla la utilización de los servicios turísticos ya que no obstante las personas que viajan por negocios, educación y formación, etc., también hacen uso de servicios turísticos, como hospedaje, restauración, medios de transporte, compra de souvenirs, etc.

Entre las principales características del turismo se destacan<sup>2</sup>: i) La persona efectúa un gasto de su ingreso en un lugar diferente a donde percibió dicho ingreso; ii) Desplazamiento, de su lugar de residencia, el cual es temporal; iii) Para que se produzca el turismo, es necesario el viaje, alojamiento, la existencia atracciones naturales y de atracciones no naturales y servicios complementarios y iv) El turismo puede darse debido a varias razones, entre las cuales se pueden mencionar: ocio, el interés político y comercial, la curiosidad de conocer nuevas culturas, nuevos lugares, realizar aventuras y, finalmente se encuentra el aspecto religioso dando lugar a peregrinaciones.

Debido a que el turismo depende en gran medida del factor humano, favorece la creación de empleo, tanto en el sector turístico como en otros sectores impulsados por el turismo. También estimula el crecimiento de la demanda de bienes locales y del nivel económico del destino en general. Por otra parte, el turismo necesita del establecimiento de infraestructuras de las que se benefician los restantes sectores de la economía y la población residente.

Sin embargo, el turismo implica ciertos costos. Dada la interdependencia existente entre el turismo y los demás sectores de la economía, las fluctuaciones de la demanda turística pueden acarrear otros problemas adicionales a un destino. El turismo puede generar en muchas ocasiones la inflación (por ejemplo, un aumento de precios en los suelos) y la

---

<sup>1</sup> Organización Mundial del Turismo (2005-2007)

<sup>2</sup> Galvis y Aguilera, 1999

dependencia del capital inversor extranjero, con la consiguiente pérdida de beneficios económicos potenciales. También el turismo puede desplazar otros sectores económicos locales (como la agricultura) que no están en condiciones de competir con él.

Las actividades para el sector turismo comprenden:

- Alojamiento para visitantes
- Actividades de provisión de alimentos y bebidas
- Transporte de pasajeros férreo, acuático, carretero o aéreo
- Actividades de agencias de viajes y otros servicios de reservas
- Actividades culturales
- Actividades deportivas y recreativas
- Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país o región
- Otras actividades características del turismo, específicas de cada país o región

Por otro lado, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, se divide en:

- Turismo Interno: Residentes del país de origen que visitan su propio país.
- Turismo Receptor: Visitantes que llegan al país sin residir en él.
- Turismo Emisor: Residentes del país que visitan otro país.
- Turismo Interior: Compuesto por Turismo interno y turismo receptor. Se refiere al total de turistas que circulan en un país.
- Turismo Nacional: Compuesto por el turismo interno y el turismo emisor, y que aglutina al total de turistas que genera un país.
- Turismo Internacional: Se refiere al total de turistas que circulan por fronteras y se compone del turismo receptor y del turismo emisor.

Existen también otras clasificaciones que se basan en el tiempo que el turista se encuentra de viaje, la actitud y las actividades que realiza, las modalidades y tipos de turismo, los motivos y el ingreso que dispone al momento de viajar.

## 2. Importancia del sector turismo

La Organización Mundial de Turismo (2000) señala: “Actualmente el turismo cuenta claramente como uno de los fenómenos económicos y sociales más notables del último siglo, e indudablemente mantendrá esta posición en el siglo que comienza. Cada año una mayor porción de la población mundial toma parte en la actividad turística y para la mayoría de países el turismo se ha convertido en uno de los sectores de la economía más dinámico y de rápido crecimiento...”.

El turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo. (OMT, 2018)

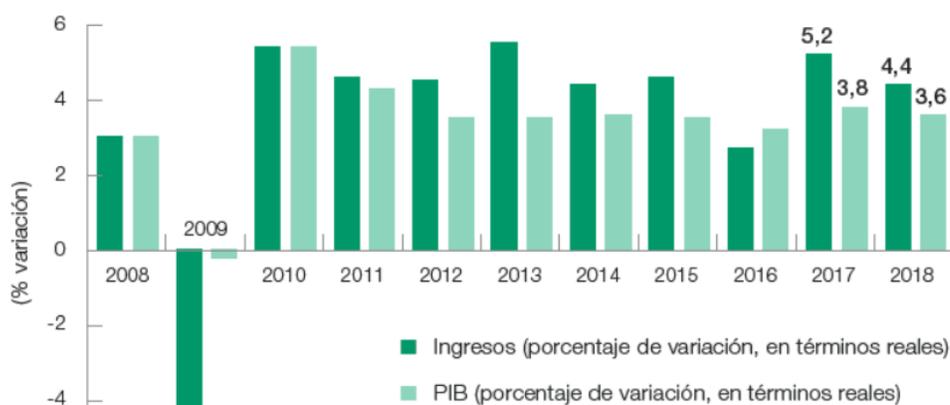
Los diferentes elementos que utiliza la persona para llevar a cabo una acción de Turismo, hace que se la considere como una actividad dinamizadora de la economía de un país, en cuanto a la captación de divisas. Tiene un efecto multiplicador sobre las áreas financieras, las comunicaciones, el transporte, la producción de artículos de primera necesidad y artesanía, restaurantes, centros de diversión y otros. En los países menos desarrollados, el turismo es considerado como un contribuyente efectivo al desarrollo socioeconómico.

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. El turismo se ha convertido en un sector clave para el desarrollo socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de empleos e ingresos de exportación, la ejecución de infraestructuras en muchos destinos alrededor del mundo, además de contribuir a la protección del medio ambiente, preservación cultural, además de la paz y seguridad (OMT, 2018).

El turismo representa 3,6% del Producto Interno Bruto mundial, 7% de las exportaciones mundiales y 29% de las exportaciones en servicios (en total \$us1,7 billones) y uno de cada diez empleos en el mundo. También se ha distinguido por un crecimiento prácticamente ininterrumpido a lo largo del tiempo, a pesar de crisis ocasionales, demostrando su fortaleza y su resistencia a lo largo de los años. Las llegadas de turistas internacionales en el mundo han pasado de 25 millones en 1950 a 1.400 millones en 2018 (OMT, 2019).

En resumen, los ingresos derivados del gasto de los visitantes han crecido más rápido que la economía mundial y está ayudando a mejorar la vida de millones de personas y a transformar comunidades enteras.<sup>3</sup>

**Gráfico 1: Ingresos del Turismo Internacional y PIB mundial (porcentaje y Variación)**



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) y Fondo Monetario Internacional (FMI), julio de 2019

<sup>3</sup> Panorama del Turismo Internacional 2019 - OMT

### 3. El sector turismo en la economía de Bolivia

Bolivia presenta un gran potencial turístico al poseer una diversidad geográfica, cultural y étnica, que le proporciona ventajas competitivas, especialmente en el turismo ecológico y de aventura, adecuándose a las demandas de los turistas y no produciendo un daño al ecosistema.

El turismo que ofrece Bolivia está centrado fundamentalmente en el turismo ecológico y cultural, siendo estos los generadores de mayor ingreso, los cuales consisten en las culturas propias de pueblos indígenas y en sitios naturales; también se presentan actividades dirigidas a recreación, pero en una menor medida. Actualmente existe el Ministerio de Culturas y Turismo que tiene la misión de “promover la construcción de la identidad boliviana plurinacional e intercultural, descolonizada y comunitaria.”

En Bolivia, el sector del turismo es una actividad importante por su contribución al PIB y los efectos multiplicadores que lo caracterizan, como el área financiera, transporte, restaurantes, artesanía, entre otros. El turismo en Bolivia fue tomando una mayor participación a través de los años, llegando a convertirse en un sector dinámico y potencial en la economía del país.

Este sector es una de las actividades que genera mayores divisas. En los últimos años el sector turístico<sup>4</sup> presentó crecimiento sostenido ocupando el puesto 99 en el Índice Global de Viajes y Turismo<sup>5</sup>.

El turismo en Bolivia, es considerado por la Constitución Política del Estado como “una actividad económica estratégica, que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo que tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente.”<sup>6</sup> (CPE art 337,I), así mismo la Ley General del Turismo “Bolivia te Espera” N°292 del año 2012 define en el Art 3 de los objetivos del turismo que: El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable, respondiendo a los siguientes objetivos:

- a) Promover, desarrollar y fomentar el turismo interno, para fortalecer la identidad plurinacional y las riquezas inter e intraculturales.
- b) Fomentar, desarrollar, incentivar y fortalecer el turismo receptivo y emisivo a partir de la gestión territorial y la difusión del “Destino Bolivia”, sus atractivos y sitios turísticos para la generación de ingresos económicos y empleo que contribuyan al crecimiento de la actividad turística y al Vivir Bien de las bolivianas y bolivianos, fortaleciendo el turismo de base comunitaria.
- c) Promover, desarrollar y fortalecer los emprendimientos turísticos de las comunidades rurales, urbanas, naciones y pueblos indígena originario

<sup>4</sup> Vale recalcar que las cuentas nacionales cuantifican y sistematizan el dinamismo de toda actividad económica. En este sentido, el servicio turístico no aparece como un sector específico, si no que forma parte de la producción de otros sectores, como el sector hotelero, gastronómico (restaurantes) y otros.

<sup>5</sup> A pesar del crecimiento del sector, al año 2017, Bolivia ocupó el puesto 99 en el ranking mundial del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, del Foro Económico Mundial, que tuvo como base de medición a 136 países.

<sup>6</sup> Bolivia: Constitución Política del Estado, de febrero de 2009

campesinas para el aprovechamiento sustentable, responsable, diverso y plural de patrimonio natural y cultural.

- d) Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional entre los niveles territoriales del Estado, para la captación y redistribución de ingresos provenientes de la actividad turística, destinados al desarrollo, fomento, promoción y difusión del turismo.
- e) Fortalecer la capacidad operativa, financiera y de planificación del Estado Plurinacional de Bolivia, sobre la base de la implementación y actualización constante de un sistema de información y estadísticas del sector turístico.
- f) Implementar mecanismos de regulación a la actividad turística.
- g) Proteger los lugares y símbolos sagrados, conservar los recursos naturales y respetar la identidad de los pueblos indígena originarios campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas.

Por otra parte, la circular de la Autoridad del Sistema Financiero ASFI/570/2015 del 27 de Julio de 2015, establece al sector turismo como parte del sector productivo para la obtención de créditos que pueden destinarse para capital de inversión y operaciones con el fin de mejorar o ampliar la oferta turística, gozando de las tasas de interés determinadas para el sector productivo.

Adicionalmente, en el marco del Plan de Desarrollo Económico y Social – PDES 2016-2020, el turismo es considerado parte de los complejos productivos territoriales, que generan ingresos y empleo, por lo que el desarrollo del turismo tiene como meta apoyar al desarrollo integral, la generación de empleo digno y el crecimiento económico de los municipios. Siendo su desafío aprovechar de mejor manera el potencial turístico del país para mejorar los aportes del turismo a los niveles de ingresos, aspectos que se plasman en la estrategia específica del sector “Plan Nacional de Turismo 2020” (PLANTUR)

En el marco de la ley N°292, mencionada, Bolivia establece algunos conceptos específicos importantes que deben ser tomados en cuenta para el análisis del sector:

**Turismo Armónico y Sustentable**, Modelo de desarrollo, basado en la viabilidad económica de la actividad turística, cuyo objetivo es rescatar y proteger los recursos naturales y culturales de una región, favoreciendo la estabilidad de los ecosistemas y sus procesos biológicos básicos y generando beneficios sociales y económicos, al fomentar mejores niveles de vida para los visitantes y la comunidad receptora, a partir del racional aprovechamiento y conservación de estos recursos, generando el continuo mejoramiento de la calidad en los servicios y la diversificación de la oferta turística, en el marco del orden legal establecido.

**Turismo Comunitario**. Es la relación directa del emprendimiento y la comunidad, con los visitantes desde una perspectiva plurinacional e intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios

culturales y territoriales de las naciones y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados para el “Vivir Bien”.

**Destino Turístico**, Espacio o área geográfica con límites de naturaleza física, donde se desarrollan los productos turísticos para el aprovechamiento del turista, que conforman el destino Bolivia.

**Emprendimiento Turístico de Base Comunitaria**, Toda inversión que realizan las comunidades urbanas y rurales, nacionales y pueblos indígenas originario campesinos, comunidades interculturales y afro bolivianas para la prestación de servicios turísticos, bajo las distintas formas de organización económica, las cuales deben alcanzar la armonía y el desarrollo sustentable de sus comunidades.

**Modelo de Turismo de Base Comunitaria**. Modelo dinámico de gestión, en el marco del desarrollo sustentable del turismo, que nace y se gestiona de la base comunitaria urbana, rural, naciones y pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas, y que se sustentan en los principios de complementariedad, reciprocidad, redistribución y otros que tutelan la vida en comunidad en el marco del “Vivir Bien”

**Fomento al Turismo**. Actividad encaminada al fortalecimiento de la oferta turística del “Destino Bolivia” y/o los destinos turísticos, a través de medidas concretas que aportan al desarrollo de las actividades turísticas, la mejora de la calidad de los servicios, además garantiza las condiciones para la preservación y mantenimiento de los atractivos turísticos, la generación de empleo y la cualificación de los recursos humanos.

**Modalidades del Turismo**. Son las formas de hacer turismo, que están relacionadas con el interés particular del turista; la clasificación de estas modalidades depende del propósito u objetivo que motiva el viaje del turista y puede tratarse de turismo: comunitario, cultural, de naturaleza, ecoturismo, rural, de aventura, agroturismo, de salud, gastronómico, espiritual y otros.

### 3.1. Descripción del sector Turismo

El turismo está formado por un amplio conjunto de bienes y servicios ofrecidos por diferentes unidades económicas turísticas oferentes que se combinan, con los recursos turísticos del destino. Por ello se habla de un carácter mixto del producto turístico. Los turistas no consumen solamente productos característicos del turismo, sino que su gasto puede abarcar prácticamente a la totalidad de las actividades económicas que venden bienes y servicios a los consumidores.

Este carácter multidimensional incorpora complejidad en el análisis del sector, puesto que existen interdependencias entre los oferentes. Es decir, en el sector turístico opera un conjunto amplio de empresas formalmente independientes, pero que dependen de forma crucial entre sí, con fuertes relaciones de complementariedad. Es importante considerar que el turista trata de obtener la máxima satisfacción, mientras que los prestadores de servicios turísticos tienen intereses relativamente particulares en relación al turista, y en realidad la satisfacción del cliente depende del comportamiento de un conglomerado de empresas interdependientes.

El sector productivo de turismo en Bolivia, comprende tres niveles, dos de macro entorno (uno estratégico - superior y otro de apoyo - inferior) y el micro entorno central donde puede apreciarse la diversidad de actores, así como la relación entre ellos.

Figura 1: Sector Productivo Turismo

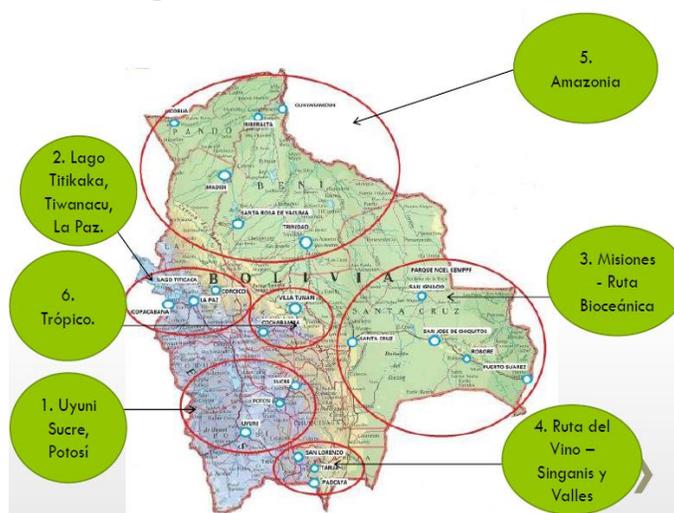


Elaboración: GATIP

### 3.1.1. Eslabón primario (destino)

Analizando el primer eslabón, referente a destino turístico el Viceministerio de Turismo (VT) para su priorización ha considerado dos fases, aquellos que se encuentran en proceso de consolidación y aquellos en etapa inicial de desarrollo (anexo 1); Así mismo, tiene definidas 5 macro rutas turísticas.

Figura 2: Macro Rutas Turísticas



Fuente: PLANTUR-VMT; Elaboración GATIP

Por otro lado, el Viceministerio de Turismo está trabajando con emprendimientos de turismo comunitario a través del Programa Nacional de Turismo Comunitario, siendo priorizadas cinco zonas.

**Figura 3: Zonas de Turismo Comunitario**

<b>UYUNI / REA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Circuito Uyuni - Salar: Uyuni, Colchani, Isla Incahuasi, Tahua, Tunupa, Coquesa, Aguaquiza</li> <li>•Circuito Reserva Eduardo Avaroa: San Pedro de Quemes, Laguna Colorada, Aguas Termales de Polques, Laguna Verde, Pueblos Mágicos de Lipez, Villazón</li> </ul>
<b>MADIDI/PAMPAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Circuito Madidi Pampas: Rurrenabaque, San Miguel del Bala, Caquiahuara, Ixiamas</li> <li>•Parque Nacional Madidi</li> <li>•Reserva de Pampas del Río Yacuma</li> </ul>
<b>LAGO TITIKAKA</b>	<p>Circuitos culturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Baños Isla de la Luna; Chua Cocani; Chirapaca Batallas, Calata Grande San Pedro de Tiquina; Copacabana; Silaya San Pablo de Tiquina, Huarina, Museo Chiripa</li> </ul>
<b>SAJAMA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Circuito Parque Nacional Sajama: Santiago de Callapa, Curahuara de Carangas, Tomarapi, Agua Rica, Papelpampa, Lagunas, Sajama, Albergue Tomarapi, Aguas Termales Manasaya</li> </ul>
<b>YUNGAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Circuito de la Muerte al Paraíso: Camino de la Muerte, Café con Altura, Laguna Cedro Mayo, Centro de Interpretación de la Hoja de la Coca en Yolosa, Hacienda Chijchipa</li> <li>•Circuito Rumbo a la Isla de la Coca: Montaña de Uchumachi, Poza del Vagante, Las Tres Cascadas de Coroico, Casa Cultural Afroboliviana en Cala Cala, La Isla de la Coca, Centro de Interpretación de la Hoja de la Coca, Caminos Prehispánicos Choro - Takesi - Silutinkara</li> </ul>

Fuente: Guía Turística Emprendimientos Comunitarios-VMT; Elaboración GATIP

### 3.1.2. Eslabón secundario (producto/servicios)

En cuanto al segundo eslabón del sector, el Viceministerio de Turismo, órgano rector del turismo en Bolivia, ha priorizado las siguientes actividades turísticas que se relacionan directamente a los productos a ser promovidos como oferta turística.

**Figura 4: Actividades Turísticas**

<p><b>Turismo de Aventura y deporte extremo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Montañismo</li> <li>• Senderismo de alta dificultad</li> <li>• Deporte extremo</li> </ul>	<p><b>Turismo de Naturaleza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecoturismo</li> <li>• Observación de la naturaleza</li> <li>• Espeleología</li> <li>• Pesca deportiva</li> <li>• Campamentos</li> </ul>	<p><b>Turismo Cultural</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arqueología</li> <li>• Religioso</li> <li>• LGBT</li> <li>• Salud</li> <li>• Enoturismo</li> <li>• Gastronomía</li> <li>• Comunitario y Vivencial</li> </ul>
--	--	--

Fuente: PLANTUR VMT; Elaboración GATIP

Estas actividades son llevadas a cabo por Servidores Turísticos, según el Módulo de Categorización del Sistema de Registro de Categorización y Certificación de Prestadores de Servicios Turísticos de la Ley General de Turismo N°292 estas se pueden agrupar en seis tipos de especialidades:

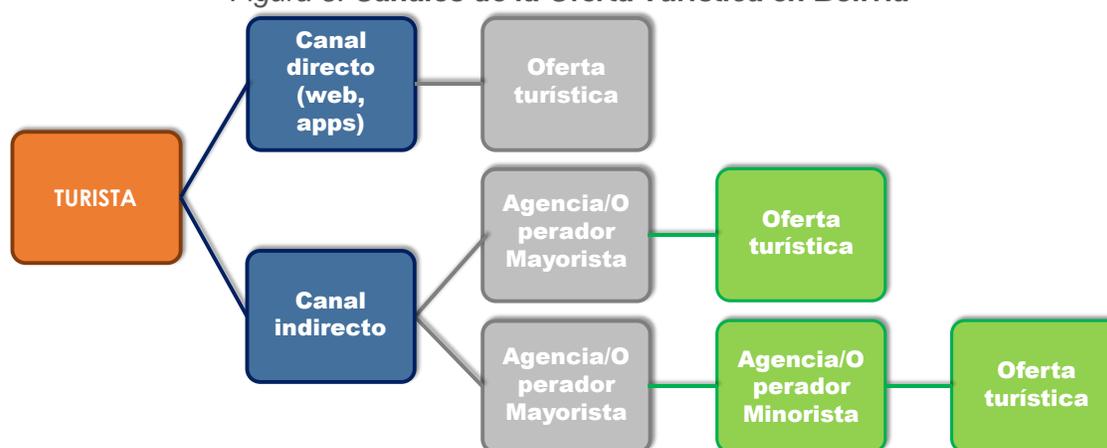
- Establecimientos de hospedaje
- Empresas de Viaje de Turismo
- Empresas de transporte turístico exclusivo
- Guías de Turismo
- Servicios Gastronómicos Turísticos
- Otros servicios no considerados en la normativa

### 3.1.3. Eslabón terciario (comercialización)

Un sistema de comercialización turístico consiste en un grupo de empresas que se relacionan entre sí por un interés común. Cada miembro del sistema depende de los otros y desempeña un papel o rol, especializándose en desarrollar una o más funciones.

La forma en la cual el mercado accede a la oferta turística en Bolivia, puede darse a través de dos canales, directo e indirecto:

Figura 5: *Canales de la Oferta Turística en Bolivia*



Elaboración GATIP

Los operadores turísticos mayoristas han ocupado tradicionalmente un cierto lugar en la cadena comercial de la industria de viajes, aunque hoy en día, con el efecto de la globalización y la expansión de internet, algunos operadores turísticos mayoristas han comenzado a salir de los límites de su tradicional lugar en la cadena comercial y han comenzado a ofrecer sus productos directamente al consumidor final.

Tradicionalmente, el operador turístico mayorista se encarga de organizar paquetes turísticos, combinando servicios de hoteles, aerolíneas y otros transportes y servicios. El operador mayorista trata directamente con los servicios de hotelería y aerolíneas, obteniendo descuentos por la compra o la reserva para grandes volúmenes de pasajeros.

Luego de organizado el paquete, el operador mayorista vende dichos paquetes a las agencias de viajes minoristas, ganando un porcentaje de comisión, y a su vez las agencias de viajes minoristas ofrecen los paquetes al público, es decir, a los consumidores finales.

Habitualmente, el operador mayorista no tiene contacto directo con el consumidor final, sino que actúa simplemente como intermediario entre las agencias de viajes minoristas y las empresas que brindan los servicios turísticos (cadenas hoteleras, aerolíneas, empresas de rentas de autos, etc.)

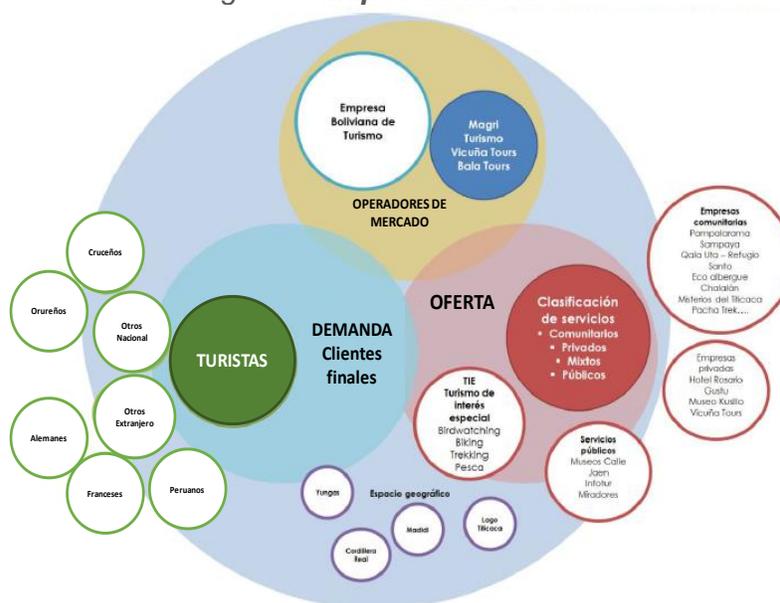
En este eslabón también participan actores del eslabón secundario, como los operadores y agencias que trabajan en la comercialización, pero aparecen además otros actores o sistemas que tienen contacto directo con el mercado como la web. En el país los utilizados para Bolivia se puede citar:

- Web: TripAdvisor, Red Tusoco, Viventura, Unique Destinations y una diversidad de empresas especializadas en diferentes tipos de turismo.
- Redes sociales: Facebook, Instagram, entre otros
- Publicaciones: guías impresas (Lonely Planet y Frommers), revistas especializadas (Condé Nast Traveller, National Geographic Traveler), guías web (Backpacker y Fodor's)
- Ferias internacionales
- Publicaciones impresas

### 3.2. Mapeo de actores

Los actores del sector turismo, identificados por el Viceministerio de Turismo pueden ser clasificados en tres: Turistas o demandantes, Operadores de Mercado; Oferentes que pueden ser comunitarios, privados, mixtos y públicos.

Figura 6: Mapeo de Actores

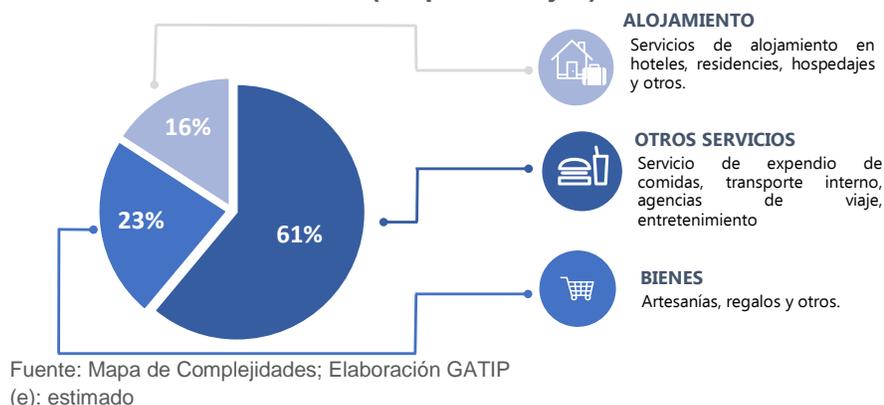


Fuente: PLANTUR, VMT Elaboración GATIP

### 3.3. Valor Bruto de producción del Sector Turismo

Se estima que el Valor Bruto de Producción (VBP) de las actividades que hacen al sector Turismo alcanzo para el año 2017 a Bs11.413 millones que representa aproximadamente el 2,1% del valor bruto de producción generado en el país; por grandes grupos, el 61% corresponde a la Servicios; 23% a bienes y el restante 16% a Alojamiento.

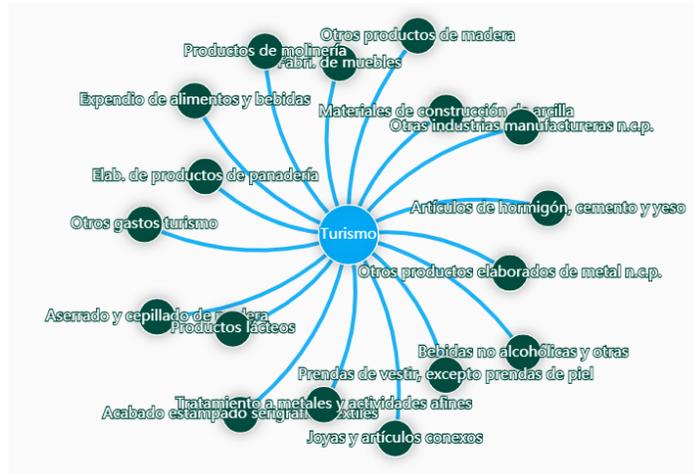
**Gráfico 2: Composición del Valor Bruto de Producción, 2017(e)**  
(En porcentajes)



Más del 70% del VBP generado concentran municipios de ciudades capitales como Santa Cruz de la Sierra con 17,1% de participación, Nuestra Señora de La Paz con 16,5%; El Alto con 11,4%; Cochabamba con 8,2%; Sucre con 6,6%; Oruro con 6,3% y Tarija 4,5%.

Por otro lado, es importante resaltar que el sector Turismo presenta alta relación y distancia tecnológica reducida con la producción de diversos bienes en la economía, por ejemplo, si tomamos en cuenta la actividad de artesanías, regalos y otros específicamente esta presenta una alta correlación y distancia con actividades productoras y de expendio de alimentos y bebidas, así como, varias de la industria manufacturera principalmente:

**Gráfico 3: Estructura de Productos del sector Turismo, 2017**



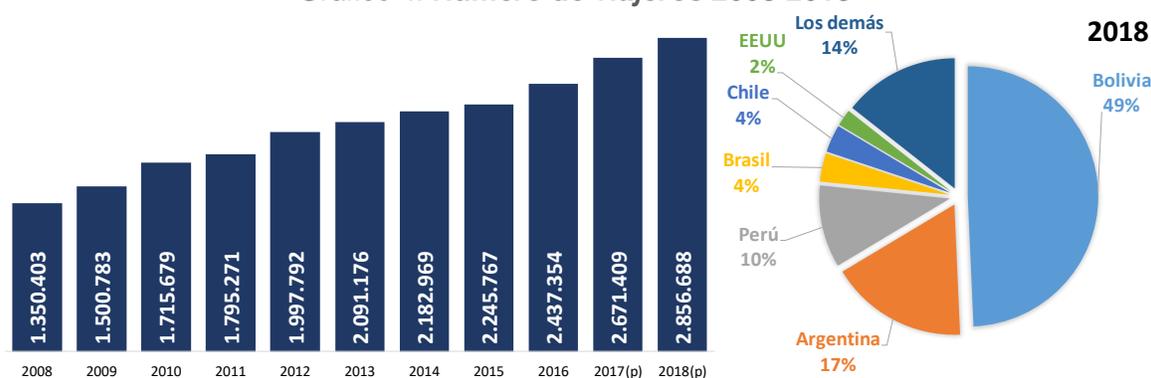
Fuente: Mapa de Complejidades; Elaboración GATIP

## 4. Demanda Turística

### 4.1. Viajeros Vs Visitantes

El número de viajeros<sup>7</sup> que llegaron al país en los últimos 10 años presentó crecimiento progresivo; el año 2008 se registraron 1,3 millones que para el año 2018 se duplicó, subiendo a más de 2,8 millones, lo que significa crecimiento promedio anual del 9%. Los viajeros corresponden al alrededor de 53 nacionalidades, incluidos los bolivianos que representan el 49%, seguidos de la República de la Argentina (17%), Perú (10%), Brasil (4%) y Chile (4%), concentrando casi el 70% del total, que vienen en su mayoría vía terrestre.

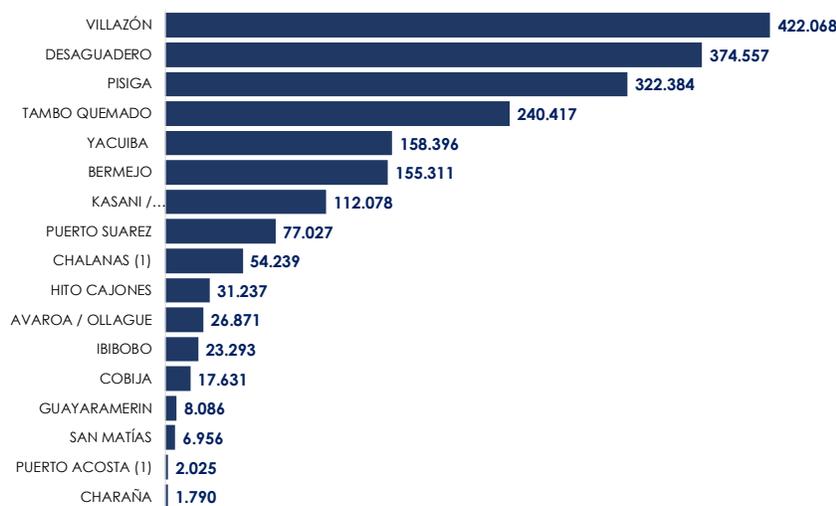
Gráfico 4: Número de viajeros 2008-2018



Fuente: INE; Elaboración GATIP

El puesto fronterizo más utilizado (20,7%) de viajeros que llegan al país vía terrestre es Villazón, seguido de Desaguadero (18,4%), Pisiga (15,8%) y Tambo Quemado (11,8%), concentrando el 66,8%; los viajeros que ingresan vía terrestre representan 71,2% del total.

Gráfico 5: Número de llegadas de viajeros según puerto Fronterizo, 2018



Fuente: INE; Elaboración GATIP

<sup>7</sup> Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración.

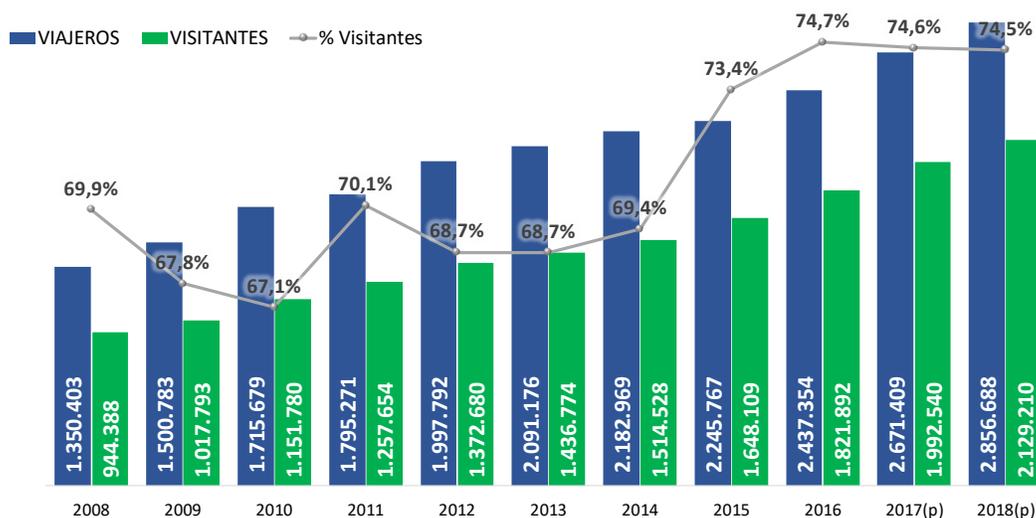
El ingreso vía aérea (27,9% del Total) es generalmente a través del aeropuerto Viru Viru del departamento de Santa Cruz (63,5%); en menor importancia se encuentra el aeropuerto de El Alto (25,7%) de departamento de La Paz y Jorge Wilsterman (10,7%) del departamento de Cochabamba.

Vía férrea (0,478% del total), ingresan principalmente por Villazón (43,2%), seguido de Puerto Quijarro (38,9%) y Yacuiba (17,8%). En menor frecuencia (0,08%) existen viajeros que ingresan vía lacustre, el principal puerto fronterizo es Copacabana, 64,5% seguido de Quijarro (27,4%) y Sócrates Vargas en Guayaramerin (8,1%).

Con relación al número de visitantes<sup>8</sup> (nacionales y extranjeros) o flujo de turismo, para el 2018, este fue de 2,1 millones, lo que representa que del total de viajeros que llegaron al país, aproximadamente el 75% lo hace por actividad turística, porcentaje que se incrementó aproximadamente en cinco puntos porcentuales en los últimos tres años, atribuido principalmente a las actividades propias de la competencia del Dakar y promociones al atractivo Salar de Uyuni.

Del total de visitantes, en promedio para el periodo 2008-2018 el 56% corresponde a visitantes extranjeros y el restante 46% a visitantes nacionales o sea bolivianos que residen en otros países.

Gráfico 6: Llegada de viajeros, visitantes y participación, 2008-2018



Fuente: INE; Elaboración GATIP

Según estadísticas del INE, el flujo de turistas es mayor en los meses de julio a agosto, esta tendencia se repite a lo largo del tiempo, identificando así la temporada alta para el turismo receptivo.

El Viceministerio de Turismo para la elaboración de su Plan de Turismo - PLANTUR priorizó cinco destinos turísticos, organizado por macrorutas, que concentran más del 61% de los turistas que llegan al país; el de mayor flujo corresponde al departamento de La Paz con

<sup>8</sup> Persona que viaja a un destino principal distinto al de su *entorno habitual*, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados

los atractivos de la misma ciudad, el lago Titicaca y Tiwanaku (36,5%); le sigue en importancia la macrorruta de Sucre, Potosí y Salar de Uyuni (33,8%) y en Santa Cruz las Misiones Jesuitas, Samaipata, Robore, Parque Nacional Amboró y ciudad de Santa Cruz (18,3%), que concentran el 88,7% del flujo turístico, además de ser las de mayor generación de divisas; las otras macrorutas priorizadas corresponde a los departamentos de Cochabamba (Cochabamba, Tropicó y Toro Toro); Amazonia, Trinidad, Moxos, Madidi y Cobija y por último a Tarija y valles de Chuquisaca.

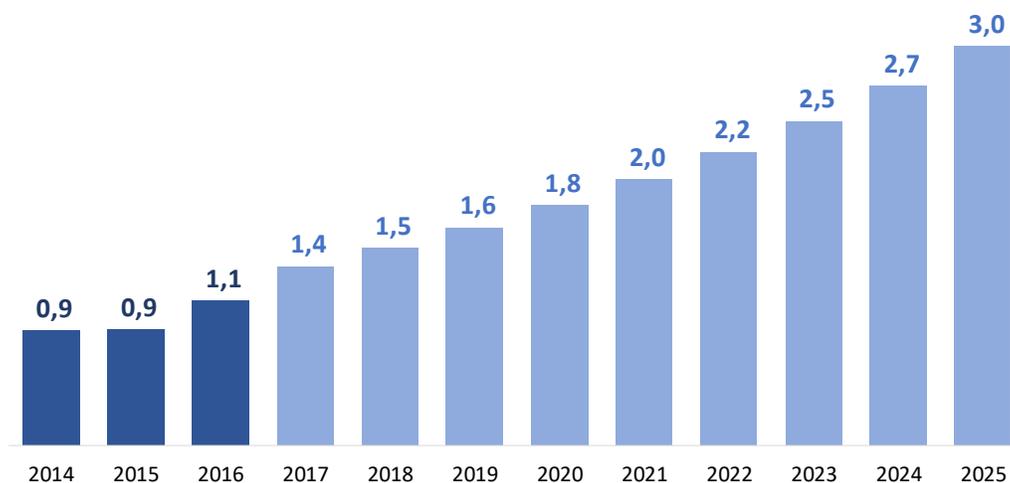
**Tabla 1: Flujo turístico por macrorutas priorizadas, 2016**

MACRO RUTAS	Flujo Turístico	Divisas	Gasto	Estadía promedio	Establecimientos de Hospedaje	Agencias de Viaje y Operadoras
		Generadas \$us	Promedio \$us			
Ciudad La Paz - Lago Titicaca - Tiwanacu	409.130	200.473.896	68	7,7	725	358
Sucre - Potosí - Salar Uyuni	378.833	185.628.170	65	7,2	260	174
Misiones - Samaipata - Robore - PN Amboró - Santa Cruz	205.075	100.486.750	75	7,8	388	211
Cochabamba - Trópico - Toro Toro	64.902	31.801.833	75	6,9	183	118
Amazonía - Trinidad - Moxos - Madidi - Cobija	48.287	23.660.630	58	8,1	117	45
Valles Chuquisaca - Tarija	13.527	6.628.230	59	5,7	83	43
<b>TOTAL</b>	<b>1.119.754</b>	<b>548.679.509</b>			<b>1.756*</b>	<b>949*</b>

Fuente: VMT; Elaboración GATIP

En ese contexto, para el año 2025, el PLANTUR tenía proyectado con su implementación alcanzar alrededor de 3 millones de turistas en las cinco macrorutas identificadas.

**Gráfico 7: Proyección de millones de turistas extranjeros en Bolivia al 2025**



Fuente: VMT-PLANTUR; Elaboración GATIP

Proyección del año 2016, por lo tanto, no considera datos reales de las gestiones 2017 y 2018 arrojados por el INE y los conflictos sociales y políticos de coyuntura resultado de las elecciones de octubre de 2019.

## 4.2. Gasto Turístico

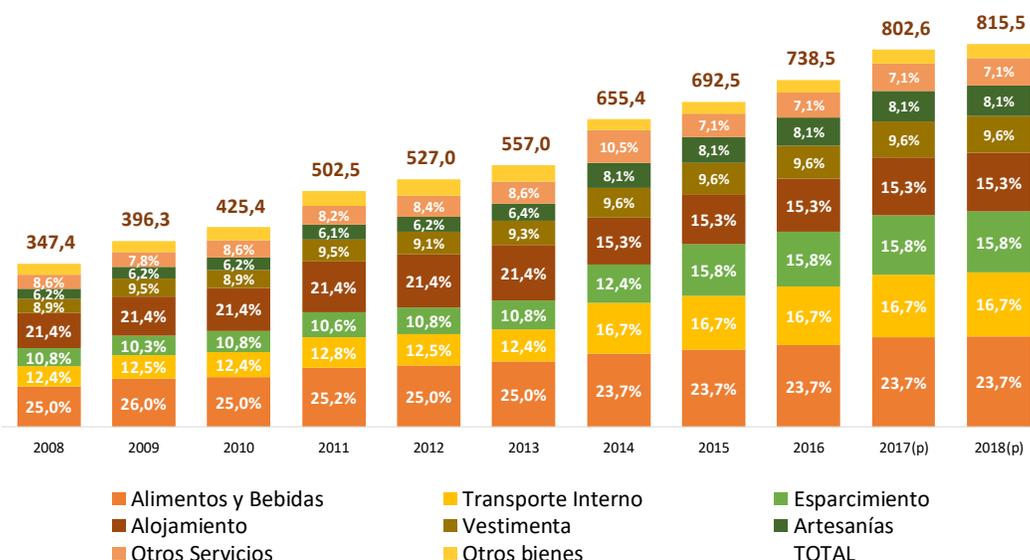
Respecto a la importancia social de esta industria, se señala que, al haber una estabilidad de las economías, existe automáticamente mejores perspectivas para el turismo receptivo (Sanisaca Pérez, 2012). La evolución del sector hotelero, su capacidad de crecimiento y de generación de empleo se vinculan fuertemente al desarrollo de la actividad económica general (Aznar, Bagur, & Rocafort, 2016), es decir, depende de la evolución del ciclo

económico y, consecuentemente, de la medida en que la actividad económica se sitúa en la fase ascendente del ciclo y crezcan las rentas de las personas y su capacidad de gasto. Ello se traduce en una demanda creciente de las actividades de ocio en las que a menudo se incluye a la actividad hotelera<sup>9</sup>.

Una variable que explica la demanda turística y el comportamiento del consumidor, es el gasto turístico, que comprende el ingreso de divisas por concepto de gastos efectuados por los turistas durante su permanencia en Bolivia. Este indicador presentó comportamiento similar (incremento) al flujo de llegada de turistas extranjeros.

En los últimos diez años el gasto turístico creció en promedio anual de 8,9%, alcanzando el 2018 un total de \$us815,5 millones, más del doble respecto al año 2008; las categorías más importantes para el último año son Alimentos y bebidas con 23,7% respecto del total, seguido de Transporte interno, con 16,7%, artesanías, esparcimiento con 15,8% y Alojamiento con 15,3%, concentrando el 71,5 del gasto.

**Gráfico 8: Gasto turístico de extranjeros en el país según el tipo de gasto, 2008-2018**  
(En porcentaje)



Fuente: Elaboración GATIP en base a datos del INE.

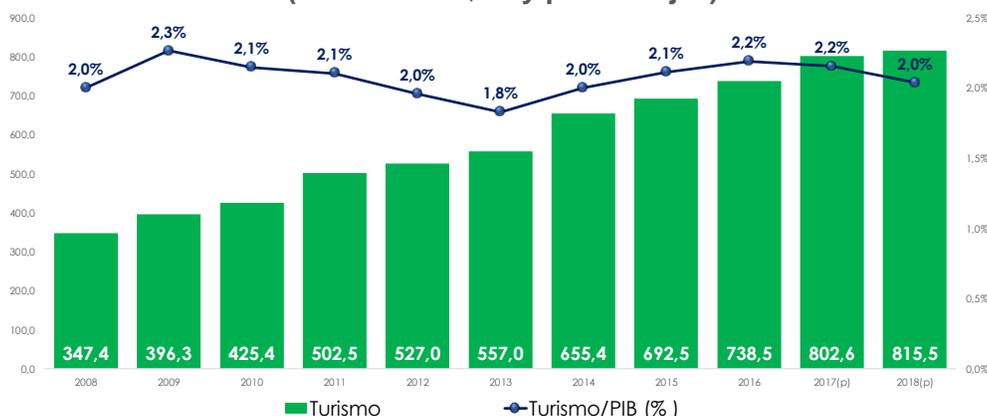
Con relación al 2008 se puede notar un cambio en la estructura del gasto, en este año si bien el gasto en Alimentos y bebidas se mantiene como primera categoría de gasto, la segunda más importante es la de Alojamiento con 21,4% de participación, categoría que fue desplazada a cuarto lugar el 2018.

<sup>9</sup> MSc. Orlandini González Ingrid Eliana, Paco Janco Pilar Leticia, Torricos Ponce Paola Fernanda, 2019. Crecimiento económico y la industria hotelera un análisis en dos ciudades patrimoniales del sur de Bolivia, Centro de Análisis e Investigación Socio Económica Facultad de Economía de SFXCH.

### 4.3. Ingresos Generados por el Turismo receptor

El ingreso del sector turismo en el país experimentó crecimiento significativo en los últimos diez años, pasando de \$us347,4 millones en 2008 a \$us815,5 millones en 2018, con variación de 134,7%, a un promedio de 8,9% anual aproximadamente, que responde, específicamente al incremento del flujo de los turistas<sup>10</sup>.

**Gráfico 9: Ingresos por turismo receptor y su participación en el PIB, 2008-2018**  
(Millones de \$us y porcentajes)



Fuente: INE; Elaboración GATIP

Su participación en el PIB total en los últimos diez años se encuentra en el orden del 2%, habiendo generado para el 2018 \$us815,5 millones de divisas y más de 331 mil empleos a nivel nacional, de los cuales, la micro empresa contribuyó en un 82%, la PyME 16% y la gran empresa 2%.

## 5. Oferta Turística

Como se pudo evidenciar a través del gasto, la oferta de alimentos y bebidas seguido de transporte, esparcimiento y alojamiento se encuentran entre las más importantes.

### 5.1. Alimentos y bebidas - gastronómico

Por sus características, la oferta turística de prestación de servicios de alimentos y bebidas preparados, así como el entretenimiento, son analizados en este acápite de manera conjunta y están referidos a la prestación de servicios en los mismos locales, donde el objetivo es difundir la cultura a través de la gastronomía, música, y/o entretenimiento.

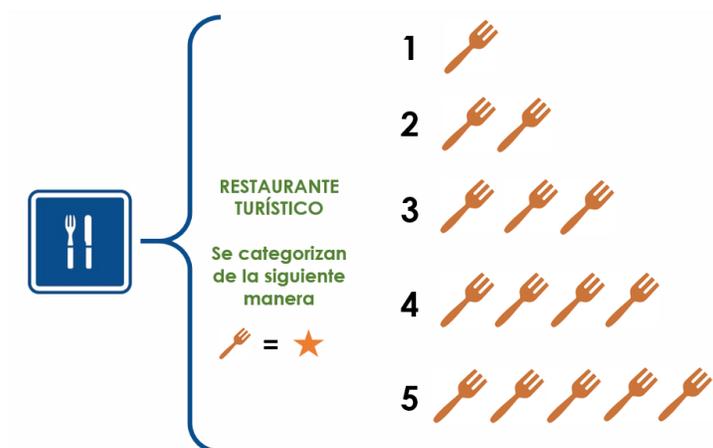
Las subcategorías que comprende son:

- Suministro de comida a clientes en restaurantes, cafeterías, restaurantes de

<sup>10</sup> Se debe tomar en cuenta que esta cifra puede aumentar si se implementan medidas y programas adecuados para la generación de ingreso que logren satisfacer las demandas del turismo, per se, la mejora del servicio turístico aumenta el flujo de turistas.

- Comida rápida, pizzerías a domicilio, comida para llevar, puestos ambulantes de helados y comida y preparación de comida en puestos de ventas.
- Catering en eventos y otras actividades gastronómicas.
- Servicio de bebidas en bares, tabernas, lounge, discotecas, y pubs, cafeterías, lugares de venta de zumos y venta ambulante de bebidas.

A su vez, los establecimientos del sector gastronómico turístico se categorizan por la cantidad de tenedores, de acuerdo al siguiente esquema:



Asimismo, deben considerarse los bares y cafés en este segmento los cuales no se encuentran en la normativa del Viceministerio de Turismo.

El número de establecimientos estimados<sup>11</sup> para esta actividad en todas sus categorías alcanza a 39.472 a nivel nacional, de las cuales el 74% se encuentran en los departamentos del eje troncal; de estas el 0,1% son grandes; 4,7 pequeñas y medianas y 95,2% micro unidades.

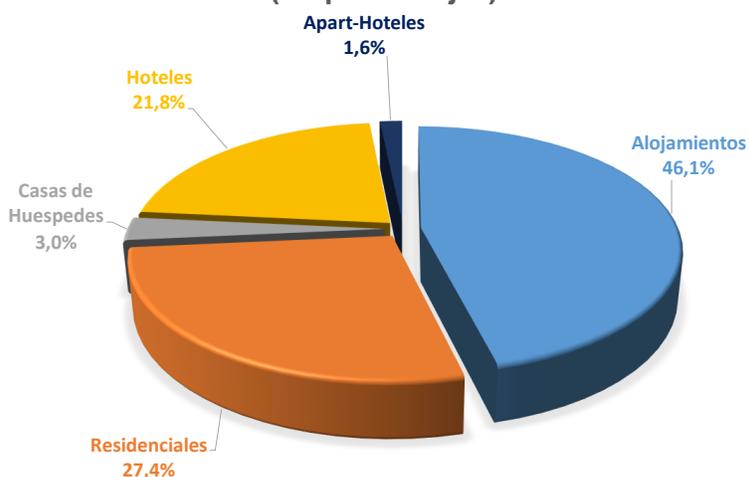
## 5.2. Alojamiento

Según estimaciones del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural – MDPyEP, para el 2017 existían 2.836 establecimientos de hospedaje de los cuales el 51,3% son micro establecimientos, 45,9% pequeñas y medianas y 2,8% Grandes, concentradas en los departamentos del eje troncal (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz) con 70% de participación.

Los registros de estos establecimientos, según normas establecidas corresponden a los Gobiernos Autónomos Departamentales, para el 2018, estos registraron en las ciudades capitales y El Alto de La Paz 1.476 establecimientos, 68% corresponden a alojamientos y Hoteles, con 681 y 322 establecimientos respectivamente; con capacidad aproximada de 31.442 habitaciones y 51.179 camas.

<sup>11</sup> Estimaciones MDPyEP para la gestión 2017

**Gráfico 10: Composición de Establecimientos de hospedaje según categoría hotelera de ciudades capitales y El Alto, 2018 (En porcentajes)**

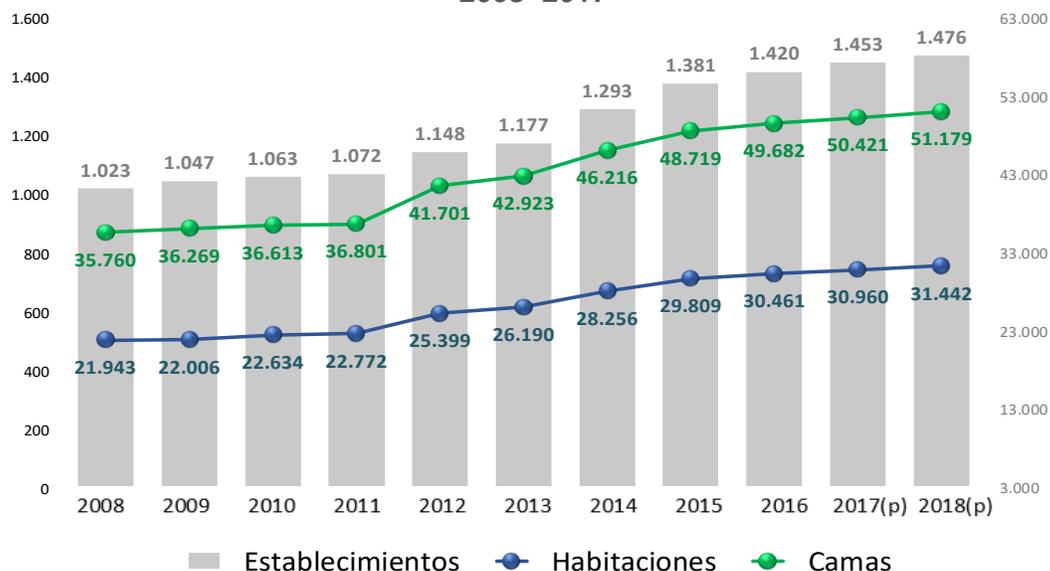


Fuente: INE; Elaboración GATIP

Nota: La información corresponde a Establecimientos registrados en Gobiernos Autónomos Departamentales

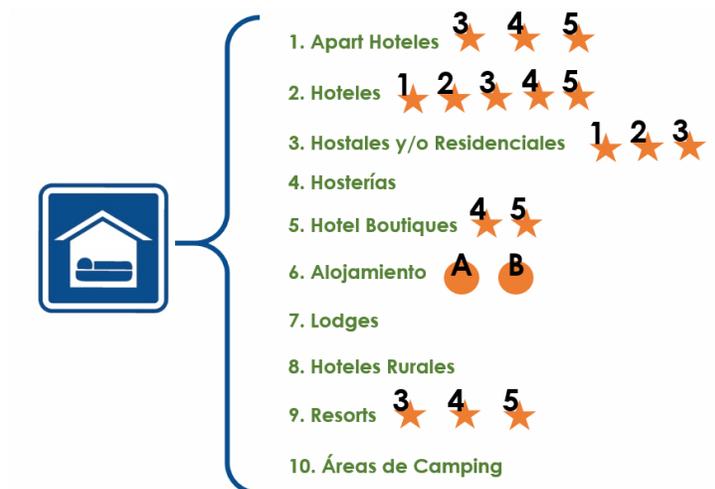
De estos últimos (1.476), a nivel general se registró que cuentan con 3.442 habitaciones con 51.179 camas aproximadamente, lo que significa que existe una capacidad para albergar a más de 66 mil turistas/noche, esta capacidad experimentó tendencia creciente con quiebres en los años 2012, 2014 y 2015 que presentaron tasas de crecimiento de 7,1%, 9,9% y 6,8% respectivamente, comportamiento que sufrió una desaceleración los últimos tres años con tasa de variación promedio de 2,2%. En términos de tamaño, el 2,8% corresponde a empresas grandes, 51,3% microempresas y 45,9% a pymes.

**Gráfico 11: Número de establecimientos hoteleros, habitaciones y camas, 2008- 2017**



Fuente: INE; Elaboración GATIP

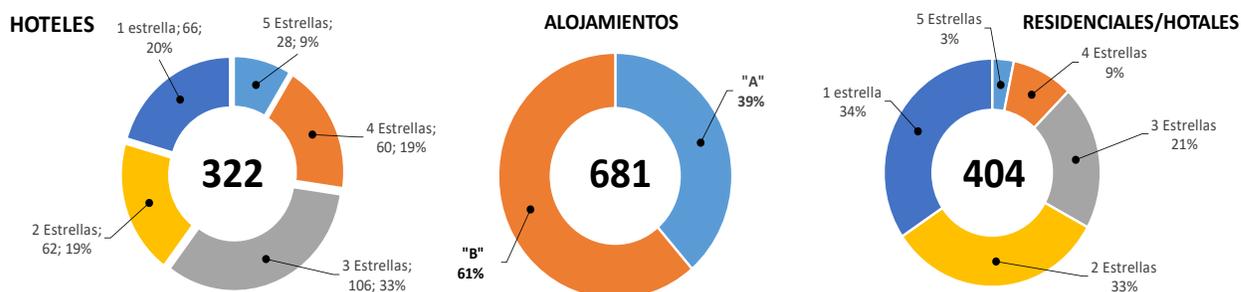
El sector de alojamiento, responde al siguiente esquema:



Por su parte, en términos de categoría hotelera, en base a datos del año 2018 estuvo encabezado por establecimientos de la categoría de 3 estrellas (32,9%), seguido por la categoría de 1 estrella (20,5%).

En la categoría Residenciales/Hostales, la más representativa es la de 1 estrella (34,4%), seguido de 2 estrellas (32,7) y finalmente, en la categoría de alojamientos se presenta en primer lugar la categoría B con 61,4% de participación.

**Gráfico 12: Composición de establecimientos de alojamiento según categoría Hoteles, Residenciales/Hostales y alojamientos<sup>12</sup> -2017 (En Número y porcentajes)**



Fuente: INE; Elaboración GATIP

En cuanto a las tarifas hoteleras, en términos generales se observa un incremento de las mismas durante el periodo de análisis (2008-2018).

<sup>12</sup> Alojamiento temporal a corto plazo en hoteles, resorts, apartamentos, moteles, caravanas, casas de huéspedes, pensiones, apartamentos y bungalós, unidades temporales, casas de vacaciones, chalets, casas rurales y cabañas, hostales juveniles y refugios en las montañas.

Tabla 2: *Tarifas Promedio de establecimiento de Alojamiento<sup>1</sup>, según categoría, 2008-2018*  
(En \$us)

CATEGORÍA HOTELERA	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 <sup>(p)</sup>	2018 <sup>(p)</sup>
<b>HOTELES</b>											
5 Estrellas	120,00	121,50	121,80	122,50	124,00	127,00	127,50	129,00	131,50	134,52	134,60
4 Estrellas	58,00	56,00	56,50	56,50	57,00	58,00	58,00	59,50	62,47	66,67	66,67
3 Estrellas	30,25	30,50	30,60	31,45	31,50	32,00	32,00	34,25	38,56	40,97	40,97
2 Estrellas	20,65	19,90	20,00	20,50	20,50	21,50	21,75	22,50	30,95	33,33	33,33
1 Estrella	14,50	14,00	14,50	14,75	14,75	16,00	16,25	16,75	24,83	25,69	25,69
<b>APART-HOTELES</b>	<b>77,25</b>	<b>77,50</b>	<b>81,00</b>	<b>82,00</b>	<b>82,00</b>	<b>83,00</b>	<b>83,00</b>	<b>83,50</b>	<b>84,94</b>	<b>86,88</b>	<b>86,88</b>
<b>RESIDENCIALES / HOSTALES</b>											
4 Estrellas	21,00	20,80	21,00	21,00	21,00	22,50	22,75	22,75	33,85	35,73	35,73
3 Estrellas	15,50	16,00	16,20	16,35	16,00	16,00	16,00	16,00	24,43	25,16	25,14
2 Estrellas	11,75	9,00	9,20	9,00	9,00	9,50	9,50	9,50	14,87	16,19	16,19
1 Estrella	8,50	7,40	8,00	8,00	8,00	8,00	8,05	8,05	11,81	12,60	12,62
<b>ALOJAMIENTOS</b>											
Categoría "A"	6,25	6,00	6,00	6,00	6,50	6,50	6,50	6,75	6,84	6,97	6,97
Categoría "B"	5,10	4,50	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,25	4,96	4,96	4,98
<b>CASA DE HUÉSPEDES<sup>(2)</sup></b>	<b>5,00</b>	<b>6,00</b>	<b>7,10</b>	<b>7,10</b>	<b>7,20</b>	<b>7,20</b>	<b>7,25</b>	<b>7,25</b>	<b>9,66</b>	<b>10,54</b>	<b>10,54</b>

Fuente: INE; Elaboración GATIP

(1): Corresponde a tarifas en establecimientos de hospedaje ubicados en ciudades capitales y El Alto

(2): Por re-categorización antes Posadas

### 5.3. Agencias de viajes, mayoristas, operadoras de turismo y consolidadoras

Estos actores cumplen las siguientes funciones:

- **Agencias de viajes**, Empresas dedicadas comercialmente a las actividades de intermediación de servicios turísticos nacionales e internacionales principalmente la realización de operaciones de turismo emisorio.
- **Operadoras de turismo**, Son aquellas dedicadas a la prestación de servicios de turismo organizado para el mercado receptivo e interno dentro del territorio nacional
- **Mayoristas y representaciones**, Son aquellas que representan a otras empresas nacionales o extranjeras bajo convenios y contratos específicos y que se dedican a ofertar, vender proyectar, elaborar y organizar toda clase de servicios, productos, programas y paquetes turísticos para vender exclusivamente a través de agencias de viajes formalmente constituidas.
- **Consolidadoras**, Son empresas dedicadas a la comercialización por mayor de boletos de transporte aéreo, los cuales son vendidos a los usuarios a través de agencias de viajes.

Para el 2017 se estimó<sup>13</sup> existen en el país 1.256 empresas de Viaje y Turismo, 56% pequeñas y medianas, 43,1% micro y 1% Grandes, concentradas también, en los departamentos del eje troncal (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz).

#### 5.4. Guías de Turismo

- Guía Nacional

Personas naturales que cuentan la autorización para trabajar en todo el territorio nacional y poseen amplios conocimientos del Patrimonio Turístico Nacional, las rutas existentes y los destinos turísticos que se promueven en el territorio nacional. Este guía debe estar certificado por la autoridad competente por la Autoridad Competente en Turismo de Nivel Central del Estado. Existen tres tipos de guía a nivel general:

- Guía Comunitario o Local
- Guía Fijo o de Sitio
- Guía Especializado

Esta clasificación no es limitativa pues se pueden adicionar en el país a:

- Guía de Montaña
- Guía de Trekking (caminatas con niveles de dificultad)
- Guía de Observación de Fauna
- Guía de Deportes Extremos y Aventura
- Guía de Naturaleza
- Guía Cultural
- Otros

#### 5.5. Transporte

El transporte en el sector turismo, está compuesto por las siguientes actividades:

- Transporte de pasajeros por vía férrea
- Transporte regular urbano y suburbano de pasajeros por vía terrestre
- Otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre
- Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje
- Transporte de pasajeros por vías de navegación interiores
- Transporte de pasajeros por vía aérea
- Alquiler de vehículos automotores sin conductor

Con relación a este sector, sin considerar el transporte de pasajeros urbano y periurbano se estima existen alrededor de 17.186 unidades económicas de transporte al servicio del sector turismo, de los cuales más del 99% de las unidades económicas son microempresariales.

<sup>13</sup> Estimaciones MDPyEP para la gestión 2017

A esta actividad también debe sumarse las empresas de alquiler de vehículos que, en el país, aproximadamente alcanzan a 283.

## 5.6. Otros servicios no considerados en la normativa

Dentro de esta categoría se consideran:

- Entretenimiento: teatros, discotecas, cines, parque de diversiones
- Culturales: museos, iglesias, monumentos históricos
- Aire libre: parques, paseos, peatonales, miradores, establecimientos deportivos
- Centros comerciales: mercados, galerías, calles
- Servicios varios: información, salud, servicios básicos, tratamiento de residuos, casas de cambio, banca, telefonía, quioscos, café internet
- Servicios para discapacitados

En esta categoría, considerando solo aquellas actividades de esparcimiento, se estima<sup>14</sup> existen alrededor de 15.919 unidades económicas, de las cuales desde teatros, bibliotecas, museos, parques, deportivas, etc.

El PLANTUR 2020, considerando la demanda de los diferentes destinos turísticos priorizados y considerando a los Prestadores de Servicios Turísticos que cuentan con la Certificación y Categorización otorgadas por el Viceministerio de Turismo y/o los Gobiernos Autónomos Departamentales, contabiliza aproximadamente 5.745 unidades económicas, a lo cual, se podría concluir que existe un mínimo porcentaje de unidades formales o que cumplen con los requisitos propios para el servicio.

**Tabla 3: Número de unidades económicas para atender el PLANTUR 2020, según destino turístico priorizado**

Destino turístico priorizados por PLANTUR 2020	Ubicación Oficina BDP	Hospedaje	Operadores Turísticos	Gastronómicos	Transporte internacional	Transporte nacional	Total
La Paz: ciudad, Lago Titicaca	Oficina La Paz	429	336	510	379	37	1.691
Santa Cruz: Feria exposición	Oficina Santa Cruz	457	244	710	181	12	1.604
Santa Cruz: Ciudad de Santa Cruz							
Rutas gastronómicas	Oficina Cochabamba	326	202	615	143	32	1.318
La Paz: Tiwanaku	Oficina El Alto	315	2	1			318
Potosí: Ciudad de Potosí	Oficina Potosí	92	68	49	37	21	267
Potosí: Salar de Uyuni - Lagunas de color	Oficina Potosí	65	169	8			242
Tarija: Carnaval Chapaco - Compadres y Comadres	Oficina Tarija	111	52				163
Tarija: Ruta del Vino							
La Paz: Copacabana	Oficina El Alto	64	14	7			85
Cochabamba: Trópico	Oficina Villa Tunari - Ivirgazama	1		1			2
Chuquisaca: Ruta de Vinos y haciendas Los Cintas	Oficina Camargo	2	1	52			
<b>Totales</b>		<b>1.862</b>	<b>1.088</b>	<b>1.953</b>	<b>740</b>	<b>102</b>	<b>5.745</b>

Fuente: Viceministerio de turismo; Elaboración GATIP

<sup>14</sup> Estimaciones MDPyEP para la gestión 2017

## 6. Estructura del sector turístico (sistema turístico nacional y sistemas regionales de turismo)

### 6.1. Sistema turístico nacional

El funcionamiento del sistema turístico nacional, puede representarse en la siguiente manera:

Figura 7: **Sistema Turístico**



Fuente: Elaboración propia, basado en los conceptos de (Boullón, 2004)

El encuentro entre la oferta y demanda turística originan un proceso de venta del producto turístico basado en la promoción de los destinos. Forma parte del Producto y Servicio Turístico la "Planta Turística" que comprende los atractivos turísticos (naturales y culturales) y la Infraestructura Turística.

En la parte central del sistema está la superestructura organizacional turística que se encarga de controlar la eficiencia del sistema a través de normativas que regulan el funcionamiento e interacción de los actores involucrados en la actividad turística. Esta superestructura, comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el servicio turístico.

## 6.2. Sistemas regionales de turismo

El turismo es una importante actividad económica para cualquier país, cuyas características dinamizan la economía de la región y por ende del país. Por muchos años, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento. Su diversificación lo ha convertido en el sector de mayor crecimiento económico en el mundo. El turismo hoy en día se encuentra ampliamente ligado al desarrollo y abarca un número creciente de nuevos destinos (Ruiz, 2008).

El turismo está considerado como uno de los sectores más dinámicos de la economía mundial. Este sector posee un efecto multiplicador sobre otros sectores que involucran tanto al sector privado como gubernamental que además repercute en la generación de ingresos. Estudios realizados sobre el turismo y su incidencia en el crecimiento económico comprobaron la relación directa entre ambos.

Además, es importante considerar al turismo como un Modelo, entendiéndose Modelo Turístico a “la forma generalizada de resolver tanto el comportamiento turístico como la oferta que lo acompaña en un destino o región determinada. La presencia repetitiva de ofertas similares, así como la evidencia de comportamientos similares de numerosos turistas, induce a plantear que se está en presencia de un patrón o modelo”<sup>15</sup>.

En el caso del turismo, se pueden identificar básicamente dos modelos totalmente opuestos entre sí: segregado, integrado y además un modelo intermedio. A continuación, se describen las principales características de estos modelos:

### **Modelo Segregado**

Este modelo, es conocido también como Turismo de “enclaves”, derivado de otras experiencias productivas, como las maquilas, los cultivos de banano, café y cacao, asociado básicamente a un turismo masivo que encuentra su más clara expresión en el denominado “turismo de sol y playa”. En este modelo la población local se convierte en mano de obra poco calificada, con remuneraciones mínimas, ocupando los cargos de más baja jerarquía. La gran infraestructura hotelera predominantemente está en manos extranjeras y es la gran empresa transnacional o nacional la figura que sobresale. La experiencia turística no se vincula con el medio ni menos con la población local.

En el Modelo Segregado se aplican al pie de la letra los principios de Taylor y Ford, en cuanto a la división moderna del trabajo y la producción en serie (economías de escala) respectivamente, en donde a mayor producción menor costo, por lo que los destinos, gracias a sus bajos precios, se vuelven alcanzables para un amplio segmento de personas (turismo masivo). Un ejemplo clásico del principio Taylorino aplicados al hotelería y a otros servicios turísticos, lo constituye Cancún, en el Caribe mexicano.

Las grandes operadoras han logrado diseñar, de este modo, paquetes de servicios comercializables a bajo costo, vendiendo en forma más o menos organizada y coherente,

---

<sup>15</sup> Hiernaux, Nicolas y otros. (2002). Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible. Cuaderno de Ciencias Sociales 123. Sede Académica, Costa Rica.  
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO

la transportación, el alojamiento, la alimentación y los diversos servicios recreativos. Hoy en día, resulta más barato adquirir un paquete todo incluido en un Resort de una playa del Caribe que adquirir un paquete de ecoturismo enclavado en la región amazónica del Ecuador. Dicha industria es bastante competitiva, y de hecho, en la actualidad, los flujos turísticos e ingresos económicos que genera el turismo bajo este modelo son los más significativos a nivel mundial, quedándose, por cierto, la mayor parte de las ganancias en manos de las Operadoras y las grandes empresas.

### ***Modelo Integrado***

Este modelo se asocia generalmente a las pequeñas y medianas empresas. La existencia de un fuerte capital social, entendido este como las relaciones sociales que se dan en un territorio determinado, en las cuales se combinan actitudes de confianza con conductas de reciprocidad y cooperación<sup>16</sup> sería un elemento coadyuvante que favorecería el surgimiento y desarrollo de esta forma en donde la comunidad participa en la planificación y gestión de la oferta turística. Las poblaciones no sólo entran como asalariadas sino como portadoras de determinadas ideas turísticas expresadas en distintas iniciativas.

### ***Modelo relativamente Integrado***

Es un modelo intermedio el cual recoge elementos de los dos anteriores. Combina la gran empresa nacional y extranjera con las pequeñas empresas nacionales y extranjeras. La mayoría de las experiencias centroamericanas y a nivel latinoamericano corresponden a este tipo de Modelo<sup>17</sup>.

El crecimiento y desarrollo de la actividad turística ha significado un fuerte incremento de la oferta de productos turísticos a nivel mundial, y con ello, los servicios asociados a éstos. Este sostenido crecimiento, que en muchas regiones convierte al turismo en una de las actividades económicas más dinámicas, también ha impulsado una fuerte competencia entre productos de destinos alternativos o sustitutos, lo que llevó a impulsar diversas acciones para mejorar su competitividad<sup>18</sup>.

Esto implica que ya no basta con que un destino turístico cuente con buenos servicios de alimentación, alojamiento, transporte, etc., eficientes desde el punto de vista empresarial; sino que, desde la perspectiva contemporánea, el destino debe ser concebido y gestionado como un producto turístico<sup>19</sup>.

Por otro lado, la importancia del sector en la economía regional es evidente, la OMT ha establecido razones por las cuales el sector turístico representa un factor de desarrollo, enfocadas en los países menos desarrollados, entre las más importantes se debe resaltar las siguientes:

<sup>16</sup> Durston, J. (2001). Capital Social, parte del problema, parte de la solución: su papel en la persistencia y en la superación de la pobreza en América Latina y el Caribe. Conferencia "En busca de un nuevo paradigma: capital social y reducción de la pobreza en América latina y el Caribe". CEPAL. Santiago de Chile, 24 al 26 de septiembre de 2001.

<sup>17</sup> Hiernaux, Nicolás y otros. Ob.Cit.

<sup>18</sup> Chacón Delgado Mónica, Gestión Turística Municipal, 2015

<sup>19</sup> González Cornejo Ricardo (2008). *Modelo de gestión integral de destinos turísticos*.

Gobierno de Chile. Servicio Nacional de Turismo SERNATUR. Departamento de Planificación. Santiago. Pág. 3.

- a) El turismo se consume en el punto donde se produce; el turista se dirige al destino específico y gasta dinero, oportunidad para los negocios locales y comunidades locales beneficiarse a través de la venta de bienes y servicios.
- b) Los países menos desarrollados tienen una ventaja comparativa en comparación a los países desarrollados. Se tiene una alta gama de valores como la cultura, música, escenarios naturales, flora, fauna, y todo lo que abarca el patrimonio de la humanidad.
- c) El turismo es considerado intensivo en mano de obra. Esto fomenta la creación de empleo.
- d) Existe la creación de oportunidades a pequeñas empresas. Los costos y barreras de entrada son relativamente bajos o pueden ser reducidos.
- e) El turismo fortalece el orgullo cultural. La actividad crea conciencia del medio ambiente y el valor económico.
- f) La infraestructura que requiere el sector turístico, como ser: transporte; servicios de comunicación; suministros sanitarios; seguridad pública y servicios de salud beneficia a las comunidades cercanas.

## 7. Financiamiento del Sector Turismo

En el marco de la Ley No. 393 de Servicios Financiero del 21 de agosto de 2013 y el Decreto Supremo No. 2055 de fecha 09.07.2016, la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), a través de la resolución No. 307/2015 de fecha 27 de julio del año 2015, aprueba el Reglamento de Operaciones de Crédito al Sector Productivo, en cuyo Artículo 3 (Definiciones), de la Sección I de los Aspectos Generales, se menciona:

*Sector Turismo: Conjunto de actividades económicas, desarrolladas por personas naturales y/o jurídicas, para la producción de bienes y prestación de servicios demandados por turistas.*

*Turista: Persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, por motivos de ocio, negocios u otro motivo que no sea el de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado.*

Asimismo, en el Artículo 1 (Sector del turismo) en la Sección 3 y su correspondiente Anexo 2, se establece que las siguientes actividades económicas, según el CAEDEC, son objeto de financiamiento del Sector Turismo, en lo que se refiere a capital de Inversión:

**Tabla 4: Actividades del sector turismo según CAEDEC**

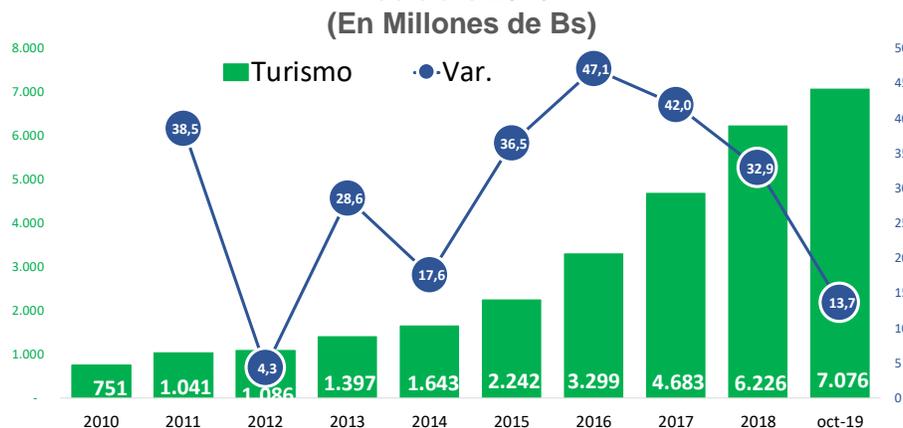
SUBCLASE CAEDEC	DESCRIPCIÓN CAEDEC
55101	Servicios de alojamiento en hoteles
55102	Servicios de alojamiento en residencias
55103	Servicios de alojamiento en hospedajes y otros
55201	Servicios de expendio de comidas en establecimientos con servicio de mesa y/o en mostrador
60100	Servicio de transporte ferroviario
60212	Servicio de transporte automotor suburbano de pasajeros
60222	Otros servicios de transporte no regular de pasajeros
61200	Transporte por vías de navegación interiores
62101	Servicio de transporte aéreo regular de pasajeros
60221	Servicios de alquiler de automotores con conductor
71110	Alquiler de equipo de transporte por vía terrestre sin personal
71120	Alquiler de equipo de transporte por vía acuática sin personal
63041	Servicios de agencias de viajes
63042	Servicios complementarios de apoyo turístico
92320	Servicios de museos y preservación de lugares y edificios históricos
92330	Servicios de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales

Fuente: ASFI; Elaboración GATIP

En ese contexto, la cartera del sector turismo presentó crecimiento importante, desde el lanzamiento de la resolución en julio de 2015; de Bs1.643 millones en diciembre de 2014 (año que aún no estaba considerado como parte del sector productivo), aumento para diciembre de 2015 a Bs2.242 millones (36,5% de crecimiento); hasta 2018 se registra variaciones por encima del 30%, sin embargo, los últimos años hubo una desaceleración del crédito.

A octubre de 2019, la cartera alcanzó a Bs7.076 millones, 850 millones más que en diciembre 2018, con tasa de variación de 13,7%.

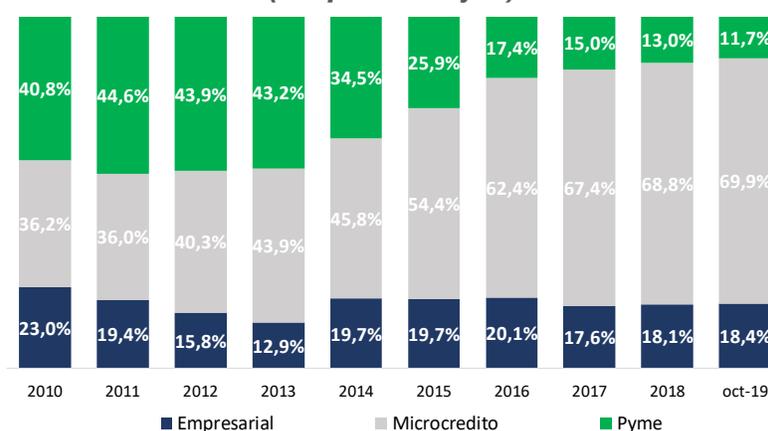
**Gráfico 13: Evolución y tasa de variación de la Cartera del Sector Turismo, 2010- octubre 2019**



Fuente: ASFI; Elaboración GATIP

En cuanto a la participación de la cartera del sector turismo según tamaño del crédito, el crédito micro empresarial incrementó su participación de 36,2% en 2010 al 69,9% en octubre 2019; la tendencia del crédito PyME fue contraria, de 40,8% de participación en 2010 bajo a 11,7%, por su parte el crédito empresarial en los últimos años no presentó cambios significativos.

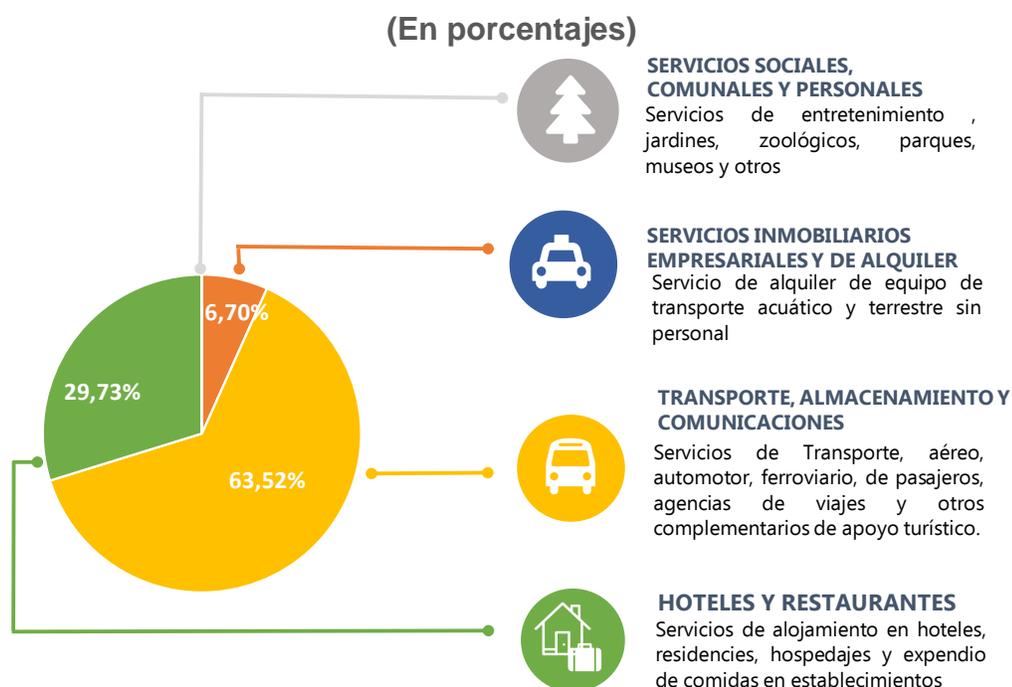
**Gráfico 14: Composición de la cartera del sector turismo, según tamaño, 2010- octubre 2019**



Fuente: ASFI; Elaboración GATIP

En cuanto a la composición de la cartera del sector turismo según CAEDEC, a octubre de 2019, se muestra que la categoría de servicios de transporte, almacenamiento y comunicación, que comprende además servicios de agencias de viajes y otros complementarios al turismo representan 63,5% de la cartera, equivalente a Bs4.494,2 millones, seguido de Hoteles y restaurantes con 29,7%, servicios de expendio de comida (15,1%), equivalente a Bs1.018 millones, servicios de alojamiento (15,1%), equivalente a Bs1.016 millones de los cuales el 49,5% corresponde a expendio de comidas; Servicios sociales, comunales y personales compuesta específicamente por servicios de alquiler de vehículos de transporte con 6,7% y la categoría de Servicios sociales, comunales y personales que comprende servicios de entretenimiento, parques, zoológicos, museos entre otros representa el 0,05%.

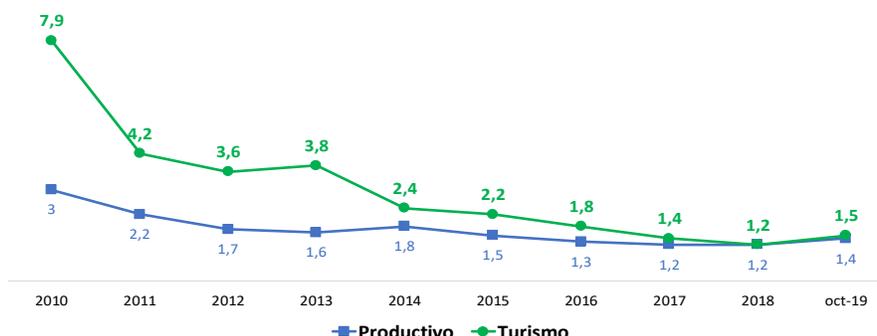
Gráfico 15: **Composición de la cartera del sector turismo, por actividad económica, 2018**



Fuente: ASFI; Elaboración GATIP

Respecto a la calidad de la cartera del sector turismo, medido a partir del índice de mora, se concluye que, hasta el año 2017, presentó un importante componente de cartera vencida y en ejecución, arrojando índice de mora por encima de la mora del sector productivo en su conjunto, sin embargo, esta presentó tendencia a la baja; a octubre de 2019, el sector turismo presenta índice de 1,5%, levemente mayor al del sector productivo que fue de 1,4%.

**Gráfico 16: Índice de Mora del sector Productivo y Turismo, 2010- octubre 2019 (En porcentajes)**



Fuente: ASFI; Elaboración GATIP

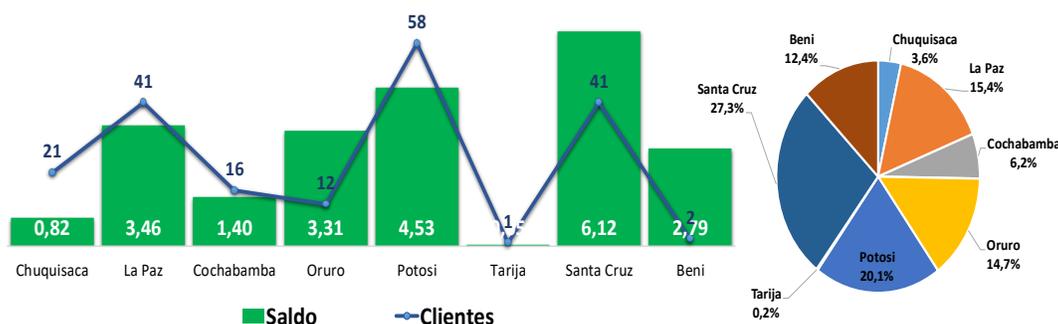
### 7.1. Servicios Financieros y No Financieros del BDP – S.A.M.

El Banco de Desarrollo Productivo, como banca de desarrollo, no solo otorga financiamiento al sector Turismo, sino también, desarrolla planes de intervención de asistencia técnica en diferentes regiones coadyuvando para su desarrollo.

El BDP – S.A.M., a través de sus servicios de primer piso, otorga créditos al sector Turismo desde 2017, año que alcanzó el saldo de Bs3,1 millones, dirigido a 35 clientes, para diciembre de 2018, esta se incrementó de manera considerable otorgó créditos a 192 clientes, cerrando el saldo de cartera en Bs22,5 millones.

A nivel departamental, la mayor cartera se concentra en los departamentos de Santa Cruz, Potosí y La Paz.

**Gráfico 17: Número de clientes y cartera del sector Turismo del BDP – SAM., 2018 (En millones de Bs y porcentajes)**



Fuente: BDP-S.A.M.; Elaboración GATIP

Por su parte, los servicios no financieros del banco fueron traducidos en Asistencia Técnica Especializada, después de un diagnóstico sobre el sector, los lugares de mayor flujo, destino turístico y deficiencias identificadas, el año 2017 se ejecutó el plan Turismo

Copacabana, con el apoyo de aliados estratégicos como CODESPA<sup>20</sup>, Cámara Hotelera provincial y el Gobierno Autónomo Municipal de Copacabana.

La primera experiencia estuvo dirigida específicamente a la actividad hotelera del lugar, en la que se dio asistencia técnica especializada personalizada a 23 establecimientos hoteleros en temáticas como hotelería operativa, atención al cliente y gastronomía; el objetivo fundamental, mejorar los servicios de hospedaje de Copacabana, con el propósito de que los turistas no solo lo consideren solo un lugar de paso, sino que el mejor servicio les de la opción de una mayor estadía en la localidad de Copacabana.

Los resultados logrados, se enfocaron a contar con una mejor calificación de los establecimientos hoteleros en los portales como booking.com, expedia.com; agoda.com, además de incrementar la demanda de los mismos.

Figura 8: Plan Turismo “Copacabana”



Una segunda intervención de Asistencia Técnica Especializada, fue dirigida al Municipio de Uriondo del departamento de Tarija, en el que se organizó sesiones de trabajo con 25 unidades económicas de diferentes actividades que hacen al sector Turismo, con el propósito de construir el “Plan Municipal de Turismo en Uriondo”, en alianza con el GAM del lugar y FUNDART<sup>21</sup>.

A través del proyecto “Productores BDP” que tiene como propósito mejorar el acceso a mercados a través de promoción en medios masivos de comunicación como radio, TV y prensa, en la gestión 2018, se apoyó a 11 establecimientos hoteleros, los resultados de este proyecto fueron inmediatos, ya que se logró en la mayoría de los casos visibilizar el establecimiento y mejorar su demanda.

<sup>20</sup> ONG financiada por la cooperación española, especializada en el sector turismo, en Bolivia especialmente en el Municipio de Copacabana

<sup>21</sup> Fundación de Arte del Municipio de Uriondo-Tarija

En la gestión 2019 se priorizó el trabajo en la ciudad de Sucre, por su potencial turístico, articulando la oferta de servicios financieros y no financieros en nuestros productos BDP Turismo, la Agencia trabajó en la etapa de promoción del crédito para convocar a más prestadores de servicios turísticos del municipio, y desde el área de Asistencia Técnica se brindó Asistencia Genérica, en talleres de Educación Financiera y Marketing Digital Básico con la que se llegó a 27 potenciales clientes. En el último semestre tras la intervención se logró aprobar cinco nuevos créditos y gestionar la Asistencia Técnica para 15 clientes del sector en el próximo año.

## **Fortalezas y debilidades del sector Turismo en Bolivia**

La fortaleza de Bolivia en materia turística está relacionada a su gran dotación de recursos naturales y en la riqueza de su patrimonio cultural, tanto por la amplitud de su territorio que ha sido declarado como área protegida, así como por su amplia biodiversidad por el número de lugares o eventos que han sido declarados patrimonio cultural de la humanidad.

Sin embargo, se debe resaltar que existen muchas debilidades referidas principalmente con la baja calidad de servicios, incipientes condiciones que rodea los ambientes naturales, así como la escasa difusión de la oferta turística como tal.

### ***Problemas estructurales en el eslabón primario***

Entre estos se puede mencionar a falta o malas condiciones de:

- Infraestructura Carretera,
- Servicios básicos,
- Infraestructura turística (miradores, piscinas, señalización, recuperación de saberes ancestrales, museos), entre otros.

### ***Problemas en el eslabón secundario***

Son limitantes para que diversos segmentos de turistas escojan a Bolivia como su destino:

- Falta de profesionalización de los prestadores de servicios turísticos, principalmente los negocios pequeños y medianos representan una barrera que afecta la imagen internacional de Bolivia, generando un inadecuado aprovechamiento de la inmensa oferta y riqueza turística del país.
- Falta de inocuidad en el manejo de los alimentos en la gastronomía,
- Inadecuada aplicación de normativa en los servicios para clientes turísticos,
- Insuficiente aprovechamiento de las TIC's para la promoción y difusión de la oferta turística.

### ***Problemas en el eslabón terciario,***

Los problemas en el punto de encuentro entre la oferta y la demanda, son:

- La falta de integración con algunos destinos y oferentes turísticos.
- Gasto promedio de los turistas extranjeros en Bolivia bajo, aspecto que va relacionado a los problemas del eslabón primario (infraestructura y servicios)
- Captación de turistas de segmentos con mayor capacidad de pago.

Pese a las mejoras que se dieron en los últimos años principalmente en infraestructura carretera, Bolivia no logra aun competir de manera efectiva a nivel internacional con países vecinos por turistas de segmentos con mayor capacidad de pago como Argentina, Chile, Perú y Ecuador. Es importante mencionar que un porcentaje importante del turismo que llega a Bolivia es por ser el país tránsito del turismo que viene del Perú y que pasa a Chile y Argentina.

## 7.2. Competitividad del sector Turismo de Bolivia en el ámbito internacional

El Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, desarrollado por el Foro Económico lleva a cabo el análisis con 140 países a nivel mundial, 23 de América, 46 de Europa; 22 de Asia, 34 de África Sub-Sahariana y 15 de Medio Oriente y Norte África; comprende cuatro pilares y 14 categorías para su calificación.

**Figura 9: Pilares y categorías del índice de competitividad de Viajes y Turismo Mundial, 2019**

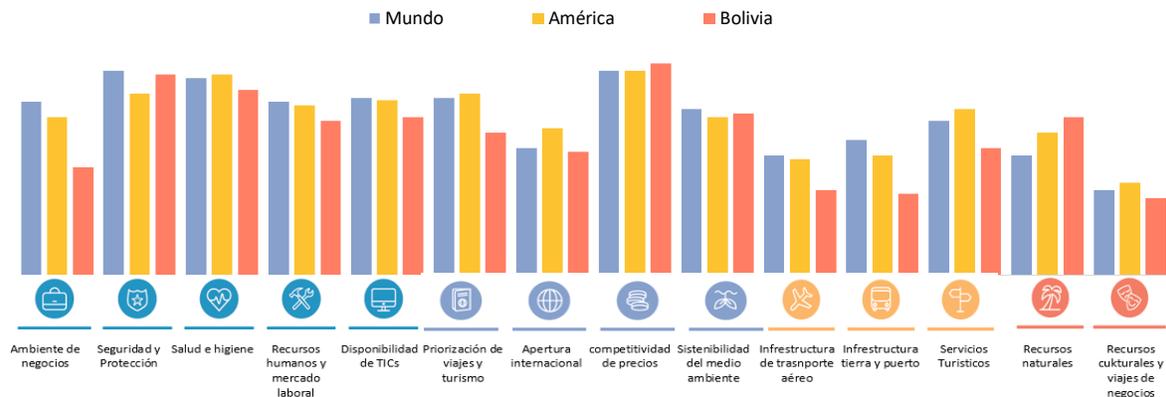


Fuente: Foro Económico Mundial

La valoración de cada categoría oscila entre 1 y 7, siendo 1 la peor calificación y 7 la mejor; para el 2019 Bolivia a nivel general obtuvo calificación de 3,5; levemente menor al índice promedio de América (3,9) y al promedio mundial (3,8), posesionándolo en el lugar número 90, seis lugares antes que 2018, año en el que se encontraba en el puesto número 96 del ranking mundial, mejorado su calificación en la mayoría de los pilares.

De las catorce categorías consideradas, diez cuentan con calificación menor al promedio de América y solo cuatro se encuentran por encima, estas son Seguridad y Protección; Competitividad de Precios; Sostenibilidad del Medio Ambiente y Recursos Naturales.

**Gráfico 18: Calificación por categorías del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, 2019**



Fuente: Foro Económico Mundial; Elaboración GATIP

Las subcategorías de mejora incluyen por ejemplo la competitividad de los precios, debido a la reducción de los impuestos de los boletos y los cargos del aeropuerto, y apertura internacional, que se debe a la reducción en los requisitos de visa.

Se registró una expansión de áreas protegidas, combinado con una extensa vida silvestre, ayudando a mejorar el pilar de Recursos Naturales del país.

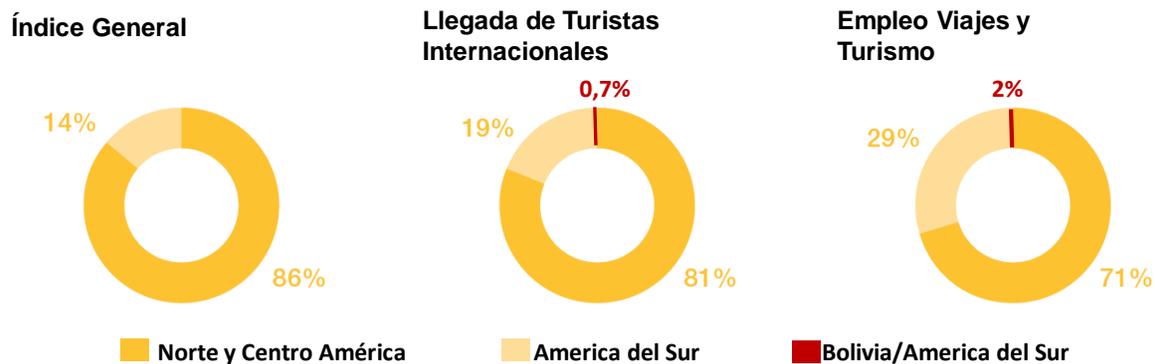
Sin embargo, si bien estas mejoras hacen a Bolivia un lugar más fácil, menos costoso y más atractivo para la visita, su impacto se ve frenado en gran medida por otros factores, como, por ejemplo, la ventaja natural del país se ve socavada por una regulación ambiental cada vez más laxa, así como la aplicación de la ley; la Infraestructura en general subdesarrollada también hace que sea difícil viajar hacia y alrededor del país, así como el uso mínimo de las TIC para empresas y consumidores.

La falta o baja calidad de servicios también reduce el potencial de Viajes y Turismo de Bolivia en un mundo cada vez más digital. Como era de esperar, los puntajes del país en demanda digital natural y cultural tendieron a la baja.

Del mismo modo, el entorno empresarial desfavorable del país y el mercado laboral sofocaron tanto a extranjeros como nacionales en inversión de su industria de Viajes y Turismo, a pesar de cualquier utilidad el país aún ocupa un lugar bajo en seguridad y protección y salud e higiene lo que preocupa a los viajeros potenciales sobre su bienestar. Para ser realmente competitivo, Bolivia tendrá que aprovechar sus activos naturales mientras hace mejoras significativas a lo largo de todos los pilares de este indicador, especialmente en Negocios, Medio ambiente y aquellos referidos en el subíndice de Infraestructura.

A nivel continente, en la composición del indicador los países de América del Norte y Centro representan el 86% y el restante 14% América del Sur; otra relación interesante es el indicador del número de llegadas de turistas internacionales que en América alcanzan para el año de análisis a 193,3 millones, de los cuales Sud América participa con el 19% y de este último Bolivia representa el 0,7%.

**Gráfico 19: Composición del índice Viajes y Turismo y su aporte de llegadas de turistas internacionales y generación de empleo de América, 2019**



Fuente: Foro Económico Mundial; Elaboración GATIP

Con relación a la generación de empleo en viajes y turismo, América del sur aporta con el 29% de los cuales Bolivia representa el 2%.

## 8. El Plan Nacional de Turismo (PLANTUR)

Conscientes que la actividad turística boliviana contribuye de forma importante a la economía nacional, el Gobierno Nacional, a través del Viceministerio de Turismo, en su calidad de autoridad cabeza de sector y en cumplimiento a lo estipulado en la Ley General de Turismo “Bolivia te espera” N° 292, de fecha 25 de septiembre de 2012, diseñó un instrumento de planificación sectorial nacional de la industria turística, que aprovecha el potencial turístico del país, mediante un proceso de construcción participativa con todos los actores involucrados, acordaron los lineamientos de política nacional que permitan alcanzar los objetivos y metas planteadas hacia el 2025, resultado de lo cual se construyó “PLAN NACIONAL DE TURISMO” (PLANTUR 2016-2020 hacia el 2025), que a la vez se enmarca a los lineamientos y directrices establecidas en la Agenda Patriótica al 2025.

Según el PLANTUR la visión proyectada al 2025 es:

***“El destino Bolivia es reconocido en el contexto internacional y nacional por contar con una oferta turística sustentable, integral, innovadora, auténtica y con identidad propia, dirigida a visitantes que buscan experiencias diferentes y basado en un modelo de gestión de base comunitaria que contribuye a la generación de beneficios socio-económicos equitativos, complementarios y solidarios para toda la población boliviana.”***

En ese contexto, la meta general que se pretende alcanzar para el 2025 es la siguiente:

***“Bolivia habrá triplicado sus ingresos por concepto de turismo, a través de la implementación del modelo de desarrollo turístico de base comunitaria que permitirá el reconocimiento del destino país en el contexto internacional y nacional por contar con una oferta turística sustentable, integral, innovadora, auténtica y con identidad propia.”***

Las metas específicas e impactos esperados, son:

Figura 10: **Metas e Impactos PLANTUR 2025**



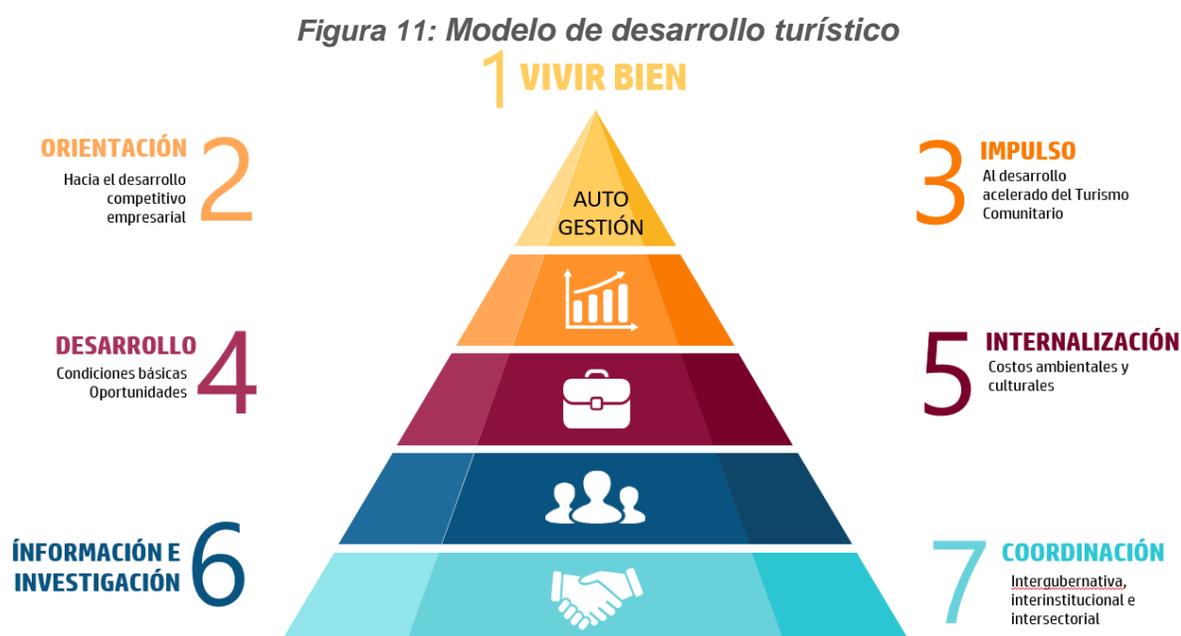
Fuente: PLANTUR 2025

Según la línea base establecida por el PLANTUR, las divisas generadas para el sector Turismo para el año 2013 fueron de \$us516,2 millones, para el 2025 se espera que con la estrategia alcance a \$us1.548,5 millones, tres veces de año de referencia; por su parte, el movimiento de turismo interno generaba \$us479,8 millones, para el 2025 se espera alcance a \$us959,5 millones y por último, el empleo generado por el turismo en 2010 fue de 266.051 personas, para el 2025 se espera que 532.152 personas sean empleadas en la actividad turística

El modelo de desarrollo socioeconómico para el turismo bajo el paradigma del “Vivir Bien”, es propuesto en base a los siguientes componentes:

- Desarrollo de capacidades competitivas en el sector privado, comunitario, público y mixto.
- Desarrollo de condiciones de infraestructura básica para el turismo.
- Internalización de costos ambientales y culturales en la operación turística.
- Desarrollo de oportunidades igualitarias para el acceso al mercado, a los medios de producción y a la capacitación.
- Fomento a la investigación y estadísticas aplicadas del sector.
- Coordinación interinstitucional e inter- sectorial.

Esquemáticamente, el modelo puede representarse de la siguiente manera:



Fuente: PLANTUR 2025; Elaboración GATIP

Finalmente, la inversión pública requerida para la implementación del PLANTUR en los cinco años previsto (2020-2025) alcanza a un total de Bs355,9 millones, de los cuales, el 90% corresponde a programas y el restante 9% a políticas.

**Tabla 5: Presupuesto PLANTUR al 2025**  
(Millones de Bs)

DETALLE	2020	2021	2022	2023	2024	2025	TOTAL
<b>POLÍTICAS</b>	3,7	3,6	4,2	6,0	7,8	7,0	32,2
<b>PROGRAMAS</b>	51,1	49,9	49,8	53,6	57,9	61,3	323,6
<b>TOTAL</b>	<b>54,8</b>	<b>53,5</b>	<b>54,0</b>	<b>59,6</b>	<b>65,7</b>	<b>68,3</b>	<b>355,9</b>

Fuente: PLANTUR 2025

## 9. Actividades y destinos turísticos priorizados por el PLANTUR

De acuerdo a las ventajas comparativas con las que cuenta el país, se han identificado las actividades turísticas que generan mayor valor agregado y que tienen un efecto irradiador de distribución de beneficios sobre la economía local. Estas se detallan a continuación:

- a) Turismo de aventura y deporte extremo
  - Montañismo
  - Senderismo de Alta Dificultad
  - Otras Actividades de Turismo de Aventura
  - Deporte Extremo (Canotaje, Bicicleta De Montaña, Descenso de Rápidos y Otros)
  
- b) Turismo de naturaleza
  - Ecoturismo
  - Observación de Naturaleza (De Aves, Mariposas, Orquídeas, Insectos Y Otros)
  - Espeleología.
  - Pesca Deportiva con Mosca
  - Campamentos
  - Otras Actividades de Naturaleza
  
- c. Turismo cultural
  - Arqueología
  - Turismo Religioso
  - Turismo de Salud
  - Enoturismo
  - Gastronomía
  - Turismo Comunitario Y Vivencial
  - Otras Actividades Culturales

En el marco de las mencionadas actividades, el PLANTUR (al 2025) ha desarrollado la siguiente priorización de destinos turísticos, según región:

Tabla 6: Regiones priorizadas del PLANTUR

DEPARTAMENTO	REGIÓN/DESTINO	EN PROCESO DE CONSOLIDACIÓN	EN ETAPA INICIAL DE DESARROLLO
CHUQUISACA	Sucre Metropolitana	Sucre	
	Tarabuco y la ruta comunitaria de Yamparáez e Icla	Tarabuco	Yamparáez, Icla
	Presto y el Palmar		Presto, El Palmar
	Ruta de vinos y haciendas: Los Cintis	Camargo	Villa Abecia, San Lucas
	Ruta Juan Azurduy de Padilla		Tomina, Padilla, Villa Alcalá, El Villar, Tarvita Villa Azurduy, Sopachuy
	Ruta del Che		Tomina, Villa Serrano, Villa Vaca Guzmán
	El chacho Chuquisaqueño		Machareti
LA PAZ	La Paz Metropolitana	La Paz	El Alto, Achocalla, Mecapaca, Laja
	Lago Titicaca	Copacabana	Santiago de Huata, Huatajata, Achacachi, Escoma, Puerto Acosta, Puerto Pérez, San Pedro de Tiquina
	Tiahuanacu y el suroeste del Titicaca	Tiahuanacu, Guaqui	Jesús de Machaca, San Andrés de Machaca, Santiago de Machaca, Viacha
	Cordillera Real	Sorata, Pucarani, El Alto, La Paz	Quime, Ichoca
	Coroico y los Yungas	Coroico	La Asunta, Irupana, Tipuani, Caranavi
	Parque Nacional Madidi y el norte amazónico		Apolo, San Buenaventura
	Apolobamba y la cultura kallawayá		Pelechuco, Curva, Charazani, Aucapata
	Altiplano sur		Colquencha, Charaña, Santiago de Callapa, Umala
COCHABAMBA	Cochabamba Metropolitana y sus alrededores	Cochabamba - Cercado Urkupiña	Quillacollo, Vinto, Tiquipaya, SipeSipe
	Trópico de Cochabamba	Villa Tunari	Shinaota, Chimoré, Puerto Villarroel, Entre Ríos, Colomi, Sacaba
	Cono Sur	Incallajta	Arani, Vacas, Alalay, Vila Vila, Pocona, Mizque, Aiquile, Pasorapa, Omereque, Totorá, Tiraque, Pojo
	Región andina		Independencia, Morochata, Tapacari, Tacopaya, Bolívar, Arque, Copacata
	Valles		Santibáñez, Arbieta, Tolata, Tarata, Anzaldo, Punata, Villa Rivero, Cliza, Socabamba, San Benito
ORURO	Ciudad de Oruro	Oruro	
	Ruta Sajama	Curahuara de Carangas	Turco
	Ruta Intersalar		Pampa Aullagas, Salinas de Garci Mendoza, Challapata, Santiago de Huari, Sabaya, Belén de Andamarca, Corque, Huachacalla
	Lago Poopó y Aguas Termales		Pazña, El Choro, Huanuni, Sorocachi, Caracollo
POTOSÍ	Ciudad de Potosí y sus alrededores	Potosí	Caiza D, Puna, Chaqui, Betanzos, CKochas
	Salar de Uyuni y lagunas de colores	Uyuni	Llica, Tahua, San Agustín, San Pedro de Quemes, San Antonio de Esmoruco, San Pablo de Lipez, Atocha
	Tupiza y la ruta de Butch Cassidy	Tupiza	Villalón, Vitichi, Cotagaita
	Toro Toro y Norte Potosí	Parque Nacional Toro Toro	Acasio, Colquechaca, Chayanta, Llallagua, Ravelo, San Pedro de Buena Vista, Sacaca, Uncia, Arampampa, Chuquihuta, Capiruyo, Ocuri, Pocoata
TARIJA	Ciudad de Tarija y Ruta del Vino y Singanis	Tarija, Uriondo	
	Ruta San Lorenzo – Tomatas Granes		San Lorenzo
	Naturaleza Tarijeña		Entre Ríos, Tariquia, Padcaya, Cordillera de Sama
	El Chaco tarijeño	Yacuiba, Villamontes	Carapari

DEPARTAMENTO	REGIÓN/DESTINO	EN PROCESO DE CONSOLIDACIÓN	EN ETAPA INICIAL DE DESARROLLO
SANTA CRUZ	Área Metropolitana de Santa Cruz	Santa Cruz de la Sierra, Porongo	La Guardia, Montero, Warnes, El Torno
	Misiones Jesuíticas	San Ignacio de Velasco, San Miguel de Velasco, San Rafael de Velasco, San Javier, Concepción, San Antonio de Lomerío, San José de Chiquitos.	Parque Noel Kempff Mercado
	Samaipata y los valles cruceños	Samaipata	La ruta del Che, Vallegrande, Comarapa, Mairana, Quirusillas
	Buena Vista y el Norte Cruceño	Buena Vista, Parque Nacional Amboró	San Carlos, Portachuelo, Ascensión de Guarayos
	Roboré y el Pantanal Boliviano	Robore, Puerto Suarez, Puerto Quijarro	Carmen Rivero Torrez, San Matías, Parque Nacional Otuquis
	El Chaco Cruceño		Boyuibe, Camiri
BENI	Ciudad de Trinidad y sus alrededores	Trinidad	San Ignacio de Moxos, Loreto
	Destino Verde	Rurrenabaque, Yacuma	Reyes, Santa Ana, San Borja
	Triangulo Amazónico	Guayaramerin, Riberalta	Baures, Exaltación, Huacaraje, Magdalena
PANDO	Ruta histórica		Cobija, Porvenir, Bolpebra
	Manuripi y la pesca deportiva		Filadelfia, Manuripi, Puerto Rico, Sena
	Norte amazónico		Bella Flor, Blanca Flor, Santos Mercado

Fuente: PLANTUR 2025

## 10. Regulación del sector Turismo

La regulación del sector turismo, está constituida por el conjunto de normas que se encuentran vigentes, las mismas que se citan en orden de importancia:

- Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia
- Ley Marco de Autonomías
- Ley General de Turismo “Bolivia te espera” N° 292
- Decreto Supremo N° 2609 Reglamento General de la Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012.
- Ley N° 578 Ley de 10 de octubre de 2014 – Se declara el 12 de enero de cada año “Día Nacional del Turismo en Bolivia”.
- Resolución ministerial N°243/2017, que aprueba el reglamento específico para el sistema de registro, categorización y certificación de prestadores de servicios turísticos SRCC.
- Resolución ministerial N°010/2018, que aprueba el reglamento específico de la tasa administrativa de regulación turística.
- Resolución ministerial N°020/2018, que aprueba la plataforma informática del sistema de registro, categorización y certificación de prestadores de servicios turísticos – SRCC
- Resolución ministerial N°021/2016, que aprueba los “Módulos Técnicos De Categorización” de los prestadores de servicios turístico a nivel nacional

Módulos técnicos de categorización:

- i. Establecimientos de Hospedaje turístico
  - ii. Agencias de viajes
  - iii. Consolidadoras
  - iv. Establecimientos de servicios gastronómicos turísticos
  - v. Guías de turismo
  - vi. Mayoristas y representaciones
  - vii. Operadores de Turismo
  - viii. Empresas de transporte turístico exclusivo
- Plan Nacional de Turismo 2015 – 2020<sup>22</sup>

## 11. ACCIONES BDP

Al ser el Turismo un sector priorizado en el Plan Estratégico Institucional 2017 – 2021, el BDP ha establecido para el 2020 y 2021 planes de intervención de desarrollo del sector, así como metas de generación de cartera.

### 11.1. Asistencia Técnica Especializada

Para el nuevo periodo 2020 -2021 se ha desarrollado la Estrategia de Turismo enfocada en:

- 1) Articulación con la Estrategia Nacional – PLANTUR 2025
- 2) Producto conjunto entre las áreas de Asistencia Técnica y créditos
- 3) Promoción del turismo rural y comunitario articulado a los Planes de Asistencia Técnica existentes.

En este sentido las principales rutas turísticas priorizadas para 2020 y 2021 son:

Macro ruta	Gestión
Sucre – Uyuni – Potosí	2020
La Paz y rutas aledañas	2020
Santa Cruz y misiones	2021

Adicionalmente en articulación con la promoción del turismo comunitario, de naturaleza y cultural se ha priorizado aquellas rutas articuladas a planes de Asistencia Técnica agropecuario, que incluye municipios como Tarabuco, Luribay, Sapahaqui, Buena Vista, Totorá, San Lorenzo, entre otros, en los que se trabajará la promoción del desarrollo local, promoviendo mejoras productivas, desarrollo y promoción del turismo y la artesanía local, según el contexto de cada región.

<sup>22</sup> Algo que destacar, es que en el proceso de construcción del PLANTUR 2025, se conformó el Consejo de Coordinación Sectorial de Turismo, integrado por Consejos Departamentales de Turismo, que se constituyen en instancias de generación de políticas acciones, propuestas, planes, programas y proyectos público-privados.

Las metas de Asistencia Técnica ejecutadas y programadas son:

**Gráfico 20: Beneficiarios de Asistencia Técnica Programados y ejecutados en el Sector Turismo**



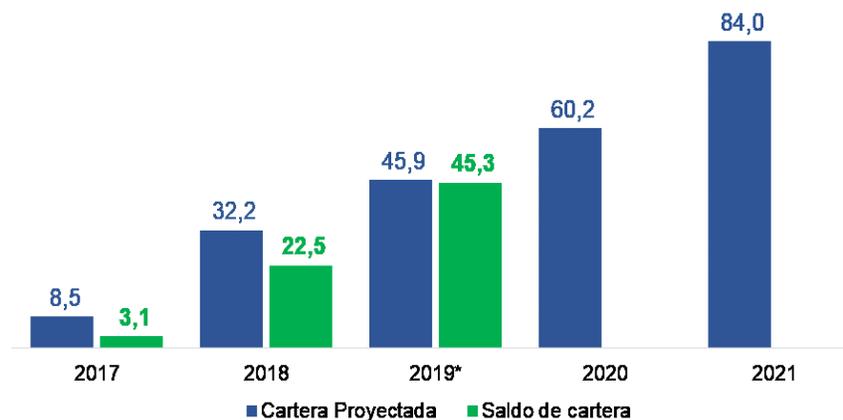
Fuente: BDP – S.A.M.; Elaboración GATIP

## 11.2. Cartera BDP

El Plan Estratégico Institucional, 2017-2021, presenta metas de cartera para los sectores priorizados, en ese contexto, para el sector Turismo se tiene previsto para el 2020, contar con 430 clientes, 62 clientes más de los alcanzados al 29 de diciembre de 2019, en el que se registró a 368 clientes; para el 2021, se espera llegar a 600 clientes.

Con relación al saldo de cartera, de los Bs45,6 millones al 29 de diciembre de 2019 se espera incrementar Bs60,2 millones el 2020 y a Bs84 millones el 2021.

**Gráfico 21: Cartera Programada y Ejecutada del BDP Para El Sector Turismo (En millones de Bs)**



Fuente: BDP – S.A.M.; Elaboración GATIP

## 12. CONCLUSIONES

- El sector Turismo es una actividad importante por su contribución al PIB y los efectos multiplicadores que lo caracterizan, como el área financiera, transporte, restaurantes, artesanía, entre otros.
- Bolivia presenta un gran potencial turístico al poseer una diversidad geográfica, cultural y étnica, que le proporciona ventajas competitivas, especialmente en el turismo ecológico y de aventura.
- Existen muchas debilidades en el sector Turismo en Bolivia, referidas principalmente a la baja calidad de servicios, incipientes condiciones que rodea los ambientes naturales, así como la escasa difusión de la oferta turística como tal.
- Existe falta de profesionalización de los prestadores de servicios turísticos, principalmente los negocios pequeños y medianos. También se ha identificado falta de inocuidad en el manejo de los alimentos en la gastronomía, una inadecuada aplicación de normativa en los servicios para clientes turísticos e Insuficiente aprovechamiento de las TIC´s para la promoción y difusión de la oferta turística.
- Existe un Plan Turístico claro y concreto para los próximos años que de implementarse puede contribuir a incrementar el flujo turístico hacia del país.
- La estabilidad económica es un factor importante para atraer mayor turismo.
- El BDP cuenta con una oferta específica para el sector turístico de crédito y asistencia técnica para promover la mejora del sector y el aprovechamiento de la tecnología.
- Los planes de intervención del BDP para el desarrollo del sector Turismo están enfocados en la mejora de la calidad del servicio, identificando aquellos lugares de mayor flujo y destino turístico; así como estrategias de desarrollo municipal que coadyuven a promover el desarrollo local territorial, a través de las nuevas modalidades de turismo.

### 13. Bibliografía

- BOULLÓN, R. C. (2004). Planificación Del Espacio Turístico. México: Trillas.
- OMT, O. M. (2018). Panorama Mundial del Turismo. Madrid - España.
- VICETUR, V. d. (2010). Observatorio Turístico de Bolivia. La Paz: UMSA - IICSTUR.
- VICETUR (2018), Compendio de la Normativa Turística.
- INE (2018), Estadísticas Sector Turismo.
- VICETUR (2015), PLANTUR
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO, febrero 2019
- GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL - 2015, Chacón Delgado Mónica
- HIERNAUX, NICOLAS Y OTROS (2002). Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible. Cuaderno de Ciencias Sociales 123.
- DURSTON, J. (2001) Capital Social, parte del problema, parte de la solución: su papel en la persistencia y en la superación de la pobreza en América Latina y el Caribe.
- Conferencia “En busca de un nuevo paradigma: capital social y reducción de la pobreza en América latina y el Caribe”. CEPAL. Santiago de Chile, 24 al 26 de septiembre de 2001.
- HIERNAUX, Nicolás y otros. Ob.Cit.
- CHACÓN DELGADO MÓNICA, Gestión Turística Municipal, 2015
- GONZÁLEZ CORNEJO RICARDO (2008). Modelo de gestión integral de destinos turísticos. Gobierno de Chile. Servicio Nacional de Turismo SERNATUR. Departamento de Planificación. Santiago. Pág. 3.

"Esta Entidad es supervisada por ASFI"

**Banco  
de Desarrollo  
Productivo** S.A.M.