



ESTUDIO
DE MERCADO

2021



El mercado del turismo en Bolivia

iCEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Paz

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

15 de diciembre de 2021
La Paz

Este estudio ha sido realizado por
Inés Isabel Sánchez Fitzgerald

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Paz

<http://Bolivia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-21-009-9



Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Definición del sector	8
3. Oferta – Análisis de competidores	15
3.1. Localización geográfica de los principales mercados	15
3.1.1. Departamento de La Paz	16
3.1.2. Departamento de Oruro	16
3.1.3. Departamento de Potosí	17
3.2. Modalidades de turismo en Bolivia	21
3.2.1. Comunitario:	21
3.2.2. Naturaleza y aventura	22
3.2.3. Otras modalidades	22
3.3. La oferta hotelera	22
3.4. Otros factores que condicionan la oferta	26
3.4.1. Oferta de transporte: desplazamientos	26
3.4.2. Oferta de turoperadores	27
3.4.3. Otras modalidades de alojamiento	28
4. Demanda	29
4.1. Turismo procedente del exterior	29
4.2. Turismo interno	33
5. Precios	37
6. Percepción del producto español	41
7. Canales de distribución	42
8. Acceso al mercado – Barreras	43
8.1. Estrategia nacional	43
8.2. Legislación	43
8.3. Cuestiones fiscales	44
8.4. Inversión	44
9. Perspectivas y oportunidades del sector	45
10. Información práctica	47
10.1. Ferias	47
10.2. Asociaciones	47
10.3. Otras direcciones de interés	47



11. Anexos	49
11.1. Anexo 1	49

icex

1. Resumen ejecutivo

En la última década el turismo en Bolivia ha sido un sector en pleno desarrollo, con un rápido crecimiento que supera el 80 % entre 2008 y 2018. No obstante, es un sector que se ha visto muy afectado, primero por el conflicto político y social de finales del 2019 y después por las restricciones derivadas del Covid-19. Entre los años 2019 y 2020, la contribución del turismo al PIB disminuyó de 2.310 a 1.100 millones de dólares¹ y el ingreso de turistas extranjeros al país cayó en un 73,9 %.

A pesar de que el sector del turismo es una de las actividades económicas estratégicas para el país, hoy en día, Bolivia ocupa el puesto 90 de 136 en el Índice de Competitividad Turística², nueve puestos más que en 2017, pero aún por debajo de muchos países de la región. Este es un claro indicador del amplio margen de mejora que tiene este sector.

En el 2019 turismo ocupaba a alrededor de 283.000 personas de forma directa o indirecta lo que supone un 5,2 % del empleo del país y la contribución total de la actividad al PIB de 2019 fue de 5,6 %. En la actualidad, el sector se presenta como un **sector prioritario para el país** incluido en el Plan de Desarrollo Económico y Social 2021 – 2025.

La oferta turística de Bolivia es inmensa: cumbres de más de 6.000 metros de altura, un desierto de sal que es único en el mundo, el lago navegable a mayor altitud, la Amazonía, la riqueza y diversidad cultural de sus pueblos o la mezcla entre el legado hispano y las tradiciones ancestrales que convierten al país en un auténtico diamante en bruto para el sector. En esta línea, se otorgó a Bolivia el premio del World Travel Awards como «Mejor Destino Cultural» dentro de América Latina en el año 2017.

Sin embargo, la mayor parte de compañías del sector ofrecen servicios muy similares entre ellas, como consecuencia se ha desatado una competencia en precios entre las empresas ofertantes que impide el desarrollo de un turismo más allá del mochilero. Por tanto, como se desprende de lo anterior, la oferta turística en el país **no posee una estructura plenamente desarrollada** ni una especialización hacia el lujo o las grandes comodidades.

Existe una amplia oferta adaptada a las exigencias de un turismo de aventura que busca un contacto directo con la naturaleza a bajo coste. En la actualidad, está cobrando mucha importancia el **turismo comunitario y sostenible**, que ofrece servicios turísticos autogestionados por las

¹ Total contribution of travel and tourism to the gross domestic product in Bolivia in 2019 and 2020, Statista 2021, disponible en: <https://www.statista.com/statistics/814933/bolivia-tourism-revenue/>

² The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, World Economic Forum; disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>

comunidades. El resto de las modalidades de turismo se clasifican en las siguientes categorías: cultural, de naturaleza, rural, de aventura, de salud, gastronómico y espiritual.

Por otro lado, muchas de las principales cadenas hoteleras internacionales todavía no se encuentran completamente instaladas en el país andino, a excepción de algunas que se han implantado recientemente en Santa Cruz, como Marriott, Hilton, Accor, Radisson y Sheraton. A nivel nacional, destaca la cadena de Camino Real, orientada a un turismo de medio-alto standing. Fuera de las ciudades principales, la oferta predominante son hostales con instalaciones básicas. Airbnb y otras plataformas digitales están cobrando cada vez más fuerza en el segmento joven de la población, a medida que aumenta la penetración de internet en el país.

La oferta de transporte y la dificultad para desplazarse también condicionan la oferta y demanda del sector. Las infraestructuras de transporte están escasamente desarrolladas y muchas veces la forma más segura y rápida de moverse de un lugar a otro dentro del país, a pesar del coste, es el avión.

En cuanto a las turoperadoras, éstas forman un mercado muy atomizado en el que apenas pueden distinguirse cuatro empresas de envergadura: Tropical Tours, BCD Travel, Carlson Wagonlit y Turismo Balas.

Para el estudio de la demanda, ésta se ha dividido en turistas extranjeros que llegan al país y turistas nacionales viajando dentro de Bolivia.

Los **viajeros** que llegan a Bolivia proceden fundamentalmente **de países vecinos**, en el siguiente orden: argentinos, peruanos, chilenos y brasileños, seguidos de estadounidenses. En cuanto a los procedentes del continente europeo, los españoles son los que ocupan el primer lugar, seguidos de franceses y alemanes.

El principal motivo para visitar Bolivia es el ocio. Eligen generalmente como alojamiento los hoteles, hostales o casas de familiares. Por otro lado, es en comida y bebida en lo que más gastan dentro del país. Si bien no existe mucha estacionalidad en este mercado, se observa una **mayor afluencia de viajeros en el segundo semestre del año**

En el caso de los **turistas internos**, los datos revelan que los habitantes del eje troncal del país (La Paz, Santa Cruz y Cochabamba) son los que más viajan. En 2019 fueron 1.535.186 de turistas nacionales, en el informe de Plantur 2015 -2020, se esperaba que esta cifra alcanzase los 4,5 millones en 2020, pero la cifra real fue de 498.700.

Mientras que el viaje de los turistas extranjeros dura de media 19 días, la mayoría de los nacionales lleva a cabo viajes de fin de semana. Para ellos, las vacaciones y el ocio también son el principal motivo del viaje, aunque seguido de cerca por el de visita a familiares o amigos. La mayoría viaja en familia y elige la casa de familiares o amigos como alojamiento.



La contratación de servicios turísticos directamente desde Bolivia es más barata que desde Europa, Estados Unidos o las economías del entorno. El regateo es una práctica frecuente que permite un cierto ahorro para el turista.

Sin embargo, algunas agencias españolas organizan circuitos turísticos para viajar por Bolivia. Un viaje de 10 días contratado en España con salida desde Madrid, tienen un coste medio de 2.491 euros. Por otro lado, la falta de infraestructura y de desarrollo del turismo en Bolivia, dan lugar a que muchos turoperadores importantes no ofrezcan en la actualidad circuitos turísticos en Bolivia.

En cuanto a los mecanismos utilizados por los viajeros para la adquisición de los servicios turísticos, cabe mencionar el rápido crecimiento que ha experimentado el canal de **reservas a través de internet** en los países de la región, sin embargo, el canal físico sigue siendo el principal medio para la reserva de viajes.

Finalmente, para los actores españoles con una gran experiencia en el sector, **Bolivia se presenta como un país único para desarrollar y expandir sus negocios**. Asimismo, cabe destacar que en octubre de 2017 Bolivia y España firmaron un Memorandum de Entendimiento para la innovación tecnológica en materia de Turismo y la promoción y comercialización turística. En base a este acuerdo, la administración española podrá apoyar a Bolivia en materia de fortalecimiento institucional y se podrán definir instrumentos mediante los cuales el sector privado español aporte su experiencia.

2. Definición del sector

El sector del turismo en Bolivia está comenzando a eclosionar. Los últimos datos oficiales de los que se dispone³, indican que entre 2018 y 2021 el turismo receptor en el país andino se incrementó en un 80,49 %. Según el Ministerio de Turismo, en 2015 se alcanzaron los 1,3 millones de visitantes extranjeros y se prevé que para el 2025 esta cifra alcance los 3 millones.

Bolivia es una tierra de contrastes, con regiones de altas montañas, extensos valles y vastos llanos amazónicos, el lago navegable más alto del planeta o un desierto de sal único en el mundo, todo ello envuelto en una variedad y riqueza cultural difíciles de encontrar en otro lugar, ofreciendo atractivos arqueológicos, arquitectónicos, artísticos y folclóricos únicos.

Macrofactores

- Singularidad geográfica: Bolivia cuenta con ecosistemas extremadamente diferentes dentro de su territorio. Además, el país está situado en el centro de Sudamérica, constituyendo un nexo que une el Pacífico con el Atlántico.
- Capacidad de acogida de los locales.
- Baja densidad de población: permite ampliar la capacidad de carga de los destinos turísticos (estableciendo cuotas máximas que permitan preservar la naturaleza y el desarrollo de un turismo sostenible).

Ventajas turísticas

- Entornos apropiados para los amantes de la aventura extrema.
- Preservación de una cultura auténtica: El país se compone de 36 pueblos indígenas que mantienen su cultura y costumbres ancestrales hasta el día de hoy.
- Naturaleza: el 90 % de las áreas naturales y áreas protegidas conservan una gran diversidad de flora y fauna que no ha sido alterada por la mano del hombre.

A pesar de estar ante un conjunto de elementos turísticos que difícilmente pueden verse juntos en otros países, el desarrollo de este sector se encuentra aún en situación de desventaja frente al resto de países de la región.

Ante la falta de una imagen turística para Bolivia, el gobierno puso en marcha en la [Ley General de Turismo del 25 de Septiembre](#) 2012 bajo el eslogan “Bolivia te Espera” así como el [Plan Nacional de Turismo 2012 – 2016](#) y posteriormente el [Plan Nacional de Turismo \(Plantur\) 2015 – 2020](#) en

³ Estimación de Universos Estadísticos del Sector Turismo en Bolivia 2016 (Instituto Nacional de Estadística)



línea con los objetivos de la Agenda Patriótica al 2025⁴, con la finalidad de fomentar el desarrollo del sector y mejorar sus infraestructuras, dar a conocer Bolivia en el exterior y atraer a un turismo de calidad más allá del turismo mochilero. Asimismo, en octubre de 2017 se creó una marca país “Bolivia Corazón del Sur” con la que proyectar al país andino a los mercados internacionales, con el fin de brindar una propuesta única de valor a turistas e inversores.

En julio de 2021, se aprobó el Decreto Supremo 4543 a través del que se crea la Entidad Pública Desconcentrada Conoce – Bolivia. La nueva entidad, que sustituye a la antigua empresa estatal Boltur, tendrá como función principal promocionar el turismo interno y externo a través de la creación de actividades de promoción.

Cabe mencionar que Bolivia ganó el premio del Mejor Destino Cultural en 2017 otorgado por la agencia World Travel Awards⁵ y ha sido nominado como Destino Líder en 2020 y en 2021.

La Constitución Política del Estado en su Artículo 337⁶ establece que el turismo está englobado dentro de las llamadas actividades económicas estratégicas, por lo que éste deberá desarrollarse de manera sostenible teniendo en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente.

En los últimos años, el **turismo** se ha consolidado como un **sector clave** que requiere asumir mayores compromisos, ejecutar mayores niveles de inversión y una correcta coordinación institucional público-privada. En este sentido, se ha establecido el Consejo de Coordinación Sectorial de Turismo a través de la resolución Ministerial 090/2013⁷ de 8 de marzo cuya misión es generar articulación interinstitucional, así como orientar e impulsar el turismo de Bolivia en los próximos años a través de una agenda a largo plazo en la que se involucren los sectores privado, comunitario, mixto, público, instituciones académicas y otros actores relacionados.

Concretamente, las metas fijadas para 2025 en este ámbito son:

- Generación de ingresos: triplicar las divisas generadas por turismo receptor hasta alcanzar los 1.550 millones de dólares.
- Redistribución económica: duplicar el movimiento de turismo interno hasta alcanzar los 960 millones de dólares.
- Generación de empleos: duplicar los empleos generados hasta alcanzar 533.150 empleos.

En la actualidad Plantur 2015-2020 contempla los siguientes desafíos en el sector turístico:

⁴ “Agenda Patriótica del Bicentenario 2025”, que contiene los trece pilares de la Bolivia Digna y Soberana. Elevada a rango de Ley en enero de 2015: Ley N° 650, 19 de enero de 2015

⁵ World Travel Awards Agency: <https://www.worldtravelawards.com/profile-5349-bolivia-ministry-of-culture-and-tourism>

⁶ Artículo 337, Constitución Política del Estado: <https://bolivia.justia.com/nacionales/nueva-constitucion-politica-del-estado/cuarta-parte/titulo-i/capitulo-tercero/seccion-iv/#:~:text=Art%C3%ADculo%20337%20l...e%20respeto%20al%20medio%20ambiente.>

⁷ Resolución Ministerial 090/2013 del 8 de marzo: https://www.bcb.gob.bo/webdocs/01_resoluciones/0902013porBs14535.pdf

- Falta de apoyo a los prestadores de servicios turísticos, un 78 % de los cuales lo componen micro y pequeñas empresas, mientras que la mayor parte de los ingresos cae en manos de las grandes empresas que representan sólo un 7 % del total.
- Oferta turística con baja personalización de los servicios. Las empresas prestadoras de servicios turísticos presentan una notable falta de interés por conocer los requerimientos y necesidades del cliente y, por otro lado, la accesibilidad a los recursos y el desconocimiento del mercado dificultan la diversificación de los servicios por parte de estas compañías.
- Baja diferenciación por parte de los actores del mercado. La mayor parte de los ofertantes poseen propuestas similares lo que lleva a una dura competencia en precios. Es preciso que las empresas innoven y se especialicen para proporcionar un servicio diferenciado.
- Falta de coordinación e integración de los actores del turismo: acciones aisladas y poco coordinadas con presupuestos medios-bajos y escaso efecto en los retornos.
- Necesidad de mejorar el componente humano en base a la hospitalidad, la amabilidad, el valor propio, el conocimiento del país y la identidad.
- Gestión integral del desarrollo turístico sostenible: lograr una visión de gestión más amplia, mejoras en la formación técnica de los prestadores de servicio y descentralización de los servicios más allá de las áreas urbanas.

Si se compara la competitividad turística de Bolivia en la actualidad respecto al resto de países, ocupa el puesto 90 sobre 140 con una puntuación de 3,5 en un ranking encabezado por España con 5,4 puntos⁸. En este sentido, Bolivia ha aumentado 9 puestos y 4,7 puntos en esta clasificación con respecto al año 2017. En lo que respecta a Sudamérica, para 2019, Bolivia ostenta una posición en la parte media - baja de la tabla solo por encima de Paraguay y Venezuela.

⁸ Travel & Tourism Competitiveness Report, 2019. World Economic Forum. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>

TABLA 1: COMPOSICIÓN DEL RANKING DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA PARA BOLIVIA (2019)

Variable	Bolivia	Media Sudamérica
Clima de negocios	2,8	3,7
Seguridad	5,2	4,8
Salud e higiene	4,8	5,4
Recursos humanos y mercado de trabajo	4,0	4,3
TIC	4,1	4,5
Prioridad del turismo y el transporte	3,7	4,4
Apertura internacional	3,2	3,5
Competitividad en los precios	5,5	5,4
Sostenibilidad ambiental	4,2	4,1
Infraestructura aérea	2,2	2,6
Infraestructura portuaria (mar y tierra)	2,1	2,6
Infraestructura turística	3,3	4,1
Recursos naturales	4,1	4,0
Recursos culturales y para negocios	2,0	2,7

Fuente: Travel & Tourism Competitiveness Report 2019

De todos los países de América Latina, Bolivia es el país que más ha mejorado desde 2017 y el segundo a nivel mundial en la mayoría de las variables analizadas. En especial en «competitividad en los precios» y en «apertura internacional». Algunos de los factores que han permitido una mejora en la puntuación del país en el ranking internacional son:

- Reducción de los precios en billetes aéreos y tasas aeroportuarias.
- Menos requisitos para la solicitud de visados.
- Expansión de las áreas naturales protegidas.

No obstante, a pesar del potencial turístico en el país, existen otros factores que lastran el desarrollo del sector en Bolivia, estos son:

- Actitud hacia la regulación y ejecución de leyes ambientales laxa.
- Infraestructura subdesarrollada.
- Bajo uso de TIC.
- Riesgo elevado para los negocios.
- Alta tasa de mercado informal.

**TABLA 2: RANKING DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA EN LOS PAÍSES DE LA REGIÓN
(2013 - 2019)**

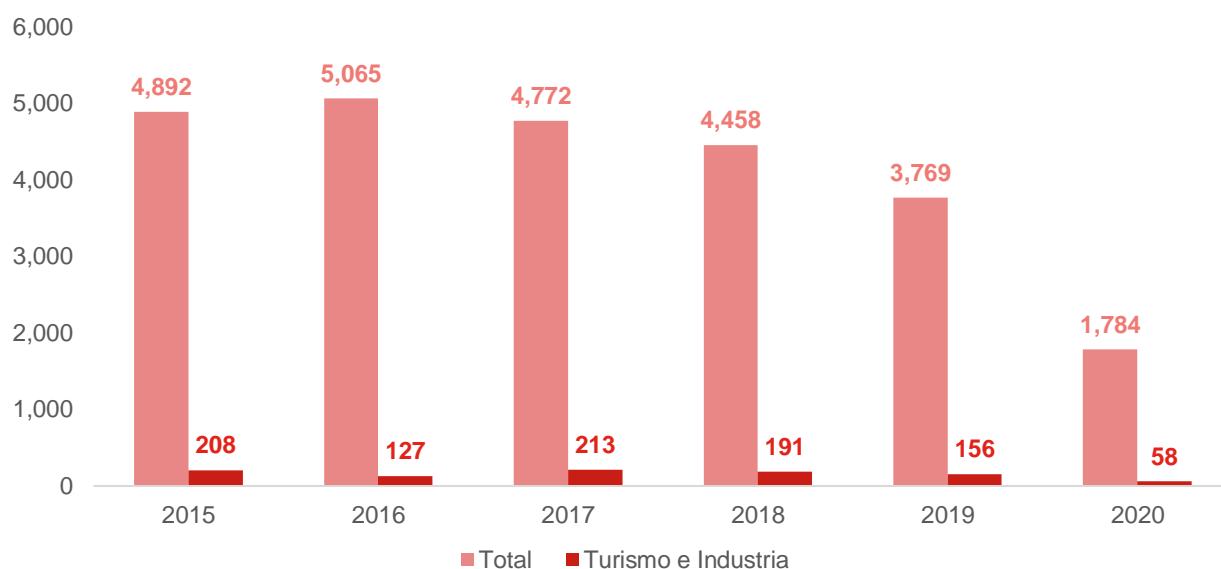
País	2013		2015		2017		2019	
	Puesto	Valor	Puesto	Valor	Puesto	Valor	Puesto	Valor
Brasil	51/140	4,37	28/141	4,37	27/136	4,5	32/140	4,5
Argentina	61/140	4,17	57/141	3,9	50/136	4,1	50/140	4,2
Perú	73/140	4	58/141	3,88	51/136	4	49/140	4,2
Chile	56/140	4,29	51/141	4,04	48/136	4,1	52/140	4,1
Colombia	84/140	3,9	68/141	3,73	62/136	3,8	55/140	4,0
Ecuador	81/140	3,93	-	-	57/136	3,9	70/140	3,9
Uruguay	59/140	4,23	73/141	3,65	77/136	3,6	74/140	3,8
Bolivia	110/140	3,46	100/141	3,29	99/136	3,3	90/140	3,5
Paraguay	115/140	3,39	113/141	3,11	110/136	3,1	109/140	3,2
Venezuela	113/140	3,41	110/141	3,18	104/136	3,3	117/140	3,1

Fuente: Foro Económico Mundial The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017

De todo lo mencionado con anterioridad se desprende que a pesar del gran potencial turístico que posee Bolivia, el país requiere todavía un gran esfuerzo para poder diferenciarse de los competidores. El presupuesto básico estimado en el conjunto de los años analizados asciende a 51 millones de USD (357 millones Bs) para realizar acciones que ayuden al desarrollo del sector turístico boliviano.

GRÁFICO 1: INVERSIÓN PÚBLICA TOTAL E INVERSIÓN PÚBLICA EN TURISMO E INDUSTRIA (2015-2020)

Datos en millones de dólares



Fuente: Memoria de la Economía Boliviana 2020

La inversión pública experimentó una tendencia alcista desde 1998 hasta el 2016, a partir del año 2017, la inversión pública ejecutada ha caído hasta los 1.784 millones de dólares en 2020. El porcentaje de inversión pública destinada al sector de industria y turismo sobre el total se ha mantenido entre el 3 % y el 4 %.

TABLA 3: PORCENTAJE DE LA INVERSIÓN PÚBLICA EJECUTADA EN TURISMO E INDUSTRIA SOBRE EL TOTAL (2015-2020)

2015	2016	2017	2018	2019	2020
4,3 %	2,5 %	4,5 %	4,3 %	4,1 %	3,3 %

Fuente: Memoria de la Economía Boliviana 2020

2.1.1. Tamaño del sector turístico boliviano

El turismo ha sido un sector especialmente afectado por el Covid-19 en Bolivia. El cierre de fronteras ha impactado negativamente en la entrada de turistas internacionales al país, vetando así a una fuente principal de entrada de divisas en el país.

TABLA 4: DATOS CLAVE DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA BOLIVIANA

Concepto	2019	2020	% variación en Bolivia	% variación en la región
Contribución del turismo al PIB	5,6 %	3 %	-51,7 %	-41,1 %
Empleos totales en turismo	283.500	205.900	-27,4 %	-23,4 %
Porcentaje sobre el empleo total	5,2 %	4,1 %		
Gasto total de visitantes internacionales (millones de dólares)	937,5	213,9	-77,2 %	
Porcentaje sobre las exportaciones totales	9,2 %	2,9 %		
Gasto de visitantes nacionales (millones de dólares)	1050	690	-34,2 %	

Fuente: World Travel Tourism Council 2021



3. Oferta – Análisis de competidores

El tamaño del sector turístico en Bolivia está experimentando un crecimiento paulatino en los últimos años. Sin embargo, no existe diferenciación en la oferta de servicios turísticos y las compañías ofrecen servicios bastante básicos y similares entre ellas, la competencia principal es en precios, lo que impide el desarrollo de un tipo de turismo más especializado y sofisticado que el mochilero.

3.1. Localización geográfica de los principales mercados

El Estado Plurinacional de Bolivia se divide en 9 departamentos y todos ellos cuentan con atractivos turísticos, principalmente naturales. La Paz, Oruro y Potosí forman la región del altiplano, Cochabamba, Chuquisaca y Tarija comprenden la región de los valles y Santa Cruz, Beni y Pando conforman el oriente⁹.

ILUSTRACIÓN 1: MAPA POLÍTICO DE BOLIVIA



Fuente: Guía de Turismo Comunitario y de Bolivia

⁹ La información de este epígrafe ha sido extraída de la Guía de Turismo Comunitario y de BOLIVIA (GUIA AZUL) VV.AA., GAESA.

3.1.1. Departamento de La Paz

Situado al oeste del país y con una población de 2,8 millones de personas, el Departamento de La Paz es el más poblado. La capital del departamento es la sede administrativa del país.

Principales atractivos turísticos:

- Ciudad de La Paz: ubicada en una especie de cráter, a unos 3.700 metros de altura y rodeada por el altiplano, en esta ciudad marcada por los contrastes conviven las tradicionales Cholitas Paceñas con modernos edificios de vidrio. La infinidad de mercados y los hermosos miradores o los Valles de la Luna y las Ánimas con sus características formaciones rocosas, nunca dejan indiferente a los turistas que se acercan a esta ciudad.
- Escalada en el Illimani y el Huayna Potosí: Bolivia es conocida internacionalmente por los aficionados a la escalada. Desde la Paz existen diversas excursiones y agencias de escalada de alta montaña a picos de más de 6.000 metros en los alrededores de la ciudad. Los más conocidos son el Illimani y el Huayna Potosí, pero existen otros como el Illampu o el Sajama.
- Tiahuanaco: a unos 90 minutos de La Paz, se encuentran los vestigios de la cultura de Tiahuanaco de origen preincaico.
- Lago Titicaca: compartido por Bolivia y Perú, es el lago navegable más alto del mundo. La región de Copacabana y las islas del Sol y de la Luna permiten disfrutar de increíbles paisajes, atardeceres y ruinas del período incaico.
- Los Yungas: a unas dos horas al noreste de la ciudad de La Paz, el clima cambia radicalmente debido a la menor altitud (1.600 metros). En esta región se pueden disfrutar de paisajes verdes y turismo de aventura que incluye la famosa Carretera de la Muerte, considerada como la carretera más peligrosa del mundo o los caminos incas del Choro y Takesi.

3.1.2. Departamento de Oruro

Se sitúa al oeste de Bolivia, al sur del Departamento de La Paz. Tiene una media de 3.700 metros de altitud y es altiplano en su totalidad. Su población es de unos 531.000 habitantes.

Principales atractivos turísticos.

- Ciudad de Oruro: se trata de una ciudad que ha disminuido su influencia en el plano nacional debido al paulatino agotamiento de las minas que la hicieron rica. Sin embargo, cada año en carnaval revive el esplendor de Oruro. Ataviados con vistosos trajes, miles de personas se congregan para bailar las danzas tradicionales de la región como el caporal, la morenada o la diablada, cuyos trajes son los más impresionantes.

- Parque Nacional de Sajama: está en el extremo oeste del país, haciendo frontera con Chile. En este entorno se ubica el Monte Sajama, el más alto de Bolivia, con 6.542 metros de altitud. Sus bosques de queñuas son los más altos del mundo y entre su fauna destacan los cóndores, los suris (avestruces andinos) y las vicuñas (camélido muy valorado por su lana).

3.1.3. Departamento de Potosí

Al oeste del país y al sur de Oruro se ubica Potosí. Se trata de una región altiplánica a unos 3.700 metros de altitud, lo que causa un clima frío y seco. Cuenta con una población de aproximadamente 880.651 personas.

Principales atractivos turísticos:

- Ciudad de Potosí: durante parte del siglo XVI y XVII Potosí fue la ciudad más rica del mundo. Un pasado resplandeciente del que hoy queda un rico patrimonio y una montaña, Cerro Rico. La visita a Cerro Rico, a la Casa de la Moneda y a las principales iglesias son los atractivos turísticos más notables que ofrece la ciudad.
- Salar de Uyuni: se sitúa en la región de Los Lípez y se trata del desierto de sal y la reserva de litio más grandes del mundo. A finales de la estación húmeda, el reflejo del cielo en el suelo deja imágenes únicas para los turistas que lo visitan. La Isla Incahuasi o la Isla del pescado situadas en mitad del salar, ofrecen una increíble panorámica del salar. En las inmediaciones se encuentra la Reserva nacional de fauna andina Eduardo Avaroa en la que destacan la Laguna Colorada y la Laguna Verde. El volcán Sol de Mañana, a 5.000 metros y el Desierto de Siloli, con el Árbol de Piedra, son otros de los principales atractivos de esta zona.

3.1.4. Departamento de Cochabamba

Se sitúa en la zona central de Bolivia, cuenta con una población cercana a los 2 millones de habitantes y su clima propicia valles fértiles y siempre verdes dedicados al cultivo de la coca, el plátano, la piña, el algodón, el cacao o el café.

Principales atractivos turísticos:

- Ciudad de Cochabamba: conserva un centro histórico con edificios coloniales de una o dos alturas, que le dan un toque más de pueblo grande que de ciudad. Además, Cochabamba destaca por su rica gastronomía.
- Parque Nacional Toro-Toro: a unos 140 km de la ciudad, este parque destaca por los vestigios de dinosaurios que en él se encuentran, por sus pinturas rupestres, sus cavernas para hacer espeleología o las pozas y cascadas ocultas en un cañón de 150 metros de profundidad.

- El Chapare: se trata de una región tropical al noroeste del departamento con una temperatura que oscila entre los 20 y 30 grados todo el año. Multitud de poblaciones indígenas se reparten a lo largo y ancho de esta región cuyas principales poblaciones son Villa Tunari, Sinahota, Chimoré y Puerto Villarroel junto con los parques nacionales de Carrasco e Isiboro Securé, caracterizados por una impresionante biodiversidad.

3.1.5. Departamento de Chuquisaca

El departamento de Chuquisaca, a una altitud de 3.000 metros, se halla al sur de Bolivia, en las laderas andinas que dejan paso a las llanuras del oriente. Cuenta con unos 621.130 habitantes y Sucre, su capital, es también la capital constitucional de Bolivia.

Principales atractivos turísticos:

- Sucre y alrededores: Sucre es la capital histórica y constitucional de Bolivia además de ser sede del Poder Judicial. Su centro conserva una gran cantidad de edificios coloniales e iglesias y se encuentra salpicado de parques verdes que hacen muy agradable la visita del turista. En los alrededores de la capital se encuentra el Parque Cretácico Cal Orcko en el que hay huellas de dinosaurios, Incamachay y Pumachay, característicos por sus pinturas rupestres Trabuco, con su mercado dominical y Candelaria, una hacienda convertida en museo textil.

3.1.6. Departamento de Tarija

Situado entre Argentina y Bolivia, Tarija es el departamento más pequeño del país, sus poco más de 500.000 habitantes tienen fama de abiertos y hospitalarios. Su folclore es de los más ricos del país. Destaca en la región la producción de vino y singani (destilado de uva similar a la *grappa* italiana).

Principales atractivos turísticos:

- Ciudad de Tarija: es una ciudad tranquila y de clima agradable que conserva buena parte del patrimonio colonial.
- Valle de la Concepción: es el centro vitivinícola del departamento y de Bolivia. Es posible visitar alguna de sus bodegas.
- Reserva biológica Cordillera de Sama: se trata de un lugar único para observar la transición entre las alturas andinas, donde se alcanzan alturas de hasta 4.700 metros de altitud, y los valles a 2.000 metros.
- Reserva nacional de Tariquía: constituye la mayor área de Sudamérica de selva de montaña y actúa como regulador meteorológico de la zona.

- El Chaco: se encuentra compartido entre los departamentos de Tarija y Santa Cruz junto con Paraguay y Argentina. La zona tarijeña del Chaco alberga las segundas reservas de gas natural más grandes de Sudamérica y en ella se encuentra el Parque Nacional de Aguaragüe.

3.1.7. Departamento de Santa Cruz

Santa Cruz es el departamento más grande y más rico de Bolivia. Cuenta con 3.1 millones de habitantes y se sitúa al este del país a 400 metros de altitud. La región alberga frondosa vegetación, fauna tropical y enormes extensiones de cultivo.

Principales atractivos turísticos:

- Santa Cruz de la Sierra: es la capital del departamento y la ciudad más poblada del país, además de ser el centro comercial y económico de Bolivia. Su centro histórico está formado por casas bajas en torno a la plaza principal. Cuenta además con una amplia oferta de ocio y cultura.
- Parque Nacional Amboró: abarca varios ecosistemas como son el bosque amazónico, el Chaco y la zona de transición sub andina. Jaguares, pumas y monos son sólo una pequeña muestra de la excepcional fauna del parque.
- Ruta del Ché: esta ruta recorre los lugares en los que estuvo el Ché hasta que fue capturado y ejecutado en el pequeño pueblo de la Higuera.
- Las Misiones de Chiquitos: fueron declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1991. Las misiones se pueden visitar en un circuito que no sólo permite disfrutar de las iglesias, sino también de bonitos paisajes.
- Parque Nacional del Gran Chaco: situado al sur del departamento. A pesar de su interés, no cuenta aún con una oferta turística desarrollada.
- Parque Nacional Noel Kempff Mercado: se encuentra en una zona remota en la frontera con Brasil, dominado por una fauna, vegetación, ríos y orografía exuberantes.
- Parque Nacional Otuquis: se trata de una de las zonas de humedales más grandes del mundo compartida con Brasil y Paraguay y con escasa infraestructura para el turista convencional.
- Samaipata y el Fuerte

3.1.8. Departamento de Beni

Al noreste del país y con unos 462.000 habitantes, Beni es plena selva: territorios vírgenes y escasamente poblados con hasta 18 tribus indígenas que se encuentran serpenteados por caudalosos ríos como el Beni, el Mamoré o el Iténez, que fueron considerados dioses en la época prehispánica. La actividad económica más importante en Beni es la ganadería, junto con la silvicultura, la agricultura, la caza y la pesca.

Principales atractivos turísticos:

- Trinidad: es la capital del departamento, se sitúa a 155 metros sobre el nivel del mar y su clima es tropical. La plaza Ballivián es el eje del centro histórico de esta ciudad. La catedral, el Palacio de la Prefectura, la plaza Doris Natusch de Durán o el Museo Arqueológico Kennet Lee, son los principales atractivos que ofrece esta ciudad de algo más de 130.000 habitantes.
- Las Misiones de Moxos: son de estructura similar a las misiones de la Chiquitanía en Santa Cruz. Las principales son: Loreto, bien conocida por sus fiestas religiosas; San Ignacio de Moxos, que es la capital folclórica del departamento; San Borja, San Pedro Nuevo, Santa Ana del Yacuma con su museo arqueológico, San Ramón, Magdalena y Bella Vista.
- Rurrenabaque y Parque Madidi: Rurrenabaque está situado en la frontera con La Paz y es la entrada al Parque Madidi, una de las áreas con mayor diversidad de flora y fauna del planeta. Este lugar es el punto de unión de tres ecosistemas: los Andes, la selva y la pampa. Es conveniente visitar estas zonas durante la estación seca (de mayo a octubre).

3.1.9. Departamento de Pando

Es departamento menos poblado de Bolivia. Se encuentra en la frontera con la Amazonía brasileña, al norte del país. Los ríos sirven como principal vía de comunicación, a excepción de una carretera de reciente construcción entre Cobija y Riberalta. Se trata de la mayor reserva amazónica de Bolivia y sus bosques son refugio de tucanes, parabas o anacondas.

Dedicado a la producción de almendras y a la extracción de oro, Pando es el último rincón de Bolivia por explorar. En lo que respecta al turismo, las infraestructuras son mínimas o inexistentes.

Principales atractivos turísticos:

- Cobija: es la capital del departamento con unos 15.000 habitantes. La plaza central y la iglesia son los principales reclamos de esta ciudad.
- Reserva Nacional Manurapi Heath: es la reserva más grande del país: con un desnivel que va desde los 1800 a los 200 metros sobre el nivel del mar, abarca múltiples ecosistemas,

así como una variadísima cantidad de animales y plantas. El lugar más conocido del parque es el Lago Bay, poblado por miles de peces, lagartos y aves, y que se nutre del río Manuripi, que es uno de los menos contaminados del mundo.

3.2. Modalidades de turismo en Bolivia

Tras la revisión de los principales atractivos turísticos que ofrece el país, es fácil imaginar que el turismo en Bolivia no es al uso. No dispone de una estructura plenamente desarrollada ni de una especialización hacia el lujo o las grandes comodidades. Sin embargo, la oferta se adapta a las exigencias de un tipo de turismo más de aventura que busca sensaciones y contacto con la naturaleza y los paisajes aún sin explotar más que la comodidad en términos de hospedaje o transporte.

La [Ley General de Turismo](#), define modalidades de turismo como “*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*”. Las distintas modalidades que distingue la Ley son:

3.2.1. Comunitario:

De toda la variedad de oferta turística ofrecida por el país, destaca el turismo comunitario. Se trata de un tipo de turismo que está cobrando mucha importancia por su gestión de base comunitaria y sostenible. La Ley lo define así: “*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 afro-bolivianas, 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”*”.

El Viceministerio de Turismo ha identificado cerca de 100 emprendimientos turísticos de base comunitaria, que se hallan en distintas fases de desarrollo; cerca de 50 de ellos han permitido verificar operación turística, entre los cuales existen unos cuantos bastante consolidados y la gran mayoría en un proceso incipiente o en vías de consolidación.

3.2.2. Naturaleza y aventura

El turismo de naturaleza y aventura es el más importante dada la diversidad de ecosistemas, fauna y flora que engloba Bolivia. A lo largo y ancho de todo el país es posible disfrutar de multitud de actividades tales como escalada, descenso de ríos en canoa, observación de animales como monos, aves exóticas o caimanes, espeleología, pesca, senderismo, etc.

3.2.3. Otras modalidades

En cuanto al resto de modalidades, el **turismo cultural** giraría en torno a los núcleos urbanos y el rico folclore boliviano; el turismo rural estaría alineado con el turismo comunitario; el **turismo gastronómico** se centraría principalmente en la región de Tarija, famosa por sus vinos, aunque cada región cuenta con sus platos típicos y muy variados entre sí; el **turismo de salud** vendría relacionado sobre todo con las fuentes de aguas termales que se pueden encontrar en diversos lugares y a las que se les atribuye propiedades curativas; y el **turismo religioso** giraría tanto en torno a los distintos templos cristianos (catedrales o las misiones), como a toda la idiosincrasia de las religiones prehispánicas.

3.3. La oferta hotelera

La oferta hotelera boliviana, al igual que la mayor parte de las infraestructuras de turismo, tiene aún un amplio margen de mejora. La dificultad de acceso al crédito ha supuesto hasta ahora una importante barrera al desarrollo hotelero del país. Sin embargo, el 27 de julio de 2015 fue expedida por la [Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero](#) (ASFI) la [Resolución 570](#) que permite al turismo beneficiarse del crédito productivo en el marco de la aplicación de la [Ley de Servicios Financieros](#) promulgada en agosto de 2013. A partir de este momento, las compañías del sector pueden acceder a créditos para la inversión con unas tasas de interés anuales del 6 % para las grandes empresas, 7 % para las PYMES y 11,5 % para la microempresa.

Según el [Banco de Desarrollo Productivo](#), los créditos de Fideicomiso para el Desarrollo Productivo acumulado entre los años 2007 y 2020, superó los 395 millones de dólares. Adicionalmente, se conoce que el 0,6 % del total (2,3 millones de dólares) fueron otorgados al sector del turismo¹⁰.

¹⁰ Memoria de la Economía Boliviana 2020

TABLA 5: OFERTA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA (2015-2020)

Tipo de hospedaje	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hoteles cinco estrellas						
Establecimientos	28	28	30	28	28	26
Habitaciones	2.128	2.135	2.205	2.135	2.135	1.976
Camas	3.444	3.485	3.550	3.485	3.485	3.224
Hoteles cuatro estrellas						
Establecimientos	46	50	57	60	59	38
Habitaciones	2.041	2.159	2.313	2.421	2.383	1.520
Camas	3.362	3.483	3.686	3.863	3.802	2.432
Hoteles tres estrellas						
Establecimientos	96	103	103	106	109	87
Habitaciones	3.360	3.574	3.589	3.679	3.779	3.045
Camas	5.664	5.867	5.895	6.045	6.201	4.959
Hoteles dos estrellas						
Establecimientos	69	66	61	62	62	44
Habitaciones	2.001	1.945	1.855	1.924	1.924	1.364
Camas	3.381	3.296	3.176	3.221	3.221	2.288
Hoteles una estrella						
Establecimientos	46	64	67	66	70	53
Habitaciones	1.242	1.281	1.335	1.315	1.395	1.060
Camas	2.162	2.302	2.374	2.339	2.477	1.855
Apartoteles						
Establecimientos	23	23	21	24	22	17
Habitaciones	689	681	660	744	684	527
Camas	1.426	1.433	1.386	1.573	1.449	1.122
Hostales cinco estrellas						
Establecimientos	8	13	13	13	13	7
Habitaciones	112	322	322	322	322	175
Camas	176	437	437	437	437	238
Hostales cuatro estrellas						
Establecimientos	37	38	41	37	43	32
Habitaciones	666	732	760	672	781	576
Camas	1.517	1.644	1.682	1.518	1.762	1.312
Hostales tres estrellas						
Establecimientos	87	79	78	83	82	71
Habitaciones	1.479	1.341	1.330	1.415	1.398	1.207
Camas	2.349	2.246	2.232	2.357	2.329	1.988

Tipo de hospedaje	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hostales dos Estrellas						
Establecimientos	119	139	133	132	135	113
Habitaciones	2.380	2.724	2.664	2.684	2.746	2.260
Camas	3.570	4.230	4.152	4.183	4.278	3.616
Hostales una Estrella						
Establecimientos	161	147	137	139	141	119
Habitaciones	2.898	2.712	2.622	2.660	2.698	2.261
Camas	4.830	4.628	4.498	4.562	4.626	3.927
Alojamiento Categoría A						
Establecimientos	233	239	261	263	264	218
Habitaciones	4.893	4.110	4.308	4.308	4.326	3.488
Camas	7.922	6.421	6.751	6.751	6.780	5.665
Alojamiento Categoría B						
Establecimientos	378	381	409	418	418	372
Habitaciones	5.670	6.480	6.732	6.880	6.880	5.952
Camas	8.316	9.589	9.981	10.179	10.179	8.928
Casa de huéspedes						
Establecimientos	50	50	42	45	43	32
Habitaciones	250	265	265	283	271	192
Camas	600	621	621	666	636	480
Total Establecimientos	1.381	1.420	1.453	1.476	1.489	1.229
Total Habitaciones	29.809	30.461	30.960	31.442	31.722	25.603
Total Camas	48.719	49.682	50.421	51.179	51.662	42.034

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

A partir de los datos analizados en las tablas anteriores, se puede apreciar el **efecto del Covid-19** en el sector. Entre los años 2015 y 2019, el número de establecimientos analizados aumentó en 44, el número de habitaciones en 464 y el número de camas en 553, pero entre los años 2019 y 2020, se cerraron 125 establecimientos y se perdieron 2.282 habitaciones y 3.221 camas¹¹.

Las principales cadenas hoteleras internacionales todavía no se encuentran en el país andino, a excepción de la ciudad de Santa Cruz, donde se han implantado recientemente Marriott, Hilton, Accor, Radisson y Sheraton, entre otros. En la ciudad de La Paz, hay un apartotel llamado Ritz, pero que no pertenece a la famosa cadena.

A nivel nacional destaca la cadena **Camino Real**, cuyos hoteles se pueden encontrar en La Paz y en Santa Cruz enfocados más bien a un turismo de negocios y medio-alto «*standing*», o los Hoteles Río Selva, con presencia en Santa Cruz y la zona de los Yungas, orientadas a un turismo también

¹¹ Instituto Nacional de Estadística: <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/turismo/estadisticas-hoteleras-cuadros-estadisticos/>

de medio-alto «*standing*» pero con carácter vacacional. Otros hoteles destacables serían en La Paz el Hotel Casa Grande, Hotel Europa o el Hotel Stannum; en Santa Cruz el Hotel Cortez, el Hotel Senses, el complejo Los Tajibos o el Biocentro Guembe y en Cochabamba el Hotel Regina o el Gran Hotel Cochabamba.

Fuera de los principales núcleos urbanos, la **oferta hotelera se basa, en su mayoría en modestos hostales** con instalaciones básicas o a veces insuficientes (no todos los hostales cuentan con agua caliente o incluso ducha). En los últimos años se han desarrollado establecimientos turísticos caracterizados por su originalidad como: el hotel en el Salar de Uyuni, construido completamente con sal extraída del salar o las cabañas Sol y Luna en los Yungas.

TABLA 6: TARIFAS PROMEDIO SEGÚN CATEGORÍA HOTELERA (2015-2020)

Datos en dólares

Tipo de hospedaje	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hoteles						
Cinco estrellas	129	131,5	134,5	134,6	135,5	128,9
Cuatro estrellas	59,5	62,4	66,6	66,6	66,7	65
Tres estrellas	34,2	38,5	41	41	41	38,7
Dos estrellas	22,5	30,9	33,3	33,3	33,3	31,8
Una estrella	16,7	24,8	25,7	25,76	25,7	24,5
Apartoteles	83,5	84,9	86,9	86,9	86,1	80,2
Residenciales y hostales						
Cuatro estrellas	22,7	33,8	35,7	35,7	35,7	33,3
Tres estrellas	16	24,4	25,1	25,1	25,4	23
Dos estrellas	9,5	14,9	16,1	16,1	16,1	14,1
Una estrella	8,0	11,8	12,6	12,6	12,6	10,6
Alojamientos						
Categoría A	6,7	6,8	7	7	7	6
Categoría B	5,2	5	5	5	5	3,9
Casa de huéspedes	7,2	9,6	10,5	10,5	10,5	9,3

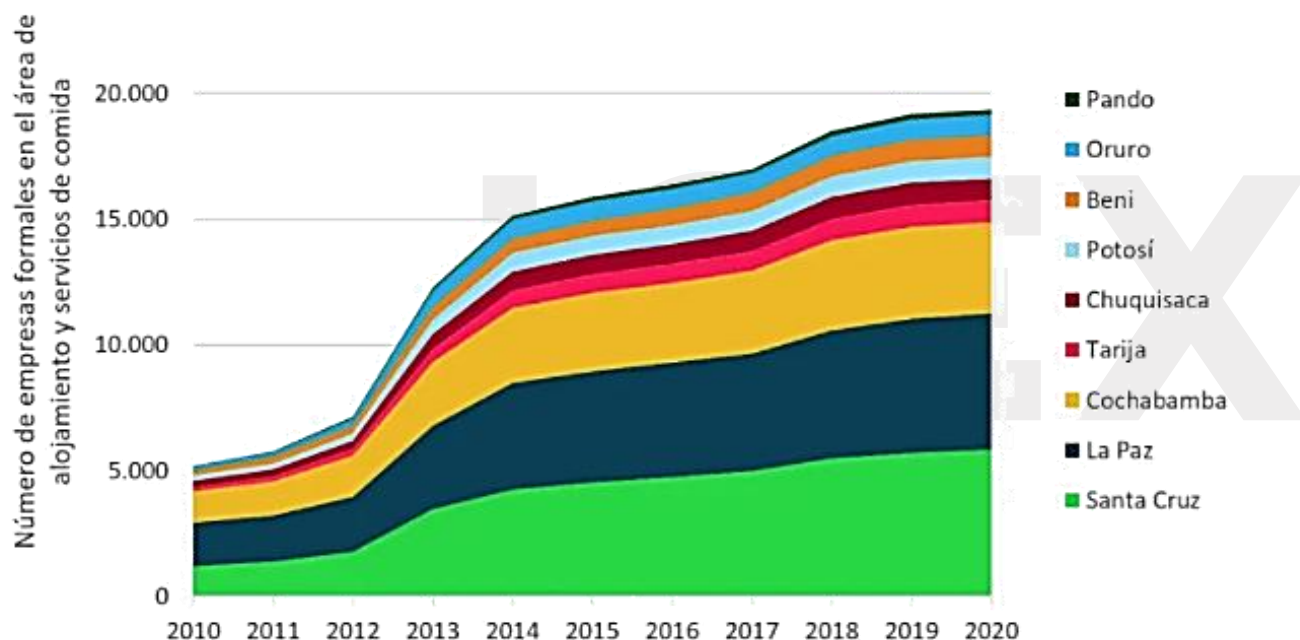
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Los precios también se han visto afectados por las consecuencias del Covid-19. Entre los años 2015 y 2019, los precios hoteleros se han mantenido medianamente estables. No obstante, en el año 2020, todos los establecimientos tuvieron que disminuir su tarifa. En el caso de los hoteles, la bajada de precios fue de entre el 5,5 % (en hoteles de tres estrellas) y el 3 % en hoteles de 4 estrellas. Los apartoteles tuvieron que disminuir sus precios en un 7 %, mientras que en hostales los más afectados fueron los de dos y una estrella, con bajadas de precios de hasta el 15 %. La

mayor bajada de precios se vio en los alojamientos de categoría B, que sus precios disminuyeron en un 21,6 %. Por último, las casas de huéspedes disminuyeron su tarifa en un 11,7 %.

La oferta hotelera ha aumentado drásticamente en los últimos 10 años. En el año 2010 el número de empresas registradas en [Fundempresa](#) en las actividades de alojamiento y servicios de comida era de 5.209, en el año 2020 ese número se ha cuadruplicado, con un crecimiento anual promedio del 14 %. La mayoría de los establecimientos se encuentran en el departamento de Santa Cruz, seguido de La Paz y Cochabamba¹².

GRÁFICO 2: NÚMERO DE EMPRESAS REGISTRADAS EN ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA POR DEPARTAMENTO (2010-2020)



Fuente: SDSN Bolivia

3.4. Otros factores que condicionan la oferta

3.4.1. Oferta de transporte: desplazamientos

El tamaño y la orografía del país (la superficie de Bolivia duplica a la de España) hacen que trasladarse de un punto a otro del país suponga un desafío para el turista. Las infraestructuras de transporte son muy precarias, con una red de carreteras muy incipiente y sin apenas red ferroviaria. Si bien es posible llegar a la mayoría de los lugares por carretera, en muchas ocasiones, ésta es

¹² Turismo como motor de Desarrollo Sostenible. SDNS Bolivia. Disponible en: <https://www.sdsnbolivia.org/turismo-como-motor-de-desarrollo-sostenible-en-bolivia/>

peligrosa y los traslados duran muchas horas por lo que casi la forma más confortable de ir de un punto a otro del país en poco tiempo es por vía aérea.

Bolivia cuenta con 38 aeródromos y aeropuertos¹³, de los cuales tres, el del Alto en La Paz, Santa Cruz y Cochabamba, son internacionales. En el año 2019, el aeropuerto internacional de Viru-Viru (Santa Cruz) concentró 64,39 % del flujo total de llegada de turistas extranjeros, El Alto (La Paz) y Jorge Wilsterman (Cochabamba) representaron 28,69 % y 6,92 %, respectivamente. Cabe destacar también por su elevado tráfico, el de Rurrenabaque¹⁴ y Sucre. El resto de los aeropuertos y aeródromos del país se puede consultar al final de este documento en el [Anexo I](#).

[Boliviana de Aviación](#), [Ecojet](#) y [Amazonas](#), son los principales proveedores nacionales. Para vuelos internacionales destacan [LATAM](#), [Avianca](#), [American Airlines](#), [Air Europa](#) o [Peruvian Airlines](#). La escasa competencia, la inaccesibilidad y poca afluencia en algunos aeropuertos y el hecho de que Bolivia sea un país aún en desarrollo en el que el turismo se considere un lujo para un amplio porcentaje de la población, hace que los vuelos desde Bolivia hacia el exterior o internos tengan un coste bastante elevado. Las conexiones con los aeropuertos internacionales son escasas, desde Santa Cruz se puede volar a Estados Unidos pasando únicamente por Miami y a Europa a través de Madrid, existen otras conexiones a nivel regional como a Lima, Buenos Aires, Panamá, Bogotá, Asunción y Caracas.

3.4.2. Oferta de turoperadores

La oferta de turoperadores y agencias de viajes en Bolivia está muy fragmentada, existen numerosas agencias de pequeño alcance que organizan tours por la zona. Por ejemplo, las agencias de La Paz se especializan en tours a Uyuni, Coroico (en los Yungas) o Rurrenabaque, mientras que las agencias de Santa Cruz están más especializadas en la región de la Chiquitania.

Las agencias y turoperadores más importantes¹⁵ son:

- [Tropical Tours](#): cuenta con más de 200 empleados y su web indica que uno de cada 4 boletos que se emite en Bolivia se hace a través de ellos. Catalogados por SABRE Travel Network como la agencia de viajes nº25 de Latinoamérica y nº1 de Bolivia.
- [BCD Travel](#): compañía multinacional especializada en viajes de negocios.
- [Carlson Wagonlit](#): al igual que BCD, esta compañía multinacional también cuenta con amplia experiencia en los viajes de negocios.

¹³ Fuente: Aircraft Charter World: <http://www.aircraft-charter-world.com/airports/southamerica/bolivia.htm>

¹⁴ Cerrado desde mediados de 2020 por falta de pasajeros debido a las restricciones por Covid-19, se espera su reapertura en un futuro cercano.

¹⁵ Fuente: Viceministerio de Turismo.



- [Turismo Balas](#): empresa nacional con sucursales en las principales ciudades del país asociada con la red global en viajes corporativos, *FCm Travel Solutions*.

3.4.3. Otras modalidades de alojamiento

- *Camping*: existen pocos campings en el país y no es infrecuente la acampada libre, pero en los lugares en los que hay alojamiento, el hecho de que éste sea tan barato, desincentiva la práctica de la acampada.
- Plataformas de alojamiento: están cobrando cada vez más importancia en las principales ciudades del país, especialmente entre el público más joven, plataformas de alquiler de cuartos como [Airbnb](#) o «Couchsufing» (plataforma de “intercambio de sofás” en la que sus miembros ofrecen entre sí alojamiento en sus hogares sin ningún coste).

icex

4. Demanda

La llegada de turistas ha ido creciendo en los últimos años a gran velocidad. A continuación, se analizan los aspectos más característicos de la demanda turística en Bolivia.

4.1. Turismo procedente del exterior

En este primer apartado, se lleva cabo un estudio del perfil de los turistas que llegan a Bolivia desde el exterior del país.

TABLA 7: LLEGADA DE VIAJEROS INTERNACIONALES SEGÚN NACIONALIDAD (2017-2020)

País de origen	2017	2018	2019	2020
Argentina	309.724	314.895	370.931	98.576
Perú	174.782	190.950	249.400	64.730
Brasil	88.694	88.509	89.850	28.317
Chile	87.728	79.485	79.980	25.959
Estados Unidos	59.812	58.841	52.764	14.176
España	39.873	41.322	42.530	10.161
Colombia	31.361	34.356	31.296	9.619
Corea del Sur	14.500	15.921	15.043	6.385
Paraguay	20.606	21.906	19.415	6.274
Alemania	30.380	31.658	31.917	6.109
Japón	14.487	13.638	12.980	5.586
Francia	35.694	35.582	35.969	5.136
Venezuela	10.642	14.255	18.796	4.049
Ecuador	15.798	16.333	16.081	3.590
México	13.965	13.938	13.541	2.873
Reino Unido	18.709	19.241	17.572	2.863
China	15.590	16.654	15.438	2.860
Canadá	11.631	11.840	10.955	2.639
Resto de Países	10.288	14.823	12.073	2.542
Italia	13.236	14.240	14.911	2.101
Australia	10.331	10.324	8.834	1.689
Suiza	9.012	9.266	9.012	1.560
Total	1.108.595	1.141.860	1.239.281	323.272

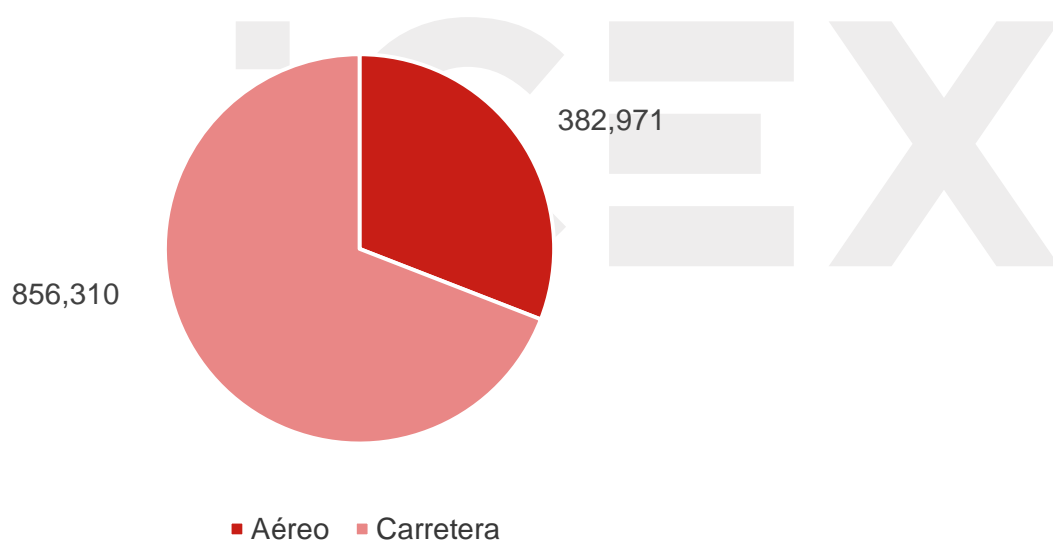
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

En la tabla 8, se puede observar que los viajeros que llegan a Bolivia proceden fundamentalmente de los países limítrofes, Argentina, Perú, Brasil y Chile. De países externos a la región latinoamericana destaca Estados Unidos y dentro de Europa, España, seguido por Alemania y Francia.

Entre los años 2008 y 2019 los turistas aumentaron en 709.680 personas. No obstante, en el año 2020, debido al cierre de fronteras y la emergencia sanitaria del Covid-19, los visitantes internacionales disminuyeron en 916.000 personas, un 74 % menos.

El 69 % de turistas que entraron al país en 2019, **lo hicieron por carretera**, seguido por el medio aéreo. En esta línea cabe mencionar que analizando los datos históricos desde el 2007, se ha producido un incremento de casi un 70% en el uso aéreo.

GRÁFICO 3: LLEGADA DE VIAJEROS INTERNACIONALES SEGÚN MODO DE TRANSPORTE (2019)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

La evolución de los ingresos por turismo receptivo en total en Bolivia ha crecido en la última década en 440 millones de dólares, un 111 %, siendo en 2009 de 397 millones de dólares y en el 2019 de 837¹⁶. En el año 2020, el ingreso por turismo internacional disminuyó en un 77 %.

El mayor gasto en el país en el 2020 lo realizaron los nacionales procedentes de países limítrofes como Argentina, Brasil y Perú. En el año 2019, España era la segunda nacionalidad con mayor gasto turístico en Bolivia, pero en el año 2020 pasó a ocupar un cuarto lugar.

¹⁶ Fuente: Viceministerio de Turismo,

TABLA 8: GASTO TURÍSTICO DE VISITANTES EXTRANJEROS EN BOLIVIA SEGÚN PAÍS DE ORIGEN (2017-2020)
Datos en millones de dólares

País de origen	2017	2018	2019	2020
Argentina	120,6	119,3	126,1	30,5
Brasil	71,4	70,8	76,1	21,8
Perú	65,3	70,3	86,6	19,8
España	81,6	84,5	88,5	19,5
Estados Unidos	78,2	76,8	70,8	16,7
Chile	62,8	56,4	57,0	15,8
Resto de Países	41,4	47,1	44,3	9,4
Colombia	30,6	33,4	32,0	8,7
Alemania	28,6	29,1	30,0	5,3
Francia	31,4	31,0	31,9	4,3
China	22,1	24,1	22,8	3,9
Corea del Sur	8,7	9,5	9,5	3,6
Japón	10,4	9,7	9,3	3,6
Venezuela	10,9	13,6	16,7	3,4
Reino Unido	21,3	21,4	20,2	3,1
México	14,9	14,9	15,0	2,9
Paraguay	10,9	10,8	10,0	2,8
Ecuador	12,6	13,2	13,5	2,5
Canadá	10,2	10,4	10,0	2,2
Italia	14,9	15,9	16,8	2,2
Suiza	12,0	12,2	12,2	2,0
Australia	7,8	7,8	7,0	1,2
Suecia	5,9	6,1	5,2	1,1
Cuba	7,3	7,1	6,2	1,1
Israel	2,4	2,3	2,7	0,9
Uruguay	5,6	5,5	4,6	0,9
Bélgica	6,9	7,1	6,5	0,9
Países Bajos	3,6	3,8	3,4	0,6
Austria	2,1	2,3	2,2	0,3
Irlanda	0,2	0,2	0,2	0,0
TOTAL	802,57	816,26	837,29	191,31

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Viceministerio de Turismo.

El mayor gasto efectuado por los turistas extranjeros en Bolivia es, generalmente en servicios, seguido de compra de bienes y por último, en alojamiento.

TABLA 9: GASTO DE TURISTAS INTERNACIONALES EN BOLIVIA SEGÚN TIPO DE GASTO

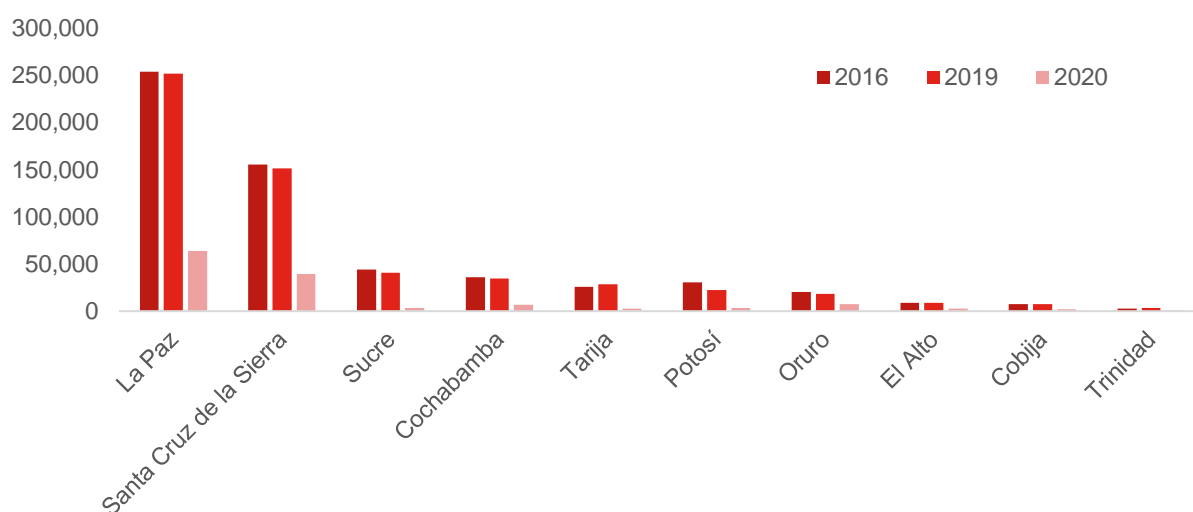
Datos en millones de dólares

Tipo de gasto	2016	2017	2018	2019	2020
Alojamiento	113,0	122,8	128,6	135,6	23,3
Compra de Bienes	158,0	171,7	173,0	175,8	55,4
Artesanías	59,9	65,0	70,2	76,2	21,3
Vestimenta	70,8	77,0	83,3	90,4	20,9
Otros	27,3	29,7	19,6	9,2	13,2
Gasto en Servicios	467,5	508,0	514,7	525,8	112,6
Alimentos y Bebidas	175,0	190,2	206,0	223,7	43,5
Transporte Interno	123,4	134,0	149,8	167,5	38,3
Esparcimiento	116,7	126,8	115,8	105,4	16,4
Otros: servicios turísticos o comunicaciones	52,4	57,0	43,0	29,2	14,3
Total	738,5	802,6	816,3	837,3	191,3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Respecto a la estacionalidad del turismo en Bolivia hay que destacar que, a diferencia de otros países, ésta no es muy marcada, si bien es cierto que la segunda mitad del año (de julio a diciembre) presenta un mayor número de ingresos y pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Marzo sería el mes con menor movimiento de turistas, esto puede venir explicado por dos motivos fundamentalmente: en Bolivia y en los países de la región se encuentran todavía en época de lluvias y, por otro lado, en el hemisferio norte no es temporada vacacional.

GRÁFICO 4: TURISTAS EXTRANJEROS EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR CIUDAD (2016, 2019 Y 2020)

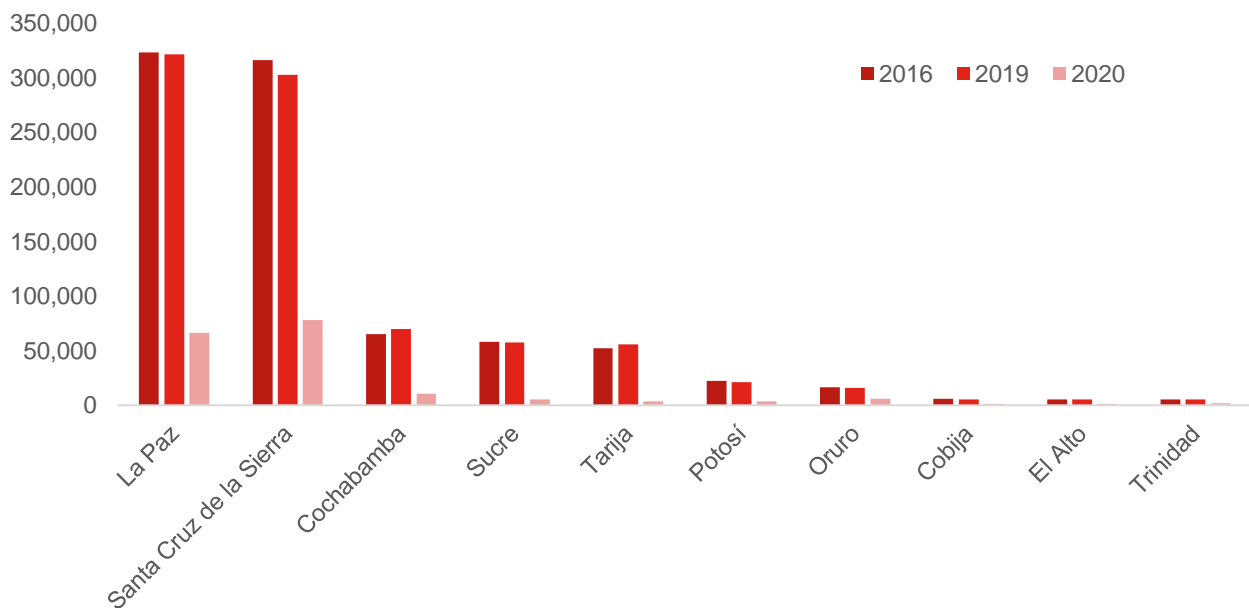


Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Por otro lado, se ha estudiado la evolución del ingreso de turistas comparándolo en número entre el 2016, 2019 y 2020. Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, el número de ingresos de viajeros se ha mantenido estable en todas las ciudades. Los destinos más afectados por el Covid-19 han sido Sucre y Tarija, con una afluencia de menos del 91 % de visitantes entre 2019 y 2020, seguido de Potosí con una reducción del 84,7 % y Cochabamba, un 81,3 % menos de turistas extranjeros.

Los turistas extranjeros pasan más noches en las ciudades de La Paz y Santa Cruz de la Sierra, dos de las dos ciudades más grandes del país, les siguen Cochabamba, Sucre y Tarija. Entre los años 2016 y 2019, se aprecia un descenso en el número de pernoctaciones en La Paz y Santa Cruz y un ligero aumento por ciudades más secundarias como Cochabamba, Sucre, Tarija y Potosí.

GRÁFICO 5: NÚMERO DE PERNOCTACIONES DE TURISTAS EXTRANJEROS EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR CIUDAD (2016, 2019 Y 2020)

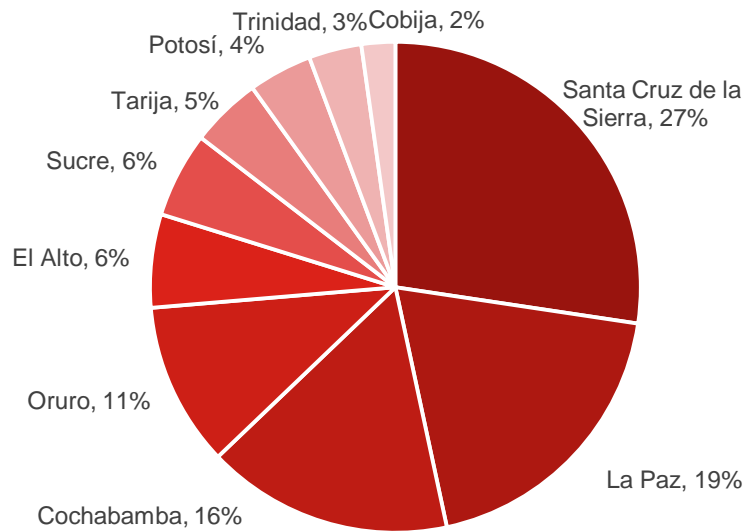


Fuente: Instituto Nacional de Estadística

4.2. Turismo interno

El total de visitantes nacionales en el año 2019 a destinos dentro del país fue de 1.535.186, en año 2020, esta cifra fue de 498.700, un 67,52 % menos. La ciudad de Santa Cruz es el principal destino seleccionado por los turistas internos, seguido por La Paz y Cochabamba.

GRÁFICO 6: VISITANTES NACIONALES POR CIUDAD (2019)

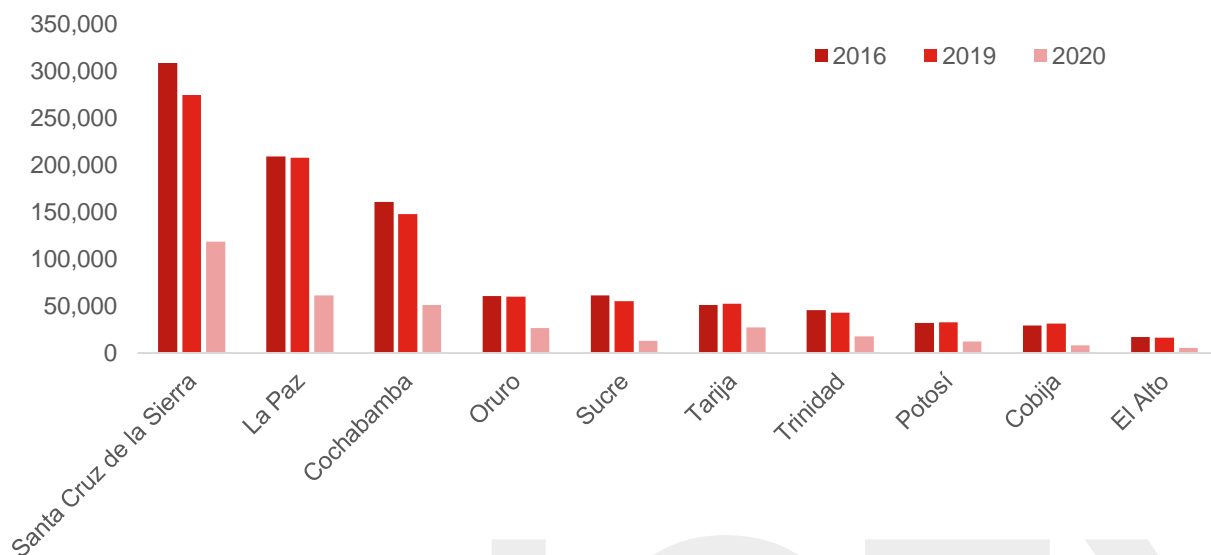


Fuente: Instituto Nacional de Estadística

En el año 2020, las ciudades que experimentaron mayor pérdida de visitantes nacionales fueron Sucre (80 %), Santa Cruz de la Sierra (71 %), La Paz y Cobija (68 %). La ciudad que menos sufrió los efectos del Covid-19 en cuanto a turistas internos fue Oruro, con un 50 % menos de afluencia.

En términos de pernoctaciones, los turistas bolivianos pasaron más noches en establecimientos de hospedaje que los extranjeros en el año 2019. Al igual que en el caso de los extranjeros, entre 2016 y 2019, los turistas nacionales disminuyeron su estancia en las ciudades de Cochabamba, La Paz y Santa Cruz. En el año 2020, las ciudades que más experimentaron la caída del turismo debido al Covid-19 han sido Sucre (77 %), Cobija (73,4 %) y La Paz (70,5 %).

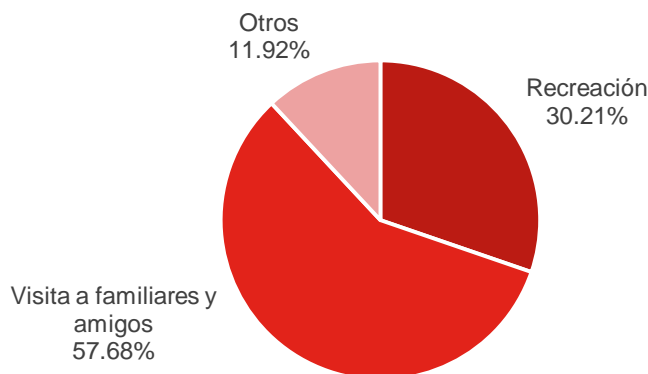
GRÁFICO 7: PERNOCTACIÓN DE VIAJEROS NACIONALES EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN CIUDAD (2016, 2019 Y 2020)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Al analizar los motivos principales de viaje, el 13,33 % fue por trabajo, mientras que el 86,7 % de los visitantes lo hicieron por motivos recreacionales, personales o vacacionales. En términos generales, los visitantes acuden más a visitar a familiares y a amigos a Cochabamba, el destino preferido para viajes recreacionales es la ciudad de Santa Cruz, y La Paz es escogido para otros fines como la asistencia a ferias, viajes religiosos o festividades folclóricas. Datos proporcionados por el Viceministerio de Turismo, indican que diciembre y enero y junio y julio, son las temporadas altas para el turismo interno.

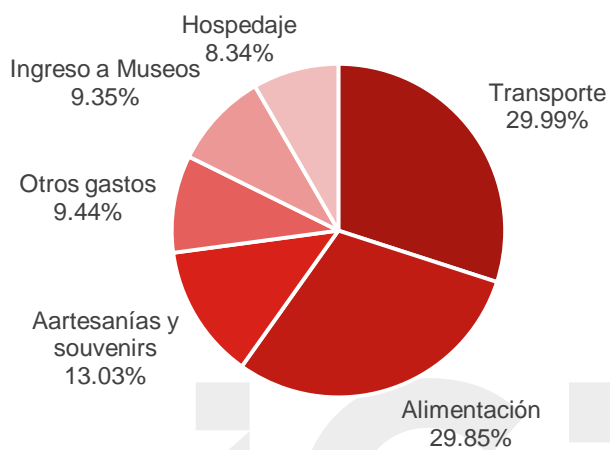
GRÁFICO 8: MOTIVO DE VIAJES PERSONALES DE LOS VISITANTES POR TURISMO INTERNO (2019)



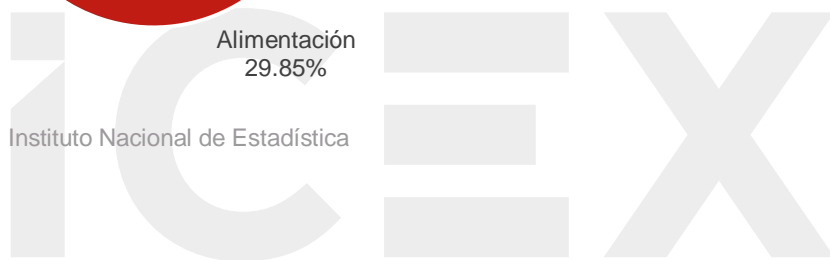
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

La estadía media de los turistas nacionales es de cinco días, con un gasto medio de 638 bolivianos unos 93 dólares, y un gasto medio al día de 165 bolivianos, unos 24 dólares. La mayoría del gasto se destina al transporte y a la alimentación, seguido de la compra de artesanías y souvenirs, entradas de museos y por último el hospedaje y alojamiento.

GRÁFICO 9: GASTO DE TURISTAS NACIONALES POR TIPO (2019)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística



5. Precios

Bolivia resulta un país relativamente barato para viajar. El alojamiento y los restaurantes son muy asequibles para turistas procedentes de Europa, Estados Unidos u otros países de la región. Asimismo, el transporte por carretera resulta muy barato. Únicamente los vuelos tanto internos como internacionales encarecerían el viaje.

Las tablas a continuación muestran una aproximación de los precios de los distintos servicios turísticos en Bolivia.

TABLA 10: PRECIO DE PAQUETES TURÍSTICOS EN BOLIVIA DE LOS PRINCIPALES MAYORISTAS Y AGENCIAS QUE OPERAN EN ESPAÑA

Datos en euros

Agencia / mayorista	Días	Lugares	Precio
Viajes El Corte Inglés	11	Santa Cruz - Sucre - Potosí - Uyuni - La Paz - Lago Titicaca	3.515
Halcón Viajes (Mayorista Latitudes)	8	La Paz - Salar - Santa Cruz	2.650
	10	Santa Cruz - Sucre - Potosí - Uyuni - La Paz - Lago Titicaca	2.970
Tui Spain	10	Santa Cruz - Sucre - Potosí - Uyuni - La Paz - Lago Titicaca-Cusco-Machu Pichu	2.910
Catai Tours	15	Santa Cruz - Sucre - Potosí - Uyuni - La Paz - Lago Titicaca	3.415
Exoticca	12	La Paz Y Tiwanaku-Uyuni-Perú Y Machu Pichu-Cuzco	2.185

Fuente: Elaboración propia

Al cruzar los datos del gasto de turistas españoles en Bolivia en el 2019 con el número de españoles que visitaron el país en el mismo año, de media, el turista español se gasta para una media de 10 días, unos 2.080 dólares, unos 1.838 euros, con vuelos de ida y vuelta incluidos, un precio bastante inferior a los paquetes ofrecidos por las agencias de turismo en España.

TABLA 11: PRECIO DE LAS PRINCIPALES EXCURSIONES Y VIAJES CONTRATADAS DENTRO DEL PAÍS

Datos en dólares

Excursión	Días	Precio
Copacabana e Isla del Sol	1	110
	2	185 - 210
City tour La Paz + Valle de la Luna	1/2	75
Salar de Uyuni	2	130 - 160
	5	600 - 1.000
Carnaval de Oruro	1	150
	2	350 - 400
	3	450 - 500
Sajama	1	220
	2	275
	3	450 - 500
Rurrenabaque (sin vuelo)	1	75 - 120
	2	175 - 200
	3	150 - 250
	4	190 - 360
	5	450 - 600
Carretera de la muerte	1	50 - 75

Fuente: Elaboración propia con datos de Kanoo Tours, Gravity y Bolivia Contact.

TABLA 12: PRECIO DE BILLETES DE AUTOBÚS ENTRE LAS PRINCIPALES CIUDADES

Origen	Destino	Normal bolivianos	Normal dólares	Semicama bolivianos	Semicama dólares	Cama bolivianos	Cama dólares
La Paz	Oruro	28	4,0	38,0	5,5	61,0	8,8
	Cochabamba	52	7,5	73,0	10,5	106,0	15,2
	Santa Cruz (N)	109	15,7	160,0	23,0	220,0	31,6
	Santa Cruz (A)	115	16,5	167,0	24,0	228,0	32,8
	Potosí	63	9,1	92,0	13,2	129,0	18,5
	Sucre	90	12,9	125,0	18,0	180,0	25,9
	Tarija	132	19,0	177,0	25,4	259,0	37,2
	Uyuni	95	13,6	137,0	19,7	197,0	28,3
	Villazón	132	19,0	177,0	25,4	251,0	36,1
Cochabamba	Santa Cruz (N)	64	9,2	89,0	12,8	131,0	18,8
	Santa Cruz (A)	76	10,9	102,0	14,7	148,0	21,3
	Oruro	31	4,5	40,0	5,7	68,0	9,8
	Potosí	62	8,9	92,0	13,2	133,0	19,1
	Sucre	67	9,6	88,0	12,6	137,0	19,7
	Tarija	131	18,8	176,0	25,3	256,0	36,8
	Uyuni	100	14,4	145,0	20,8	208,0	29,9
Santa Cruz	Sucre	96	13,8	126,0	18,1	170,0	24,4
	Tarija	131	18,8	190,0	27,3	254,0	36,5
	Yacuiba	61	8,8	91,0	13,1	126,0	18,1
	Trinidad	62	8,9	91,0	13,1	134,0	19,3
Oruro	Potosí	38	5,5	53,0	7,6	75,0	10,8
	Sucre	63	9,1	84,0	12,1	125,0	18,0
	Tarija	103	14,8	-	-	-	-
	Uyuni	49	7,0	76,0	10,9	110,0	15,8
	Villazón	102	14,7	-	-	-	-
Potosí	Sucre	21	3,0	31,0	4,5	43,0	6,2
	Tarija	73	10,5	96,0	13,8	133,0	19,1
	Villazón	45	6,5	-	-	-	-
Sucre	Uyuni	59	8,5	83,0	11,9	119,0	17,1
Trinidad	Santa Cruz	53	7,6	80,0	11,5	125,0	18,0

Fuente: "Resolución Administrativa Regulatoria ATT-DJ-RA TR 0178/2013" (Febrero 2018). Autoridad de regulación y fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes.

TABLA 13: PRECIO DE LOS VUELOS INTERNOS Y A MADRID DESDE LOS AEROPUERTOS INTERNACIONALES
Datos en euros

Origen	Destino	Precio
Cochabamba	La Paz	75
	Rurrenabaque	285
	Santa Cruz	76
	Sucre	70
	Tarija	110
	Trinidad	100
La Paz	Cochabamba	75
	Rurrenabaque	150
	Santa Cruz	70
	Sucre	100
	Tarija	160
	Trinidad	220
	Madrid	1200
Santa Cruz	Uyuni	215
	Cochabamba	76
	Rurrenabaque	272
	La Paz	60
	Sucre	84
	Tarija	140
	Trinidad	200
	Madrid	1.000

Fuente: Boliviana de Aviación, Amazonas, Air Europa

En cuanto a los datos mostrados anteriormente, hay que tener en cuenta que, aunque los precios de los billetes de avión y autobús son fijos¹⁷, es posible negociar el precio de las excursiones. A veces, los precios que se muestran en internet difieren mucho del precio que se puede conseguir negociando directamente en la agencia. La práctica del regateo es frecuente en el país.

Bolivia sigue siendo bastante desconocida en los circuitos turísticos por Sudamérica. Muchas turoperadoras no ofrecen viajes organizados, además, la falta de infraestructura hace que los paquetes ofrecidos se limiten muchas veces a las principales ciudades que cuentan con una mejor planta hotelera dejando fuera del viaje parques naturales y otros lugares de interés turístico.

¹⁷ Los vuelos a Madrid pueden oscilar entre los 700 y 1.200 euros dependiendo de fechas y épocas del año.



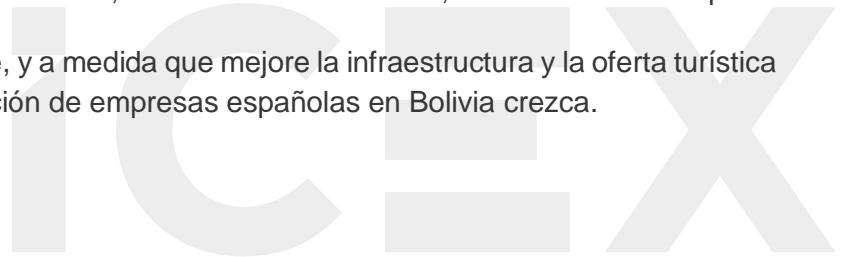
6. Percepción del producto español

España es una de las grandes potencias mundiales en el sector turístico, por lo que la imagen del turismo español en Bolivia es muy positiva.

Air Europa, propietaria también de Viajes Halcón y Travelplan, está presente en el mercado boliviano con vuelos directos entre Madrid y Santa Cruz y con paquetes de viajes organizados para conocer el país. Empresas como Viajes el Corte Inglés, Catai Tours y Exoticca también organizan paquetes turísticos al país.

No obstante, la falta de infraestructura y de desarrollo del turismo en Bolivia, dan lugar a que turoperadores importantes no ofrezcan en la actualidad circuitos turísticos en Bolivia. Por otro lado, actores que hace unos años estaban presentes, como la aerolínea Iberia, se han retirado del país.

A pesar de lo comentado anteriormente, y a medida que mejore la infraestructura y la oferta turística del país, probablemente la representación de empresas españolas en Bolivia crezca.



7. Canales de distribución

Los viajeros de países del entorno (Argentina, Perú, Chile y Brasil), seguidos de Estados Unidos, España, Francia y Alemania los que aglutinan el mayor porcentaje de turistas extranjeros.

Las grandes turoperadoras son las que ofrecen mayores opciones de compra: canal físico, internet, teléfono, aplicaciones para «smartphone», etc. y más garantías post venta: seguros, posibilidad de indemnización, etc.

Según datos de Statista¹⁸, el mercado de las reservas online de viajes en 2020 es de 517,8 mil millones de dólares, y se espera que alcance un valor de mercado de 983 mil millones de dólares en 2027 por lo que la tasa de crecimiento esperada es de 90 % para el periodo previsto.

Según un estudio de Captura Consulting, el 78 % de los bolivianos tenía acceso a internet en 2019, y el 59 % de ellos consume contenido digital durante más de 6 horas al día¹⁹. En concreto, el acceso a internet en Bolivia ha ido creciendo a la par de la demanda mundial, llegando a ser la penetración de la web en el país de un 56 %. En el país el uso principal del teléfono es para la interacción en redes sociales. Los datos son prometedores hacia la tendencia positiva que tomará el mercado hacia la digitalización, de forma que los distribuidores de servicios turísticos deberán adaptar sus canales de distribución a los nuevos tiempos.

Sin embargo, como se mencionaba anteriormente, el canal físico sigue siendo el principal medio de reservas de viajes. Las principales razones que señalaron los consumidores bolivianos fueron las siguientes: la desconfianza (55 %), el desinterés (19 %), el desconocimiento (14 %) y la falta de una tarjeta de crédito (3 %), según Captura Consulting.

Asimismo, el escaso desarrollo del sistema bancario no permite aún pagar por internet con tarjetas de débito en algunos casos, la mayoría de las webs de viajes (excluyendo webs de compañías aéreas, hoteles y algunas de autobuses) no tienen la opción de hacer reservas *online* y la posibilidad del regateo de precios en el establecimiento animan al cliente a comprar sus billetes *in situ*.

Por otro lado, cabe destacar que Bolivia es un destino enfocado principalmente a acoger al turismo mochilero, es decir, viajeros que suelen improvisar su viaje a medida que este transcurre. Muchos hostales cuentan con agencias de viajes dentro de sus instalaciones que permiten ir planificando el siguiente paso del viaje de forma rápida y sencilla.

¹⁸ Market size of the online travel booking platform industry worldwide, 2020 -2027, Statista, [disponible en]: <https://www.statista.com/statistics/1239062/online-travel-booking-platform-industry-market-size-worldwide/>

¹⁹ El Consumidor Digital en Bolivia 2019: <https://www.capturaconsulting.com/el-consumidor-digital-en-bolivia-2019/>

8. Acceso al mercado – Barreras

8.1. Estrategia nacional

En la actualidad, la economía boliviana está caracterizada por una fuerte dependencia de los sectores de los hidrocarburos y minería, sin embargo, el país está llevando a cabo estrategias para lograr su diversificación.

En este escenario, el turismo se presentó como un sector prioritario para Bolivia. Las políticas para seguir para el crecimiento del sector venían recogidas en el Plan Nacional de Turismo (Plantur) 2015 – 2020 al que se hizo referencia al comienzo del estudio y el Plan de Desarrollo Económico y Social 2016 – 2020, en los que se describen las acciones estratégicas que se llevarán a cabo para potenciar el desarrollo del sector turístico boliviano.

En la actualidad, el turismo ha sido un sector especialmente golpeado por las consecuencias de Covid-19. Es por esto, que el sector, de gran importancia para el país, viene incluido dentro del eje 3 del nuevo [Plan de Desarrollo Económico y Social 2021 – 2025](#), «Promover el desarrollo turístico del país en base a nuestra diversidad natural y cultural, promoviendo los emprendimientos, la iniciativa privada y las alianzas estratégicas».

La dificultad de acceso al crédito, ha supuesto una importante barrera al desarrollo hotelero del país, sin embargo, el 27 de julio de 2015 fue expedida por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) la [Resolución 570](#) que permite al turismo beneficiarse del crédito productivo para la inversión con unas tasas de interés anuales del 6 % para las grandes empresas, 7 % para las PYMES y 11,5 % para la microempresa.

8.2. Legislación

La principal Ley en materia de turismo en Bolivia es la [Ley General de Turismo “Bolivia te espera”](#), de 25 de septiembre de 2012. Adicionalmente, cada departamento ha desarrollado legislación en materia de promoción del turismo. La Constitución Política del Estado en su Artículo 337 establece que el turismo está englobado dentro de las llamadas actividades económicas estratégicas, por lo que éste deberá desarrollarse de manera sostenible teniendo en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente, transformando las materias primas (como la naturaleza y la cultura) y dándoles valor agregado sin deteriorarlas.

8.3. Cuestiones fiscales

La Ley N.º 292: Ley General de Turismo “Bolivia te Espera” en su artículo 30 establece que a efectos de la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el sector turismo, “se considera como exportación de servicios: la venta de servicios turísticos que efectúen los operadores nacionales de Turismo Receptivo en el exterior y los servicios de hospedaje prestados por establecimientos hoteleros a turistas extranjeros sin domicilio o residencia en Bolivia. El respectivo procedimiento será reglamentado por el Órgano Ejecutivo”.

8.4. Inversión

El acceso a condiciones más blandas para el crédito productivo en actividades de inversión en el sector turístico supone un incentivo al desarrollo de la actividad.

En cuanto a inversión, el 4 de abril de 2014 se promulgó una nueva Ley de Promoción de Inversiones, la Ley N.º 516, que establece el marco jurídico e institucional para la promoción de inversiones en Bolivia.

Uno de los principales puntos cuestionables de la ley para los inversores es que establece que cualquier controversia que pudiera surgir en la que esté involucrada el estado ha de ser resuelta en territorio boliviano y no en tribunales internacionales de arbitraje.

En relación a los incentivos a la inversión, con una temporalidad de 1 a 20 años dependiendo de la actividad económica y el tiempo de recuperación de la inversión, la presente ley establece los incentivos generales (aquellos de carácter temporal aprobados mediante norma expresa, cuya aplicación no podrá crear condiciones ventajosas a un inversionista o a un grupo de inversionistas frente a otros del mismo sector) y los incentivos específicos, de aplicación en aquellas inversiones consideradas como preferentes y cuyo alcance y temporalidad se establecerá por medio de norma expresa.

No existe en la ley una relación que contemple en qué consisten exactamente estos incentivos sino que, para cada inversión, serán propuestos por los Ministerios cabeza de sector al Ministerio de Planificación y Desarrollo.

Por último, el 25 de junio de 2015 fue aprobada la Ley 708 de Conciliación y Arbitraje con la finalidad de aumentar la seguridad jurídica de los inversionistas. En el Art. 4 establece que no podrá someterse a la Conciliación ni al Arbitraje, entre otros, los contratos administrativos (salvo lo dispuesto en la mencionada ley) y cualquier otra cuestión determinada por la Constitución Política del Estado o la Ley.

9. Perspectivas y oportunidades del sector

El que el turismo sea un mercado por explotar que no está saturado, sumado a la prioridad que recientemente le ha otorgado el Estado, abre un abanico de oportunidades para actores locales e inversores extranjeros que quieran desarrollar su actividad en Bolivia.

A continuación, y como compendio de los apartados anteriores, se expondrán muy brevemente las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector.

TABLA 14: ANÁLISIS DAFO DEL SECTOR TURÍSTICO EN BOLIVIA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Situación geográfica estratégica y singular	Mercado no saturado
Capacidad de acogida	Sector prioritario para el gobierno
Diversidad natural	Ventajas fiscales a la inversión
Riqueza cultural	No existen barreras lingüísticas para España
DEBILIDADES	AMENAZAS
Bajo desarrollo de infraestructuras	Alta competencia de los países vecinos de la región
Red de transportes poco desarrollada	Poca seguridad jurídica
Falta de experiencia y conocimiento	Elevados requerimientos de inversión

Fuente: Elaboración propia

El sector turístico en Bolivia está en un momento muy adecuado para invertir puesto que apenas hay competidores ni infraestructura que pudiera llevar a una rápida saturación del mercado. El desarrollo del sector turístico en Bolivia es una carrera de fondo en la que los actores españoles, con experiencia consolidada a lo largo de muchos años en posiciones de liderazgo mundial, tienen mucho que ofrecer.

En esta línea, cabe destacar que en octubre de 2017 Bolivia y España firmaron un Memorandum de Entendimiento para la innovación tecnológica en materia de Turismo y la promoción y comercialización turística. En base a este acuerdo, la administración española podrá apoyar a Bolivia en materia de fortalecimiento institucional y se podrán definir instrumentos mediante los cuales el sector privado español aporte su experiencia.

Es también importante destacar las oportunidades que el progreso tecnológico representa a nivel del desarrollo del sector. El establecimiento de sistemas de reserva y compra por internet, el acceso



a la información turística o plataformas que permitan comparar precios y destinos serán requisitos cada vez más demandados por los consumidores.

En línea a lo anterior, es muy importante adecuarse al perfil de los nuevos consumidores. Bolivia y los países de su entorno, que por otra parte son los que más viajeros envían a Bolivia, se caracterizan por la juventud de su población. La edad media de Bolivia es de 24,3 años²⁰. Esto quiere decir que los nativos tecnológicos son el segmento más importante a tener en cuenta a la hora de invertir. Estudios avalan que los integrantes de esta generación son más propensos a viajar y sus viajes duran más días²¹.

De acuerdo con la evidencia que vuelcan los datos del INE y del Viceministerio de Turismo, se recomendaría invertir en un turismo de calidad y especializado que vaya más allá del turismo mochilero que es el que más recibe Bolivia y el que menos dinero deja tanto al país como a los distintos actores del sector.

Invirtiendo no sólo en infraestructura sino en capacitación y tecnología, aprovechando las ventajas fiscales del sector y aprendiendo de los países que ya son potencia en materia de turismo Bolivia podrá ocupar el lugar que le corresponde en consonancia con la riqueza de sus recursos materiales y culturales.

²⁰ CIA World Factbook. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/bl.html>

²¹ Phocuswright's Consumer Travel Report Sixth Edition

10. Información práctica

10.1. Ferias

Feria Internacional de Turismo de Bolivia

Edición: Anual

Próxima Edición: Cochabamba, 15 – 17 de marzo 2018

País: Bolivia

Web: <http://www.fitbolivia.com/es/>

FIT América Latina Feria Internacional de Turismo

Edición: Anual

Próxima Edición: 29 septiembre – 2 octubre 2018

País: Argentina

Web: <http://www.fit.org.ar/>

10.2. Asociaciones

Cámara Nacional de Operador de Turismo Receptivo (CANOTUR)

Web: www.canotur-bolivia.com

Federación Boliviana de Guías de Turismo (FEBOGUIT)

Enlace: <https://www.facebook.com/FederacionBolivianadeGuiasDeTurismo/#:~:text=Feboguit%20cuenta%20con%20personer%C3%ADa%20jur%C3%ADdica,de%20turismo%20especializados%20en%20Bolivia>

Asociación Boliviana de Agencias de Viajes y Turismo (ABAVYT NACIONAL)

Enlace: <https://abavyt.org.bo/>

10.3. Otras direcciones de interés

- Presidencia: <http://presidencia.gob.bo/>
- Ministerio de Culturas y Turismo: <http://www.minculturas.gob.bo/>
- Viceministerio de Turismo: <http://www.turismo.produccion.gob.bo/>
- Bolivia Travel: <http://bolivia.travel/>
- Organización Mundial de Turismo: <http://www2.unwto.org/es>
- World Travel Tourism Council: <http://www.wttc.org/>



- Instituto Nacional de Estadística de Bolivia: <http://www.ine.gob.bo/>
- Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE): <http://ibce.org.bo/>
- Lonely Planet Bolivia: <http://www.lonelyplanet.com/bolivia>

ICEX

11. Anexos

11.1. Anexo 1

TABLA 15: AEROPUERTOS Y AERÓDROMOS DE BOLIVIA

CIUDAD	NOMBRE	ICAO*	IATA*	USO	ADUANAS	PISTA	IFR*	LONGITUD DE PISTA
Apolo	Apolo	SLAP	APB	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	4200 ft
Ascensión De Guarayos	Ascensión De Guarayos	SLAS		CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	4500 ft
Bermejo	Bermejo	SLBJ	BJO	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	4100 ft
Camiri	Camiri	SLCA	CAM	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	SI	3900 ft
Charana	Charana	SLCN		CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	6500 ft
Cobija	Cobija	SLCO	CIJ	CIVIL	SI	SIN PAVIMENTAR	NO	6500 ft
Cochabamba	Jorge Wilsterman	SLCB	CBB	CIVIL	SI	PAVIMENTADA	SI	12400 ft
Concepción	Concepción	SLCP	CEP	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	SI	5700 ft
Copacabana	Copacabana	SLCC		CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	5400 ft
Guayaramerin	Cap Av Emilio Beltran	SLGY	GYA	CIVIL	SI	SIN PAVIMENTAR	SI	5900 ft
La Paz	El Alto Intl	SLLP	LPB	CIVIL	SI	PAVIMENTADA	SI	13100 ft
Laja	Laja	SLLJ		CIVIL	NO	SIN PAVIMENTAR	NO	4900 ft
Magdalena	Magdalena	SLMG	MGD	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	SI	4500 ft
Monteagudo	Monteagudo	SLAG	MHW	CIVIL	NO	SIN PAVIMENTAR	NO	6500 ft
Oruro	Juan Mendoza	SLOR	ORU	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	7700 ft
Potosí	Potosí	SLPO		CIVIL	NO	PAVIMENTADA	NO	9200 ft
Puerto Suarez	Salvador Ogaya	SLPS	PSZ	CIVIL	SI	PAVIMENTADA	SI	6500 ft
Reyes	Reyes	SLRY	REY	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	SI	4900 ft
Riberalta	Cap De Av Selin Zeitun Lopez	SLRI	RIB	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	SI	5900 ft
Robore	Robore	SLRB	RBO	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	3900 ft



Rurrenabaque	Rurrenabaque	SLRQ	RBQ	CIVIL	-	PAVIMENTADA	SI	7000 ft
San Borja	Capitán German Quiroga Guardi	SLSB	SRJ	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	SI	5900 ft
San Ignacio De Moxos	San Ignacio De Moxos	SLSM	SNM	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	5900 ft
San Ignacio De Velasco	Cap. Av. Juan Cochamanidis Sa	SLSI	SNG	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	SI	3900 ft
San Javier	San Javier	SLJV	SJV	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	SI	4900 ft
San Joaquín	San Joaquín	SLJO	SJB	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	6500 ft
San Jose De Chiquitos	San Jose De Chiquitos	SLJE		CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	3900 ft
San Matías	San Matías	SLTI		CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	6500 ft
San Ramón	San Ramón	SLRA	SRD	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	4900 ft
Santa Ana	Santa Ana	SLSA		CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	SI	5000 ft
Santa Cruz	El Trompillo	SLET	SRZ	CIVIL	NO	PAVIMENTADA	SI	9100 ft
Santa Cruz	Viru Viru Intl	SLVR	VVI	CIVIL	SI	PAVIMENTADA	SI	11400 ft
Sucre	Juana Azurduy De Padilla	SLSU	SRE	CIVIL	-	PAVIMENTADA	SI	9400 ft
Tarija	Capt Oriel Lea Plaza	SLTJ	TJA	CIVIL	-	PAVIMENTADA	SI	10000 ft
Trinidad	Jorge Henrich Arauz	SLTR	TDD	CIVIL	SI	PAVIMENTADA	SI	6000 ft
Vallegrande	Vallegrande	SLVG	VAH	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	3900 ft
Villamontes	Rafael Pabón	SLVM	VLM	CIVIL	-	SIN PAVIMENTAR	NO	4700 ft
Yacuiba	Yacuiba	SLYA	BYC	CIVIL	SI	SIN PAVIMENTAR	SI	6000 ft

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones