

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ÁNDRES**  
**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**  
**CARRERA DE DERECHO**  
**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y SEMINARIOS**



**TESIS DE GRADO**

**“PROYECTO DE LEY PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN BOLIVIA”**

(Tesis para optar el grado de licenciatura en Derecho)

POSTULANTE : Daniel Alejandro Fernández Pinto  
TUTOR : Lic. Flavio Orozco loza

**LA PAZ - BOLIVIA**

**2009**

## **DEDICATORIA**

A mis padres por enseñarme el valor de la vida

A mis hermanos Melanie y Sergio.

A Dios por permitirme compartir la vida con mis  
Seres queridos y darme la oportunidad de cul-  
minar mis estudios.

## **AGRADECIMIENTO**

**Al DR. Flavio Orozco Loza, por su profesionalismo y enseñanza en aulas, por el apoyo incondicional en la investigación y preparación del trabajo.**

## **ABSTRACT**

El turismo es una actividad de servicios en plena expansión es un fenómeno masivo a nivel mundial desde la revolución industrial, la internalización de la economía, la devolución de los transportes y comunicaciones, la elevación del nivel de vida e ingresos de la población de los países más desarrollados, la cultura del ocio, el esparcimiento y diversión.

Los países que más gastan en turismo se concentran en Europa, los EEUU y algunos del Asia, significando flujos de personas y divisas en magnitudes tan significativas que algunos países consideran estratégico, como son España, Grecia, Egipto, México, Cuba, Santo Domingo, etc.

El turismo por otra parte permite acercar a los pueblos y crear lazos de interculturalidad en escalas jamás conocida históricamente.

Bolivia es uno de los países que tardíamente establece una ley del Turismo el año 2000, siendo que otros países promueven el turismo como una actividad estratégica que promueve la actividad económica interna y generación de divisas.

El Turismo en Bolivia se ubica como actividad económica generadora de divisas el 4º lugar, luego de hidrocarburos, minerales y agro exportaciones, además de incidir en la construcción de infraestructura de comunicaciones y hotelera, servicios hoteleros y de restaurantes, diversiones, empleo, artesanías y transportes.

Desde el punto de vista del Estado, esta actividad básicamente se ha asignado como propia de la iniciativa privada, con un marco normativo insuficiente y limitado que no posibilita la exportación de las potenciales del sector.

Bolivia tiene un rico repertorio turístico actual y potencial, se trata de establecer un marco normativo mas amplio y complementario que permita promocionar el turismo receptivo con los efectos pertinentes en la obtención de divisas, economía, empleo y divulgación de nuestra cultura.

Consiguientemente es preciso establecer el carácter estratégico de este sector, Confeccionar un mapa turístico, promover la inversión publica y privada, precautelar la calidad, eficiencia y compatibilidad, mejorar la seguridad del turista promover la artesanía; incentivar las iniciativas de empresa de las comunidades indígena-originario campesinos, etc.

## ÍNDICE GENERAL

### CAPITULO I ASPECTOS DE MÉTODO

1.1 FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA -----	1
1.2. DELIMITACIÓN DEL TEMA -----	2
1.3 MARCO DE REFERENCIA -----	2
1.4 MARCO TEÓRICO -----	3
1.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA -----	6
1.6 HIPÓTESIS -----	6
1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN -----	6
1.8 ESTRATEGIA METODOLÓGICA -----	7

### CAPITULO II

2.1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA -----	8
2.2 ESTADÍSTICAS SOBRE EL TURISMO INTERNACIONAL -----	16
2.3 INDICADORES SOBRE EL TURISMO EN AMÉRICA LATINA	19
2.4 LAS CIUDADES MÁS VISITADAS DEL MUNDO -----	21
2.5 LOS LUGARES Y ATRACCIONES TURÍSTICAS MÁS VISITADAS DEL MUNDO -----	22
2.6 DECLARACIÓN DE LA HAYA SOBRE TURISMO (1989) -----	24

### CAPITULO III

#### EL SECTOR TURÍSTICO Y LA NORMATIVA NACIONAL

3.1 PRODUCTOS TURÍSTICOS -----	26
3.2 EFECTOS DEL TURISMO -----	42

3.3 MARCO NORMATIVO LEGAL -----	49
3.4 LEY 2074 PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA -----	53
3.5 INSUFICIENCIAS DE LA LEY DEL TURISMO -----	62

**CAPITULO IV**  
**ESTRUCTURA DEL TURISMO EN BOLIVIA**

4.1 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR -----	68
4.2 NIVELES DE DESARROLLO DE TURISMO -----	69
4.3 CONTRIBUCIÓN AL PIB -----	70
4.4 CONTRIBUCIÓN A LAS EXPORTACIONES -----	72
4.5 ESTADÍSTICAS DE HOSPEDAJE -----	73
4.6 LLEGADA DE VISITANTES Y PERNOCTACIONES DE VISITANTES EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ----	75
4.7 ENCADENAMIENTO INTRA Y EXTRASECTORIALES -----	75
4.8 ESTADÍA MEDIA Y ESTRUCTURA GENERAL DEL GASTO DE VIAJEROS EXTRANJEROS -----	76
4.9 INVERSIÓN PRIVADA -----	77
4.10 EMPLEO -----	78
4.11 MERCADOS -----	79
4.12 PRECIOS -----	80
4.13 PERSPECTIVAS -----	81
4.14 REFORMAS ESTRUCTURADAS -----	84

**CAPITULO V**  
**EL TURISMO DEPARTAMENTAL EN BOLIVIA**

5.1 TURISMO EN LA PAZ -----	86
-----------------------------	----

5.2 TURISMO EN ORURO -----	89
5.3 TURISMO EN POTOSÍ -----	92
5.4 TURISMO DE SANTA CRUZ -----	95
5.5 TURISMO EN COCHABAMBA -----	98
5.6 TURISMO EN CHUQUISACA -----	100
5.7 TURISMO EN BENI -----	103
5.9 TURISMO EN TARIJA -----	106
5.10 TURISMO EN PANDO -----	109

## **CAPITULO VI**

### **CONCLUSIONES Y PROPUESTA NORMATIVA**

6.1 POTENCIALIDADES DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA -----	112
6.2 PROPUESTA COMPLEMENTARIA A LA LEY GENERAL DEL TURISMO EN BOLIVIA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA	113
6.3 CONTENIDO DEL ATLAS TURÍSTICO -----	116
6.4 CONCLUSIONES -----	117
<b>7. BIBLIOGRAFÍA -----</b>	<b>120</b>



# **CAPITULO I**

## **ASPECTOS DE MÉTODO**

### **1.1 FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA**

El turismo ha sido llamado la “Industria sin chimeneas”, muchos países centralizan una parte importante de su financiamiento externo de divisas en esta actividad, debido al crecimiento económico de este rubro referido al esparcimiento, recreación y conocimiento.

En Bolivia aún es una actividad poco atendida, pese al enorme potencial nacional que tenemos como patrimonio, si comparamos la realidad de otros países veremos rápidamente que si vienen desarrollando iniciativas para desarrollar esta actividad.

Mas aun la legislación turística nacional es deficiente, pues la protección, promoción y seguridad jurídica son deficientes, algunos países han centrado gran parte de sus esfuerzos en promover esta actividad que tiene una significación envolvente en el PIB, divisas, construcciones, empleo, transporte, hotelería, gastronomía, artesanía, intercambio cultural, etc.

El trabajo que pretendo desarrollar es sensibilizar sobre la importancia de este sector y su desarrollo, mostrar las potencialidades, nacionales, rematando en un proyecto de ley en el campo turístico par coadyuvar al potencial que es posible explotar.

En todo caso el turismo al que nos referimos es el llamado turismo receptivo, es decir al turismo de personas extranjeras, que llegan al país de manera transitoria.

## **1.2. DELIMITACIÓN DEL TEMA**

### **TEMÁTICA**

Nos concentramos en el campo del turismo como actividad económica regulada por el derecho.

La ley 2074 de 14 de abril de 2000 regula el turismo a nivel nacional, comprendiendo las actividades que realizan los turistas durante su viaje y estancia en el territorio nacional.

Aquí nos concentraremos en dos aspectos básicos, la magnitud turística actual y sus potencialidades a partir de la eficacia de la norma como instrumento de promoción.

### **TEMPORAL**

El recorte histórico se concentrará en el rango temporal al 2004 – 2008, y la proyección posible del próximo quinquenio.

### **ESPACIAL**

El trabajo presente abarcará el territorio nacional, tomando como base el movimiento actual de turistas, su diagnóstico, situación actual y el pronóstico posible en base a la proposición normativa.

## **1.3 MARCO DE REFERENCIA**

### **MARCO HISTÓRICO**

El turismo como tal es un fenómeno moderno, mas allá de que sus raíces las encontremos en Grecia, Roma y la Edad Media, es propiamente producto de la revolución industrial, la urbanización de la vida y los hábitos de consumo derivados de la formalización de las llamadas vacaciones y la capacidad de las

personas para tener excedentes o medios económicos dedicados al ocio, diversión, viajes, etc.

En nuestro país por fines de conocer la gran ciudad (Sucre, La Paz, Cochabamba), cultural (La Casa de la Moneda, Tiahuanaco), las maravillas naturales (Lago Titicaca, Salares) fines religiosos (Copacabana, Cotoca, Urcupiña), folklóricos (Carnaval de Oruro) y de salud (aguas termales en Oruro-Potosí), etc. desde los años 50 del siglo pasado, se fue desarrollando el turismo nacional, aunque precoz en sus inicios, hasta aparecer un verdadero fenómeno de movimiento de personas y servicios turísticos en el presente.

## **1.4 MARCO TEÓRICO**

El turismo constituye uno de los fenómenos modernos importantes, debido al flujo de personas, recursos económicos, infraestructura y servicios que mueve.

Los gobiernos de muchos países privilegian al turismo como fuente importante de divisas y recursos, en muchos casos el peso del turismo en la composición del PIB es tan significativo que su promoción y desarrollo es verdaderamente estratégico, los casos de República Dominicana, México, Cuba y Brasil son los más destacados en Latinoamérica.

En este trabajo aplicaremos la teoría de sistemas aplicada al turismo.

El sistema como tal es un conjunto de elementos relacionados y organizados con un fin o propósito dentro de un medio ambiente.

Sin embargo la aplicación de la Teoría General de Sistemas (TSG) aplicada al turismo data de los trabajos pioneros del Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (MIT) en 1971, definiendo al sistema turístico como “un conjunto de

relaciones, servicios e instalaciones que actúan cooperativamente para realizar funciones de promoción y afluencia del visitantes temporales.

En la década de los 90 del siglo pasado (Gunn) elaboró el sistema turístico procesal, concibiendo la demanda y la oferta del mercado turístico, como influyen en el sistema, y se anotan: Recursos naturales, Recursos culturales. Políticos gubernamentales y regulación, ámbito político y cultural.<sup>1</sup>

Desde los años cincuenta, a través de la creación de una asociación denominada la Sociedad para la investigación General de los Desde los años cincuenta, a través de la creación de una asociación denominada la Sociedad para la Investigación General de los Sistemas, Kennet E. Boulding, Anatol Rapoport, Ralph Gerard y Ludwig von Bertalanffy, sistematizan y difunden la Teoría General de Sistemas (TGS), como una epistemología y un método común a todas las ciencias aplicable a distintos objetos de estudio. El concepto clave de la teoría, el del sistema, se aplicó de manera general para concebir a elementos que se relacionaran significativamente entre sí, en el sentido de que el nivel de interdependencia fuera elevado, que tuvieran cierta precisión en el tiempo y el espacio, y que poseyeran una cohesión interna. <sup>2</sup>

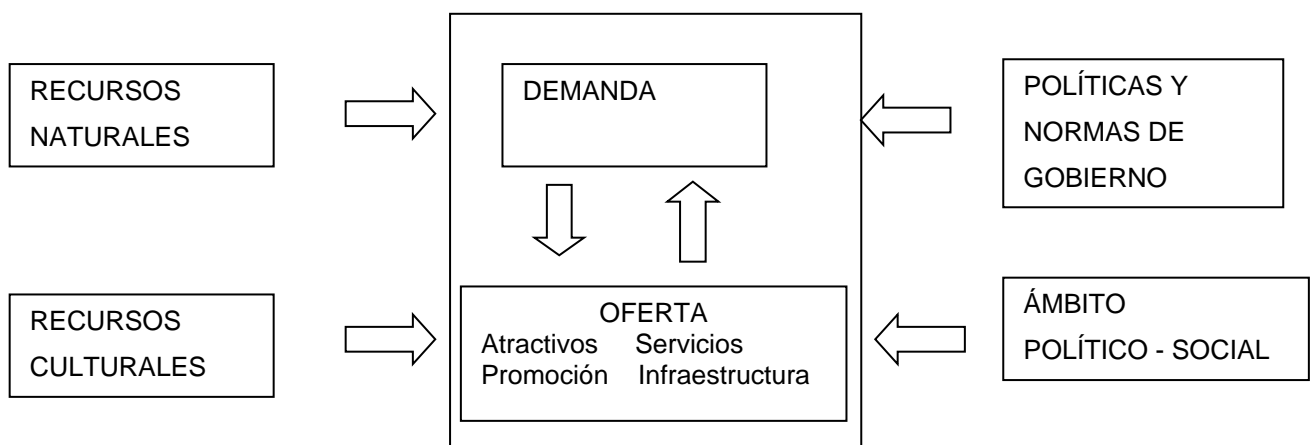
Para llevar a cabo una revisión de los modelos sistémicos del turismo se tomará como referencia la clasificación elaborada por Buckley sobre los modelos concebidos en la sociología a partir de la teoría moderna de sistemas. Dicho autor caracteriza tres modelos: el mecánico, el orgánico y el procesal, cada uno fundamentado en diferentes principios.<sup>3</sup>

Un segundo modelo se constituyó sobre los principios de la biología, creando la concepción de sistemas sociales orgánicos abiertos que desarrollan un continuo intercambio con el entorno. En el mundo de lo social, los sistemas

reciben estímulos a través de un intercambio de información, la cual podría hasta llegar a modificar sus estructuras.

El modelo procesal también caracteriza a los sistemas como abiertos, pero toma su fundamento de los principios de la cibernética. Se asume que los elementos del sistema tienen una comunicación entre sí y una organización, por lo que son capaces de autodirigirse hacia la obtención de un resultado o meta.

### Sistema Turístico Funcional - C. Gunn



Se entiende la demanda como el deseo de los turistas externos de adquirir servicios turísticos en un país específico, optando por las diferentes alternativas de oferta (atractivos, promoción, servicios e infraestructura) para poder decidir la compra o gasto en dicho servicio.

Sin embargo la oferta está alimentada por el tipo y calidad de los recursos naturales, recursos culturales, políticos y normas de gobierno, así como el ámbito político-social de la zona receptora de turistas.

## 1.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Por qué es necesaria una regulación o normativa más promocional para incentivar el turismo receptivo?

Puesto que el turismo es una actividad que genera divisas, empleo, servicios, infraestructura y estrecha losos de amistad entre culturas y pueblos, la actividad del gobierno para promover el turismo es de suma importancia en el marco regulatorio, pues esta claro que desde la norma que regula la vida de los hombres, se puede prohibir, persuadir o promover una actividad.

Y se trata de eso, de ampliar la normativa en el sentido promocional para incentivar el turismo receptivo.

## 1.6 HIPÓTESIS

El turismo receptivo se puede ampliar como efecto de la normativa promocional.

La variable dependiente es la ampliación del turismo receptivo.  $\Delta TR$

La variable independiente es la normativa promocional. (NP)

f Significa depende, o es función de:

$$\Delta TR = f(NP)$$

## 1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### OBJETIVO GENERAL

Demostrar que a través de la norma promocional desde el campo del derecho del turismo, se puede ampliar el movimiento de turistas desde el exterior al país (turismo receptivo) con las consiguientes ventajas derivadas del flujo de turistas al país.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Demostrar que es posible como potencialidad incrementar el número de turistas extranjeros.
- Demostrar los efectos económicos beneficiosos en términos de ingresos y divisas.
- Demostrar los efectos positivos sobre actividades de servicios turísticos, empleo y otros.
- Demostrar la capacidad de incrementar los intercambios culturales, así como promover el conocimiento de nuestra riqueza cultural y natural.

## **1.8 ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

El diseño de la investigación será propositiva, debido a que se propone un proyecto de ley de turismo para ampliar los beneficios potenciales del turismo.

Así pues utilizaremos:

- Método deductivo, como proceso de conocimiento que va de lo general a lo particular.
- Método empírico, como proceso de conocimiento consistente en el análisis de la realidad concreta.
- Método exegético, como estudio de la normativa vigente.

## **TÉCNICAS**

Técnica estadística, como recopilación aritmética de datos.

Técnica hemerográfica, como resolución de información de fuentes de documentación y producción escrita en libros, artículos, etc.

## **CAPITULO II**

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

### **2.1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA**

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

#### **Edad Antigua**

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua (las olimpiadas son los 4 años que transcurren entre dos juegos consecutivos) en la ciudad de Olimpia, a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los Oráculos de Delfos y de Dódona.

Durante el Imperio Romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso



de una villa de vacaciones a orillas del mar). Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que posibilitó a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.

### **Edad Media**

Durante la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del santo), fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes). En el mundo Islámico el Hajj o peregrinación a La Meca es uno de los cinco Pilares del Islam obligando a todos los creyentes a esta peregrinación al menos una vez en la vida.

### **Edad Moderna**

Las peregrinaciones continúan durante la Edad Moderna. En Roma mueren 1500 peregrinos a causa de una plaga de peste bubónica.

Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

Esta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el gran-tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

El Grand Tour es un viaje motivado por la necesidad de instrucción de estos jóvenes aristócratas que en un futuro habrán de gobernar su país. Del conocimiento “in situ” de la grandeza de Roma, Paris o Atenas así como de los debates en los cafés de los grandes centros termales, los viajeros deberían aprender como llevar las riendas de un Imperio como el británico. Para algunos autores éste es el auténtico fenómeno fundacional del turismo moderno ya que surge como un fenómeno revolucionario en paralelo al resto de transformaciones que se dan en la Ilustración.

También en esta época hay un resurgir de las termas, que habían decaído durante la Edad Media. No sólo se asiste a ellas por consejo médico, sino que también se pone de moda la diversión y el entretenimiento en los centros termales como por ejemplo en Bath (Inglaterra). También de esta época data el descubrimiento de los baños de barro como remedio terapéutico, playas frías (Niza, Costa Azul) a donde iban a tomar los baños por prescripción médica.

### **Edad Contemporánea**

Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de

enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.

Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América. Es el gran momento del transporte marítimo y las compañías navieras.

Comienza a surgir el turismo de montaña o salud: Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto.

Es también la época de las playas frías (Costa azul, Canal de la Mancha,...).

En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del mundo “Thomas Cook and son”.

En 1867 inventa el bono o voucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.

Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes "American Express" que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el travel-check (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

Cesar Ritz es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración. (Convirtió los hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo que le llamaban "mago").

Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa.

Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

El avión, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras.

La crisis del 1929 repercute en el negativamente en el sector turístico limitando su desarrollo hasta bien entrado en 1932.

La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año 1949.

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector.

La recuperación económica, especialmente de Alemania y Japón, fue asombrosa elevando los niveles de renta de estos países y haciendo surgir una clase media acomodada que se empieza a interesar por los viajes.

Pero la recuperación elevando el nivel de vida de sectores más importantes de la población de los países occidentales. Surge la llamada sociedad del bienestar en la que una vez cubiertas las necesidades básicas aparece el desarrollo del nivel de formación y el interés por viajar y conocer culturas. Por otra parte la nueva legislación laboral adoptando las vacaciones pagadas, la semana inglesa de 5 días laborales, la reducción de la jornada de 40 horas semanales, la ampliación de las coberturas sociales (jubilación, desempleo,...), potencian en gran medida el desarrollo del ocio y el turismo.

También éstos son los años en los que se desarrollan los grandes núcleos urbanos y se hace evidente la masificación, surge también el deseo de evasión, escapar del estrés de las ciudades y despejar las mentes de presión.

En estos años se desarrolla la producción de autos en cadena que los hace cada vez más asequibles, así como la construcción de carreteras y autopistas, permite un mayor flujo de viajeros. De hecho, la nueva carretera de los Alpes que atraviesa Suiza de Norte a Sur supuso la pérdida de la hegemonía de este

país como núcleo receptor, ya que ahora los turistas cruzan Suiza para dirigirse a otros países con mejor clima.

El avión de hélice es sustituido por el de reacción, lo que supone un golpe definitivo para las compañías navieras, que se ven obligadas a destinar sus barcos a los cruceros o al desguace.

Todos estos factores nos llevan a la era de la estandarización del producto turístico. Los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo charter, que abarata el producto y lo populariza. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973) había 190 millones.

No obstante esta etapa también se caracteriza por la falta de experiencia, lo que implica las siguientes consecuencias como la falta de planificación (se construye sin hacer ninguna previsión ni de la demanda ni de los impactos medioambientales y sociales que se pueden sufrir con la llegada masiva de turistas) y el colonialismo turístico (hay una gran dependencia de los tour operadores extranjeros estadounidenses, británicos y alemanes fundamentalmente).

En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Túpolev, trenes

de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales charter.

En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud,...) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo.

Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etc.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados. El objetivo de

alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

También las políticas a nivel supranacional consideran el desarrollo turístico con elementos tan importantes como el Tratado de Maastricht en 1992 (libre tráfico de personas y mercancías, ciudadanía europea,...), y en el 1995 la entrada en vigor Schengen y se eliminan los controles fronterizos en los países de la UE.










Existe de nuevo un abaratamiento de los viajes por vía aérea por medio de las compañías de bajo coste y la liberación de las compañías en muchos países y la feroz competencia de las mismas. Esta liberalización afecta a otros aspectos de los servicios turísticos como la gestión de aeropuertos y sin duda será profundizada cuando entre en vigor la llamada Directiva Bolkestein (de liberalización de servicios) en trámite en el Parlamento Europeo.

## **2.2 ESTADÍSTICAS SOBRE EL TURISMO INTERNACIONAL**

### **Los países más visitados 4**

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la agencia especializada de las Naciones Unidas, en 2008 tuvieron lugar 923 millones de llegadas de turistas internacionales, que representa un aumento de 6,6% con respecto a 2007. Los países más visitados por turistas internacionales en 2007 y en 2008 se ubican en Europa, con Francia manteniendo por varios años el primer lugar. Los siguientes países fueron los 10 principales destinos del turismo internacional en 2008.



Posición mundial	País	Continente	Llegadas de turistas internacionales en 2008 (en millones)	Llegadas de turistas internacionales en 2007 (en millones)	Llegadas de turistas internacionales en 2006 (en millones)
1	 Francia	Europa	79,3	81,9	79,1
2	 Estados Unidos	América del Norte	58,0	56,0	51,1
3	 España	Europa	57,3	58,7	58,5
4	 China	Asia	53,0	54,7	49,6
5	 Italia	Europa	42,7	43,7	41,1
6	 Reino Unido	Europa	30,2	30,2	30,7
7	 Ucrania	Europa	25,4	23,1	18,9
8	 Turquía	Europa	25,0	22,2	18,9
9	 Alemania	Europa	24,9	24,4	23,6
10	 México	América del Norte	22,6	21,4	21,4

### **Los países que recibieron los mayores ingresos y realizaron los mayores gastos 5**

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2007 los ingresos generados a nivel mundial por el turismo internacional alcanzaron USD 856 mil millones (€ 625 mil millones), en comparación con USD 742 mil millones (€ 591 mil millones), representando un crecimiento en términos reales del 5,6%, esto es, ajustando los ingresos para considerar las fluctuaciones de la tasa de cambio y la inflación, ya que el dólar estadounidense se devaluó 9% respecto al euro en 2007. Los países con la mayor entrada de divisas originadas en el turismo internacional se concentraron en Europa, sin embargo, el mayor receptor de ingresos en 2007 continúa siendo Estados Unidos y China continúa mostrando altas tasas de crecimiento en ingresos recibidos.

Ingresos generados por el turismo internacional por país receptor						Gastos del turismo internacional por país emisor					
Posición mundial	País	Continente	Ingresos generados turismo intl. en 2008 (en miles de millones)	Ingresos generados turismo intl. en 2007 (en miles de millones)	Ingresos generados turismo intl. en 2008/7 (en miles de millones)	Posición mundial	País	Continente	Gastos en turismo intl. por país emisor en 2008 (en miles de millones)	Gastos en turismo intl. por país emisor en 2007 (en miles de millones)	Gastos en turismo intl. por país emisor en 2006 (en miles de millones)
1	 Estados Unidos	América del Norte	US\$ 110,1	US\$ 96,7	US\$ 85,7	1	 Alemania	Europa	US\$91,0	US\$ 83,1	US\$ 73,9
2	 España	Europa	US\$ 61,6	US\$ 57,6	US\$ 51,1	2	 Estados Unidos	América del Norte	US\$79,7	US\$ 76,4	US\$ 72,1
3	 Francia	Europa	US\$ 55,6	US\$ 54,3	US\$ 46,3	3	 Reino Unido	Europa	US\$ 68,5	US\$ 71,4	US\$ 63,1
4	 Italia	Europa	US\$ 45,7	US\$ 42,7	US\$ 38,1	4	 Francia	Europa	US\$ 43,1	US\$ 36,7	US\$ 31,2
5	 China	Asia	US\$ 40,8	US\$ 37,2	US\$ 33,9	5	 China	Asia	US\$ 36,2	US\$ 29,8	US\$ 24,3
6	 Alemania	Europa	US\$ 40,0	US\$ 36,0	US\$ 32,8	6	 Italia	Europa	US\$ 30,8	US\$ 27,3	US\$ 23,1
7	 Reino Unido	Europa	US\$ 36,0	US\$ 38,6	US\$ 33,7	7	 Japón	Asia	US\$ 27,9	US\$ 26,5	US\$ 26,9
8	 Australia	Oceanía	US\$ 24,7	US\$ 22,3	US\$ 17,8	8	 Canadá	América del Norte	US\$ 26,9	US\$ 24,7	US\$ 20,5
9	 Turquía	Europa	US\$ 22,0	US\$ 18,5	US\$ 16,9	9	 Rusia	Europa	US\$ 24,9	US\$ 22,3	US\$ 18,2
10	 Austria	Europa	US\$21,8	US\$18,9	US\$ 16,6	10	 Países Bajos	Europa	US\$ 21,7	US\$ 19,1	n.a.











Según la OMT, en 2007 y por quinto año consecutivo, Alemania continúa siendo el país que genera los mayores gastos en turismo internacional en el mundo. De acuerdo con proyecciones realizadas por el Banco Dresdner, los alemanes y los europeos en general, continuarán siendo en 2008 los emisores turísticos que generan los mayores gastos debido a la fortaleza del Euro con respecto al Dólar estadounidense, y se espera una mayor demanda de viajes hacia Estados Unidos con respecto a otros destinos de larga distancia.











En 2007 los siguientes 10 países recibieron los mayores ingresos provenientes del turismo internacional y también se presentan los 10 países emisores de turismo internacional con los mayores gastos:

## **2.3 INDICADORES SOBRE EL TURISMO EN AMÉRICA LATINA 6**

Durante varios años México ha sido el destino más visitado por el turismo internacional en América Latina. Según el BID, los ingresos provenientes del turismo internacional son una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo, donde destaca la República Dominicana. Según evaluación realizada por el Foro Económico Mundial (FEM) varios de los países de América Latina todavía presentan deficiencias en las áreas de infraestructura y el marco jurídico, pero son muy competitivas en los aspectos relativos a recursos culturales y naturales, factores por los que resulta atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo de los países de la región. Por ejemplo, Brasil fue clasificado en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo de 2009 en la posición 45 a nivel mundial, pero entre los 133 países evaluados clasificó en la posición 2 en el aspecto recursos naturales, y







en la posición 14 en recursos culturales, a pesar de clasificar en el lugar 110 en infraestructura terrestre y como 130 en seguridad pública. A continuación se resumen las principales estadísticas sobre el turismo internacional de los 20 países de América Latina, incluyendo los indicadores que reflejan la importancia que esta actividad tiene para sus economías.

País de América Latina	Llegadas turistas internl. 2008 <sup>3</sup> (miles)	Ingresos turismo internl. 2008 (en millones USD)	Ingreso medio por llegada 2008 (USD/tur)	Llegadas por 1000 hab (estimado) 2007	Ingresos per cápita 2005 USD	Ingresos % exportación bienes y servicios <sup>5</sup> 2003	Ingresos turismo % PIB 2003	% Empleos directos e indirectos en turismo 2005	Classif. Mundial Competiti v. Turística TTCI 2009	Valor del Índice TTCI 2009
 Argentina	4.665	4.633	993	115	57	7,4	1,8	9,1	65	4,08
 Bolivia	594	275	463	58	22	9,4	2,2	7,6	114	3,33
 Brasil	5.050	5.785	1.146	26	18	3,2	0,5	7,0	45	4,35
 Chile	2.699	1.757	651	151	73	5,3	1,9	6,8	57	4,18
 Colombia	1.222	1.844	1.509	26	25	6,6	1,4	5,9	72	3,89
 Costa Rica	2.089	2.250	1.077	442	343	17,5	8,1	13,3	42	4,42
 Cuba	2.316	2.267	979	188	169	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
 Ecuador	1.005	763	759	71	35	6,3	1,5	7,4	96	3,62
 El Salvador	1.385	894	645	195	67	12,9	3,4	6,8	94	3,63
 Guatemala	1.527	1.068	699	108	66	16,0	2,6	6,0	70	3,90

 Haití*	n/d	n/d	685*	n/d	12*	19,4	3,2	<b>4,7</b>	n/d	n/d
 Honduras	899	621	690	117	61	13,5	5,0	8,5	83	3,77
 México	<b>22.637</b>	<b>13.289</b>	587	201	103	5,7	1,6	14,2	51	4,29
 Nicaragua	858	276	322	143	36	15,5	3,7	5,6	103	3,49
 Panamá	1.293	1.408	1.089	330	211	10,6	6,3	12,9	55	4,23
 Paraguay*	<b>416*</b>	<b>102*</b>	<b>245*</b>	68	<b>11</b>	4,2	1,3	6,4	<b>115</b>	<b>3,24</b>
 Perú	2.058	1.991	967	65	41	9,0	1,6	7,6	74	3,88
 República Dominicana	3.980	4.176	1.049	408	<b>353</b>	<b>36,2</b>	<b>18,8</b>	<b>19,8</b>	67	4,03
 Uruguay	1.921	1.042	542	<b>525</b>	145	14,2	3,6	10,7	63	4,09
 Venezuela	745	895	1.201	28	19	<b>1,3</b>	<b>0,4</b>	8,1	104	3,46

## 2.4 LAS CIUDADES MÁS VISITADAS DEL MUNDO 7





















La firma Euromonitor publicó la clasificación de las 150 ciudades más visitadas por los turistas internacional en el mundo durante el año 2008. Las siguientes son las 15 ciudades más visitadas del mundo en la clasificación de 2008.

Ciudades más visitadas por el turismo internacional en 2006											
Las 15 ciudades mejor clasificadas											
Clasificación	Ciudad	País	Número de visitantes intl. (millones)	Clasificación	Ciudad	País	Número de visitantes intl. (millones)	Clasificación	Ciudad	País	Número de visitantes intl. (millones)
1	Londres	 Reino Unido	15.64	6	Nueva York	 Estados Unidos	6.22	11	Dublín	 Irlanda	4.47
2	Bangkok	 Tailandia	10.35	7	Dubai	 Emiratos Árabes	6.12	12	Bahréin	 Bahréin	4.42
3	París	 Francia	9.70	8	Roma	 Italia	6.03	13	Shanghái	 China	4.31
4	Singapur	 Singapur	9.50	9	Seúl	 Corea del Sur	4.92	14	Toronto	 Canadá	4.16
5	Hong Kong	 China	8.14	10	Barcelona	 España	4.69	15	Kuala Lumpur	 Malasia	4.12

## 2.5 LOS LUGARES Y ATRACCIONES TURÍSTICAS MÁS VISITADAS DEL MUNDO 8

La Revista Forbes realizó una encuesta en 2007 para clasificar las 50 mayores atracciones turísticas del mundo, considerando tanto turistas internacionales

como domésticos. Las siguientes son las 10 mejores atracciones del mundo según Forbes, y se presentan también algunos otros destinos famosos ubicados dentro de los 50 mejores:

Atracciones turísticas más visitadas del mundo en 2007 por turistas domésticos e internacionales <sup>11</sup>				
Las 10 atracciones mejor clasificadas				
Posición mundial	Atracción turística	Ciudad	País	Número de turistas (en millones)
1	Times Square	Nueva York	 Estados Unidos	35
2	National Mall & Memorial Parks	Washington, D.C.	 Estados Unidos	25
3	Walt Disney World's Magic Kingdom	Lake Buena Vista, Orlando	 Estados Unidos	16,6
4	Trafalgar Square	Londres	 Reino Unido	15
5	Disneylandia	Anaheim, CA	 Estados Unidos	14,7
6	Cataratas del Niágara	Ontario & N.Y.	 Canadá &  EUA	14
7	Fisherman's Wharf & Golden Gate	San Francisco, CA	 Estados Unidos	13
8	Disneylandia Tokio & Disney Sea	Tokio	 Japón	12,9
9	Catedral de Nôtre-Dame de París	París	 Francia	12
10	Disneylandia París	París	 Francia	10,6
Otros destinos famosos seleccionados				
11	Gran Muralla China	Badaling	 China	10
18	Torre Eiffel	París	 Francia	6,7
31	Parque Nacional del Gran Cañón	Arizona	 Estados Unidos	4,4
36	Estatua de la Libertad	Nueva York	 Estados Unidos	4,24
37	Vaticano y sus museos	 Ciudad del Vaticano	 Ciudad del Vaticano	4,2
39	Coliseo de Roma	Roma	 Italia	4
47	Pirámides de Giza	Cairo	 Egipto	3
50	Taj Mahal	Agra	 India	2,4

## **2.6 DECLARACIÓN DE LA HAYA SOBRE TURISMO (1989) 9**

### **Principio I**

1. El turismo se ha convertido en un fenómeno cotidiano para cientos de millones de individuos:

### **Principio II**

1. El turismo puede convertirse en un eficaz instrumento de crecimiento socioeconómico para todos los países si se toman las medidas necesarias para no dejar de atender las prioridades nacionales más urgentes y conseguir que la economía del país alcance un grado aceptable de autosuficiencia que le permita no gastar más de lo que puede esperar recibir del turismo.

### **Principio III**

La integridad del medio natural, cultural y humano es condición fundamental del desarrollo del turismo. Además, una gestión racional del turismo puede contribuir considerablemente a la protección y a la mejora del entorno físico y del patrimonio cultural, así como al aumento de la calidad de vida.

### **Principio IV**

Dada la dimensión humana por excelencia del turismo, conviene que se tomen siempre en consideración los problemas específicos de los turistas, nacionales o internacionales. Por "turista internacional" se entiende cualquier persona:

### **Principio V**

El derecho al descanso y al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones pagadas periódicas debe reconocerse



universalmente a cualquier persona, así como el derecho a desplazarse libremente, sin perjuicio de las restricciones razonables expresamente dispuestas por la ley y que no atenten al principio de la libre circulación de las personas.

#### **Principio VI**

La promoción del turismo requiere la facilitación de los viajes. Por ese motivo, las autoridades públicas y el sector privado deben tomar medidas efectivas

#### **Principio VII**

La seguridad, el respeto de la dignidad y la protección de los turistas son requisitos previos del desarrollo turístico.

#### **Principio VIII**

El terrorismo es una amenaza real para el turismo y los movimientos turísticos. Los autores de atentados terroristas deben recibir el mismo trato que los demás criminales y perseguirse sin sujeción a prescripción alguna, con lo que ningún país les servirá de refugio.

#### **Principio IX**

I. La calidad del turismo, en la medida en que supone una relación entre personas, depende de la calidad de los servicios prestados. Por ese motivo, la educación de la población en general, iniciada en la edad escolar, así como la educación y la formación de los profesionales del turismo y la preparación de los que se disponen a ingresar en la carrera turística son esenciales para el turismo y su desarrollo.

# CAPITULO III

## EL SECTOR TURÍSTICO Y LA NORMATIVA NACIONAL

### 3.1 PRODUCTOS TURÍSTICOS

El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas cuyas características principales son:

#### **Tipología de productos turísticos**

##### **Turismo de masas**

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

##### **Turismo individual**

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos. [¿Qué es el Turismo individual?](#)

##### **Turismo cultural**

Turismo cultural: Pirámide de Kukúlkán, [Chichen Itza](#), [México](#).

Turismo monumental: Conjunto de la Esplanada de los Ministerios, Plano Piloto, [Brasilia](#), [Brasil](#).

El [Parque Nacional Volcán Poás](#) es uno de los destinos favoritos de los [ecoturistas](#) extranjeros. [Costa Rica](#).  
[Wawel](#) à [Cracovia](#), [Polonia](#).

Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

- **Urbano:** desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto.
- **Monumental:** vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- **[Arqueológico](#):** vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- **[Funerario](#):** vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.
- **De compras:** vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
- **Etnográfico:** vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- **[Literario](#):** motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.

- **De formación:** vinculado a los estudios, fundamentalmente los de idiomas.
- **Científico:** es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.
- **Gastronómico:** vinculado a la comida tradicional de un sitio.
- **Enológico:** vinculado a los vinos de una zona.
- **Industrial:** motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.
- **Itinerante:** se desarrolla en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas.
- **Místico:** Se relaciona con el turismo orientado a la visita a lugares energéticos

### **Turismo natural**

- **Parques temáticos:** basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa del visitante
- **Ecoturismo:** basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.
- **Rural:** el desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el

mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.

- **Agroturismo:** su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
- **Agroecoturismo:** es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de los labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.
- **Ornitológico:** es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.

### **Turismo activo**

Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el [turismo rural](#) y generalmente este tipo de actividades se realizan en un [parque natural](#) debido al interés ecológico que estos presentan.

Las actividades más conocidas de turismo activo son las siguientes:

- **Ictioturismo:** es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva.
- **Deportivo:** la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.
- **Aventura:** aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel, ...).

- **Espacial**: viajes a espacio. Son solo para millonarios.
- **Religioso**: una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia son Jerusalén, La Meca, Roma y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa).
- **Espiritual**: su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, cursos de filosofía oriental, etc.).
- **Termal o de salud**: está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza,...). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.
- **Médico**: está orientado a la realización de intervenciones quirúrgicas o tratamientos médicos vinculados.
- **Sexual**: orientado a mantener relaciones sexuales.
- **Turismo Social**: aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.
- **Turismo experiencial**: aquel en el que el participante toma parte activa de la actividad que está desarrollando. Este tipo de turismo

se enmarca dentro de historias más o menos fantásticas. Los participantes se sumergen dentro de una película.

### **Turismo de negocios**

Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general.

[São Paulo](#) es la mayor ciudad de Brasil, y muy estimada por el turismo de negocios.

- **Negocios:** utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciales y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con unas necesidades de infraestructuras muy concretas como la conexión a internet.
- **[Reuniones](#) y Congresos:** muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no tienen porque ser de la misma empresa.
- **Convenciones:** suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.

- **Incentivo:** vinculado a viajes de negocios. Mientras que éste último es de trabajo, el incentivo es de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados. Se les incentiva con un viaje que puede ser individual o de grupo.

### **Turismo espacial**

Artículo principal: [Turismo espacial](#)

Comenzó a principios del [siglo XXI](#) realizado por personas muy ricas y valientes, los riesgos de perder la vida en un viaje al espacio son elevados.

Los primeros viajes consistían en una estancia de 3 o más días en la [Estación Espacial Internacional](#) en la que realizaban fotografías del espacio y la Tierra, videos, conversaciones con personas en el planeta, disfrute de la ingravidez, colaboración con los tripulantes de la estación y también realización de pequeños experimentos.

Varias empresas trabajan en la construcción de naves capaces de realizar [vuelos suborbitales](#) y [orbitales](#), así como en un hotel modulable para estancias más largas y asequibles que las actuales, valoradas en unos 21 millones de dólares.

### **Turismo científico**

El turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas.

En ocasiones existe la necesidad de viajar para observar *in situ* alguna realidad que es objeto de estudio. El turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural.



El turismo científico para el público en general apareció en países desarrollados para involucrar de una manera más directa y participativa a las personas en el conocimiento del mundo natural. Busca ofrecer vacaciones orientadas a un mejor entendimiento de la naturaleza desde un punto de vista científico.

### **Servicios turísticos**

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- **Servicio de alojamiento**, cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de restauración**, cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de intermediación** en la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de acogida** de eventos congresuales, convenciones o similares.

### **Información turística**

La información turística es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística través de informadores

turísticos o a través de guías, intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, videotex, etc. La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.

La información turística incluye información sobre:

- Recursos y actividades culturales: monumentos, museos, espacios rurales, lugares de interés turístico, ferias, congresos y festivales.
- Información y orientación sobre actividades turísticas: culturales, recreativas, deportivas y de ocio o esparcimiento.
- Información y orientación sobre oferta turística: servicios, servicios de interés (transportes, hospital, teléfonos)
- Facilitar material de propagan o informativo: folletos, carteles, guías, mapas y planos.
- facilitar datos informáticos (video-tex)
- Elaborar estadísticas
- Participar en comercialización de empresas de su ámbito de información
- Poner en marcha proyectos de información, encuentro, debate, e incluso asesoramiento para las empresas de su ámbito de gestión. (bolsas de trabajo, mesas de contracción, empresas)

Los objetivos fundamentales de una Oficina de Información Turística (OIT) son:

- Prestar un servicio público
- Mejorar calidad de los [Destinos Turísticos](#) de la zona
- Hacer más fácil la estancia a los potenciales turistas
- Aumentar la llegada de más turistas facilitando y haciendo más cómoda sus futuras reservas, estancias y recorridos en su radio de acción.

Tipos de Oficina de Información Turística:

- Permanentes, temporales
- Locales, regionales, nacionales, internacionales
- Generales del estado

### **Servicios de acogida**

#### **Áreas de servicio:**

Áreas de servicio y descanso, con servicios normalizados para toda clase de vehículos y sus usuarios que utilizan las carreteras, autopistas y autovías.

#### **Áreas de servicio para autocaravanas:**

Son puntos de vaciado ecológico de las aguas residuales de estos vehículos así como para el suministro de agua potable de los mismos. Dado que la actividad principal de estos vehículos y de sus usuarios es viajar habitando, el nuevo código de circulación de vehículos a motor lo define como tal, vehículo vivienda, que, en su afán itinerante, utiliza habitualmente las infraestructuras viarias de nuestro país.

### **Empresas turísticas**

Son aquellas relacionadas con el turismo. Hay dos grandes bloques las que producen bienes y servicios (productoras), y las que los distribuyen (distribuidoras).

### **Hotelerías**

[São Paulo](#) tiene la mayor red hotelera de [Brasil](#). En la foto, Hotel Unique, uno de los principales de la ciudad.

La Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades.

La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje.

Los establecimientos hoteleros se dividen en:

- **Hoteles:** establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de uno o varios edificios (o una parte independizada de ellos) constituyendo sus dependencias todo un homogéneo con accesos, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúna los requisitos técnicos mínimos para cada categoría. Se clasifican en 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas.
- **Pensiones:** establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, tienen una estructura y características que les impide alcanzar los requisitos y condiciones exigidas en los hoteles. Se clasifican en 1,2 y 3 estrellas.

Otros establecimientos destinados al alojamiento turístico son:

- **Apartamentos turísticos:** son bloques de apartamentos, casas, bungalows y demás edificaciones similares que, disponiendo de las necesarias instalaciones y servicios. Se clasifican por categorías en 1, 2, 3 y 4 llaves.
- **Ciudades de vacaciones:** son que debido a su situación física, instalaciones y servicios, permiten al usuario la vida al aire libre, el contacto con la naturaleza y la práctica del deporte en espacios abiertos, facilitándole hospedaje mediante contraprestación económica. Se clasifican en 1, 2 y 3 estrellas.

- **Campings:** el camping es un terreno debidamente delimitado, dotado y acondicionado para la ocupación temporal por personas que pretendan hacer vida al aire libre con fines vacacionales o de ocio y que pasen las noches en tiendas de campaña ([acampada](#)), remolques, caravanas u otros elementos similares fácilmente transportables. Sus instalaciones pueden tener carácter de residencia permanente desde el punto de vista constructivo aunque la Administración puede autorizar construcciones fijas si son destinadas a alojamiento temporal, siempre y cuando se encuentren instalaciones independientes y no superen el 25% de las plazas total del camping. Se clasifican en: lujo, 1ª, 2ª y 3ª categoría.
- **Time Sharing:** se trata de alojamiento en régimen de aprovechamiento por turnos. Se entiende aquel que atribuye a su titular la facultad de disfrutar con carácter exclusivo durante un período concreto de cada año. Dicha facultad no permite al titular alteraciones en el apartamento ni en el mobiliario.
- **Establecimientos de turismo rural:** edificaciones ubicadas en el medio rural que, reuniendo características rurales de construcción, antigüedad y tipicidad y desarrollando o no actividades agropecuarias, prestan servicios de alojamiento turístico mediante contraprestación económica. Tienen diversas clasificaciones locales.
- **Viviendas Vacacionales:** unidades de alojamiento aisladas en apartamentos, bungalows, viviendas uniformes y en general cualquier vivienda ofrecida por motivos vacacionales mediante contraprestación económica. En todo caso se referirá al alojamiento del piso completo, pero nunca por habitaciones.

- **Balnearios**: empresas de Aguas Termales, minerales, de manantial, así como los centros de talasoterapia, siempre y cuando dispongan de instalaciones turísticas complementarias.

## **Restauración**

Son establecimientos de restauración aquellos cuya actividad principal es la de suministrar habitualmente y mediante precio comidas y bebidas para su consumición dentro o fuera del local. Aunque estos establecimientos son considerados de utilización pública podrán sus propietarios establecer normas o consideraciones sobre el curso de sus servicios e instalaciones.

Los establecimientos de restauración se dividen en dos tipos:

- **Restauración comercial**: es aquella cuya clientela no es cautiva encontrándose alternativas a su disposición. Éstas se dividen a su vez en:
  - *Tradicional*: relacionadas con las tradiciones y costumbres gastronómicas de la zona (marisquerías, pulperías, parrilladas, raxerías, arrocerías, jamonerías, bares de tapas, cervecerías, sidrerías, ...). También un chino y una pizzería se consideran también tradicionales en cuanto al modo de gestionarlo.
  - *Neo-restauración*: establecimientos de restauración que responden a innovaciones culinarias (cocina de autor) y medios de gestión novedosos. (Mc. Donald's, máquinas de vending,...).
- **Restauración social**: es aquella cuya clientela, por su condición de colectividad, es cautiva, o que en su mayoría lo acaban siendo (grandes superficies comerciales, autopistas, estaciones de tren, de servicio, aeropuertos, los colegios,...). Se caracteriza porque reduce el precio a

costa de disminuir la oferta. Este tipo de restauración cubre los costes fijos con una clientela habitual.

Los establecimientos principales de restauración son:

- **Restaurante**: dispone de cocina y comedor con el fin de ofrecer comidas y/o cenas mediante precio para ser consumidas en el mismo local. Se clasifican en: 5, 4, 3, 2 y 1 tenedor. Aquellos que reúnen especiales características de edificación, antigüedad y localización geográfica, fijadas en las disposiciones que se establecen, podrán usar (previa autorización administrativa) la denominación de “casas de comidas”.
- **Cafetería**: establecimiento que en una misma unidad espacial dispone de barra y servicios de mesa, careciendo de comedor, con el fin de ofrecer al público mediante precio y a cualquier hora del horario de apertura: helados, refrescos, bebidas en general, tapas frías o calientes, bocadillos y platos combinados/simples de elaboración sencilla y rápida en frío o a la plancha. Se clasifican en: 3, 2 o 1 taza.
- **Bar**: establecimiento que dispone de barra y que, careciendo de comedor, también puede disponer de servicio de mesa en la misma unidad espacial con el fin de proporcionar al público bebidas acompañadas o no de tapas y bocadillos, y como máximo de 1 plato del día. Aquellos que reúnen características especiales (reconocidas por la administración) de edificación, antigüedad y localización geográfica, podrán usar la denominación de “tabernas”.

### **Compañías de transportes**

Son aquellas destinadas a transportar viajeros de un punto a otro. Se clasifican en:

- [Transporte aéreo](#) (líneas regulares o [charter](#))
- Transporte terrestre ([autocar](#), [tren](#), [Automóvil](#), alquileres de automóviles...)
- Transporte marítimo (línea regular y cruceros)

Agencias de viajes (AA.VV) Las empresas distribuidoras de bienes y servicios turísticos son aquellas que, en posesión de un título o licencia, ejercen actividades de intermediación turística.

Las agencias se clasifican en 3 grupos:

- **Mayoristas:** proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios y paquetes turísticos para venderlos a otras agencias, no pudiendo ofrecer ni vender sus servicios directamente al público.
- **Minoristas:** comercializan los productos elaborados por las mayoristas o los suyos propios directamente al consumidor, no pudiendo en ningún caso ofrecer sus productos a otras agencias.
- **Mayoristas-minoristas:** son empresas que, disponiendo de las dos licencias, pueden elaborar y vender paquetes turísticos a otras empresas y al público en general.

Las AA.VV también se pueden clasificar en emisoras y receptoras.

- **Emisoras:** las que envían viajeros a otros lugares,
- **Receptoras:** las que reciben y acogen a los turistas procedentes del exterior.
- **Emisoras-receptoras:** realizan ambas funciones.



### **Otras empresas relacionadas**

Hay otras muchas empresas relacionadas con el turismo directa o indirectamente como las de ocio (cines, discotecas, espectáculos), empresas de equipamiento de hostelería, lavanderías, artículos de viaje, publicaciones especializadas, etc.

### **Organizaciones internacionales relacionadas con el turismo 10**

- [OMT](#): Organización Mundial de Turismo. Su objetivo es promover el desarrollo económico, social y cultural del turismo y los viajes a nivel mundial. Cooperación entre países. Elaborar datos estadísticos. Asesora de la ONU. Sede en [Madrid](#).
- OACI: Organización Internacional de Aviación Civil. Promueve la aviación civil a escala mundial y establece las normas internacionales que la rigen.
- [IATA](#): Asociación de Transporte Aéreo Internacional. De carácter privado, forman parte de ella cualquier compañía aérea que tenga de su gobierno autorización para operar de forma regular. Establece cooperación entre compañías en cuanto a servicios, liquidación de billetes, interviene y regula el tráfico aéreo, establece códigos de compañías aéreas, aeropuertos, billetes, actúa en el campo de la seguridad y participa en negociaciones entre gobiernos. Sede en [Ginebra](#) y [Montreal](#).
- IUR: Unión Internacional de Ferrocarriles.
- IRU: Unión Internacional de Transporte por Carretera.
- FUAHV/UFTAA: Federación Universal de las Asociaciones de Agencias de Viajes o Universal Federation of Travel Agencies Associations. Conformada por las Asociaciones Nacionales de Agencias de Viajes de casi 100 países. Sede en [Bruselas](#).
- IH&RA: International Hotel & Restaurant Association. Sede en [Londres](#).

- ICCA: International Congress & Convention Association. Ferias, congresos, convenciones y viajes de incentivo. Sede en [Ámsterdam](#).
- IYHF: International Youth Hostel Federation. Sede en UK.
- IFTO: International Federation of Tour Operators. Sede en UK.
- IAATO: International Association of Antarctica Tour Operators. Sede en USA.

### **3.2 EFECTOS DEL TURISMO**

El fenómeno turístico mueve millones de personas en el mundo y tiene repercusiones de muy diversa índole.

#### **Efectos económicos**

##### **Turismo.**

Son muy relevantes debido al nivel de negocio que representa. Según la [OMT](#) el volumen de sector turístico en el [2003](#) ya representaba aproximadamente el 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios; Esta cifra representaba el 30% de la exportación de servicios. Estos flujos económicos debidos al turismo afectan tanto en términos [macroeconómicos](#) como [microeconómicos](#) tanto en las zonas emisoras como en las receptoras (aunque especialmente en éstas). Las repercusiones económicas del turismo se pueden clasificar en las siguientes:

##### **Dependencia de la situación económica general**

La demanda turística depende sobre todo de la fuerte situación económica de los países avanzados. Cuando la económica crece también normalmente crece el dinero disponible de la población. Y una parte importante de este dinero disponible por la población se gasta en el turismo, particularmente en las economías en desarrollo. Una retracción económica normalmente reduce el gasto turístico.

En general el crecimiento de los desplazamientos turísticos sigue claramente las tendencias de crecimiento económico medidas por el [PIB](#). Los años en que el crecimiento económico mundial excede le 4%, el crecimiento del volumen turístico tiende a ser mayor y los años en los que el [PIB](#) el turismo crece incluso menos. En el periodo [1975-2000](#) el turismo se incrementó una media de un 4,6% anual.

### **Empleo**

El turismo requiere una considerable mano de obra y, sobre todo, el mantener una reserva de trabajadores especializados. El sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto. El problema que plantea el turismo con respecto al empleo es la fuerte estacionalidad, pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta. También el volumen turístico depende en gran medida de la situación [macroeconómica](#).

Además este empleo presenta unas condiciones particulares. Por ejemplo en España, en según el [INE](#) en el [2004](#) el sector turístico en relación con la media de área de servicios tenía un salario medio inferior, una estabilidad de empleo menor y una participación mayor de la mujer. También este tipo de empleo constituye una parte más importante de los gastos empresariales (con una tasa del 64,7) y la menor tasa de valor añadido (43,7).

Tanta es la importancia actual del turismo que en varios países existe la carrera universitaria y estudios de posgrado dedicados al turismo.

### **Producción**

El turismo supone en los países eminentemente turísticos un peso específico elevado en su [PIB](#), por ejemplo en España según el INE represento un 11% del

[PIB](#) en el [2004](#) con una facturación de 91.988,7 Millones de Euros de los cuales el 41.346,3 Millones de Euros (un 4,9 % del [PIB](#) corresponde a lo que se denomina turismo receptor.

### **Presión inflacionista**

Al incrementarse los precios en la temporada alta en los núcleos receptores, automáticamente afecta a toda la población de la zona. Hay una oferta monetaria excesiva, por lo que la demanda está dispuesta a pagar más por los alquileres, salarios, etc.

### **Distribución de la renta**

El turismo tiene un efecto multiplicador y equilibrador en los países desarrollados, puesto que al generar empleo disminuye en cierta medida las diferencias económicas entre la población.

### **Tasa de cambio**

El valor internacional del mercado de divisas tiene una incidencia directa sobre el turismo, pues una bajada o subida de las diferentes divisas repercute positiva o negativamente en el número de turistas en las distintas zonas. Por otra parte cuantos más turistas entran más sube la moneda local del país repercutiendo de esta manera en el mercado de [divisas](#).

### **Fiscales**

Se animan a construir macro-complejos turísticos de los cuales el Estado cobrará impuestos de estas millonarias inversiones inmobiliarias.

### **Sobre la balanza de pagos**

Los países receptores exportan turismo porque, aunque en realidad lo reciben, se trata de un producto de exportación solo que consumido en el lugar de producción. Los ingresos por turismo aumentan en relación a los pagos, por lo

tanto la balanza se ve beneficiada. Además tiene un efecto positivo en las exportaciones de otros bienes, pues promociona los productos locales a través de los turistas que los han conocido in situ.

### **Inversiones públicas**

El desarrollo de las zonas turísticas crea inversiones por parte de las Administraciones Públicas en infraestructuras (aeropuertos, carreteras,...) para adecuar la oferta turística a la demanda. Además se embellecen y mejoran las ciudades (parques, limpieza,...) para que sean agradables para el turista. Todo ello no hace sino mejorar la vida del ciudadano y la estancia del turista en el lugar de destino.

### **Efectos culturales**

El turismo pone en contacto a diferentes culturas: la local o receptora con la foránea o emisora. Esto supone un intercambio de pautas de conducta, formas de vida, hábitos de diversa índole (gastronómicos, lingüísticos, estéticos,...). Este efecto, aunque positivo en ocasiones, puede llegar a ser perjudicial para la población autóctona, ya que pueden perder su identidad al intentar adaptarse a los gustos y tradiciones del visitante (por ejemplo la artesanía de los Massai en Kenya cambió sus colores tradicionales adaptándose al gusto del turista). Entre los efectos culturales del turismo destacan los siguientes:

### **Alteración de las estructuras sociales**

En la zona turística, las consecuencias derivan de la introducción desde fuera de una nueva realidad sociocultural a la cual tanto la población indígena como su sistema social tienen que adaptarse. La primera adaptación consiste en desarrollar una clase encargada de tratar a los forasteros. Esto se refleja en la estructura laboral local en una expansión de los servicios. Los turistas han de ser transportados, alojados, ayudados en muchos problemas que surgen y hay

que proveerles de actividades recreativas. Estas consecuencia primarias del turismo irán acompañadas a menudo de conflictos psicológicos y sociales.

### **Aculturación**

El modelo de aculturación puede aplicarse al contacto entre turistas y anfitriones. Este modelo explica que cuando dos culturas entran en contacto cada una de las dos tiende a asemejarse en parte a la otra mediante un proceso de préstamo. En el caso del turismo es característico que este proceso de préstamo sea asimétrico. Los turistas tienen menos probabilidades de tomar determinado elementos de sus anfitriones. Esto provoca una cadena de transformaciones en la comunidad de la zona turística para convertirse en algo cada vez más parecido a la cultura de los turistas. Durante esta interacción el turista a menudo altera su conducta cuando esta lejos de su país y sus anfitriones aprenderán a menudo una serie de papeles destinados a encajar con los gustos de los visitantes. El turista a menudo desea enriquecer todo lo posible su viaje y su tiempo de ocio. Los motivos del turista se reflejarán sus expectativas y en su conducta en la zona turística.

### **Mejor conocimiento de otras sociedades y mentalidades**

Por lo tanto, mayor tolerancia y respeto hacia otras costumbres, lo que evitaría fenómenos racistas y [xenófobos](#). Gran parte de muchos malentendidos culturales surgen de la ignorancia de estos (Ej. ritos, creencias, mitologías), el conocer sus razones y verlos implican una mayor tolerancia. Un turista que ha crecido con [estereotipos](#) puede tener un cambio de [paradigmas](#) cuando conoce una cultura distinta.

### **Estrecha los lazos de entendimiento entre estados**

El turismo favorece la paz y el entendimiento plasmado en la firma de convenios de amistad entre países que mantienen relaciones basadas en sus flujos turísticos.

### **Favorece el aprendizaje de idiomas extranjeros**

No sólo los turistas que viajan intentan aprender el [idioma](#) del país al que van, sino que en el [país](#) receptor se hacen esfuerzos por aprender la lengua de los países emisores para atender mejor a los turistas. La adquisición de una segunda lengua de cara a la actividad turística suele tener por resultado una mayor movilidad económica.

### **Efectos en las industrias artesanales**

En algunos casos ([Bali](#), [Kuna Yala](#)) el turismo ha servido para regenerar las industrias tradicionales, al brindarles una expansión de su mercado de productos indígenas. No obstante también se desarrolla una degradación de la estética a que da lugar la comercialización de baratijas a través de tiendas de curiosidades y souvenirs a menudo de fabricación no indígena.

### **Efectos sociopolíticos**

El turismo es una actividad económica más, por lo que debe existir un control público en materia de fiscalidad, seguridad, etc.

- **Desarrollo turístico:** el desarrollo del turismo en gran escala requiere con frecuencia la participación del gobierno central que es el único dotado del poder necesario para mejorar la competitividad a nivel internacional por la popularidad turística para lo que a menudo ha de ofrecer concesiones importantes. Además son los únicos capaces de obtener asignaciones turísticas de los fondos de la [ONU](#) o de otros gobiernos.
- **Control en materia de legislación:** se crean leyes que regulan las actividades turísticas, especialmente en materia de sanidad, fiscalidad, etc.
- **Control monetario** del capital que entra y sale del país.

- **Control sanitario:** se controlan las vacunas que se precisan para visitar ciertos países, así como las que se les exigen a ciudadanos procedentes de país de riesgo.
- **Medidas de protección del ambiente:** actualmente la conciencia económica de los gobiernos ha llevado a una protección continua del medio porque la naturaleza es la materia prima del turismo y si no se cuida afectará negativamente al turismo futuro. Las Administraciones Publicas suelen desarrollar políticas de sostenibilidad que velen por una planificación ordenada que respete la cadena ecológica.

También hay otro tipo de efectos sociopolíticos no relacionados exclusivamente con el control de las administraciones públicas.

- **Efectos tecnológicos:** aquellas sociedades receptoras de flujos turísticos se benefician en general de todos los avances de la tecnología al ser solicitada por los visitantes.
- **Efectos políticos:** el turismo puede influir en cierta medida en la política de un país pues su mala imagen internacional puede afectar los flujos turísticos.
- **Efectos sociales:** la llegada masiva de turistas puede generar rechazos a ciertas culturas o razas.
- **Efectos ambientales:** el desarrollo turístico ha traído fuertes impactos en el medioambiente como la contaminación de ríos, acústica, estética. Aunque entre los impactos más importantes cabe citar la pérdida de la diversidad biológica y la limitación de recursos naturales sobre los cuales



se asienta la actividad turística. Esta sobreexplotación de recursos se ha incrementado en los últimos años a niveles no sostenibles. El turismo no puede funcionar sin los recursos naturales básicos sobre los que se asienta ya que su propia degradación ambiental incide directamente sobre su oferta y puede poner en peligro la misma actividad turística en sí. Por todo ello diversos organismos y convenciones ([Agenda 21](#), [ONU](#)) en los últimos años han tomado conciencia de la importancia de la conservación del entorno natural para aplicar no solo al sector turístico sino a todos los ámbitos sociales para alcanzar un [desarrollo sustentable](#).

### **3.3 MARCO NORMATIVO LEGAL**

El marco legal boliviano se encuentra compuesto por la Constitución Política del Estado, las leyes y convenios internacionales aprobados por el parlamento y las normas promulgadas por el Poder Ejecutivo (Decretos Supremos, Resoluciones Supremas, Resoluciones Ministeriales y Resoluciones Administrativas), dentro de las cuales se encuentran las normas municipales (ordenanzas y resoluciones).

Los instrumentos jurídicos que definen la acción del Estado en el turismo están contenidos en:

**Constitución Política del Estado**, que reconoce el carácter multiétnico y pluricultural del pueblo boliviano.<sup>11</sup>

**Ley de Privatización y reglamentos (No. 1330 de 24/04/1992)**, que busca promover la inversión y atraer recursos financieros, tecnológicos y gerenciales para que realicen sus operaciones de manera eficiencia.<sup>12</sup>

**Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia y Reglamento (No. 2074 de 14/04/2000)**, que se constituye en el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia y define: 13

- I. Disposiciones Generales en el ámbito de aplicación del turismo, destacándose los principios y definiciones del turismo, así también los objetivos de la política estatal.
- II. Ente Rector, actualmente el Ministerio de Desarrollo Económico.
- III. Competencias de otros organismos como ser las Prefecturas y las Alcaldías
- IV. Creación del Consejo Nacional y Consejos Departamentales de Turismo, definiendo las funciones, atribuciones y composición de cada uno de estos organismos.
- V. Prestadores de Servicios. Listado de todas las empresas y personas jurídicas que pueden ser considerados como prestadores de servicios de turismo
- VI. Políticas de Fomento al Turismo, como ser Convenios, cooperación internacional, promoción, políticas impositivas, capacitación, etc.

**Ley de Reactivación Económica (No. 2064 de 03/04/2000)**, que establece incentivos al turismo en materia tributaria. 14

**Ley de Participación Popular (No. 1551 de 20/04/1994)**, que posiciona la vocación turística que debe ser contemplada en los planes de desarrollo municipal y en sus planes operativos anuales. 15

**Ley de Reforma Educativa (No. 1565 de 07/07/1994)**, que promueve la vivencia de clases prácticas para la formación de oficios y mandos medios técnicos, entre otros los turísticos. 16

**Ley del SIRESE y Reglamentos (No. 1600 de 28/01/1994)**, que tiene por objeto regular, controlar y supervisar las actividades de los sectores de telecomunicaciones, electricidad y transporte, contribuyendo a un mejor desempeño de los sectores relacionados al turismo. 17

**Ley de Descentralización Administrativa (No. 1654 de 28/07/1995)**, que otorga autonomía y control administrativo departamental para promocionar el turismo y ejecutar políticas, planes y proyectos que beneficien al sector. 18

**Ley del Medio Ambiente (No. 1333 de 27/04/1992)**, que tiene por objeto proteger y conservar el medio ambiente y los recursos naturales. Ecoturismo. 19

Estas leyes han permitido definir los roles de cada una de las instituciones encargadas del turismo a nivel nacional, y de prefecturas, municipios, empresas privadas, etc. las mismas que deben coordinar sus acciones con el propósito de desarrollar el sector.

## **INSTITUCIONALIDAD**

El turismo en Bolivia es fundamentalmente una actividad correspondiente al sector privado, sin embargo el ente encargado de velar por el desarrollo del mismo es el Viceministerio de Turismo dependiente del Ministerio de Desarrollo Económico, de acuerdo a la Ley 2446 de 01 de marzo de 2003 de Organización del Poder Ejecutivo.

Las atribuciones de éste Viceministerio son:

- Proponer políticas, reglamentos e instructivos para el desarrollo del sector turismo a nivel nacional.

- Vigilar la aplicación y cumplimiento de las normas y reglamentos generales de la actividad turística.
- Impulsar acciones en el exterior orientadas a la promoción del turismo receptivo.
- Proponer políticas para promover el turismo interno y las regiones con potencial turístico o ecológico.
- Establecer y desarrollar un sistema de información sobre la oferta turística nacional.
- Formular, mantener y actualizar el Catálogo Turístico Nacional.
- Proponer políticas y programas de capacitación en turismo, coordinando su ejecución con prefecturas y municipios.

Las Prefecturas están encargadas de ejecutar y administrar programas y proyectos de promoción y desarrollo turístico, emanados por el ente rector y en coordinación con los Gobiernos Municipales.

Los Gobiernos Municipales tienen la facultad de promover y promocionar los recursos turísticos en su jurisdicción territorial, ejecutando las acciones y programas acordes con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio de Desarrollo Económico.

En el ámbito del sector privado juegan un rol fundamental las Agencias de Turismo, como encargadas de brindar al turista todas las facilidades que hagan de Bolivia un lugar atractivo para visitar. También se encuentran las empresas

operadoras de turismo receptivo, los establecimientos de hospedaje, las empresas de transporte turístico, empresas arrendadoras de vehículos, restaurantes y peñas folklóricas, empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales, guías de turismo, museos, policía turística y todos aquellos servicios afines al turismo.

### **3.4 LEY 2074 PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA - 2000**

#### TITULO I

#### ÁMBITO DE APLICACIÓN Y DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1º.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.- La presente Ley constituye el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia.

ARTICULO 2º.- IMPORTANCIA DEL TURISMO.- El turismo es una actividad económicamente estratégica para el desarrollo integral del país. El turismo receptivo es actividad de exportación fundamental para la generación de divisas.

ARTICULO 3º.- PRINCIPIOS.- Son principios de la actividad turística:

- a) La participación de la iniciativa privada como pilar fundamental de la dinamización del sector para contribuir al crecimiento económico, a la generación de empleo y al incremento de los ingresos para el país.
- b) La participación y beneficio de las comunidades donde se encuentran los atractivos turísticos para fortalecer el proceso de identidad e integración nacional.

- c) El fomento a la construcción de infraestructura y el mejoramiento de la calidad de los servicios, para garantizar la adecuada satisfacción de los usuarios.
- d) La conservación permanente y uso sostenible del patrimonio cultural y natural del país.
- e) La participación y el beneficio de los pueblos originarios y etnias que integrados a la actividad turística, preserven su identidad cultural y ecosistema.

ARTICULO 4º.- DEFINICIONES.- Para los fines de la presente Ley, se adoptan las siguientes definiciones:

Turista. Toda persona que se desplaza a un sitio distinto de aquel donde tiene su residencia habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Servicios turísticos. Son los bienes y servicios producidos por las empresas e instalaciones turísticas que son consumidos y utilizados por los turistas.

Actividades turísticas. Son aquellas derivadas de las interrelaciones entre los turistas, los prestadores de servicios turísticos y el Estado.

Productos turísticos. Son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas.

Turismo interno. Es el realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.

Turismo receptivo. Es la actividad realizada dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior del país.

Prestadores de Servicios. Son las empresas legalmente establecidas en el país que se dedican habitualmente al negocio de las actividades turísticas.

ARTICULO 5º.- OBJETIVOS DE LA POLÍTICA ESTATAL.- Los objetivos de la política estatal referidos a la actividad turística son los siguientes:

- a) Reconocer que, bajo los principios de una economía de mercado transparente, la actividad turística corresponde a la iniciativa privada, donde Estado debe asegurar las condiciones necesarias para el potenciamiento del turismo, a través del mantenimiento de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar la conservación y uso racional de los recursos naturales, históricos, arqueológicos y culturales que tienen significación turística y que son de interés general de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la CONCIENCIA TURÍSTICA.
- d) Establecer, en materia de turismo, las directrices de coordinación entre El Gobierno Central, las Administraciones Departamentales y los Gobiernos Municipales.
- d) Promover la capacitación técnica y profesional, tanto en instituciones estatales como en el sector privado.

## TITULO II

### ENTE RECTOR

ARTICULO 6º.- ENTE RECTOR.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, en todo el ámbito nacional, es el ente rector competente en materia turística. El ente rector ejecutará sus acciones a través del Viceministerio de Turismo.

ARTICULO 7º.- ATRIBUCIONES.- Las atribuciones del ente rector son la formulación y ejecución de la estrategia nacional de turismo y sus políticas, así como la elaboración normativa, realizando el proceso de coordinación necesario con otras entidades públicas y privadas.

### TITULO III

#### COMPETENCIAS DE OTROS ORGANISMOS

ARTICULO 8º.- GOBIERNOS MUNICIPALES.- Los Gobiernos Municipales tienen la facultad de promover y promocionar los recursos turísticos en su jurisdicción territorial, ejecutando las acciones y programas acordes con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, a través del Viceministerio de Turismo.

ARTICULO 9º.- PREFECTURAS.- Las Prefecturas Departamentales, en tanto representantes del Poder Ejecutivo central, ejecutan y administran programas y proyectos de promoción y desarrollo turístico, emanados por el ente rector en estrecha coordinación con los Gobiernos Municipales.

### TITULO IV

#### CONSEJO NACIONAL Y CONSEJOS DEPARTAMENTALES DE TURISMO

ARTICULO 10º CREACIÓN DEL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO.- Se crea el Consejo Nacional de Turismo para propiciar la coordinación entre el sector público y privado, con la finalidad de promover y desarrollar el turismo en el país.

ARTICULO 11º.- COMPOSICIÓN.- El Consejo Nacional de Turismo está presidido por el Ministro de Comercio Exterior e Inversión, como Presidente Nato e integrado por:

- El Viceministro de Turismo que ejercerá como Secretario Ejecutivo del Consejo y asumirá la Presidencia en ausencia del Ministro.
- El Viceministro de Transportes, Comunicaciones y Aeronáutica Civil o su representante legal.
- El Viceministro de Régimen Interior y Policía o su representante legal.
- El Viceministro de Cultura o su representante legal.



- El Viceministro de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente o su representante legal.
- El Presidente de la Cámara Boliviana de Turismo.
- El Presidente de la Cámara Boliviana de Hotelería.
- El Presidente de la Cámara Nacional de Operadores de Turismo (CANOTUR).
- El Presidente de la Asociación Boliviana de Agencias de Viajes y Turismo (ABAVYT).
- El Presidente de la Asociación de Líneas Aéreas (ALA - Bolivia).
- El Presidente de la Cámara Nacional de Empresarios Gastronómicos.

ARTICULO 12º.- FUNCIONES Y ATRIBUCIONES.- El Consejo Nacional de Turismo tendrá las siguientes funciones y atribuciones:

- a) Delinear acciones, planes, proyectos y otras actividades orientadas a la efectiva implementación de la política turística nacional.
- b) Establecer mecanismos efectivos para la promoción y desarrollo del turismo tanto interno como receptivo.

ARTICULO 13º.- CONSEJOS DEPARTAMENTALES.- Se crean los Consejos Departamentales de Turismo para coordinar la actividad turística en cada Departamento.

ARTICULO 14º.- COMPOSICIÓN.- Los Consejos Departamentales de Turismo están presididos por el Prefecto, como presidente nato, e integrado por:

- Dos representantes de las Prefecturas Departamentales (preferentemente de las unidades de Cultura y Turismo).
- Un Representante del Gobierno Municipal por la Provincia Capital.
- Un Representante de los Gobiernos Municipales de las Provincias.
- La Cámara Hotelera Departamental.
- La Asociación Departamental de Operadores de Turismo.

- La Asociación Departamental de Agencias de Viajes y Turismo.
- La Asociación Departamental de Líneas Aéreas.
- La Cámara Departamental de Empresarios Gastronómicos.

ARTICULO 15º.- FUNCIONES Y ATRIBUCIONES.- Las funciones y atribuciones de los Consejos Departamentales de Turismo deberán estar acordes con las acciones y funciones del Consejo Nacional de Turismo.

## TITULO V

### LOS PRESTADORES DE SERVICIOS

ARTICULO 16º.- PRESTADORES DE SERVICIO.- Son prestadores de servicio:

- a) Empresas operadoras de turismo receptivo.
- b) Establecimientos de hospedaje turístico en todas sus modalidades y categorías.
- c) Empresas de viajes y turismo en todas sus modalidades y categorías.
- d) Empresas de transporte turístico.
- e) Empresas arrendadoras de vehículos
- f) Restaurantes turísticos y peñas folklóricas.
- g) Empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales.
- h) Guías de Turismo
- i) Museos privados y centros artesanales.
- j) Aquellos servicios afines al turismo que adquieren la categoría de servicios turísticos a través de una reglamentación expresa.

ARTICULO 17º.- GUÍAS DE TURISMO.- Para ejercer la función de guía oficial de turismo, se debe estar legalmente autorizado y registrado por la Prefectura del Departamento correspondiente y cumplir con todas las disposiciones legales en vigencia.

ARTICULO 18º.- REQUISITOS.- Los requisitos para ser prestador de servicios turísticos se establecerán en los reglamentos sectoriales.

## TITULO VI

### FOMENTO AL TURISMO

ARTICULO 19º.- REALIZACIÓN DE CONVENIOS.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, a través del Viceministerio de Turismo, podrá suscribir convenios con personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, que tengan por objeto la instrumentación de programas conjuntos de promoción y capacitación de desarrollo turístico del país.

ARTICULO 20º.- COOPERACIÓN INTERNACIONAL.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión coordinará con el Ministerio de Hacienda, o cualquier organismo gubernamental, para identificar, gestionar y celebrar acuerdos de cooperación turística con organismos gubernamentales y no gubernamentales extranjeros y organizaciones internacionales, con el fin de incentivar el desarrollo de las actividades turísticas.

ARTICULO 21º.- PROMOCIÓN.- Créase la entidad Promoción Boliviana de Turismo (PROBOTUR), como institución descentralizada dependiente del Viceministerio de Turismo, con participación de la empresa privada, con autonomía de gestión administrativa, económica, financiera y técnica, con personalidad jurídica propia y patrimonio independiente, para realizar la promoción turística integral del país, institución que deberá ser reglamentada mediante Decreto Supremo.

ARTICULO 22º.- DESCUENTO DEL IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE BIENES INMUEBLES (IPBI) A LA ACTIVIDAD HOTELERA.- Los Bienes Inmuebles dedicados exclusivamente a la actividad hotelera y que formen parte de los activos fijos de la empresa hotelera, a efectos del pago del Impuesto a la

Propiedad de Bienes Inmuebles (IPBI), serán valuados tomando en cuenta el cincuenta por ciento (50%) de la base imponible obtenida de acuerdo a los procedimientos establecidos por el Título V, Capítulo I de La Ley N° 843 (Texto Ordenado), por el plazo de diez años (10 años) a partir de la promulgación de la presente Ley, de conformidad con las normas de uso y clasificación de cada Gobierno Municipal.

ARTICULO 23º.- CAPACITACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, en coordinación con el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, las Prefecturas Departamentales y los Municipios respectivos, el sector privado y las universidades promoverán la capacitación de recursos humanos afectados a la actividad turística en sus diferentes modalidades y la concientización de la población sobre la importancia del turismo en el desarrollo sostenible del país.

ARTICULO 24º.- IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN EL SECTOR DE TURISMO.- A efectos de la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el sector de turismo, se considera como exportación de servicios:

- a) La venta de servicios turísticos que efectúen los operadores nacionales de Turismo Receptivo en el exterior.
- b) Los servicios de hospedaje prestados por establecimientos hoteleros a turistas extranjeros sin domicilio o residencia en Bolivia.
- c) El respectivo procedimiento será reglamentado por el Poder Ejecutivo.

ARTICULO 25º.- BIENES DE CAPITAL.- A efecto del pago del Gravamen Arancelario, consolidado (GAC), se consideran como bienes de capital, los equipos destinados a la actividad hotelera, de acuerdo a reglamentación específica.

ARTICULO 26º.- ZONAS PRIORITARIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO.- Los Concejos Municipales, en estrecha coordinación con los Consejos Departamentales de turismo y en función a la articulación de los Planes de Desarrollo Municipal y Departamental, podrán determinar zonas prioritarias de desarrollo turístico con la aceptación del Consejo Nacional de Turismo. En el caso de territorios indígenas los Planes de Desarrollo Distrital Indígena articulados con la participación de las autoridades originarias en igual forma. Tal determinación producirá los siguientes efectos:

- a) Obligatoriedad de utilización del suelo afectado en el desarrollo prioritario de actividades turísticas.
- b) Apoyo local en servicios públicos e infraestructura básica acorde con los planes de desarrollo municipal y regional.
- c) Apoyo técnico a los prestadores de servicios turísticos que vayan a desarrollar sus actividades en esas áreas.

ARTICULO 27º.- INFRAESTRUCTURA.- Las obras de infraestructura básica y aeroportuaria, implementadas o por implementarse por parte del Estado, tomarán en cuenta los requerimientos del desarrollo turístico para facilitar el transporte terrestre, fluvial, lacustre y aéreo, de tal forma que se garantice su competitividad.

### **3.5 INSUFICIENCIAS DE LA LEY DEL TURISMO**

¿Cuales son las insuficiencias que se detectan en la normativa actual y en las políticas del Estado Boliviano?

Primero: Durante muchos años, el turismo en Bolivia era normado y regulado únicamente por reglamentos, decretos supremos y otros instrumentos ad-hoc, que más bien respondían a la necesidad de resolver situaciones de coyuntura o

a traducir acuerdos de las empresas tradicionales de turismo, para que sean avaladas por el Estado. En muchos casos existían disposiciones contradictorias y, más frecuentemente, vacíos jurídicos en casos en los que ya no se disponía de normativa.

Fue el propio sector privado, principalmente representado por las empresas tradicionales, quien impulsó la iniciativa para que el Estado generara una Ley de Turismo, estableciendo el marco jurídico destinado al sector. En efecto, el 14 de abril del 2000, se promulgó la "*Ley de promoción y desarrollo de la actividad turística en Bolivia*", cuyo primer artículo, estatuye que "La presente Ley constituye el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia".

Segundo: Esta ley se promulga con carácter previo a la realización del denominado "*Diálogo Nacional*" y fue exclusivamente concertada y acordada con los representantes de la empresa tradicional de turismo en el ámbito nacional, sin participación o consulta efectiva a los municipios, las comunidades indígenas y otras organizaciones de la sociedad civil. Ello ocurrió así pese a que, desde mediados de los años 90, estaban ya establecidas y vigentes tanto las políticas como las leyes de "*Descentralización Administrativa*" del país y de "*Participación Popular*", las mismas que otorgan facultades especiales a los municipios para la planificación y el desarrollo de las áreas territoriales de su competencia. Sin embargo, se hizo caso omiso de los mecanismos de consulta o participación establecidos con este conjunto de entes públicos, con capacidad de acción regional, y se ignoró a las organizaciones representativas de las poblaciones indígenas.

Tercero: Siendo el turismo un sector de la actividad económica que, por su efecto multiplicador, puede constituirse en una oportunidad para generar beneficios para la población y contribuir a consolidar la sostenibilidad no sólo

económica, sino también ambiental y cultural del país; un proceso inconsulto está generando serios conflictos e inequidades. La participación de los potenciales beneficiarios o afectados en la formulación de la ley y otros instrumentos normativos debe ser considerada una condición primordial para el éxito de su aplicación, en particular en el caso de las comunidades indígenas, toda vez que Bolivia ha ratificado el Convenio N° 169 de la OIT, sobre los derechos y libertades fundamentales de los pueblos indígenas.

Cuarto: La ley en cuestión establece al Ministerio de Comercio Exterior e Inversión como el ente rector del turismo en Bolivia, a través del Viceministerio de Turismo, para "la formulación y ejecución de la estrategia nacional". Se otorga a los Gobiernos Municipales funciones únicamente para "promover y promocionar los recursos turísticos de su jurisdicción territorial", y a las Prefecturas Departamentales que "ejecutan y administran programas y proyectos de promoción y desarrollo turístico".

En ambos casos, se menciona explícitamente que las acciones tanto de los Gobiernos Municipales como de las Prefecturas responden a una estrategia de planificación y a una normativa proveniente del Viceministerio de Turismo, con un fuerte sesgo de centralismo estatal. No se contemplan iniciativas ni grados de libertad para las instancias municipales o regionales, para que éstas encaren creativamente la amplia y compleja problemática del sector turístico boliviano. Esta estructura vertical pretende establecer y conservar la misma estrategia nacional de desarrollo de y penetración de nuevos mercados; una política de esta naturaleza contradice las tendencias de la demanda real del mercado turístico internacional que, precisamente, se manifiesta a través de una demanda alternativa de destinos, productos y servicios renovados, expresión de nichos y segmentos especializados, con motivaciones diversas.

Quinto: Por otra parte, en el Título IV de la ley, se establece el Consejo Nacional y Consejos Departamentales de Turismo "para propiciar la coordinación entre el sector público y privado con la finalidad de promover y desarrollar el turismo en el país". La composición del mencionado Consejo Nacional de Turismo es la suma de funcionarios del gobierno en ejercicio, principalmente designados por afinidad política (y no de profesionales o técnicos del ramo) y la representación de la empresa tradicional o habitual, como la llama la propia ley.

En ninguna instancia de este Consejo Nacional se menciona a la población civil o se toma en cuenta a los pueblos originarios o comunidades indígenas que, de hecho, carecen de representación legal y se ven privados de voz en las instancias que deciden de las orientaciones de política y del uso de los recursos patrimoniales existentes en el país.

En este caso, la mayoría en la participación corresponde a la empresa tradicional; además se incluyen representantes municipales de la ciudad capital y un solo representante del conjunto de municipios de cada Departamento. La elección de este representante, con seguridad, generará conflictos.

Sexto: En el ámbito departamental llama poderosamente la atención la presencia de representantes de líneas aéreas que, como se sabe, operan en el nivel nacional y no regional; la representación debería incumbir a funcionarios locales. Por otro lado, la actividad turística en muchos departamentos opera fundamentalmente por vía terrestre, al no contar con flujo aéreo regular. En estas circunstancias, el buen criterio aconsejaría incorporar en dicha instancia a representantes de medios de transporte diferentes a los aéreos. Es necesario reiterar la ausencia de la sociedad civil, comunitaria, indígena y otras.



Cada vez más, las actividades de turismo espontáneo o patrocinado por las empresas tradicionales de turismo, generan y ofertan atractivos y productos turísticos ubicados en áreas provinciales y rurales, afectando territorios campesinos e indígenas y explotando bienes culturales, ecológicos, antropológicos y sociales propios de esos actores. Al nivel de Consejo Departamental no se contempla la generación de estructuras municipales o comunales para garantizar la participación de los ciudadanos en las instancias de planificación, normativa, regulación que afectan esos territorios.

En efecto, las estructuras organizativas comunitarias, generalmente se constituyen en instrumentos de diálogo, participación y toma de decisiones democráticas en lo referente al presente y futuro del sistema social y territorial en el cual se encuentra inmersa la comunidad. Por su legitimidad debería entonces ser convocada y su presencia respetada en todos los ámbitos anotados, prioritariamente en el plano local, tratándose de la explotación comercial de sus bienes patrimoniales.

Séptimo: Aun más, el inciso c) del Art. 26 pareciera instituir que las comunidades indígenas y campesinas están obligadas a "apoyar" a los prestadores de servicios turísticos de las empresas tradicionales. Uno puede preguntarse ¿A cambio de qué?. La ley no menciona nada al respecto. Indudablemente, desde el punto de vista de la empresa tradicional, esta disposición les permitiría elegir cualquier sitio o atractivo turístico en áreas campesinas o indígenas, independientemente del criterio de sus pobladores, con fines de ejecutar acciones turísticas comerciales, con criterios de sostenibilidad o sin ellos, apropiándose a través de la explotación turística territorios ancestrales, con la sola aprobación de las mencionadas instancias, en donde predominan los intereses empresariales tradicionales y político partidarios.

Octavo: No hay una verdadera articulación de comunicaciones en el país, se hace necesaria la voluntad del estado para comunicar de manera estructural por carretera de este a oeste y de norte a sur. Falta la culminación de la carretera Santa Cruz - Puerto Suarez, los aeropuertos de Uyuni, Rurrenabaque, San Ignacio de Velasco, Copacabana, ampliación del de Sucre y funcionamiento del Chapare.

La articulación norte y sur, sobre todo La Paz – Cobija, La Paz – Trinidad, Cochabamba – Sucre, Sucre – Tarija y finalmente la rehabilitación del ferrocarril en los tramos tradicionales.

Noveno: Escaso dinamismo del Viceministerio de Turismo, en planes y programas de largo plazo, promoción en el exterior, capacitación profesional y técnica de operadores de turismo y coordinación con los protagonistas locales de turismo a nivel empresarial, de los municipios, comunidades y Juntas Vecinales.

Decimo: Poca seguridad física en los últimos tiempos para el turista extranjero, debido a la inexistencia de un plan de seguridad donde estén involucrados las instituciones del estado, la empresa privada y sobre todo la sociedad civil expresada en las Juntas Vecinales y pueblos originarios.

Undécimo: Falta de políticas crediticias profesionales para la inversión privada turística y las iniciativas de los pueblos originarios, orientados a hoteles restaurantes, transporte y servicios turísticos.

## **CAPITULO IV**

### **ESTRUCTURA DEL TURISMO EN BOLIVIA**

#### **4.1 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR**

En todos los países se conceptúa el turismo como uno de los sectores económicos más dinámicos. En Bolivia es la cuarta actividad económica en la captación de divisas, después del gas natural de la minería y de la soya. Tiene un efecto multiplicador sobre las áreas: financiera, comunicaciones, transporte, artesanía, restaurantes, producción de artículos de primera necesidad, centros de diversión y otros, constituyéndose en una gran dinamizador de la economía.

La actividad turística se ha desarrollado rápidamente en el contexto internacional durante los últimos 50 años. Según la Organización Mundial del Turismo, el volumen de viajeros internacionales pasó de 25 millones en 1950 a 915 millones el 2008. Si bien estas cifras involucran también a Bolivia que, comparativamente con lo que ocurre con el resto del mundo, registra cifras muy reducidas el recibir más de 594 mil visitantes, que reportan un ingreso de 375 millones de dólares anuales para el 2008, muestra que se trata de una actividad con un impacto muy importante en la economía nacional. 20

A esto se suma, que Bolivia tiene potencialidades muy grandes, debido a que sus atractivos turísticos pueden cubrir casi la totalidad de las demandas frecuentes: turismo receptivo, recreativo. Ecológico, histórico de aventuras y otros.

## 4.2 NIVELES DE DESARROLLO DE TURISMO

### LLEGADAS DE VISITANTES EXTRANJEROS

Uno de los indicadores que permite cuantificar el turismo, es la llegada de viajeros extranjeros. Si bien esta variable refleja un importante crecimiento del sector.

Al respecto, los factores que pueden explicar éste comportamiento casi estático de europeos, norteamericanos y otros son: los acontecimientos del 11 de septiembre ocurridos en Estados Unidos que disminuyeron el flujo de turistas europeos y norteamericanos a nivel mundial, los continuos conflictos sociales en el país con huelgas y paros que muestran una mala imagen en el exterior y que desincentivan el turismo receptivo y el proceso de desaceleración económica en esos países.

Los datos referidos al Perú pueden distorsionar las estadísticas, puesto que no se trata de turismo, sino que de residencias y comercio en El Alto, los cuales son registrados en migración fronteriza como turistas.

### INDICADORES DE TURISMO BOLIVIANO 21

VARIABLES	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>TURISMO RECEPTOR</b>										
Miles de Turistas	342	319	316	334	427	480	524	515	572	594
Ingresos de divisas										
Millones de dólares	87	68	76	101	166	192	239	201	326	375
<b>TURISMO EMISOR</b>										
Miles de Turistas	253	201	222	217	304	346	386	465	526	589
Egresos de divisas										
Millones de dólares	75	77	83	80	139	164	186	226	385	381

**LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS  
POR MODO DE  
TRANSPORTE**

Miles de personas

<b>TOTAL</b>	<b>342</b>	<b>319</b>	<b>316</b>	<b>334</b>	<b>427</b>	<b>480</b>	<b>524</b>	<b>515</b>	<b>572</b>	<b>593</b>
Aire	236	233	208	199	222	240	267	242	247	223
Carretero	91	73	95	123	197	232	250	266	321	365
Ferrocarril	10	8	10	10	7	6	6	6	3	4
Fluvial-Lacustre	5	6	4	2	1	2	1	1	1	1

**LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS  
POR PAÍS DE ORIGEN**

Miles de personas

<b>TOTAL</b>	<b>342</b>	<b>319</b>	<b>316</b>	<b>334</b>	<b>427</b>	<b>480</b>	<b>524</b>	<b>515</b>	<b>569</b>	<b>588</b>
Europa	117	120	123	124	130	155	168	164	170	173
Norteamérica	49	50	49	49	58	61	67	64	66	69
Japón	8	7	6	7	5	4	5	4	6	7

**COMUNIDAD ANDINA**

	68	53	56	63	141	167	188	196	199	203
Colombia	5	5	5	7	11	10	11	10	13	13
Ecuador	3	3	3	5	8	6	7	7	7	8
Perú	60	45	48	51	122	151	170	179	179	182
Venezuela										
Otros	100	89	82	91	93	93	96	87	128	136

FUENTE: INE

Los datos referidos al Perú pueden distorsionar las estadísticas, puesto que no se trata de turismo propiamente dicho, sino de residencia y comercio en El Alto, los cuales son registrados por migración fronteriza como turistas. En menor medida esto también ocurre en las fronteras de Argentina, Chile y Brasil.

### 4.3 CONTRIBUCIÓN AL PIB

La magnitud y dinamismo de todos los sectores están sistematizados y cuantificados en las cuentas nacionales. En este contexto, el turismo no aparece como un sector específico sino como parte integrante de la producción de los demás sectores, especialmente el transporte, los restaurantes y hoteles y otros aunque en menor proporción.

Como actividad económica el turismo absorbe casi la totalidad de la producción de sectores de hotelería y agencias de turismo, y absorbe parte considerable de la producción del sector de transporte de pasajeros y también una proporción de aquellas actividades cuyo producto sirve indirectamente al turismo con el turismo tales como las empresas proveedoras de insumos. Estos aspectos dificultan su identificación precisa dentro de las ramas productivas de la economía.

Una aproximación del impacto económico del turismo puede ser realizada a partir de los ingresos generados por el turismo interno y turismo receptivo. Considerando los ingresos del turismo receptivo como variable próxima del aporte del sector al PIB, se observa que los ingresos por turismo receptivo representaron en promedio más del 2% del PIB en el periodo 2000 – 2008.

Actualmente, los ingresos en divisas por turismo receptivo llegan a \$us 375 millones de dólares, representando el cuarto rubro en importancia dentro de las exportaciones bolivianas, después del gas natural, la minería y de torta y aceite de soya.

**INGRESOS POR TURISMO RECEPTIVO RESPECTO AL PIB**  
(en millones de dólares)

<b>Año</b>	<b>PIB</b>	<b>Ingreso por Turismo Receptivo</b>	<b>% del PIB</b>
2000	8389	164	1.96
2001	8125	167	2.06
2002	7218	149	2.07
2003	8070	177	2.20
2004	8757	180	2.06
2005	9520	183	1.93
2006	11383	261	2.03
2007	13039	273	2.01
2008	16555	331	2.00

Fuente: Elaboración Propia en base a datos del INE

#### **4.4 CONTRIBUCIÓN A LAS EXPORTACIONES**

La capacidad exportadora de Bolivia se ha ampliado a lo largo de la década. El comportamiento más positivo ha sido el experimentado por las exportaciones de gas, minerales, soya.

El total de las exportaciones ha registrado un crecimiento promedio anual en el período 2000 - 2008 de 10.0%, mientras que los ingresos por turismo internacional han tenido un crecimiento promedio cercano al 5.0%, en el mismo período.

## EXPORTACIONES Y TURISMO 22

<b>AÑO</b>	<b>EXPORTACIONES EN MILLONES DE \$US.</b>	<b>INGRESOS POR TURISMO MILLONES DE \$US.</b>	<b>%</b>
2000	1224	164	013
2001	1226	167	013
2002	1319	149	011
2003	1568	177	011
2004	2160	180	008
2005	2665	183	006
2006	3758	261	006
2007	4394	273	006
2008	6232	331	005

Fuente: INE

El turismo ha crecido de manera constante y sostenible como se ve en el cuadro respectivo, sin embargo su participación respecto a la generación de divisas ha disminuido debido al incremento más acelerado de los precios internacionales de los hidrocarburos, minerales y la soya.

### 4.5 ESTADÍSTICAS DE HOSPEDAJE

La estructura de hospedaje en Bolivia es la siguiente:

- Hoteles
- Apart-Hoteles
- Residenciales
- Alojamientos



- Posadas

Existen cinco categorías (estrellas) de hoteles, cuatro categorías de residenciales y tres categorías de alojamientos. El siguiente cuadro muestra la cantidad de hospedajes que existían entre 2004 - 2008 en las distintas categorías.

**CAPACIDAD DE HOSPEDAJE 23**  
**(Principales ciudades)**

Categoría	Num. Empresas					
	Año	2004	2005	2006	2007	2008
<b>HOTELES</b>		<b>156</b>	<b>163</b>	<b>172</b>	<b>180</b>	<b>184</b>
CINCO ESTRELLAS		8	9	9	9	11
CUATRO ESTRELLAS		28	30	31	31	30
TRES ESTRELLAS		33	30	35	40	50
DOS ESTRELLAS		35	41	40	41	47
UNA ESTRELLA		52	53	57	59	46
<b>APART. HOTELES (*)</b>		<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>18</b>
<b>RESIDENCIALES</b>		<b>186</b>	<b>195</b>	<b>202</b>	<b>235</b>	<b>233</b>
CUATRO ESTRELLAS		14	14	16	18	16
TRES ESTRELLAS		23	25	20	27	38
DOS ESTRELLAS		37	40	51	55	64
UNA ESTRELLA		112	116	115	135	115
<b>ALOJAMIENTOS</b>		<b>273</b>	<b>290</b>	<b>315</b>	<b>372</b>	<b>460</b>
CLASE A		71	88	89	99	129
CLASE B		94	87	137	128	211
CLASE C		108	115	89	145	120
		<b>26</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>20</b>
		<b>658</b>	<b>691</b>	<b>734</b>	<b>836</b>	<b>897</b>

<b>POSADAS</b>					
<b>TOTAL</b>					

FUENTE: UDAPE

Entre 1999/ 3003 el número de hoteles se incrementó en promedio un 4.2% anual. Asimismo hubo un aumento importante en el número de residenciales (6%) y alojamientos (14%).

También destaca el crecimiento de los alojamientos (88), situación que estaría mostrando que el tipo de turistas que llegan al país, no son de niveles de ingreso elevados, si no más bien de bajos niveles de gasto o del tipo mochileros.

#### **4.6 LLEGADA DE VISITANTES Y PERNOCTACIONES DE VISITANTES EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE**

La llegada de visitantes a establecimientos de hospedaje, hace referencia exclusivamente a los registros de entrada de huéspedes en las empresas de hospedaje, señalando básicamente la cantidad de clientes que hicieron uso del servicio de alojamiento, independientemente del número de días que permanecen en ellos.

En promedio en los últimos doce años, se ha registrado 458.056 visitantes extranjeros anuales, la cifra más alta registrada ha sido de 587.036 visitantes en 2008.

#### **4.7 ENCADENAMIENTO INTRA Y EXTRASECTORIALES**

El sector turismo tiene una fuerte vinculación con la industria de alimentos y bebidas, asimismo con el sector de textiles y artesanías. Estos últimos lo vinculan también con el sector de comercio. Igualmente otros sectores

altamente beneficiados por el turismo, son el sector de transportes; en la medida que aumente el flujo de turistas, mayor será la demanda de transporte aéreo, férreo y caminero; el sector de construcciones que genera un crecimiento en la oferta de servicios directos como hoteles y complementarios como centros de recreación y diversión; energía a través de un mayor consumo de éste servicio y comunicaciones que permite un flujo de conexión constante con los países de procedencia. 24

Dentro del destino del ingreso generado por el turismo se podrían diferenciar tres componentes:

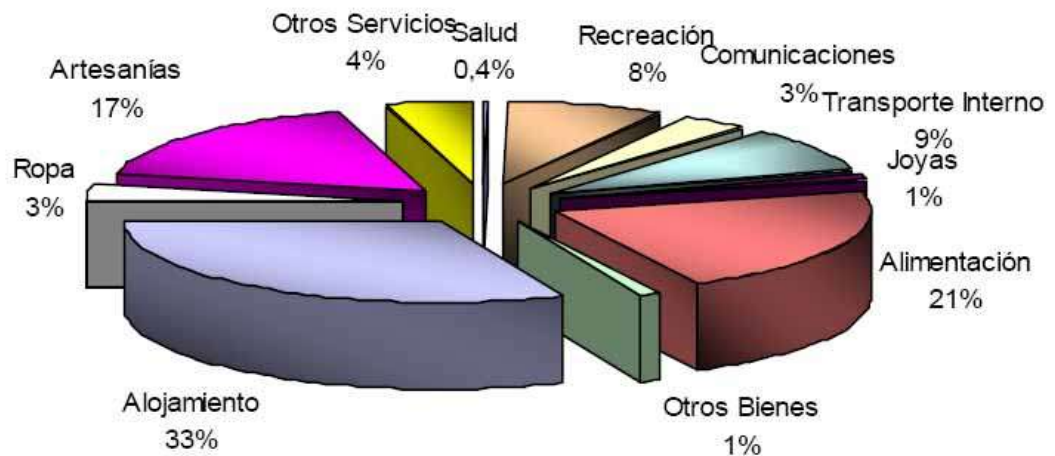
- *Componente directo del ingreso turístico:* Ingreso percibido directamente por las empresas turísticas y sus propietarios.
- *Componente indirecto del ingreso turístico:* Ingreso percibido en forma de sueldos y salarios por los empleados de las empresas turísticas y las rentas generadas por el turismo hacia los propietarios de empresas de otros sectores dedicados al abastecimiento de la producción turística.
- *Componente inducido del ingreso turístico:* Ingresos percibidos en forma de sueldos y salarios o de rentas y beneficios empresariales por el resto de los sectores de la economía que ni abastecen a la producción turística, ni forman parte de la misma, pero que sin embargo se ven beneficiados por una mejora general de la capacidad de gasto local inducida por la dinamización económica introducida por la actividad turística.

## **4.8 ESTADÍA MEDIA Y ESTRUCTURA GENERAL DEL GASTO DE VIAJEROS EXTRANJEROS**

El gasto medio realizado por los turistas extranjeros es una variable que se la obtiene mediante encuestas. Los datos obtenidos en la encuesta realizada en el

año 2006 señalan un gasto medio diario de \$us. 80, con una estadía promedio de 10.4 días que se traducen en un gasto promedio de \$us 800 por estadía, con la siguiente composición.

### DISTRIBUCION DEL GASTO TURISTICO 25



## 4.9 INVERSIÓN PRIVADA

Según el Reglamento de la Ley de Promoción y Desarrollo de la actividad turística, las Prefecturas Departamentales a través de sus Unidades Departamentales de Turismo son las encargadas de recibir, verificar, tramitar y autorizar las solicitudes de inscripción de los prestadores de servicios, en el marco de las disposiciones de los reglamentos sectoriales de turismo. A pesar de que ésta información es incluida en el Registro Nacional de Turismo que es administrado por el Viceministerio de Turismo, no se cuenta con información cuantificada, debido a que no se tienen series confiables.

Como una aproximación se puede utilizar datos de montos de créditos otorgados por el Sistema Bancario al rubro de hoteles y restaurantes, pese a que este

indicador podría estar afectado por el consumo de los habitantes locales. No obstante el hecho que los créditos a estos sectores estén en ascenso (descontando la caída 2003-2008-), estaría reflejando una mejora en su condición de sujetos de crédito y de perspectivas de crecimiento, en parte vinculada al aumento de turistas.

**CRÉDITOS BANCARIOS A HOTELES Y RESTAURANTES 26  
EN \$US.**

<b>Año</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Mont	15.491.00	41.020.00	50.050.00	56.015.00	57.641.00	56.940.00
o	0	0	0	0	0	0

FUENTE: Cámara de Turismo

#### **4.10 EMPLEO**

Los productos y servicios que consumen los turistas extranjeros y nacionales se originan en varias ramas de la producción, por lo que no se puede elaborar un concepto formal del "sector turismo" exclusivamente. Por lo tanto se debe considerar al turismo como un conjunto de actividades económicas que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por los turistas.

En este sentido la actividad turística genera empleos en muchos de los sectores de la economía. Se pueden distinguir entre empleos directos e indirectos.

Los directos se refieren a aquellas empresas que producen directamente para el turismo, tales como establecimientos de hospedaje, agencias de viajes y turismo, transportadores turísticos, productores de artesanías, líneas aéreas, restaurantes, alquiler de vehículos, etc.

Los empleos indirectos se producen en actividades tales como las comunicaciones, comercio típico, transporte, etc.,

La proporción que ocupan los sectores de comercio, hoteles y restaurantes en el total del empleo nacional; como se observa, los tres sectores representan más del 20% del total del empleo en Bolivia para el año 2008 según el INE.

#### **4.11 MERCADOS**

Cuando se habla de mercados en la industria turística se habla de las regiones o países de donde provienen los turistas. O sea, interesa saber cuales son las características y potencialidades de los diferentes segmentos de mercado que componen la demanda turística internacional.

#### **INGRESO DE VISITANTES EXTRANJEROS A ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN ORIGEN EN PORCENTAJE**

<b>ORIGEN</b>	<b>AÑO 2008</b>
SUDAMÉRICA	22.50
CENTROAMÉRICA	2.60
NORTEAMÉRICA	32.10
EUROPA	35.10
ASIA	5.80
OCEANÍA	1.70
ÁFRICA	0.30
<b>TOTAL</b>	100.00

FUENTE: CÁMARA HOTELERA

Como se observa en el cuadro el principal mercado del turismo en Bolivia esta compuesto por el turismo Norteamericano, Europeo y Sudamericano, los cuales llegan al 90% del turismo receptivo.

El mayor flujo de turismo nacional y extranjero se presenta en el eje central del país, es decir, los departamentos de La Paz, Santa Cruz y Cochabamba. Esto representa el 83% del total de los flujos de turismo receptivo.

El turismo receptivo en Santa Cruz registro 168.812 turistas extranjeros, o sea un crecimiento del 2.4% en similar período. Esto representa el 28% del total de los flujos de turismo receptivo a nivel nacional.

Por otra parte el turismo receptivo en La Paz registró 254.782 turistas extranjeros, significando el 46.5% del total de los flujos de turismo receptivo a nivel nacional.

Cochabamba registró 50.250 turistas extranjeros. Esto representa el 8% del total de los flujos de turismo receptivo a nivel nacional. Los factores que pueden explicar este comportamiento negativo en éste departamento son: los continuos conflictos sociales en la región del Chapare.

## 4.12 PRECIOS

Las tarifas promedio de las categorías hoteleras, estas han mantenido un precio similar en los últimos cinco años (período 2004 – 2008). En la categoría de hoteles por ejemplo, los de 5 estrellas muestran una disminución en la tarifa promedio anual en los últimos dos años, lo que podría deberse a una política de atraer turistas como consecuencia de una reducción de la demanda.

### TARIFAS PROMEDIO POR AÑO SEGÚN CATEGORÍA HOTELERA

DESCRIPCIÓN	2008
HOTEL	
5 Estrellas	56.25
4 Estrellas	86.50

3 Estrellas	50.14
2 Estrellas	30.03
1 Estrella	20.00
APART	96.83
HOTELES	
RESIDENCIALES	
4 Estrellas	60.00
3 Estrellas	36.00
2 Estrellas	22.10
1 Estrella	18.65
ALOJAMIENTOS	
Categoría "A"	10.22
Categoría "B"	8.07
Categoría "C"	6.10
POSADA	4.88

FUENTE: Cámara Hotelera

#### **4.13 PERSPECTIVAS**

El turismo es una actividad, que por sus efectos multiplicadores y su vinculación con aspectos culturales, naturales, folklóricos y otros, involucra la participación de varios sectores gubernamentales y privados.

En el ámbito normativo, el turismo ha logrado transparentar su marco regulatorio con la aprobación de la Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia. Sin embargo desde el punto de vista socio económico, el turismo aún no es considerado como una alternativa de desarrollo del país y su consideración en las macro políticas es aún marginal sobre todo en los niveles prefecturales y municipales.



Pese al esfuerzo que viene realizando el sector privado, a través de las agencias de viajes, hoteles, restaurantes y líneas aéreas, el país aún enfrenta la imagen de país riesgo. Los problemas sociales de febrero y octubre del 2003 fueron gravitantes para frenar la dinámica mas acelerada del sector.

Pese a que en Bolivia existe una diversidad de atractivos turísticos que permite crear una oferta turística diversificada, como ser: el Lago Titikaka y su región como es Copacabana; el salar de Uyuni y las lagunas; el circuito Sucre y Potosí; el Chapare tropical; las Misiones Jesuíticas; el Amazonas; la Cordillera Real; el Chaco y el Pantanal y todo lo que se denomina zona de gestión de desarrollo turístico del Madidi y Rurrenabaque, muy pocos son los lugares que reciben un flujo importante de turistas extranjeros. A esto se suma que no existe una cultura para hacer turismo interno.

El mayor flujo de turismo receptivo y nacional sigue concentrado en los departamentos del eje central de país: La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. Este último es un área de inversión de interesantes proyecciones como lo demuestra la creciente oferta de hoteles y centros de distracción realizados en los últimos años.

Especialmente el 2008 Santa Cruz fue el departamento que mostró señales positivas en materia de turismo, gracias a eventos muy significativos a nivel internacional. Además a esto se suma la creciente oferta de servicios complementarios como Aqualand, Play Land, el nuevo Kartódromo cubierto, el bowling y el multicine.

Los Departamentos de Cochabamba y La Paz, presentan los mayores problemas en materia de inversiones y han sido las regiones más afectadas producto de la crisis y de los conflictos sociales últimos, así como también de desastres naturales.

Es de destacar el impulso que se está dando al turismo como un rubro de importantes proyecciones, en el actual gobierno a través del Viceministerio de Turismo, con políticas que buscan fortalecer la imagen del país como una región de destino final y no de tránsito de otras naciones. La promoción y posicionamiento de la imagen turística del país mediante el Salar de Uyuni y las Lagunas Coloradas se constituye en una importante posibilidad de crecimiento del turismo no sólo en la región potosina, sino de diversos atractivos turísticos que posee el país.

Dentro de las acciones realizadas se encuentra el lanzamiento promocional de la nueva imagen turística de Bolivia "Desiertos blancos, lagunas de colores" el 28 de octubre pasado, el mismo que contó con una cobertura internacional y pretende constituir a la región en un destino turístico internacional con marca propia y emblemática del país.

Otro importante proyecto que se encuentra en ejecución es la excavación de la pirámide de Akapana en Tiwanacu -cuyas dimensiones según los expertos es similar a las pirámides de Egipto-. Este proyecto cuenta con el financiamiento del Gobierno Municipal de Tiawanacu, la Sociedad Boliviana de Cemento (SOBOCE) y la Corporación Andina de Fomento (CAF), demandará una inversión de \$us. 160.000 y tendrá una duración de cuatro años.

La excavación de la pirámide es parte del triángulo turístico que comprende la localidad de Viacha, el sitio arqueológico de Tiwanacu y la Ribera Sur del Lago Titikaka, Taraco de la provincia Ingavi en el Departamento de La Paz. La ejecución del proyecto permitirá no sólo dinamizar el turismo interno y receptivo, sino también generar fuentes de empleo y coadyuvar en la reactivación de la economía de la región.

Las Misiones Jesuíticas en la parte norte del Departamento de Santa Cruz se constituye en una zona de interesante atractivo turístico, por su riqueza cultural, expresión de arte y arquitectura que se encuentra plasmada en sus templos edificados desde 1692 y que puede ser explotada en un futuro próximo.

#### **4.14 REFORMAS ESTRUCTURADAS**

Es difícil hablar de reformas estructurales propiamente dichas en el sector de turismo, pero en los últimos años se han hecho cambios importantes en su estructura organizativa y poco a poco se está queriendo dar un mayor dinamismo al sector, resaltando su carácter de generador de divisas y de empleador de mano de obra.

Las reformas implementadas en el ámbito económico, a partir del 2000 ha generado el entorno necesario para garantizar la estabilidad macroeconómica y ejecutar diversas reformas estructurales claves para el funcionamiento de la economía. Si la estabilidad fue la característica de los últimos dos décadas, a partir de los conflictos sociales de abril y septiembre del 2000 y mucho más todavía con los conflictos de febrero y octubre de 2003, la imagen del país se vio fuertemente deteriorada. En esta medida, la inestabilidad reinante en el país, ha conducido a erosionar la imagen y atractivo del país, desincentivando el ingreso de turistas y el crecimiento de este sector de manera mas dinámica.

En el marco de normativa establecida, las empresas públicas dependientes de las Corporaciones Regionales de Desarrollo, entre las que se encontraban los Hoteles Prefecturales, se sometieron al proceso de reordenamiento a través de la transferencia total de la propiedad al sector privado

Se define la privatización como la venta, traspaso o transferencia, por cualquier medio de la totalidad o de una parte de los activos o actividades de una

empresa, que sean del dominio total o parcial del Estado boliviano, a una persona individual o colectiva que no sea del Estado boliviano o un a dependencia de éste, exceptuando aquellas comprendidas en los artículos 138 y 139 de la constitución Política del Estado.

Los hoteles privatizados fueron: Hotel privatizados fueron: Hotel Balneario Asahi (1995), Hotel Prefectural Caranavi (1993), Hotel Prefectural Chulumani (1995), Hotel Prefectural Copacabana (1995), Hotel Prefectural Coroico (1996), Hotel Prefectural Pando (1993), Hotel Prefectural Sorata (1996), Hotel Prefectural Tarija (1993), Hotel Prefectural Urmiri (1995), Hotel Prefectural Liriuni (1993), Hotel Prefectural Viscachani (1996), Hotel Tarabuco (1993), Hotel Terminal de Oruro (1996).

## **CAPITULO V**

### **EL TURISMO DEPARTAMENTAL EN BOLIVIA**



#### **5.1 TURISMO EN LA PAZ 26**

##### **LOS YUNGAS**

A escasas tres horas de la ciudad, se encuentra la zona de los valles subtropicales de Yungas, inicio de la cuenca Amazónica.

Tras llegar a la Cumbre, el paso cordillerano más cercano a la ciudad, comenzamos un descenso abrupto hacia el subtrópico con la consiguiente transición en la flora y la fauna y un ascenso de la temperatura a medida que bajamos, sumergiéndonos en la característica humedad de las tierras tropicales.

##### **TIWANAKU**

El uno de los sitios arqueológicos más importantes de Latinoamérica. La ciudadela prehispánica de Tiwanaku muestra la técnica de una civilización florecida en el altiplano al sur del Lago Titikaka, que llegó a ser una de las más grandes y avanzadas del continente.

Sus conocimientos astronómicos, como la observación de las constelaciones y los ciclos solares, llevaron a los tiwanakotas a un control pleno de sus ciclos agrícolas, con la construcción de "terrazas, camellones (Suka Kollo) y Qochas.

### **VALLE DE LA LUNA**

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

### **BASÍLICA DE COPACABANA**

A 158 Km de la ciudad de La Paz por carretera, a 3841 mts. s.n.m. se alza la hermosa población de Copacabana. En la población se encuentra el famoso santuario de la Virgen morena, imagen tallada en 1592 en madera de maguey por Francisco Tito Yupanqui, artista nativo descendiente de los incas. El templo data del siglo XVI y posee ricas ornamentaciones y diversas clases de tallados.

La magnificencia del legendario Lago Titicaca y la devoción religiosa atraen a este santuario miles de turistas. Construido en 1610 y 1619 por Sigüenza, lo más interesante del monumento cercado de un muro bajo coronado de almenas capillas en las esquinas; el interior del santuario conserva el gran retablo del altar mayor, que es del siglo XVII, y el primitivo retablo manierista que data de 1618, obra de Sebastián Acosta Inca.

## **LA ISLA DEL SOL**

Es un sitio maravilloso, apacible, amistoso, sus paisajes son espectaculares, permanentemente dominados por los eternos nevados de la Cordillera Real; la escalinata de Yumani es un desafío a la fortaleza del visitante que es premiada con las aguas de las tres fuentes. La Chincana, Pilkokaina, las huellas del Sol y la Roca Sagrada son las muestras de la importancia religiosa de la Isla durante la ocupación Inca, caminar por sus cerros y recorrerla de este a oeste es una experiencia digna de vivir.

## **CATEDRAL DE LA PAZ**

Fue construida en el año 1831. El arquitecto Manuel Sanguja se encargó del proyecto de la nueva Catedral. A su muerte, la obra fue encomendada a Antonio Camponovo a quién se deben los planos definitivos. La construcción es de estilo Neoclásico, la fachada está dividida en dos cuerpos; el interior tiene cinco portadas de las cuales la central está flanqueada por tres columnas corintias.

La catedral cuenta con un museo de arte sacro que está ubicado en la calle Socabaya.

## **LA PAZ COLONIAL**

El antiguo poblado indígena, asentado en esta región, llevaba el nombre de Chuquiago y fue avistado (por primera vez) el año 1535, por el capitán español don Juan Saavedra, quién formaba parte de una expedición de Diego de Almagro que se dirigía a Chile. Don Pedro de la Gazca, para conmemorar el fin de la guerra civil entre almagristas y pizarristas, encomendó a don Alvaro de Mendoza la fundación de la nueva ciudad, con el nombre de "Nuestra Señora de La Paz". Tres días después y debido a la inhospitalidad del clima, se trasladó el contingente español al valle de Chuquiago. El emperador Carlos V

envió a la ciudad en el año 1555 un escudo de armas con la leyenda: "Los discordes en concordia en paz y amor se juntaron y pueblo de paz fundaron para perpetua memoria", en referencia a la paz entre Almagro y Pizarro.

### **NEVADO DE CHACALTAYA**

Chacaltaya se sitúa a 5.600 mts s.n.m., y es en donde se encuentra la pista de ski más alta del mundo, ofreciendo así un panorama incomparable de los nevados de la cordillera Real. En Chacaltaya también funciona el Laboratorio de Física Cósmica.



## **5.2 TURISMO EN ORURO 27**

### **LAS CUATRO PLAGAS**

Las hormigas.- lugares de esparcimientos de arena fina que se mueven de norte al este, con relaciones a la ciudad de Oruro. El poder de la ñusta salvadora del pueblo Uru, las convirtió de voraces hormigas en límpidas e



inofensivas arenas. La Vibora.- Es una afloración granítica tendida sobre tres colonias a lo largo de Vinto y Chiripujio, dando la impresión óptica de una monumental serpiente que muestra claramente. El Cóndor.- Es un perdón de caprichosa conformación semejante a un cóndor en actitud de levantar vuelo. El sapo.- Norte de la ciudad de facial acceso mediante micros y taxis.

## **PREFECTURA DE ORURO**

Uno de los principales atractivos turísticos dentro de la metrópoli orureña son las constricciones arquitectónicas de plazas, parques y de instituciones publicas. La prefectura el departamento de Oruro es una de las principales atracciones en el centro de la ciudad por su arquitectura. En carnavales la prefectura se convierte en un paso obligatorio para los danzarines en su ruta por devoción a la- virgen del socavón.

## **CULTURA CHIPAYA**

Los Chipayas pertenecen a la cultura Uru-Chipaya, cuyos orígenes se remontan aproximadamente a 2.500 años AC, siendo considerada la cultura más antigua de América. Chipaya está próxima al Salar de Coipasa a orillas del rio Lauca.

Las características únicas de este pueblo en tradiciones, idioma, vestimenta, peinado de las mujeres, construcción de sus viviendas redondas, preparación de sus alimentos, etc.

## **PARQUE SAJAMA**

El parque nacional Sajama es la primera área protegida de Bolivia (100.230). su identidad esta marcada por el volcán nevado de Sajama a 6542 m.s.n.m, y por el resto el las montañas a su alrededor entre los cuales se extienden amplios bosques y praderas en las que llamas y alpacas Vivian juntos a la fauna silvestre.

Así mismo, el paya chatas (Parinacota con 6.032 m.s.n.m.), el bosque de queñuas más alto del mundo (nombre científico: Polipys-Tarapacana), la laguna Huayñakota y la cadena de geisers que son productos de actividades volcánicas.

### **AGUAS TERMALES CAPACHOS Y OBRAJES**

Sus aguas, calientemente medicinales, son toda una tentación para los turistas que llegan a Oruro, Capachos, que se encuentra a 12 kilómetros de la ciudad tiene piscinas cubiertas e individuales; Obrajes a 25 kilómetros es un importante centro recreativo en el que hay un cómodo alojamiento. Arenales de San Pedro:

Las impresionantes dunas de arena, que parecen extraídas de un gigantesco desierto de dan un panorama especial a las faldas del cerro San Pedro que esta a dos kilómetros de la ciudad.

### **CARNAVAL DE ORURO**

Si bien se conoce a Oruro principalmente por su magnífico y suntuoso Carnaval, detrás de esa colorida algarabía de bandas de músicos y bailarines con bellísimos atuendos se esconde un Oruro rico en recursos naturales y cultura ancestral, que desde su fundación en 1585 fue un importante centro minero con vasta producción de estaño, plomo, antimonio y plata.

### **PINTURA RUPESTRE QALA QALA**

Qala Qala, topónimo aymara que significa "Región de muchas rocas", es un sitio de arte rupestre ubicado en la cordillera oriental, a 21 km. Al este de la ciudad de Oruro. La mayoría de las representaciones consiste en pinturas en rojo, blanco, y negro: camélidos, felinos y figuras humanas estilizadas, que ilustran un importante faceta de la vida de los pobladores de la época.



### **5.3 TURISMO EN POTOSÍ 28**

#### **LAGUNA COLORADA**

Laguna colorada es una laguna situada dentro de la reserva nacional de la fauna andina Eduardo Avaroa, Bolivia, en el altiplano potosino cerca de la frontera con Chile tiene una superficie de 60 km<sup>2</sup> y una profundidad promedio de 35 centímetros. Esta considerada una laguna de tipo alto andina-salina, además contiene islas de bórax en los sectores noreste y sureste. La coloración roja de sus aguas rojas es debido a los sedimentos de color rojo y pigmentos de algunos tipos de algas, los tonos de agua van de marrones hasta los rojos intensos.

## **CERRÓ RICO DE POTOSI**

"Sumaj Orcko", el Cerro Magnifico, el centro, el núcleo vital de la existencia de Potosi. Actualmente, se puede visitar la mayor mina de su interior, la mina Pailaviri, hoy propiedad del Estado.

Está dividida en 17 niveles a los cuales se puede acceder mediante un elevador, que de tres en tres metros, nos lleva hasta 240 m de profundidad, nivel accesible al público. La temperatura en el interior de la mina puede variar unos 45° C entre el exterior y los niveles más bajos.

Hacia arriba del nivel de ingreso, a unos 70 m de altura, nos encontramos con el "Tio", representación del demonio o deidad horrenda poseedora de las minas, a quien se hacen ofrendas para sacar el metal de sus entrañas.

## **CONVENTO SAN FRANCISCO**

Esta iglesia data de 1547 y fue fundada por el Fray Gaspar de Velarde. Es el claustro mas antiguo de Bolivia su hermosa portada labrada en piedra es admirada por el visitante que llega ha esta tierra imperial. El interior de la iglesia esta decorado con lienzos del famoso pintor Melchor Pérez de Olguín y con altares neoclásicos. En uno de estos altares reposa la imagen del señor de Vera Cruz.

## **ÁRBOL DE PIEDRA**

El altiplano tiene una extensión 100.000 km<sup>2</sup> que se divide en dos partes el altiplano oriental y occidental, en el oriental se cuenta con mesetas y cerros con formaciones rocosas que llaman la atención. El árbol de piedra es una formación eólica que destaca de un conjunto de rocas volcánicas de diferentes figuras ubicadas en un arenal.

## **SALAR DE UYUNI**

Situado al suroeste de Bolivia, el salar de Uyuni es el salar mas grande del mundo. Dicen que tiene un estrato de 6 m de sal común muy pura. El salar esta a una altura de 3700 m, en el oeste de Uyuni y se extiende como una enorme llanura total plana y blanca. Esta extensión infinita es el resto de un mar que llenado todo el altiplano hasta el Lago Titicaca y en el curso de muchos millones de años el mar se desapareció.

### **LAGUNA VERDE**

En el sector suroccidental del departamento boliviano de Potosí próximo a la frontera con Chile, concretamente a la región septentrional de Antofagasta, se localiza la hermosa laguna Verde, situada a 4.700 m de altitud y a 40 km al noreste de la localidad chilena de San Pedro de Atacama. Este bello e inhóspito paraje se encuentra rodeado por elevadas cumbres, como el volcán Licancábur, adscritas al ramal occidental boliviano de la cordillera de los Andes.

### **FAUNA EN EL ALTIPLANO**

Los flamencos se constituyen en unos de los atractivos mas sobresalientes cuando uno visita alguna de las lagunas de colores. Forma parte de una gran familia de flamencos por lo que es llamado flamencos andino parima grande, es una especie de tamaño pequeño mientras en los Estados Unidos un flamenco macho puede llegar a alcanzar un metro con cincuenta centímetros de altura sus primos sudamericanos llegan a medir hasta un metro con veinte centímetros.

### **CASA DE LA MONEDA**

Son notables las maquinarias de laminación con sus tres conjuntos de engranajes de madera traídos desde España, las enormes vigas de cedro que soportan pisos y techumbres, la cúpula elíptica, donde esta el horno principal de fundición de plata. Debemos destacar sobre todo el archivo donde se guardan las de 80.000 documentos inéditos, relativos a la vida potosina. La colección de

cuños y troqueles es importante. El mascarón, que hoy caracteriza a la Casa de la Moneda, es sólo un aditamento grotesco, colocado al inicio de la guerra de la Independencia, probablemente cubre un escudo real.



## **5.4 TURISMO DE SANTA CRUZ 29**

### **PLAZA 24 DE SEPTIEMBRE**

La plaza 24 de septiembre es un punto de referencia importante de la ciudad, pues en el se encuentra una magnífica Catedral que cuenta con el museo.

Esta ubicada en el centro del casco viejo plaza 24 de septiembre recibió su nombre en honor a la fecha de levantamiento por el movimiento de la independencia de Santa Cruz. Actualmente es uno de los lugares mas importantes de reunión de los niños, adolescentes y adultos de todas las clases sociales y nacionales.

### **PARQUE AMBORO**

Parque nacional Amboró, parque nacional boliviano creado para proteger el área correspondiente al ambiente natural de Los Llanos de Mamoré. Localizado en el departamento de Santa Cruz, cerca de la ciudad homónima, abarca una superficie de 637.601 ha, toda vez que en 1990 fue ampliado y clasificado como parque nacional. Abarca a la totalidad de los elementos y procesos naturales de la zona delimitada y prevé un grado de intervención humana mínima, enfocada a las actividades de turismo y recreación, a proyectos de investigación no manipulativa y a programas de educación ecológica.

### **PARQUE NOEL KEMPF MERCADO**

parque nacional situado en el extremo centro-oriental del territorio boliviano, próximo a la frontera con Brasil. Su superficie alcanza las 914.001 ha y forma parte del departamento de Santa Cruz.

El parque debe su actual nombre al destacado biólogo boliviano, asesinado en el año 1986. Con anterioridad, fue denominado Parque nacional Huanchaca.

### **PARQUE ARENALES**

A cinco cuadras de la plaza esta el parque Arenal, donde se exhibe un mural de pintor cruceño Lorgio Vaca, que relata momentos de la historia de la ciudad.

El parque Arenal se constituye en uno de los centros turísticos mas visitados en el centro de la ciudad destacan entre sus atractivos la variedad de plantas y flores que le dan lugar un aspecto único a diferencia de los demás.

El parque "El Arenal" con su laguneta y la isla constituyen uno de los atractivos turísticos de Santa Cruz.

### **PANTANAL BOLIVIANO**

Por estar localizada en el centro del Pantanal mato-grossense, el acceso a la ciudad se torna difícil, aunque esté comunicada con Campo Grande a través de la carretera BR-262 y de la línea férrea Noroeste do Brasil, que, procedente de Sao Paulo, atraviesa el estado y enlaza con el ferrocarril boliviano en dirección a Santa Cruz de la Sierra. Dispone de aeropuerto. Su base económica está estructurada a partir del comercio con Bolivia y Paraguay, la cría de ganado estabulado del pantanal, la explotación minera (hierro, manganeso y piedra calcárea extraídos del macizo del Urucum) y el turismo rural, enfocado a la actividad pesquera desarrollada en los ríos y lagos circundantes.

### **CATEDRAL DE SANTA CRUZ**

Edificada por el mercenario Fray Diego de Porres en tiempo del Virrey español Toledo. En 1770, el obispo Ramón de Herbosos reconstruyó la iglesia encomendado al sacristán mayor Don Antonio Lombardo la ejecución de las obras. En la época de mariscal Andrés de Santa Cruz (1838) el viejo templo fue constituido por una nueva iglesia de estilo eclesiástico proyectada por el arquitecto francés Felipe Bestes.

### **MISIÓN JESUITA**

En la parte noreste del Departamento, se levantan magníficos templos restaurados de las antiguas misiones jesuíticas. Se trata de verdaderas joyas arquitectónicas conservadas por los pueblos que aún poseen manifestaciones culturales de la época misional. Lo interesante y singular es que no se trata de templos en ruinas o en lugares abandonados, sino de templos que cumplen su función religiosa en pueblos vivos.

### **RUINAS DE SAMAIPATA**

A una distancia de 120 kilómetros de Santa Cruz de la Sierra, sobre 1.640 m/snm se encuentra la población de Samaipata, principal centro de servicios de la región que ofrece al visitante un lugar de descanso en un ambiente de estilo



colonial y con agradable clima fresco. Ríos de agua cristalina que se precipitan en pequeñas cascadas forman balnearios naturales. La hospitalidad de sus moradores es digna de destacar para aquellos que desean recorrer la campiña y principalmente conocer el centro de arquitectura Rupestre más importante de América del Sur: el Fuerte de Samaipata.



## **5.5 TURISMO EN COCHABAMBA 30**

### **CHAPARE**

Zona de bosques húmedos subtropicales, situada en las puertas de la Amazonia, con enormes recursos en maderas finas como la mará, caoba, cedro, laurel, balsa, pino y otras. Además de su riqueza natural en materias primas para la industria, el Chapare es la región del futuro en Cochabamba para el desarrollo del ecoturismo, por ser una zona subtropical, de ríos insertos en la cuenca del Amazonas, con biodiversidad de especies en flora y fauna sumamente importante y atractivos naturales de gran belleza y esplendor.

### **PAIRUMANI**

Lugar de ensueño, morada de campo del "Barón del Estaño" Simón I. Patino, hoy abierta al público exhibiendo sus elegantes salones y mobiliario, además de sus maravillosos jardines y paseos.

Forma parte de la fundación Patino que además cuenta con un centro cultural que lleva el nombre de uno de los magnates mas grande del mundo.

### **PLAZA 14 DE SEPTIEMBRE**

LA plaza 14 de septiembre es considerada como el centro del la ciudad en fechas cívicas ciento de estudiantes, empleados de instituciones publicas, militares realizan su paso marcial para homenajear algún aniversario cívico. Alrededor se encuentra la prefectura del departamento la catedral de la ciudad a unos cuantos metros el teatro Acha.

### **TELEFÉRICO**

EL teleférico en el medio de trasporte en la ciudad de Cochabamba conecta el folicular con el Cristo de la concordia situado en uno de los cerros en Cochabamba en considerado como uno de los atractivos turísticos mas visitados de la ciudad porque permite llegar de forma rápida a los pies del monumentos mas altos de América.

### **CRISTO DE LA CONCORDIA**

La ejecución del Cristo de la concordia se constituye en uno de los atractivos mas importantes de la capital del departamento cercado, tuvo lugar desde el año 1989. Esta obra de envergadura fue llevada adelante por la iglesia católica y con aportes de diversas fuentes. El Cristo es el mas alto del mundo 33, 4 0 metros, y es una inmensa estructura de hormigón armado y con sus brazos extendidos representa la vitalidad la hospitalidad del pueblo Cochabambino.

### **LAGUNA ALALAY**

Se encuentra en la ciudad de Cochabamba muy cerca del centro de la ciudad es uno de los atractivo turísticos mas visitados en la ciudad fue acondicionado para el deporte de atletas como de ciclistas.

La laguna Alalay significa frío tiene en su entorno (aproximadamente 7 km.) una faja vehicular asfaltada la cual permite el tráfico normal de vehículo.

### **PINTURA RUPESTRE EN ICLA**

Pintura rupestre, se halla de los márgenes del río Toro Toro y revelan la presencia de culturas líticas correspondientes al periodo pre-cambriano, andino o preformativo. Según los estudiosos, las pinturas fueron un medio de comunicación desarrollados por las sociedades nómadas de la prehistoria.

### **PALACIO DE LOS PORTALES**

Edificio construido en los años 1915 y 1927 en base al diseño arquitectónico francés Eugene Bliault. Fue la residencia de Simón Iturri Patino, millonario boliviano llamado "el varón del estaño". Este lugar es un bello ejemplo de estilo ecléctico, donde elementos heterogéneos que lo componen se fusionan resultando un conjunto de gran armonio y integración arquitectónica.



## **5.6 TURISMO EN CHUQUISACA 31**

### **LA RECOLECTA**

El monasterio de la recoleta, fundado en 1.601 por le orden de los Franciscano. Ambiente de serenidad y oración en medio de patios cuadrados rodeados por corredores con columnas de piedras desde donde se aprecian hermosos jardines con rosas y geranios en flor

### **CORTE SUPREMA DE JUSTICIA**

Consolidada la independencia y creada la república de Bolivia, el 6 de agosto de 1825, el libertador Simón Bolívar incorporo en la legislación los altos poderes del estado para una adecuada administración del gobierno. En esa tarea, el Mariscal Ayacucho, Antonio José de Sucre, dicto el decreto de 27 de abril del 825, creando la corte superior de de Chuquisas, en sustitución de la audiencia territorial de "Los Charcas", con jurisdicción en las provincias del alto Perú.

### **HUELLAS DE DINOSAURIOS**

Unos 7 km. De la ciudad de Sucre uno pude ver ejemplos excelentes de huellas de dinosaurio a Cal Orko. Esta área es una joya del paleontológico donde hay ejemplos innumerables de mas de 2 0 tipos de huellas encima de una extensión de unos 800 por 30 metros. También pueden encontrarse las huellas en las comunidades del pueblo de Maragua Y Quila Quila, a una distancia de 75 Km. de Sucre.

### **PUENTES MENDEZ**

Localizado sobre el río Pilcomayo al puente Méndez fue construido en el final del siglo XX es un puente de suspensión sostenidos por las torres que son el atractivo por le tipo de construcciones medievales. Hoy se ha conservado como

monumentos nacional. Es una de los sitios turísticos mas visitados para los aventureros, el río Pilcomayo durante la época de lluvia alcanza caudales sorprendentes por lo que el puente se convierte en un paso obligatorio para el turista.

### **PLAZA 25 DE MAYO**

La plaza 25 de mayo es el epicentro de la capital de la república y es el centro histórico de América, en ella se dio el primer grito libertario. Alrededor de la plaza sucedieron los hechos más importantes del país por ella atravesó el Dr. Jaime Sudanes preso por Pizarro por las subvenciones. Este acontecimiento causo el coraje de la población que finalmente término por apresar a Pizarro y por hacer repicar las campanas de la iglesia que ahora se conocen como las campanas de la libertad.

### **CASA DE LA LIBERTAD**

Se denomina "casad de libertad" al antiguo edificio universitario de los jesuitas por que en el se graduaron como doctores de charcas los principales protagonistas de la revoluciones de 1809; el 25 de mayo en Chuquisaca, el 16 de julio en La Paz, el 10 de agosto en Quito, así como el 25 de mayo de 1810 en Buenos Aires, porque en recinto se proclamo la independenciam del Alto Perú.

### **CASTILLO DE LA GLORIETA**

A solo siete kilómetros de sucre, se encuentra esta ecléctica construcción, que se caracteriza por la confusa mezcla deestilos arquitectónicos, entre los cuales se puede apreciar rasgos góticos, renacentistas, barrocos, neoclásicos y mudejares.

### **CATEDRAL METROPOLITANA**

En 1583, Francisco Veramendi tal vez pariente de Juan Miguel tuvo a su cargo la construcción de una capilla, 1599 el albañil Juan Jiménez contrato la capilla del Baptisterio y el coro.

El templo original era una nave cubierta con crucería.



## **5.7 TURISMO EN BENI 32**

### **CACHUELA ESPERANZA**

A principios de siglo, fue el mayor centro comercial de la región por la goma y el caucho. Está situada en el margen derecho del Río Beni, a unos 43 km de Guayamerín. Es la segunda ciudad en importancia del departamento. Fue descubierta en 1846 por el científico boliviano José Agustín Palacios. Es la más hermosa e importante entre todas las murallas naturales de los ríos Mamoré y Madera. La grandiosa y bellísima ciudadela de este nombre es un mudo testimonio de la opulencia y la riqueza de un pasado de esplendor y derroche. Ha sido rehabilitada para acoger a los cada vez mayores flujos de visitantes.

## **GUAYARAMERIN**

Guayaramerín, localidad portuaria de Bolivia situada en el norte del departamento de Beni, en la margen izquierda del río Mamoré, que constituye la frontera con Brasil. Al otro lado de este curso fluvial se encuentra la población brasileña de Guajará-Mirín, ya 93 km al oeste de Guayaramerín la ciudad de Riberalta, con la que está comunicada por un camino transitable sólo durante la época seca. Su economía se basa en un activo comercio, que ha permitido el desarrollo y modernización de Guayaramerín; la mejora de las comunicaciones en el país ha contribuido decisivamente a ello.

## **SAN IGNACIO DE MOXOS**

El fanatismo religioso de los moxos fue explicado de esta manera por el padre Diego de Eguilus. Antes de la evangelización los indígenas se consideraban a la castidad y al ayuno mas riguroso para optar al sacerdocio del tigre (Komokoi); otras permitían hasta la inmolación de sus familias bajo el régimen de un catolicismo ciego tenían que volver fanáticos.

El viernes santo, una multitudinaria procesión acompañaba al Cristo que era flagelado; mientras que sus seguidores se proferían heridas con látigos acerados, espinas cadenas o maderas rústicos.

## **LOMA CHUCHINI**

Este centro turístico esta ubicado a 14 Km. al noreste de la ciudad de Trinidad, Chuchini cuenta con lagunas y ríos para la pesca y navegación, como el lbare, que desemboca al río Mamoré, al mismo tiempo cuenta con bosques para paseos y cacerías. Lo que llama la atención son las Lomas pre-coloniales donde se encuentran riquezas arqueológicas que atraen al turista extranjero. Chuchini significa "quarida del tierra".

## **RIBERALTA**

Riberalta, ciudad del departamento boliviano de Beni en la cuenca del Amazonas, a orillas de río Beni, situada aguas arriba de la confluencia con el río Madre de Dios. Las coordenadas geográficas que la definen son: 11° de latitud S, 66° 6" de longitud O y 159 m de altitud. Es centro de actividad agrícola tanto de productos ecuatoriales de carácter silvícola como la nuez del Brasil, nuez de palma, caucho (que ha sufrido altibajos) y maderas nobles y duras (caoba, palisandro, Jacaranda) o de cultivos de subsistencia (arroz, hortalizas, maíz y bananos), también de productos crematísticos o comerciales entre los que hay que citar el algodón y la caña de azúcar.

### **RURRENABAQUE**

Esta es una población exótica donde se pueden hallar esculpidos sobre la roca granítica del "El Cañón del Bala" etc., entre éstos sobresalen serpientes y otras representaciones de animales. Así también se puede disfrutar de la pesca de los peces surubí, dorado, azulejo, pacú y piraíbas, además de los diversos panoramas y animales existentes, convirtiéndose así en uno de los lugares más hermosos de la amazonia boliviana.

### **TRINIDAD**

Trinidad (Bolivia), ciudad y capital del departamento de Beni, en la comarca amazónica de Bolivia. Desde 1976 hasta hoy, su población no ha sufrido apenas cambios, aunque anteriormente había crecido gracias a sus grandes posibilidades. Se halla localizada a orillas del río Mamoré, en el que cumple la función de puerto fluvial y aéreo. Es también un importante centro comercial, especialmente de productos derivados del ganado vacuno, así como de los cultivos tropicales: caña de azúcar, arroz y algodón. Fundada en 1556, se trasladó en 1562 al lugar que hoy ocupa, próximo a las ruinas del palacio de Gran Mojo (o Moxo).

### **RIO BENI**



Beni (río), río boliviano que discurre por tierras de escaso desnivel, salpicadas de accidentes topográficos poco significativos y sujetas a inundaciones frecuentes; con una longitud de 1.610 km, transita una llanura pantanosa, en la que abundan las lagunas y los lagos. Junto con los cursos de los ríos Mamoré y Guaporé (o Iténez), el río Beni desagua en territorio de Brasil al río Madeira, representando en conjunto el 10% del caudal del río Amazonas. La región amazónica de Bolivia, en el extremo noreste de su territorio, configura una inmensa cuenca hidrográfica que escurre las aguas que descienden de la cordillera Oriental de los Andes y del Chaco boreal.



## **5.9 TURISMO EN TARIJA 33**

### **COIMATA**

Ubicado a 15 kilómetros de la ciudad de Tarija, Coimata es un atractivo natural con caldas con agua cristalina que descienden entre dos cerros. Al final el la

vertiente se ha formado una piscina muy recurrida debido a la baja temperatura del agua.

Quebrada arriba, unos 3 kilómetros aproximadamente, se encuentra un chorro de unos 30 metros de calda, que junto a la abundante y hermosa flora, representan uno de los sitios mas visitados. Uno de los balnearios mas bonitos del valle ideal para realizar caminatas por las caldas del agua o bien aprovechar sus pozas de aguas cristalinas.

### **YACUIBA**

Yacuiba, ciudad boliviana, capital de la provincia de Gran Chaco, en el departamento de Tarija. Situada en la frontera con Argentina, está conurbada en la práctica con la ciudad de Profesor Salvador Mazza (también conocida como Estación Pocitos), perteneciente a la provincia argentina de Salta. Actúa como centro comercial y de distribución de la producción petrolífera que se lleva a cabo en la región.

### **ENTRE RÍOS**

Entre Ríos se encuentra en la provincia O'connor y en la capitalidad de la provincia, constituyente una zona de vinculación entre el gran Chaco y los países de Argentina de Paraguay.

Su festividad más importante es la veneración a la virgen de Guadalupe. La música se caracteriza por la tomada entrerriana, cueca, chacarera y la música propia del pueblo guaraní.

### **RIO PILCOMAYO**

El rio Pilcomayo nace y forma la red fluvial en su cuenca activa casi totalmente la república de Bolivia, es aquí donde se produce la totalidad de las lluvias que

se forman la parte mas significativa de los caudales de su curso principal. No existiendo caudales por deshielo.

### **CATEDRAL METROPOLITANA**

La catedral de la ciudad de Tarija es una de las mas visitadas y admiradas de la ciudad debido a las obras artísticas que albergan en su interior.

Construida en 1810 por jesuitas y declara catedral en 1927, su construcción permite tener idea del estilo arquitectónica de la época.

### **LA CASA DORADA**

Manifestaciones artísticas como el teatro, la música y la danza, han convertido a la casa dorada en principal escenario de las actividades culturales del región. Se trata de una notable obra arquitectónica del siglo anterior cuya fachada simula en zócalo columnas a manera de ambas puertas y ventanas.

La parte superior muestra ventanas con vanos ojivales inscritos en huecos de medio punto al estilo renacentista florentino.

### **LA CASA DE MOTO MÉNDEZ**

Esta casa funciona como museo desde el 18 de septiembre de 1966, exhibiendo los objetos personales que pertenecen al guerrillero Tarijeño José Eustaquio Méndez y otras reliquias de la guerra de la independencia. Cuenta la historia le conocía con el nombre de moto Méndez porque le faltaba uno de los brazos y combatió con los realistas con un solo brazo. Cuando joven Eustaquio Méndez desde joven fue inquietado por injusticias por los Españoles lo que le llevo ha conformar partes de los ejércitos de subversión.

### **SAN LORENZO**

A 16 kms. de la ciudad cuna del héroe nacional, guerrillero Manuel Eustaquio Méndez, llamado el "moto", acá se puede observar un verdadero estilo colonial

español con calles empedradas, techos de teja, edificios con balcones y rejas, entre los cuales se encuentra la casa del "moto" Méndez, considerada un museo.



## **5.10 TURISMO EN PANDO 34**

### **RIO ABUNA**

Abuná, río boliviano resultante de la confluencia de los cursos fluviales Kharamanú y Chipamanú, junto a la localidad fronteriza de Plácido de Castro. Pertenece a la cuenca del Norte o del Amazonas. Discurre a lo largo de unos 185 km hacia el este, hasta unirse al Madeira a orillas de la ciudad de Manoa. Unos 50 km de su curso son navegables, entre General Ovando y Manoa. A él afluyen las aguas del Rapirrán, Manú, Buen Futuro, Illa, Pacahuara, Negro,

Blanco y Cuyubín. Su cauce constituye la frontera internacional de Brasil y Bolivia.

## **AMAZONIA**

Amazonia, amplia región natural que se extiende de norte a sur entre el macizo de las Guayanas y el escudo o macizo Brasileño, y este a oeste desde el océano Atlántico hasta la cordillera de los Andes. Su enorme superficie, 7.000.000 km<sup>2</sup>, ocupa los territorios de Brasil, en su mayor parte, y en menor proporción los de Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Venezuela, Surinam, Guyana y Guayana Francesa.

## **LA FAUNA UN ATRACTIVO**

Capibaras habitad: bosque alto de meseta, bosque bajo inundadizo y pampas. Habitad cercanas al agua con vegetación, márgenes de ríos y pantanos. Estado de conservación: menor riesgo. Distribución: en Beni, Pando-Santa Cruz. Amenazas: especie cazadas con fines de subsistencia (carne comestible) y reducción de su habitad. Forman parte de la reserva de manuripi, esta especie vive ha orillas del río y por su vida silvestre es uno de los atractivos del departamento junto con otras especie conforman las especies en extinción.

## **RESERVA MANURIPI**

La reserva de manuripi forma parte del sistema nacional de áreas protegidas de Bolivia y es administrada en forma directa por el servicio nacional de Áreas protegidas (SERNAP). La gestión el la reserva se inicio en 1999 a la cabeza de un director y un equipo de guarda parques que vienen implementando diferentes programas en el área.

## **RIO TAHUAMANU**

La características notarias de este río es de color de sus aguas, de color café claro, producto de los desbarrancamientos en su curso de algo así como 2 50

kilómetros desde su nacimiento en el Perú su confluencia en el manuripi, con el que forma el Orthon. Desde su nombre aborigen que se ha mantenido a la gran cantidad de un producto silvestre comestible llamado "tahua" (ambaiba) que existe en sus orillas y "manu", río significado entonces en dialecto araona tahuamanu río de las ambaibas.

### **COBIJA**

Cobija, ciudad capital del departamento de Pando en Bolivia, en la frontera con Brasil. El río Acre que la baña, marca la separación con el estado brasileño de Acre y separa Cobija de la ciudad gemela brasileña de Brasilia. Es conocida preferentemente por la elaboración del caucho; no obstante alberga todas las funciones administrativas que cumple una capital. La región es fundamentalmente maderera (árbol del caucho o hule, maderas duras), y posee una agricultura de subsistencia (arroz, mandioca, caña de azúcar, pina

### **MUSEO JUNIN**

El paseo Junín es la muestra clara de la belleza natural pandina, vemos hacia el sur un paisaje holandés elevado alto con una enorme y ondulada pradera con un color verde esmeralda. Es sitio tranquilo que invita al turista a descansar rodeado de belleza natural y de un clima cálido, la belleza natural es uno de los activos por excelencia a todo esto debemos sumar la hospitalidad de sus habitantes que siempre están dispuestos a brindar su ayuda.

### **IGLESIA DE COBIJA**

En la ciudad de Cobija existe etnias como las Toromonas, Pacahuaras, Machicangas, estas etnias se mostraron agracias a los conquistadores por lo que el rey de España manda a nuevas orden formada como consecuencia de reforma en España. Esta nueva orden se denomino a la compañía de Jesús y estuvo al mando de Ignacio de Loyola un militar fervientemente católico. Esta

fue una de las primeras órdenes religiosas que se adentraron en la amazonia Boliviana.

## **CAPITULO VI**

### **CONCLUSIONES Y PROPUESTA NORMATIVA**

#### **6.1 POTENCIALIDADES DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA**

La normativa actualizada y promocional del turismo receptivo, tendría efectos positivos en los siguientes ámbitos económicos:

- Incremento de divisas, en USD, Euros u otras monedas extranjeras con réditos positivos para el país.
- Aumento en la construcción de carreteras, puentes, aeropuertos y puestos fluviales desde la perspectiva de la inversión pública.
- Aumento de las inversiones privadas en la rama de la construcción de hoteles, restaurantes, centros de entretenimiento.
- Incremento de los servicios privados de hotelería, restaurantes, transporte, entretenimiento y otros servicios.
- Aumento del empleo en la construcción, servicios hoteleros, restaurantes y entretenimiento.
- Aumento de la producción artesanal de manera mas significativa.

Las conclusiones que se derivan a esta propuesta serian:



## **6.2 PROPUESTA COMPLEMENTARIA A LA LEY GENERAL DEL TURISMO EN BOLIVIA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA**

### **CAP. ATLAS TURÍSTICO DE BOLIVIA**

**Art.** Elaborar el Atlas Turístico de Bolivia como herramienta para promover el turismo a nivel receptivo y general.

El Atlas contiene los bienes culturales nacionales, atractivos turísticos, sitios de interés, zona de preservación natural y áreas de desarrollo del turismo sustentable.

### **CAP. DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA**

**Art.** Para el turismo receptivo.

El Viceministerio de Turismo en coordinación con la cancillería deberá coordinar acciones de promoción turística en base al ordenamiento turístico del territorio y el Atlas Turístico en los mercados de Europa, Norteamérica, Asia y Latino América.

**Art.** El ordenamiento turístico del territorio comprende:

- a) Naturaleza y características de los recursos turísticos
- b) Vocación de cada zona o región turística.
- c) Compatibilidad con la ley del medio ambiente
- d) Impacto turístico y su desarrollo

## **CAP. INVERSIÓN EN TURISMO**

**Art.** Promover la inversión en turismo a través del Ministerio de Hacienda, Ministerio de Obras, Prefectura y Municipios en infraestructura carretera, área fluvial.

**Art.** Promover la inversión privada nacional en turismo a través de financiamiento crediticio preferencial y liberalización arancelaria del equipamiento importando.

**Art.** Promover la inversión extranjera en Turismo otorgando las facilidades administrativas y de fomento arancelario.

## **CAP. LA EMPRESA INDÍGENA - COMUNITARIA – CAMPESINA**

**Art.** La naturaleza de la vocación del turismo esta basado en la Cultura Andina, estableciéndose las facilidades de fomento crediticio, promocional, infraestructura a la empresa indígena – comunitario – campesina en materia de turismo.

## **CAP. CADENA PRODUCTIVA ARTESANAL**

**Art.** El Viceministerio de Turismo en coordinación con los municipios debe promover y estimular la producción artesanal a través de cadenas productivas que logran impactos de valor agregado y desarrollo local en coordinación con los gremios artesanales.

## **CAP. DE LA SEGURIDAD AL TURISTA**

**Art.** Créase la Red de Protección al turista encargada de:

- a. Elaborar el Plan de rotación al turista en coordinación con la Policía Nacional
- b. Ejecutar acciones que garanticen las seguridades turísticas integral.

- c. Coordinación con las instituciones competentes acciones de prevención, atención y sanción de atentados, agresiones, secuestros y amenazas contra turistas de conformidad a la legislación presente.
- d. La red de protección al turista esta conformado por el Vicepresidente de Turismo, el Viceministerio de Seguridad ciudadana, la Cancillería, la Policía Nacional el Municipio en las áreas urbano y las autoridades originarias en el sector rural.

### **CAP. COMPETITIVIDAD**

**Art.** El Viceministerio de turismo es el encargado de promover la competitividad turística a través de:

- a. Elaborar estudios y proyectos de oferta turística.
- b. Simplificar los procesos administrativos en materia de inversión, promoción y permanencia turística.
- c. Promover nuevos desarrollos turísticos
- d. Promover la investigación, tecnificación y profesionalización turística.
- e. Promover el estudio de las potencialidades de demanda turística.
- f. Coordinar con el Ministerio de Obras Públicas , Prefecturas y Municipios, obras de infraestructura y edificaciones que sustentan la oferta turística.

### **CAP. CALIDAD**

**Art.** Con los distintos actores de la actividad turística, instituciones ligadas al turismo del sector público, el sector privado y las comunidades indígenas – campesinos – originarios se debe velar por la calidad de los servicios turísticos, la satisfacción de los turistas y la preservación de sus derechos.

### **CAP. TURISMO SUSTENTABLE**

**Art.** Se debe promover el uso óptimo de recursos naturales

**Art.** Se debe respetar la autenticidad cultural del patrimonio nacional y de las comunidades indígenas – campesinas – originarias.

**Art.** Se debe asegurar la preservación de los recursos patrimoniales, culturales y naturales.

**Art.** Se debe cuantificar los beneficios netos del turismo en términos de divisas, inversión, producción de infraestructura, servicios, artesanías y empleo.

#### **CAP. DESCUENTO DE IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE BIENES INMUEBLES (IPBI) A LA ACTIVIDAD HOTELERA.**

**Art.** Se amplía con carácter indefinido la valuación de los bienes inmuebles hoteleros sobre el 40% de la base imponible de acuerdo a las normas y uso de clasificación de cada Gobierno Municipal.

#### **CAP. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

**Art.** El Ministerio de Desarrollo Productivo es el encargado de diseñar la estrategia de la actividad turística a largo plazo como política de Estado.

### **6.3 CONTENIDO DEL ATLAS TURÍSTICO**

#### **ATLAS TURÍSTICO**

- Mapa de Carreteras
- Mapa de Aeropuertos
- Mapa de Ferrocarriles
- Mapa de Transporte Fluvial
- Mapa Político Administrativo de Bolivia
- Mapa Físico de Bolivia

- Rutas turísticas
- Hoteles y sus categorías
- Hoteles y Tarifas
- Carta de servicios hoteleros
- Turismo urbano
- Turismo rural
- Patrimonio cultural
- Eventos culturales
- Eventos deportivos
- Áreas naturales y de preservación ecológica
- Ofertas de Aventura
- Clima promedio por temporadas
- Centros de información turística
- Agencias de turismo
- Restaurantes
- Mercados artesanales
- Consulados
- Casas de Cambio
- Centros de Atención Médica
- Oficinas de Información Turística
- Seguridad Ciudadana

## **6.4 CONCLUSIONES Y CONCORDANCIA DE LA HIPÓTESIS**

Siendo que planteamos que el turismo receptivo se puede ampliar como efecto de la normativa promocional, expresamos lo siguiente:

- 1º Desde el punto de vista de la planificación de largo plazo, se pueden establecer metas de crecimiento sostenido, que posibilitan la expresión de las potencialidades turísticas en el país.
- 2º Establecer y confeccionar el Mapa Turístico nacional, de manera que sea el instrumento ordenado y organizado de oferta turística es cada vez mas exigente en términos de administración y gestión turística.
- 3º La inversión pública a través del Ministerio de Obras Públicas es decisiva en la construcción carreteras, puertos, aeropuertos fundamentalmente.
- 4º El fomento a la inversión privada nacional y externa como eje de la expansión de servicios turísticos es fundamental, pues el crecimiento de esta infraestructura expande la oferta turística.
- 5º La promoción de la oferta turística nacional tiene que privilegiar a los países donde se concentra mas la demanda turística, aquí juegan un papel decisivo los operadores de turismo y el servicio exterior de la cancillería en el extranjero.
- 6º La seguridad y la red de seguridad al turista en países que se han caracterizado por la inseguridad pública es fundamental, pues algunos países de Europa y Norteamérica persuaden a sus ciudadanos de abstenerse a viajar a muchos países que no garantizan seguridad.
- 7º El control de calidad de los servicios turísticos en administración, hoteles, restaurantes, diversiones, transporte, higiene, seguridad, es prioritario porque de ello depende reciclar la demanda turística ampliada.
- 8º La incorporación de la empresa turística comunitaria de los pueblos indígena -campesino – originarios es fundamental, por la riqueza cultural

única y originaria que pueden ofrecer, así como la seguridad al turista en la zona de su actividad.

9º La expansión turística tiene impacto inmediato en la demanda de productos artesanales, lo que significará mayores grados de producción y empleo en el sector.

10º Siendo que el presidente ha reconocido el carácter estratégico del turismo, se hace sucesoria la coordinación entre los Ministerios de Desarrollo Productivo y Economía Plural (ex de Industria – Comercio y turismo) el de Obras Públicas, la Cancillería y el Gobierno se hacen indispensables para enfocar el carácter estratégico del sector.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Gunn Carl         | Conceptos Básicos de Turismo<br>Grenn Ed. Washington 2002 |
| 2. Buckley Joseph    | Teoría de Sistemas<br>Grenn Ed. Michigan 1975             |
| 3. Gutierrez Gabriel | Teoría Sistémica y Turismo<br>UNAN, Mexico D.F. 1968      |
| 4. OMT               | Organización Mundial del Turismo<br>La Haya 2008          |
| 5. OMT               | Organización Mundial del Turismo<br>La Haya 2008          |
| 6. OMT               | Organización Mundial del Turismo<br>La Haya 2008          |
| 7. OMT               | Organización Mundial del Turismo<br>La Haya 2008          |
| 8. OMT               | Organización Mundial del Turismo<br>La Haya 2008          |
| 9. OMT               | Organización Mundial del Turismo<br>La Haya 1989          |
| 10.OMT               | Turismo en el Mundo                                       |



La Haya 2008

11.CPE

Constitución Política del Estado  
Gaceta Oficial La Paz 2009

12. Ley 1330

Ley de Privatización  
Gaceta Oficial La Paz 1992

13.Ley 2074

Ley de Promoción y Desarrollo del  
Turismo Gaceta Oficial La Paz 2000

14.Ley 2064

Ley de Reactivación Económica  
Gaceta Oficial La Paz 2000

15.Ley 1551

Ley de Participación Popular  
Gaceta Oficial La Paz 1994

16.Ley 1565

Ley de Reforma Educativa  
Gaceta Oficial La Paz 1994

17.Ley 1600

SIRESE La Paz  
Gaceta Oficial 1994

18. Ley 1654

Ley de Decentralización Administrativa  
Gaceta Oficial 1995

19.Ley 1333

Ley del Medio Ambiente  
Gaceta Oficial La Paz 1992

20.Informe

Informe Viceministerio de Turismo  
La Paz 2008

21.INE	Estadísticas Económicas La Paz 2009
22.INE	Estadísticas Económicas La Paz 2009
23.UDAPE	Informe del Sector Turístico La Paz 2008
24.Machicado Carlos	Estructura del Turismo UDAPE 2004
25.UDAPE	Informe del Sector Turístico La Paz 2008
26.Turismo La Paz	Viceministerio de Turismo Publicaciones 2008
27.Turismo en Oruro	Viceministerio de Turismo Publicaciones 2008
28.Turismo en Potosí	Viceministerio de Turismo Publicaciones 2008
29.Turismo en Santa Cruz	Viceministerio de Turismo Publicaciones 2008
30.Turismo en Cochabamba	Viceministerio de Turismo Publicaciones 2008

31. Turismo en Chuquisca	Viceministerio de Turismo Publicaciones 2008
32. Turismo en Beni	Viceministerio de Turismo Publicaciones 2008
33. Turismo en Tarija	Viceministerio de Turismo Publicaciones 2008
34. Turismo en Pando	Viceministerio de Turismo Publicaciones 2008