

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMIA
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS**



TRABAJO DIRIGIDO

PETAENG

DEMANDA DE SERVICIOS TURISTICOS EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ

PERIODO 2007-2012

POSTULANTE: PAULINA TITO QUIROZ

TUTOR: Mg.Sc. PASTOR YANGUAS NAVARRO

**LA PAZ – BOLIVIA
2014**

DEDICATORIA:

A mis padres, Dionicio y Marcela (+) que me dieron vida,educacion apoyo y consejos

A mis hijos, Marcelo y Rocio por todo su cariño, comprension, apoyo que son la fuerza y el impulso en mi vida.

AGRADECIMIENTOS:

A DIOS

Por derramar sus bendiciones sobre mi y llenarme de fuerza y fe, para vencer todos los obstáculos desde el principio de mi vida.

A mi tutor el Lic. Pastor Yanguas Navarro, por su apoyo, en la corrección del trabajo de investigación.

A los docentes Relatores Lic. Humberto Palenque Reyes y Lic. Javier Loayza Ayala, por la revisión oportuna en el trabajo final.

A los Licenciados Roberto Ticona y Alberto Bonadona por todo el apoyo brindado el tiempo en el que se llevo la realización del Trabajo Dirigido.

RESÚMEN EJECUTIVO

El tema de la demanda de turismo en la Ciudad de La Paz está orientado en función a tareas, donde la primera tarea consistió en realizar un diagnóstico competitivo sectorial, donde los resultados obtenidos permitieron visualizar los problemas que frenan la productividad y competitividad del sector, desde la visión de los actores de la hotelería, de agencias de viaje y operadores de turismo del Departamento de La Paz.

En el intento de establecer la visión y misión del Turismo e identificar las fortalezas y debilidades del sector turístico, se planteó la necesidad de realizar diagnósticos por sectores en base a datos estadísticos con la participación de actores claves del sector y, en este escenario, compartir las percepciones de cada uno de ellos, determinar una visión compartida, identificar los factores claves del sistema que accionan u obstruyen el desarrollo del turismo en el Departamento de La Paz, durante el periodo 2007-2012. Los resultados obtenidos, dieron inicio a la estructuración y elaboración de la propuesta de una Estrategia Departamental.

La mejor manera de revertir estos factores, es trabajar en un factor que es fundamental, la “promoción turística” planificada y sostenible para tener “acceso y disponibilidad de recursos financieros para la promoción turística”. Es a través de esta acción que será posible revertir la escasa, ineficiente e indiferenciada promoción turística del destino, redescubrir el Departamento de La Paz como destino turístico en el ámbito internacional y, empezar a revertir aquellos indicadores que muestran como La Paz siendo la principal puerta de ingreso del turismo extranjero, en los últimos años, ha visto disminuido la recepción del flujo turístico, con efectos en la reducción de ingreso de divisas, poca o nula generación de empleos, subutilización de la infraestructura turística y algo que es muy importante para el Departamento de La Paz.

PAULINA TITO QUIROZ.

INTRODUCCION

Según esta visión la demanda turística las instancias componentes tanto gobierno nacional, prefectura del departamento, gobierno municipal de La Paz y sector hotelero de agencias de viaje, operadores de turismo del departamento de La Paz. Realizan incansablemente tareas de promoción de las innumerables atractivos turísticos existentes mediante planes de desarrollo como principal instrumento de trabajo para apoyar a la industria del turismo.

El trabajo de investigación gira a la propuesta principal como, promoción turística, sector hotelería de agencia de viajes, operadores de turismo. El desarrollo económico local de la ciudad de La Paz, primero la realización del diagnostico exhaustivo de cada uno, que permitieron establecer la parte con problemas con mayor precisión, estas determinaciones finalmente posibilitaran el diseño del marco propositivo como respuesta tentativas a las soluciones e ampliamente cuestionada.

El turismo como una actividad económica, generadora de divisas se distribuye en la economía nacional, este debe ser considerado no solo como una actividad común de prestación de servicios, si no como una actividad perteneciente a una sector importante de la economía que ayuda a equilibrar la balanza comercial.

Entre la promoción turística y el sector hotelería y agencias de viajes y operadores de turismo con desarrollo económico local, municipio de La Paz y el bienestar social durante 2007-2012 para cuyo propósito esta investigación se plantea en I.) Marco referencial metodológico, II.) Marco Teórico conceptual, III.) Marco Institucional, IV) Marco Propositivo y V.) Conclusiones y Recomendaciones-

Finalmente se trata de la descripción del tema turístico y al mismo tiempo propositivo de carácter integral donde hubo dificultades fueron respondidas mediante propuestas coherentes como promoción de sus atractivos turísticos.

PAULINA TITO QUIROZ.

INDICE GENERAL

CAPITULO I	
MARCO REFERENCIAL METODOLÓGICO	1
1.1.IDENTIFICACION DEL TEMA.....	1
1.2.DELIMITACIÓN TEMPORAL Y ESPACIAL.....	1
1.2.1. DELIMITACIÓN TEMPORAL	1
1.2.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL	1
1.3.CATEGORÍAS Y VARIABLES ECONÓMICAS	2
1.3.1. CATEGORÍAS ECONÓMICAS	2
1.3.2. VARIABLES ECONÓMICAS	2
1.4.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.5.OBJETIVOS.....	3
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	3
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.6.METODOLOGÍA DE INVESTIGACION	4
1.6.1 METODO	4
1.6.2 TIPO DE INVESTIGACION	4
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	6
2.1. Pensamiento mercantilista:	6
2.1.1. Pensamiento Clásico:	6
2.1.2. Pensamiento Monetarista:	8
2.2. TURISMO	9
2.2.1. Ingreso	11
2.2.2. Medio Ambiente	11
2.2.3. Desarrollo sostenible	12
2.2.4. Servicio Ambiental	12
2.2.5. Ecoturismo	12
2.2.6. Ofertaturística	13

2.2.7.	Demanda Turística	13
2.2.8.	Patrimonio	13
2.2.8.1.	PatrimonioTurístico	13
2.2.9.	ATRATIVOS TURISTICOS	14
2.2.9.1.	AtractivoCultural	14
2.2.9.2.	AtractivoNatural	15
2.2.10.	CONSUMO DE SERVICIOS TURÍSTICOS	15
2.2.11	INVERSION PÚBLICA DEL SECTOR TURISMO	15
2.2.12.	DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO	16
2.3.	DEMANADA EN EL MERCADO TURISTICO	17
2.3.1	MERCADO TURISTICO	17

CAPITULO III

MARCO INSTITUCIONAL	18
3.1.1. VICEMINISTERIO DE TURISMO	18
3.1.2. GOBERNACIONES DEPARTAMENTALES	19
3.1.3. GOBIERNOS AUTÓNOMOS MUNICIPALES	21
3.2.MARCO DE POLITICAS	22
3.3.MARCO NORMATIVO	23
3.3.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL	23
3.3.2. LEY 292, LEY GENERAL DE TURISMO BOLIVIA TE ESPERA	24
3.3.3. LEY DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA (LEY 2074)	27
3.3.4 DECRETO SUPREMO No. 2005 DEL 21 DE MAYO DE 2014 DE CREACION DE LA EMPRESA PUBLICA BOLIVIANA DE TURISMO	31

CAPITULO IV

SECCION DIAGNOSTICO	32
4.1.EL TURISMO EN BOLIVIA	32
4.2.MUNICIPIO DE LA PAZ	33
4.3.EL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ	39
4.3.1. PROMEDIO DE TURISTAS QUE INGRESAN AL MUNICIPIO DE LA PAZ CLASIFICADOS POR SEXO	39
4.3.2. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN EDAD	41
4.3.3. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN CONDICIÓN CIVIL	43
4.3.4. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN OCUPACIÓN ACTUAL	45
4.3.5. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN NACIONALIDAD	46
4.3.6. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA	48
4.3.7. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCIÓN	50
4.3.8. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN INGRESOS MENSUALES PERCIBIDOS	52
4.3.9. GASTOS DE TURISTAS SEGÚN INGRESO	54
4.3.10. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN PROMEDIO DE PERMANENCIA	56
4.3.11. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN MOTIVO DE VIAJE	58
4.4.INGRESOS DEL TURISMO	58
4.5.INVERSION PÚBLICA Y EL TURISMO	60

CAPITULO V

MARCO PROPOSITIVO	62
5.1.INTRODUCCIÓN	62
5.2.Contribución a las Exportaciones	63

5.3.Inversiones en el sector	65
5.3.1. Inversión Pública	67
5.4.Empleo.....	68
CAPITULO VI	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
6.1.CONCLUSIONES	69
6.2.RECOMENDACIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	78

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Bolivia: Turistas extranjeros que visitaron el país, 2007-2012	36
CUADRO N° 2 Bolivia: ingreso de turistas extranjeros, según mes, 2007-2012	37
CUADRO N° 3 Bolivia: Participación del ingreso del turismo sobre el PIB a precios corrientes, 2000-2012	38
CUADRO N° 4 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según sexo, 2012	40
CUADRO N° 5 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según edad (agrupada)	42
CUADRO N° 6 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según condición civil	44
CUADRO N° 7 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nivel de instrucción	51
CUADRO N° 8 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según ingresos mensuales percibido	53
CUADRO N° 9 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nivel de gasto, sin incluir transporte internacional (En \$u\$)	55
CUADRO N° 10 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según promedio de permanencia	57
CUADRO N° 11 La Paz: Ingresos del turismo internacional, 2012	59
CUADRO N° 12 Municipio de La Paz: Inversión destinada a turismo (En bolivianos)	61
CUADRO N° 13 Ingresos Generados por turismo receptivo y por las Exportaciones (En millones de dólares)	64
CUADRO N° 14 Inversión Pública en Turismo (En miles de dólares)	66
CUADRO N° 15 Inversión Pública en Turismo	67

INDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO Nº 1 Municipio de La Paz	33
GRAFICO Nº 2 Municipio de La Paz: Distritos urbanos, 2012	34
GRAFICO Nº 3 Bolivia: Turistas extranjeros que visitaron el país, 2007-2012	36
GRAFICO Nº 4 Bolivia: Participación del ingreso del turismo sobre el PIB a precios corrientes, 2007-2012	38
GRAFICO Nº 5 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según sexo, 2012	40
GRAFICO Nº 6 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según edad (agrupada)	42
GRAFICO Nº 7 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según condición civil	44
GRAFICO Nº 8 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según ocupación actual	45
GRAFICO Nº 9 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nacionalidad (Por Continente)	46
GRAFICO Nº 10 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nivel de instrucción	51
GRAFICO Nº 11 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según ingresos mensuales percibidos	53
GRAFICO Nº 12 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nivel de gasto, sin incluir transporte internacional	55
GRAFICO Nº 13 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según promedio de permanencia	57
GRAFICO Nº 14 La Paz: Ingresos del turismo internacional, 2012	59
GRAFICO Nº 15 Municipio de La Paz: Inversión destinada a turismo	61
GRAFICO Nº 16 Ingresos por Turismo receptivo vs. valores de exportación de los principales productos tradicionales y no tradicionales	64
GRAFICO Nº 17 Inversion Publica en Turismo 2007-2012	66
GRAFICO Nº 18 Inversion Publica en Turismo Millones de \$us. 2007-2012	67

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Bolivia: Agencias de viaje y Operadoras de turismo 2013	78
ANEXO N° 2 La Paz: Agencias de viaje y Operadoras de turismo según 2013	78
ANEXO N° 3 La Paz: Agencias de viaje y Operadoras de turismo según municipio de registro, 2013	79
ANEXO N° 4 La Paz: Guías de turismo registrados según municipio, 2013	79
ANEXO N° 5 Municipio de la Paz: Conformación de multidestinos de La Paz	80
ANEXO N° 6 Municipio de La Paz: Inversión destinada a turismo	80
ANEXO N° 7 Niveles de Demanda de Turismo	81

CAPITULO I
MARCO REFERENCIAL - METODOLOGICO

CAPITULO I

MARCO REFERENCIAL METODOLÓGICO

1.1. IDENTIFICACION DEL TEMA

«DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ»

Se realizara la presente investigación para ver como la demanda de servicios turísticos puede generar un efecto económico en el departamento de La Paz

1.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL Y ESPACIAL

1.2.1. DELIMITACIÓN TEMPORAL

El plazo considerado por el estudio, abarca las gestiones entre 2007 y 2012 años, puesto que desde esta fecha el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, ha implementado el sistema de monitoreo y fomento al turismo, bajo la administración de la Dirección Municipal de Promoción Turística, encargada de recolectar información sobre el flujo turístico receptor y emisor en el municipio.

1.2.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL

El área geográfica de estudio, es el municipio de La Paz, primera sección de la provincia Murillo, del departamento de La Paz

1.3. CATEGORÍAS Y VARIABLES ECONÓMICAS

1.3.1. CATEGORÍAS ECONÓMICAS

Para la presente investigación, se han de emplear las siguientes categorías económicas:

- ❖ MERCADO TURÍSTICO
- ❖ DEMANDA EN EL MERCADO TURÍSTICO

1.3.2. VARIABLES ECONÓMICAS

A los efectos de la presente investigación se han de emplear las siguientes variables, expresadas en forma funcional.

VARIABLE DEPENDIENTE
Consumidores de servicios turísticos

VARIABLE INDEPENDIENTE
Ingresos
Inversión pública

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El municipio de La Paz, es un destino turístico con mucho potencial, pero que lastimosamente debido a la falta de inversión pública destinada a la mejora de los atractivos turísticos no aprovecha en su verdadera magnitud el flujo de consumidores de servicios turísticos

LA DEMANDA DEL DESTINO TURISTICO NO MEJORA POR LA FALTA DE INVERSION EN EL MUNICIPIO DE LA CIUDAD DE LAPAZ

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

PROPONER LA APLICACIÓN DE LA INVERSIÓN PÚBLICA PARA MEJORAS EN DEMANDA AL SECTOR TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ RECOPIRAR DATOS DEL SECTOR TURÍSTICO.**
- ❖ COMPARAR LA INVERSIÓN PÚBLICA RESPECTO A LA DEMANDA DEL SECTOR TURISMO**
- ❖ EVALUAR EL FLUJO DE TURISTAS QUE VIENEN AL MUNICIPIO DE LA PAZ Y SU RELACIÓN INGRESO – GASTO.**

ACCIONES

- En las fuentes terciarias y secundarias para que se vuelvan primarias.
- De la información recogida se compara con la inversión pública y, con la demanda del sector turístico.
- Una vez comparado todo el sector turístico con la inversión, se diagnostica el flujo de turistas en el municipio de La Paz.
- Y se propone la aplicación de la inversión para misión de la demanda turística.

1.6. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN**1.6.1. MÉTODO**

El método de aplicación al presente trabajo será el método “deductivo”, en este método se desciende de lo general a lo particular, de manera que empiezo estudiando la demanda de servicios de manera general en el municipio de La Paz, para luego abocarse al estudio de la demanda del servicio turístico en el municipio de La Paz.

1.6.2. TIPO DE INVESTIGACION

El método comparativo permite establecer la semejanza y diferencia de los fenómenos por su forma e inferir de ellos una conclusión y de esa manera buscar su categoría, de las categorías es decir incentiva a descubrir la correlación que existe entre los fenómenos y las particularidades de su desarrollo, ejemplo establecer sus diferencias y similitudes culturales, social y de costumbres.

El método de correlación o asociativa tiene por finalidad establecer relaciones de concomitancia o combinación entre las variables en base a las cuales se pueden realizar las predicciones obtenida con método correlacionales no tiene valor causal dado que se basan en la ocurrencia conjunta de los hechos o variables simultaneo de las variables, y no se puede decir que la variación en la variable para la que se realiza las predicciones es ocasionada por la variable predoctora.

CAPITULO II
MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Pensamiento mercantilista:

El concepto de Riqueza del Estado asociado a los flujos de metales preciosos caracteriza una forma de pensamiento que encuentra su respaldo teórico en las doctrinas mercantilistas, surge un registro sistemático de importaciones y exportaciones de mercancías bajo una visión macroeconómica establecida en la balanza comercial

Por otro lado los mercantilistas eran partidarios de una intervención de carácter general e indirecto del Estado y por ello, debía limitarse a promover o incentivar las exportaciones, a restringir las importaciones en general vía aplicación de barreras comerciales (aranceles, cuantías de importación,....), y a proteger a la clase comerciante, ejerciendo un control riguroso de consumo de artículos de lujo importados y caros¹

Finalmente los mercantilistas en su mayoría, fueron partidarios de un nivel nacional de precios altos o al menos rechazaban su baja, es decir vender caro los productos y comprar barato para obtener saldos comerciales favorables.

2.1.1 Pensamiento Clásico:

Adam Smith al sostener que las ventajas de la división del trabajo se pueden ampliar de las relaciones humanas hacia las relaciones entre naciones incide en la

¹TorrezGaytan Ricardo ; *Teoría del comercio Internacional* ; pagina 35

especialización de como un mecanismo efectivo que permite a los países obtener ventajas de su economía exterior.

En el marco general de la idea del orden natural y contrario a las interferencias del estado, Smith desarrollo su teoría de las ventajas absolutas en la promoción de bienes , ya sean estos de origen natural y/o adquiridos , el cual constituye uno de los mejores aportes de Smith para el comercio internacional.

Adam Smith también hace referencia a las devolución de impuestos (Draw Back) ², donde este tipo de subsidios permite “que se bonifique al comerciante, cuando exporta su mercancía, bien con la totalidad o bien con una parte de cualquier impuesto o tasa interior que paguen las industrias nacionales, no se podría haber dado una exportación elevado si no hubiera existido la devolución de impuestos al exportador”.

A su vez el autor hace referencia a tratados del comercio que es otra manera de favorecer al exportador , donde una nación se compromete por un tratado , ya sea a permitir la entrada de ciertos bienes procedentes de un país extranjero, que esta prohibido cuando proceden de otros países , o a eximir a los artículos de un país del pago de impuestos a que se hallan sujetos los otros países, la nación o por lo menos los comerciantes e industriales se favorecen del comercio de ese modo, obteniendo por fuerza grandes ventajas del tratado.

Específicamente podemos decir que Ricardo introdujo el concepto de ventajas comparativas en el cual, el país menos eficiente deberá especializarse en la promoción y exportación del producto en el que su ventaja absoluta sea menor para que ambos países se beneficien del intercambio.

² Adam Smith ; *Investigación sobre la Naturaleza y Causa de la Riqueza de las Naciones* ;Buenos Aires ; 1958 ; Paginas 433-437

También hace referencia a primas a la exportación y prohibiciones a la importación, donde las primas a la exportación de productos tienden a bajar su precio para el consumidor extranjero, pero no producen efectos permanentes en el precio del mercado interno. Pero sin embargo las primas operan como un aliciente a la producción agrícola de productos exportables.

2.1.2 Pensamiento Monetarista:

Al amparo de este contexto, en las relaciones económicas internacionales el enfoque monetarista de economía abierta que expone los siguientes supuestos:

El supuesto de asignación eficiente de recursos desde la óptica de las relaciones económicas internacionales se halla vinculado al principio de las ventajas comparativas, ya que según este principio, cada país debe dedicarse a producir bienes en los cuales el costo es comparativamente bajo, tomando en cuenta los recursos naturales que tiene cada una de las economías que entran en las transacciones comerciales de carácter internacional.

El exceso de la demanda interna es uno de los principios que está relacionado con el desequilibrio existente en el mercado monetario, el cual se expresa en las excesivas expansiones del gasto público el cual crece más rápidamente que la disponibilidad de bienes en el mercado doméstico³.

Por otra parte, los monetaristas de economía abierta consideran que el exceso de demanda hacia las importaciones de hecho, provoca el déficit de la Balanza

³ Este problema está asociado a un manejo erróneo en la política fiscal y monetaria.

Comercial y la pérdida de reservas internacionales, sosteniendo que el problema de la Balanza de Pagos es, esencialmente un fenómeno monetario⁴.

Dentro de este proceso de liberalización financiera sobresale la libre formación de las tasa de interés mediante los mecanismos de oferta y demanda de fondos en el mercado doméstico.

La Política comercial influye en forma directa en el sistema de precios domésticos y con ello, en la asignación de recursos o inversiones comprometiendo profundamente la evolución de la economía en el mediano y largo plazo.

En este marco del enfoque monetarista se tiene como el principal gestor a Milton Friedman, donde señala que “uno de los aspectos positivos del sistema de libertad de precios es que trasmite la información proporcionan incentivos para reaccionar y medios para hacerlo ; también sostiene que los tipos de cambio de las monedas se establecen en un mercado libre, por eso el precio del dólar(moneda) ,si se termina libremente, cumple la función que todos los demás precios: trasmite información y procura un incentivo para actuar con arreglo a la misma, porque afecta las rentas que perciben los que participan en el mercado”⁵.

2.2 TURISMO

El turismo comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadías, así como las relaciones que

⁴ *La motivación del denominado exceso es el consumo...” desde el punto de vista histórico el consumo constituye el punto de partida y el progreso en todos los aspectos, la meta de toda actividad económica” Torrez Gaytan Ricardo. Teoría del Comercio Internacional, Siglo XXI, México, 1989 , pag.9.*

⁵ *Milton y Rose Friedman; Libertad de Elegir; Barcelona; 1981 ; Pagina 36-104*

surgen en ellos, en lugares distintos en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo interior a un año y mínimo de 24 hora, principalmente con fines de ocio, por negocios y otros motivos "OMT, 1991".

El turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros". Con el término de ambiente usual se pretende excluir los viajes dentro del área habitual de residencia y los viajes frecuentes y regulares entre el domicilio y el lugar de trabajo y otros viajes dentro de la comunidad con carácter de hábito.⁶ Adicionalmente se considera que el turismo es la suma de los fenómenos que presentan los turistas al relacionarse con la industria del turismo, el gobierno anfitrión, las comunidades anfitrionas, las universidades, los colegios y comunidades, en un proceso de atracción del transporte y recibimiento del turista.⁷

En esta definición, se encuentran intrínsecos los siguientes factores:

- 1) La seguridad de que el término turismo es abstracto y difícil de precisar.
- 2) Que se describe como un conjunto de relaciones y de hechos.
- 3) Que las principales causas que originan esas relaciones y esos hechos son el desplazamiento y la permanencia en un lugar distinto al de la residencia habitual.

El turismo puede definirse también como personas que viajan lejos de casa y abarca toda la variedad de transportes, alojamiento, servicio de alimentos y otras actividades relacionadas con los viajeros y el servicio que se les brinda.

⁶McIntosh, R. Goeldner, C. y Ritchie, B. (2001). *Turismo: planeación, administración y perspectivas*. Limusa Eds. México DF., México.

⁷Weaver, D. y Lawton, L. (2009). *Administración Turística*. Alcur. Editorial. Chicago, Estados Unidos.

2.2.1 Ingreso:

Desde un punto de vista individual, es el monto de dinero que cada uno percibe por año. Ingreso neto sería el monto de libre disponibilidad, una vez descontando los impuestos y otros gastos fijos, desde un punto de vista social y político, lo que interesa saber es el ingreso per cápita o sea el ingreso promedio por habitante, y la magnitud de la desigualdad, es decir, como se reparte ese ingreso en los distintos sectores de la sociedad. De la cifra que indica el ingreso per cápita, hay que contar que solo dos tercios aproximadamente están realmente disponibles para consumo privado. La cifra del ingreso per cápita es muy variable según los países, y es un claro indicador de la diferencia entre países pobres y ricos.

2.2.2 Medio Ambiente

El medio ambiente es el análisis de la relación entre el ecosistema y cultura. En general, quiere decir, la relación del entorno, quien incluye el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, y componentes sociales que se refieren a los derivados de las relaciones que se manifiestan a través de la cultura, la ideología y la economía. En este contexto, la valoración económica del medio ambiente se da como, valor estético, recreativo, paisajístico, cultural y natural.

Hoy en día el concepto de medio ambiente está ligado al desarrollo; esta relación nos permite entender los problemas ambientales y su vinculación o con el desarrollo sostenible, el cual debe garantizar una adecuada calidad de vida para las generaciones presente y futura.

2.2.3 Desarrollo sostenible

El Desarrollo Sostenible fue empleado en esta investigación en la medida en que se analizaron los elementos de tipo social, ambiental y cultural paralelamente a los de valoración económica. Desarrollo sostenible es el proceso mediante el cual se satisfacen las necesidades de la actual generación, sin poner en riesgo la satisfacción de necesidades de las generaciones futuras. La concepción de Desarrollo Sostenible implica una tarea global de carácter permanente⁸.

2.2.4 Servicio Ambiental

Los servicios ambientales son los beneficios que brindan las funciones ecosistémicas utilizadas por el hombre; desde el punto de vista económico éstos pueden considerarse como “externalidades positivas” de actividades tales como el paisaje que brinda un ecosistema, la protección y mantenimiento de áreas naturales (Barzev2002).

2.2.5 Ecoturismo

Es el turismo dedicado al disfrute de la naturaleza de forma activa, con el objetivo de conocer e interpretar los valores naturales y culturales existentes, en estrecha interacción e integración de las comunidades locales y con un mínimo impacto al medio ambiente; sobre la base de apoyar los esfuerzos dedicados a la preservación y manejo de áreas naturales donde se desarrolla, o de aquellas prioritarias para el mantenimiento de la biodiversidad. (Villa, 1992)

⁸Artículo 2 Ley1333del Medio Ambiente. Bolivia

2.2.6 Oferta turística

Se define como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario /consumidor turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

2.2.7 Demanda turística

La demanda es aquella formada por el conjunto de consumidores (o posibles consumidores) de bienes y servicios turísticos. El estudio de la demanda turística se refiere a los aspectos relacionados con la existencia de demanda o necesidad de los bienes o servicios que se busca producir u ofrecer como las motivaciones que animan a viajar; factores externos ,como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales ,la mejora tecnológica, factores políticos de planificación y ecológicos, seguridad y finalmente factores propios del mercado como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos ,etc.

2.2.8 Patrimonio

Es la disponibilidad mediata o inmediata de los elementos turísticos con que cuenta una persona, grupo, país o una región en un momento determinado, el mismo que puede surgir de la naturaleza o ser creación del propio hombre. (SENATUR, 1997).

2.2.8.1 Patrimonio Turístico

Es el conjunto de bienes turísticos conformado por atractivos y / o recursos turísticos, infra estructura básica, acceso, servicios turísticos y la superestructura turística. (Viceministerio de Turismo, 2002).

Según el inventario del Patrimonio Turístico de Bolivia, realizado con metodologías y procedimientos internacionalmente recomendados, estos pueden estar agrupados en cinco categorías:

- ❖ Sitios Naturales: es el que registra todos los atractivos naturales, como ser el paisaje que se puede observar en el sitio de estudio, así también se toma en cuenta el equipamiento y las actividades recreativas que se puede realizar.
- ❖ Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico: se registran todas aquellas expresiones que tiene relación con la arquitectura y el arte, por ejemplo iglesias coloniales.
- ❖ Etnografía y folklore: toma en cuenta todas aquellas expresiones folclóricas que se pueden realizar.
- ❖ Realizaciones técnicas y científicas: abarca todo aquello que se destaca por su singularidad científica o tiene característica excepcional.
- ❖ Acontecimientos programados: comprende todos aquellos acontecimientos programados que pueden atraer a turistas.

2.2.9 ATRACTIVOS TURISTICOS

Son sitios o lugares que encierra historia, misticismo, ciudades milenarias, riquezas arqueológicas, cultura, tradición, costumbres y paisajes por conocer y descubrir esa realidad mágica lleno de incógnitas y misterio.

La característica esencial radica en el interés histórico natural de la humanidad. Los atractivos turísticos son por definición todo aquello que atrae al turista, y constituye una parte importante del turismo. Estos toman diversas formas que según parece solo están limitadas por la imaginación.

2.2.9.1 Atractivo Cultural

Los atractivos culturales son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen en el interés de un visitante.

2.2.9.2 Atractivo Natural

Se refiere a aquellos atractivos que se caracterizan por la presencia de especies nativas de flora y fauna, o por la existencia de sitios geológicos relevantes desde el punto de vista escénico, cultural o simplemente científico.

Estas configuraciones naturales que por su constitución tendrá un valor siempre y cuando el hombre pueda ser partícipe activo o pasivo. Activo en los ríos, realizando la pesca deportiva, navegando caminando por senderos pintorescos, etc. Y pasivo admirando el paisaje, tomando fotografías, etc.

2.2.10 CONSUMO DE SERVICIOS TURÍSTICOS

El gasto realizado dentro de nuestras fronteras por los visitantes extranjeros y por el turismo interno constituye lo que habitualmente se denomina Consumo Turístico. Consumo que tiene cinco componentes básicos: el transporte, el alojamiento, la restauración, la utilización de los servicios de las agencias de viajes y el consumo de servicios culturales, recreativos y deportivos.

En el concepto de gasto en alojamiento es importante distinguir aquel que se realiza en hoteles y establecimientos similares de aquel que recoge el gasto realizado en alojamientos no hoteleros (apartamentos, chalet, etc.) y que es señalado como inmobiliario.

2.2.11 INVERSION PÚBLICA DEL SECTOR TURISMO

Conjunto de erogaciones públicas que afectan la cuenta de capital y se materializan en la formación bruta de capital (fijo y existencias) y en las transferencias de capital a otros sectores. Erogaciones de las dependencias del

sector central, organismos descentralizados y empresas de participación estatal destinadas a la construcción, ampliación, mantenimiento y conservación de obras públicas y en general a todos aquellos gastos destinados a aumentar, conservar y mejorar el patrimonio nacional

2.2.12 DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO.

La propuesta metodológica que adoptamos para elaborar indicadores del desarrollo sostenible del turismo bajo un enfoque de sistemas complejos.

La intención es aproximarnos hacia la elaboración de un modelo teórico que permita abordar la realidad que en sí misma es compleja para avanzar hacia el cumplimiento del objetivo general de la investigación de la cual se desprende este trabajo: “ Integrar proyectos de investigación en los ámbitos económico ,espacial ,social ,cultural, ecológico y administrativo, en los que intervenga el turismo en el municipio de La Paz con el fin de generar conocimientos ,información, propuestas, planes, programas y acciones estratégicas que contribuyan al desarrollo sostenible de la entidad”.

La necesidad de que el desarrollo del turismo tenga un carácter sostenible es algo que hoy nadie pone en duda, el concepto y la intención son ampliamente compartidos. A un cuando cada actor involucrado los entienda con sutiles o grandes diferencias, la mayor parte coincide en que la intención principal, cuando se habla de sustentabilidad, es la búsqueda de mejores condiciones en al menos cuatro dimensiones: social, económica, ambiental e institucional⁹.

⁹ MINISTERIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y PLANIFICACIÓN Y VICEMINISTERIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y PARTICIPACIÓN POPULAR. 1º ed. **Participación popular.**

2.3. DEMANDA EN EL MERCADO TURISTICO:

La demanda de mercado se define como la actividad total de compra de un bien, servicio o familia de productos/servicios que pueden ser realizadas por un determinado grupo demográfico. El grupo demográfico puede atender a diversos factores como edad, genero, nivel de estudios, etc. La demanda de mercado también puede incluir el total de ventas realizadas en una zona geográfica concreta (una ciudad, región, país, etc.).

La evaluación de la demanda de mercado es una de las formas más importantes utilizadas por las empresas para decidir qué productos vender y como hacerlo, incluyendo directamente en las estrategias de marketing.

2.3.1. MERCADO TURISTICO

Es el rubro económico que engloba a todas las compañías que comercializan productos y servicios vinculado a los viajes,. Este mercado suele tener ofertas asociadas al ocio, pero también a los viajes o negocios, estudios y otros motivos como ser bienes y servicios e ingresos.

CAPITULO III
MARCO INSTITUCIONAL

CAPITULO III

MARCO INSTITUCIONAL

En Bolivia, las instituciones que se encuentran inmersas en la formulación de políticas, planes y proyectos turísticos son: Ministerio de Culturas y Turismo, Gobernaciones y Gobiernos Municipales.

3.1.1 VICEMINISTERIO DE TURISMO

El Viceministerio de Turismo, forma parte del Ministerio de Culturas y Turismo, y tiene como objetivo institucional, el promover el acervo turístico de Bolivia.

En este sentido, los mandatos constitucionales establecen como objetivos específicos a:

- Proponer políticas, estrategias y disposiciones reglamentarias para el fortalecimiento y la revalorización del sector turístico a nivel nacional e internacional, con énfasis en turismo comunitario, en el marco de un Plan Plurinacional de Desarrollo Productivo.
- Diseñar programas y proyectos para el fortalecimiento del sector turístico establecido y el desarrollo de nuevos emprendimientos, con énfasis en el turismo comunitario.
- Promover, fomentar y proteger a través de programas y proyectos nuevos emprendimientos de las comunidades urbanas y rurales, las naciones y pueblos indígena originario campesinos, para desarrollar la actividad turística en coordinación con las instancias correspondientes en beneficios de las mismas.

- Elaborar, ejecutar y regular proyectos normativos de la actividad turística nacional.
- Elaborar estrategias y políticas para promover y fomentar el turismo interno, turismo comunitario y de las regiones con potencial turístico, ecológico y cultural.
- Desarrollar estrategias de promoción nacional e internacional de la oferta turística.
- Establecer y desarrollar un Sistema de información sobre la oferta turística nacional.
- Formular, mantener y actualizar el Catálogo Turístico Nacional.
- Promover la articulación de políticas de turismo con cultura y educación.
- Promover el mejoramiento de las condiciones de acceso a la cooperación técnica, tecnológica y financiera del sector turismo.
- Fomentar la creación de la infraestructura turística, destinos y circuitos; y facilitar las vías de acceso a los mismos.
- Coordinar acciones con los gobiernos municipales y autonomías indígena originario campesinas para la promoción de los programas y proyectos de fortalecimiento del sector de turismo comunitario¹⁰.

3.1.2 GOBERNACIONES DEPARTAMENTALES

Los gobiernos Departamentales, son un pilar en la gestión turística, debido a que la norma legal faculta a estas instancias a destinar recursos financieros y humanos para la promoción, gestión y mejora de los atractivos turísticos locales.

En este sentido estas instituciones tiene facultades específicas como:

¹⁰<http://viceturismo.minculturas.gob.bo/>

- Elaborar e implementar el Plan Departamental de Turismo en coordinación con las entidades territoriales autónomas.
- Establecer las políticas de turismo departamental en el marco de la política general de turismo.
- Promoción de políticas del turismo departamental.
- Promover y proteger el turismo comunitario.
- Supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos, con excepción de aquellos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal; preservando la integridad de la política y estrategias nacionales de turismo.
- Establecer y ejecutar programas y proyectos para emprendimientos turísticos comunitarios.
- Velar por la defensa de los derechos de los usuarios de servicios turísticos y de los prestadores de servicios legalmente establecidos.
- Autorizar y supervisar a las operadoras de servicios turísticos, la operación de medios de transporte aéreo con fines turísticos, así como las operaciones de medios de transporte terrestre y fluvial en el departamento

Cabe recordar también que son las gobernaciones las que emiten las personerías jurídicas para la realización de cualquier actividad, en este sentido muchas organizaciones de operadores turísticos, se han conformado como asociaciones de lugareños en varias regiones de Bolivia, son ellos los que desarrollan esta actividad en muchos casos con la misma calidad que los operadores privados¹¹.

¹¹www.gobernacionlapaz.gob.bo

3.1.3 GOBIERNOS AUTÓNOMOS MUNICIPALES

Los Gobiernos Municipales en Bolivia, a diferencia de los restantes niveles del sector central y departamental, cuentan con restringidas atribuciones, debido a que solo pueden:

- Elaborar e implementar el Plan Municipal de Turismo.
- Formular políticas de turismo local.
- Realizar inversiones en infraestructura pública de apoyo al turismo.
- Supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal, preservando la integridad de la política y estrategias nacionales de turismo.
- Establecer y ejecutar programas y proyectos que promuevan emprendimientos turísticos comunitarios.

Como se puede apreciar, la norma faculta a estas instancias, implementar inversiones destinadas a ampliar y mejorar el acervo de capital e infraestructura turística, tanto como la promoción de la actividad.

Actualmente no existe un gobierno municipal que haya desarrollado un plan integral de fomento al turismo. El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, por su parte desde un tiempo a esta parte, ha desarrollado una marca ciudad denominada «La Paz, puerta de ingreso a Bolivia», como distintivo de los atractivos locales, aunque esta no se ha terminado de consolidar. El Municipio de La Paz, cuenta desde el año 2001, con una dirección de turismo, que dentro del

Manual de Organización y Funciones, tiene como atribuciones la de gestionar e implementar políticas de fomento a la actividad turística local¹².

MARCO DE POLITICAS

En el nivel central, a partir de 2006, se han desarrollado planes de fomento al turismo que han tenido influencia limitada, respecto de sus objetivos planteados, tal vez la más importante sea el programa «Bolivia te espera», centrado en tres ejes transversales, a saber, promoción visual de los atractivos naturales, inversión en infraestructura física y reforma legal de la administración turística nacional, actualmente se encuentra en vigencia la Ley General de Turismo, elaborada bajo este programa. El programa Bolivia te espera, también ha destinado importantes recursos para el fomento del Rally Dakar 2014, cuyas gestiones datan desde el año 2012.

En el nivel departamental, la Gobernación de La Paz, ha desarrollado un conjunto de estudios destinados a identificar los principales atractivos turísticos en catorce de las veinte provincias que conforman La Paz, este se ha desarrollado desde 2010 y ha concluido con la identificación de 473 atractivos naturales, y 117 atractivos culturales patrimoniales, principalmente de carácter religioso (Iglesias, apachetas, santuarios).

En el nivel Municipal, desde 2006, el Gobierno Autónomo Municipal, ha implementado un programa piloto para la promoción de atractivos turísticos locales, denominado «La Paz, puerta de ingreso a Bolivia», que ha identificado atractivos turísticos que se detallan adelante y que ha realizado inversiones importantes para la promoción publicitaria de La Paz como destino principal en Bolivia. Periódicamente la Dirección de Promoción Turística, organiza talleres de

¹²www.lexivox.org/norms/BO-L-N482.xhtml

capacitación a los operadores turísticos con residencia en el municipio, y hace extensiva la capacitación a operadores del interior del país, a la fecha se cuentan 64 talleres con un número de beneficiados cercano a las 1.300 personas o 210 operadores (Agencias de viaje, establecimientos de hospedaje, establecimientos de alimentación). Asimismo, esta Dirección organiza mensualmente viajes a los principales atractivos del área rural, vale decir, Sorata, el nevado Condoriri, la muela del diablo, el valle del Oso en Palca, las animas, el camino de la Muerte en los yungas, Copacabana, Takesi, Choro, Zongo y Hampaturi, que siempre generan gran expectativa. Desde 2009, se cuenta con el servicio del «Ch'ukuta Bus», que recorre estos atractivos de manera gratuita para aquellas personas que así lo deseen y que se inscriban previamente¹³.

3.2 MARCO NORMATIVO

El sector turismo en Bolivia, cuenta con un marco normativo en pleno desarrollo, si bien se cuenta con una ley regulatoria, no existen reglamentos que faciliten su aplicación y las competencias locales de las administraciones territoriales en la práctica sufren superposición y limitan su aplicación¹⁴.

3.2.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL

La norma legal marco de Bolivia define la actividad turística como «...una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo que tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente»¹⁵.

¹³ http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com_content&view=article&id=842&Itemid=502

¹⁴ <https://www.asfi.gob.bo/Normativa/LeyesyDecretosSupremos.aspx>

¹⁵ bolivialegal.com

3.2.2 LEY 292, LEY GENERAL DE TURISMO BOLIVIA TE ESPERA

La Ley General del Turismo «Bolivia te Espera» aprobada en fecha 25 de septiembre de 2012, tiene por objeto desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar el turismo, considerando a este una actividad estratégica del país.

Es una ley realmente importante que modifica la ley 2074 del 2000, que no tenía una nueva visión de turismo, de acuerdo a la Constitución Política del Estado, no tomaba en cuenta el marco de organización territorial es decir de las autonomías.

Se consideran nuevas definiciones respecto a las actividades turísticas, a varios temas que no estaban anteriormente contemplados, en esta ley se considera al turismo como una actividad productiva estratégica del país, además de que se incorpora el reconocimiento del turismo comunitario.

Dentro de las nuevas definiciones, se incorporan, el turismo comunitario con el objetivo que se beneficie a las comunidades urbanas y rurales y a las naciones y pueblos indígena originario campesinos, para que realicen esta actividad, garantizando la iniciativa privada como la de las comunidades.

Esta norma permite implementar mecanismos de regulación de la actividad turística, además de proteger los lugares y símbolos sagrados, conservar los recursos naturales y respetar la identidad de los pueblos indígenas.

Asimismo, define los derechos y deberes de los prestadores de servicios turísticos, entre los cuales se pueden apreciar el apoyo que deben recibir los mismos, así como la protección a los lugares turísticos.

Esta norma está enmarcada en la Constitución Política del Estado, que establece que el turismo es una actividad económica estratégica y debe desarrollarse de manera armónica y sustentable para lo que tomara en cuenta la riqueza.

Las disposiciones de la presente Ley se aplican a todas las actividades públicas, privadas, mixtas y comunitarias relacionadas al turismo en territorio nacional, de acuerdo a la normativa vigente.

Esta Ley señala el turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable, respondiendo a los siguientes objetivos:

- a) Promover, desarrollar y fomentar el turismo interno, para fortalecer la identidad plurinacional y las riquezas Interculturales.
- b) Fomentar, desarrollar, incentivar y fortalecer el turismo receptivo y emisoro a partir de la gestión territorial y la difusión del "Destino Bolivia", sus atractivos y sitios turísticos para la generación de ingresos económicos y empleo que contribuyan al crecimiento de la actividad turística y al Vivir Bien de las bolivianas y bolivianos, fortaleciendo el turismo de base comunitaria.
- c) Promover, desarrollar y fortalecer los emprendimientos turísticos de las comunidades rurales, urbanas, naciones y pueblos indígena originario campesinas para el aprovechamiento sustentable, responsable, diverso y plural de patrimonio natural y cultural.
- d) Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional entre los niveles territoriales del Estado, para la captación y redistribución de ingresos provenientes de la actividad turística, destinados al desarrollo, fomento, promoción y difusión del turismo.

- e) Fortalecer la capacidad operativa, financiera y de planificación del Estado Plurinacional de Bolivia, sobre la base de la implementación y actualización constante de un sistema de información y estadísticas del sector turístico.
- f) Implementar mecanismos de regulación a la actividad turística.
- g) Proteger los lugares y símbolos sagrados, conservar los recursos naturales y respetar la identidad de los pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afro bolivianas.

Por otra parte, respecto a la importancia estratégica del turismo y el posicionamiento estratégico, indica que los mismos radican en:

- a) Revalorizar el patrimonio natural y cultural de los pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afro bolivianas.
- b) Contribuir en el establecimiento de relaciones de carácter social, cultural y económico entre los visitantes y las poblaciones receptoras.
- c) Respetar y conservar el medio ambiente, de manera progresiva e interrelacionado con la diversidad cultural.
- d) Constituirse en una actividad económica integrante de la matriz productiva nacional, estratégica y exportadora de servicios turísticos.

El posicionamiento estratégico del turismo implica que:

- a) El Estado Plurinacional de Bolivia, en el marco de sus competencias de nivel central, compromete la provisión de recursos financieros destinados al desarrollo del sector turístico en sus diversos componentes, en procura de su posicionamiento como actividad estratégica, productiva y sustentable.

- b) El Estado Plurinacional de Bolivia en el marco de sus competencias de nivel central, promoverá el establecimiento de políticas crediticias orientadas al fortalecimiento integral del sector turístico.

Otro de los aspectos importantes a considerar en esta Ley es que ya se sistematizaría la información de manera continua con un Sistema de Información sobre la oferta turística nacional, la demanda y la calidad de actividades turísticas está conformado por un conjunto de normas, mecanismos e instrumentos destinados a cumplir los objetivos e implementar las directrices del Plan Nacional de Turismo. Donde dicho Sistema de Información sobre la oferta turística nacional, la demanda y la calidad de actividades turísticas tiene por objeto establecer las directrices generales aplicables respecto a los atractivos turísticos sobre el patrimonio natural y cultural, infraestructura turística, servicios básicos, de accesibilidad y de recursos disponibles para operar el sistema turístico, que deberán ser debidamente catalogados. El funcionamiento y administración de este sistema estará sujeto a reglamentación expresa.

3.2.3 LEY DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA (LEY 2074).

La presente Ley constituye el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia.

El Turismo es importante ya que es una actividad económicamente estratégica para el desarrollo integral del país. El turismo receptivo es actividad de exportación fundamental para la generación de divisas.

Son principios de la actividad turística:

- a) El estado debe priorizar campos de intervención a través de la consolidación de espacios territoriales con potencial deliberando, estrategias y políticas del sector de turismo.
- b) Incentivar la participación a través de la infraestructura y equipamiento de servicios, dinamización del sector para contribuir al crecimiento económico, a la generación de empleo y al incremento de los ingresos para el país.
- c) La participación y beneficio de las comunidades donde se encuentran los atractivos turísticos para fortalecer el proceso de identidad e integración nacional.
- d) El fomento a la construcción de infraestructura y el mejoramiento de la calidad de los servicios, para garantizar la adecuada satisfacción de los usuarios.
- e) La conservación permanente y uso sostenible del patrimonio cultural y natural del país.
- f) La participación y el beneficio de los pueblos originarios y etnias que integrados a la actividad turística, preserven su identidad cultural y ecosistema.

La presente Ley adopta 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.

Los objetivos de la actividad turística en el marco de la política estatal son los siguientes:

- a) Reconocer que, bajo los principios de una economía de mercado transparente, la actividad turística corresponde a la iniciativa privada, donde el 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.

- e) Promover la capacitación técnica y profesional, tanto en instituciones estatales como en el sector privado.

Las Prefecturas Departamentales, 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.

Los prestadores de servicio son:

- 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.

Se cuenta con una entidad de 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 país¹⁶.

3.2.4 DECRETO SUPREMO N° 2005 DE 21 DE MAYO DE 2014 DE CREACION DE LA EMPRESA PUBLICA BOLIVIANA DE TURISMO.

Este Decreto Supremo tiene por objeto crear la Empresa Pública "Boliviana de Turismo", en el marco del régimen transitorio para la creación de empresas públicas de tipología estatal establecido en el Decreto Supremo N° 1978, de 16 de abril de 2014, con tipología de empresa estatal, de carácter estratégico, personalidad jurídica, de duración indefinida, autonomía de gestión administrativa, financiera, comercial, técnica y legal, con sujeción a las atribuciones de la Ministra o Ministro de Culturas y Turismo, como responsable de la política del sector.

La Empresa Estatal "Boliviana de Turismo" tiene por giro y principal actividad la comercialización de pasajes y paquetes turísticos.

Se constituye como aporte de capital de la Empresa Estatal "Boliviana de Turismo" el monto de Bs. 6.801.060.-, que será transferido por el Tesoro General de la Nación – TGN, a través del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas¹⁷.

¹⁶www.gobernacionlapaz.gob.bo/archivos/normas/ds_26085.pdf

¹⁷<http://bolivia.infoleyes.com/shownorm.php?id=4967>

CAPITULO IV
SECCIÓN DIAGNÓSTICO

CAPITULO IV

SECCION DIAGNOSTICO

4.1 EL TURISMO EN BOLIVIA

El turismo ha sido reconocido en el mundo entero como una actividad por la cual se generan empleos e ingresos limpios, debido a los buenos resultados que algunas regiones han obtenido tras aperturar su potencial natural al mundo entero.

Experiencias demuestran que una buena política turística puede repercutir favorablemente sobre la economía en su conjunto en la medida que se logra cierta especialización del manejo de los recursos naturales y de la gestión turística.

Se entiende la política de turismo como la participación del Estado en la actividad turística por medio de sus órganos establecidos por ley. Esta participación puede ser activa o pasiva, dependiendo de si se realizan mejoras en las condiciones de mejora de servicio y promoción de los atractivos o si por el contrario se deja en manos de la iniciativa privada el desarrollo de estas actividades, generalmente es el estado quien asume como política de estado este componente.

En Bolivia se han dado interesantes iniciativas para promocionar el turismo a lo largo de su vida institucional. A partir de la promulgación de la Ley 2074 de 14 de abril del 2000, es que se inicia con la planificación del desarrollo turístico desde el nivel central del Estado, a través de directrices que han logrado en cierta medida guiar el desarrollo del sector.

4.2 MUNICIPIO DE LA PAZ

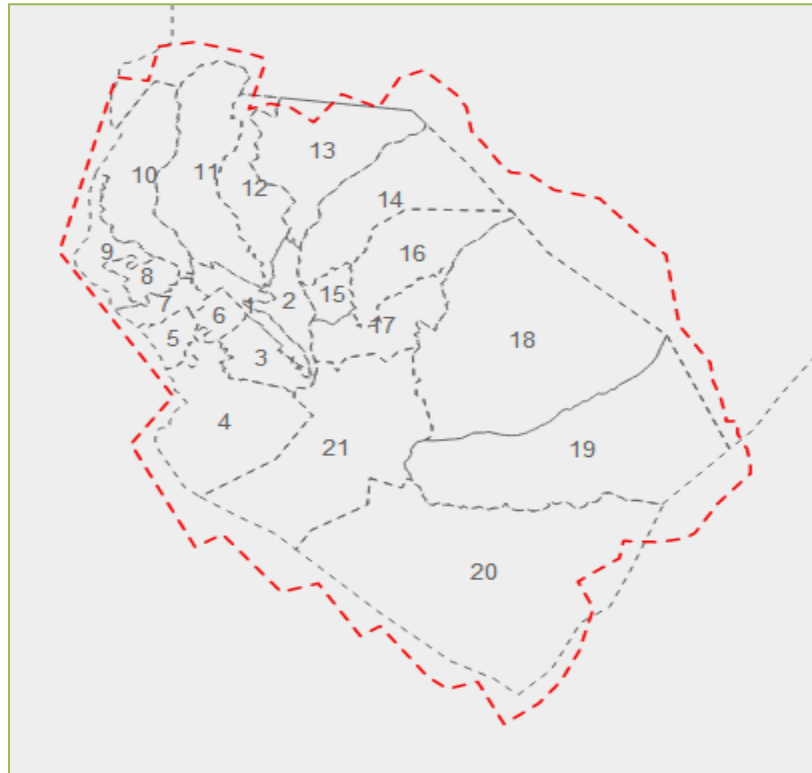
GRAFICO Nº 1 Municipio de La Paz



FUENTE: Internet pag. no.wikipedia.org

El municipio de La Paz, es la primera sección de la provincia Murillo del departamento de La Paz, se encuentra situada sobre 3640 msnm. Está asentada sobre las riberas del río Choqueyapu, que la atraviesa de norte a sur y al borde de una excavación natural que desborda del altiplano andino. Se conforma de nueve macrodistritos, siete urbanos (Centro, Max Paredes, Cotahuma, Periférica, San Antonio, Sur y Mallasa) y rurales (Sorata, el nevado Condoriri, la muela del diablo, el valle del Oso en Palca, las animas, el camino de la Muerte en los yungas, Takesi, Choro, Zongo y Hampaturi). El área urbana o ciudad de La Paz, está definida por veintiún distritos, que forman parte de los siete macrodistritos urbanos, de acuerdo a la ley municipal de Uso de Suelo y Patrones de Asentamiento¹⁸.

¹⁸www.gobernacionlapaz.gob.bo

GRAFICO N° 2 Municipio de La Paz: Distritos urbanos, 2012

Fuente: Usos de Suelo y Patrones de Asentamiento 2011
Elaboración: GAMLP

En 2012, su población ascendió a los 764.617 habitantes, concentrados preferentemente en los macrodistritos periféricos de Max Paredes, Periférica y San Antonio¹⁹. De este total el 99,5% vive en el área urbana y el restante porcentaje en los macrodistritos rurales.²⁰, asimismo se registra una densidad poblacional que suma las los 380 habitantes por kilómetro cuadrado, demasiado baja en comparación con los municipios capitales de los países vecinos; esta densidad se incrementa hasta 4.083 habitantes cuando se relaciona la población urbana con la extensión de la ciudad, que abarca solo el 9% del total del territorio.

¹⁹ Instituto Nacional de Estadística, Censo Nacional de Población y Vivienda 2012.

²⁰ GAMLP. (2012). Anuario estadístico del Municipio de La Paz. Publicación del GAMLP.

De acuerdo a información oficial, el 72% del territorio urbano, se considera de riesgo, particularmente las zonas ubicadas al sur y suroeste del centro urbano. Este panorama explica en parte los desastres naturales acaecidos durante los últimos años. Según el mapa de riesgos del municipio de La Paz, hay cinco niveles de riesgo: el primero es considerado de riesgo muy alto y en él está un 10% del territorio paceño; el segundo es de riesgo alto, con un 21%; el tercero es de riesgo moderado, 41%; el cuarto es de riesgo bajo, 22%; y el quinto, de riesgo muy bajo, con 6%.

Lo anterior quiere decir que entre las áreas de riesgo muy alto, alto riesgo y riesgo moderado, un 72% del territorio de la ciudad de La Paz es inestable. El restante 28% es considerado de bajo y muy bajo riesgo

En los registros de alta peligrosidad, encuentran las construcciones ubicadas en áreas de deslizamiento activo -como las zonas Cervecería y Pampahasi-, cercanas a riberas de ríos o cuyos suelos no son firmes.

En el nivel de riesgo alto se encuentran las construcciones en áreas de deslizamientos anteriores, pero que no son activos, como una parte de Kupini y Limanipata. En el nivel de riesgo moderado se encuentran partes de El Tejar, de Cotahuma y Cota Cota, entre otros.

El flujo de personas que han visitado nuestro país, ha crecido a una tasa promedio de 1,2% durante la última década, siendo los visitantes venidos desde Europa y Latino américa los que han visitado en mayor número nuestro país.

El flujo de viajeros extranjeros que ingresan a Bolivia arribaron por distintos puertos fronterizos y aeropuertos internacionales del país, también los ingresos de viajeros via terrestre por desaguadero, bermejo y villazon, flujos procedentes de los países vecinos que se constituye en el principal mercado para el país.

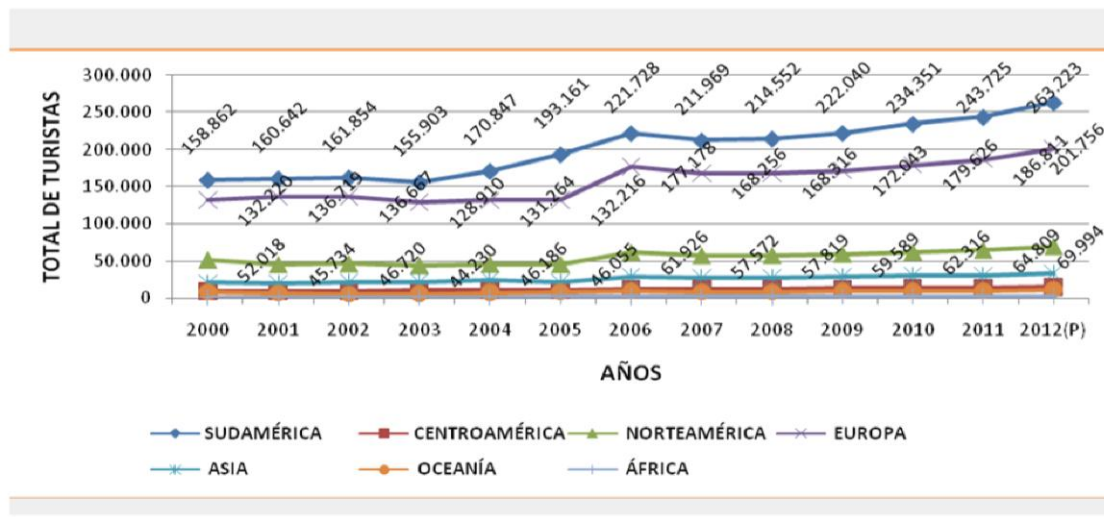
CUADRO Nº 1 Bolivia: Turistas extranjeros que visitaron el país, 2007-2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
SUDAMERICA	211,96	214,55	222,04	234,35	243,72	263,22
CENTROAMERICA	12.216	12.474	12.977	13.583	14.126	15.257
NORTEAMERICA	57.572	57.819	59.589	62.316	64.809	69.994
EUROPA	168,25	168,31	172,04	179,62	186,61	201,75
ASIA	26.815	27.325	28.100	29.311	30.483	32.922
OCEANIA	8.608	8.747	9.309	9.924	10.321	11.147
AFRICA	1.477	1.550	1.647	1.748	1.818	1.963

Fuente: Viceministerio de Turismo

Elaboración propia

GRAFICO Nº 3 Bolivia: Turistas extranjeros que visitaron el país, 2007-2012



Fuente: Viceministerio de Turismo

Elaboración propia

Los meses de mayor afluencia han sido Julio y Agosto, esto debido a que en el hemisferio norte, en esta época se registra el verano y con ello las vacaciones en el sistema educativo.

CUADRO Nº 2 Bolivia: ingreso de turistas extranjeros, según mes, 2007-2012

(En porcentaje)

MES/AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ENERO	8,20	8,10	7,90	7,70	7,55	7,38
FEBRERO	8,00	7,80	7,70	7,50	7,35	7,19
MARZO	8,20	8,10	8,10	8,00	7,95	7,89
ABRIL	8,00	8,10	8,00	8,00	8,00	7,99
MAYO	7,70	7,70	7,80	7,90	7,95	8,02
JUNIO	7,60	7,60	7,70	7,70	7,75	7,79
JULIO	10,50	10,50	10,60	10,70	10,75	10,82
AGOSTO	11,10	11,10	11,30	11,40	11,50	11,61
SEPTIEMBRE	8,40	8,50	8,60	8,70	8,80	8,90
OCTUBRE	7,90	8,10	7,90	7,90	7,90	7,88
NOVIEMBRE	7,90	7,90	8,00	8,00	8,05	8,09
DICIEMBRE	6,40	6,40	6,50	6,60	6,65	6,72
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Fuente: Viceministerio de Turismo

Elaboración propia

La participación de este sector sobre la actividad económica, ha sido moderada durante la última década, de acuerdo a información oficial, se estima que se han generado cerca de \$US. 360,7 millones anuales promedio durante el periodo de análisis, que representan el 0,34%.

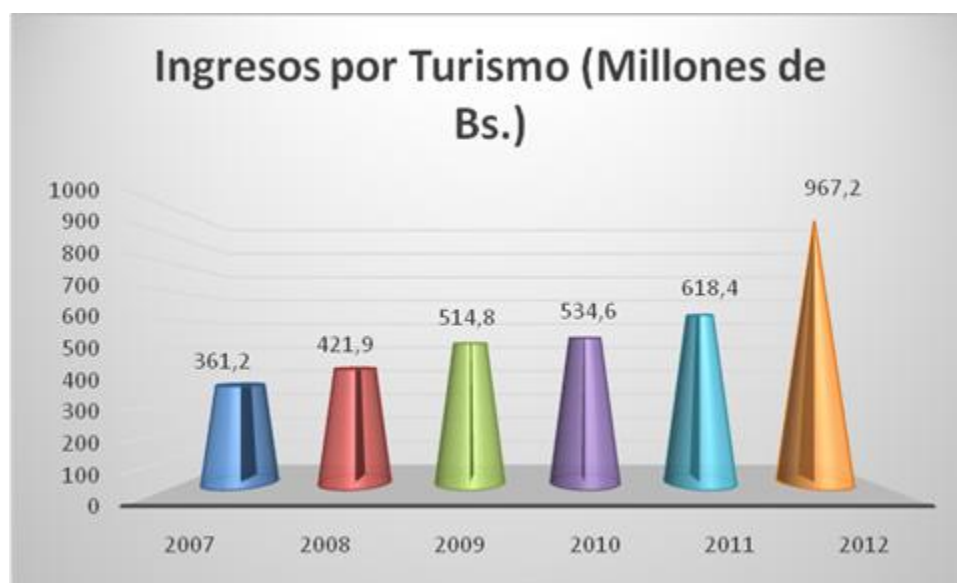
**CUADRO N° 3 Bolivia: Participación del ingreso del turismo
sobre el PIB a precios corrientes, 2007-2012**

(En porcentaje)

Año	Ingresos por Turismo (Millones de Bs.)	PIB (precios corrientes)	Participación (%)
2007	361,20	103.009,20	0,35,1%
2008	421,90	120.693,80	0,35,0%
2009	514,80	121.726,70	0,42,3%
2010	534,60	137.875,60	0,38,8%
2011	618,40	166.131,00	0,37,2%
2012	967,20	186.812,60	0,51,8%

Fuente: Viceministerio de Turismo
Elaboración propia

GRAFICO N° 4 Bolivia: Participación del ingreso del turismo sobre el PIB a precios corrientes 2007-2012



Fuente: Viceministerio de Turismo
Elaboración propia

4.3 EL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ

El turismo en la ciudad de La Paz, ha demostrado no ser del todo efectivo como fuente de generación de ingresos. Debido a que el plazo que los turistas se quedan y consumen los servicios en la ciudad de La Paz, en su mayoría no superan los dos días, adicionalmente el gasto realizado es demasiado bajo, comparado con el realizado en otros destinos. En adelante se presenta un detalle de la estructura del sector turismo en el municipio de La Paz.

4.3.1 PROMEDIO DE TURISTAS QUE INGRESAN AL MUNICIPIO DE LA PAZ CLASIFICADOS POR SEXO

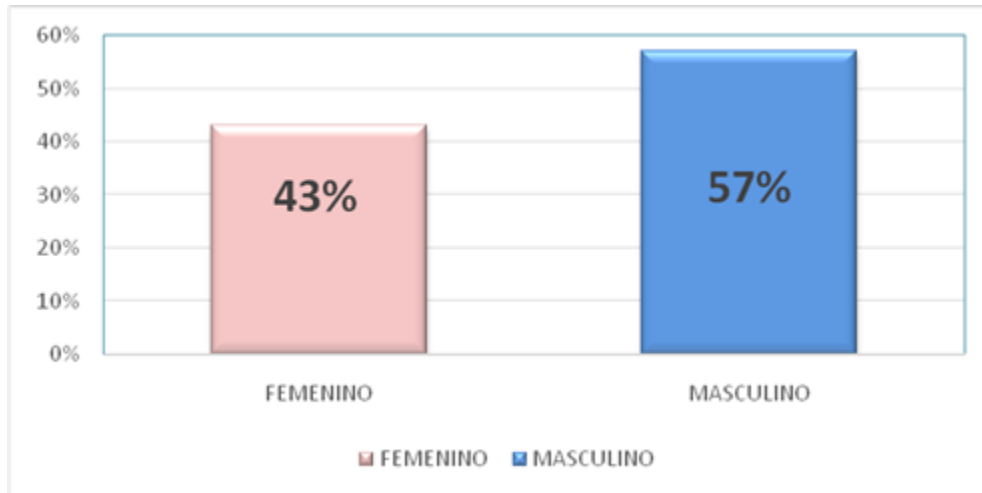
La relación de visitantes extranjeros por género en el Municipio de La Paz evidencia una predominancia de visitantes varones (57,0%) respecto a visitantes mujeres (43%).

CUADRO Nº 4 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según sexo, 2012

TURISTAS SEGÚN GENERO	PROMEDIO	TOTAL TURISTAS
FEMENINO	43%	300.318
MASCULINO	57%	398.096
TOTAL	100%	698.413

Fuente: Dirección de Turismo-Gobierno Autónomo Municipal de La Paz
Elaboración propia

GRAFICO Nº 5 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según sexo, 2012



Fuente: Dirección de Turismo- Gobierno Autónomo Municipal de La Paz
Elaboración propia

4.3.2 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN EDAD

La proporción de turistas extranjeros que visitan el municipio de La Paz, reside particularmente en gente joven, este importante flujo se explica en parte por la disposición de comodidades, servicios y espacios de esparcimiento y cultura que les son atractivos a este grupo poblacional.

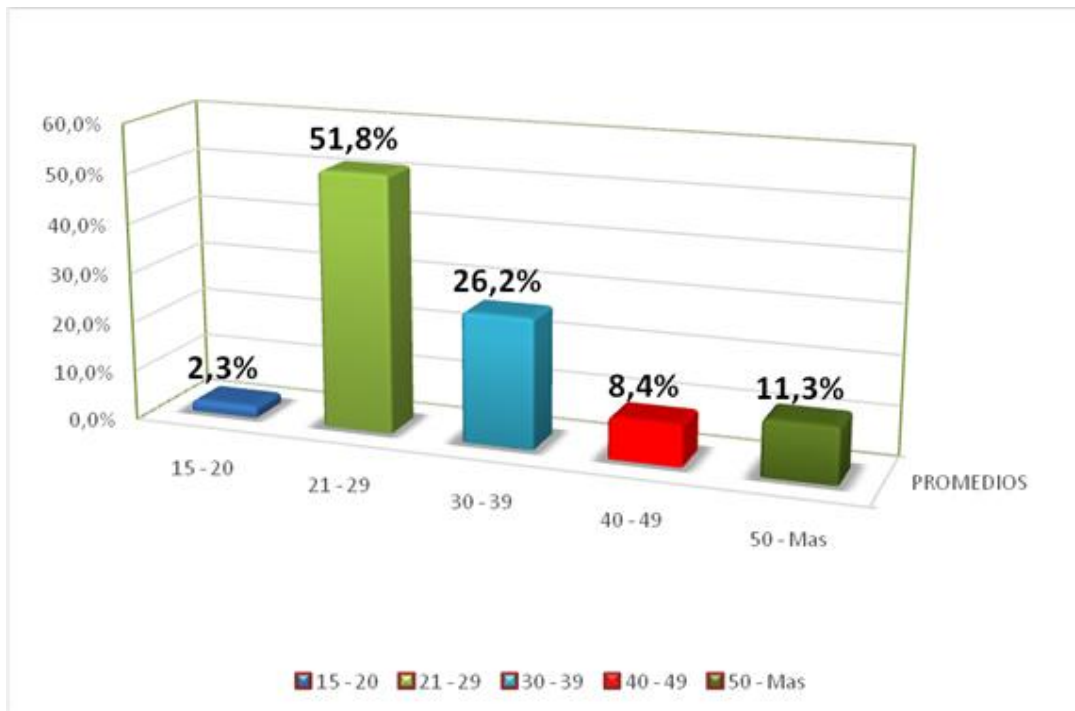
CUADRO Nº 5 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según edad (agrupada)

TURISTAS POR EDAD	PROMEDIOS	TOTAL TURISTAS
15 – 20	2%	13.968
21 – 29	52%	363.175
30 – 39	26%	181.587
40 – 49	8%	55.873
50 – Mas	11%	76.825
TOTAL	100%	698.413

Fuente: Dirección de Turismo- Gobierno Autónomo Municipal de La Paz

Elaboración propia

GRAFICO Nº 6 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según edad (agrupada)



Fuente: Dirección de Turismo-GAMPLP

Elaboración propia

La mayor cantidad de visitantes extranjeros al Municipio de La Paz se encuentran en un rango de edad entre 20 a 29 años, seguidos por visitantes que se encuentran entre 30 a 39 años de edad. Un aspecto interesante es la proporción de visitantes que se encuentran en edades mayores a los 50.

4.3.3 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN CONDICIÓN CIVIL

Un rasgo especial de esta población radica especialmente en el hecho de que son personas jóvenes y solteras quienes visitan el municipio de La Paz para hacer turismo principalmente recreacional. El 71,2% de los visitantes extranjeros al municipio de La Paz son solteros, el 22,0% son casados y el restante 6.8% corresponde a otra condición civil.

CUADRO N° 6 Municipio de La Paz:

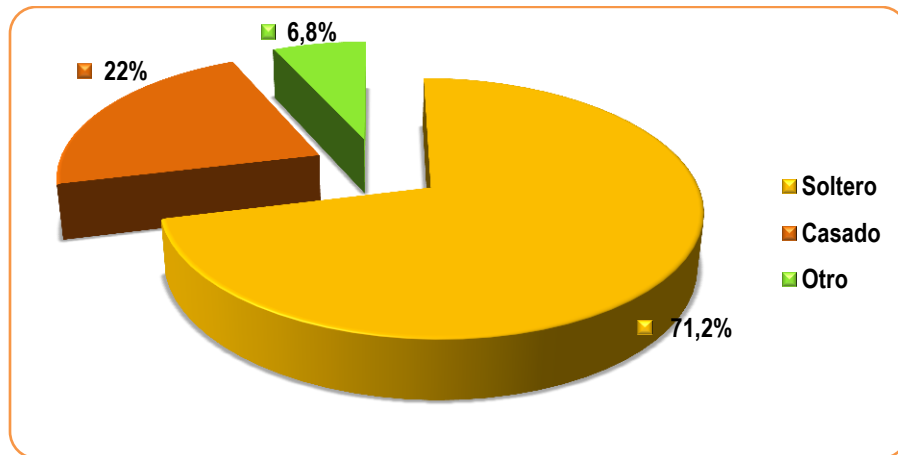
Turistas extranjeros según condición civil

CONDICION CIVIL DE TURISTAS	PROMEDIO	TOTAL TURISTAS
SOLTERO	71,20%	497.270
CASADO	22,00%	153.651
OTRO	6,80%	47.492
TOTAL	100%	698.413

Fuente: Dirección de Turismo-GAMLP

Elaboración propia

GRAFICO N° 7 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según condición civil



Fuente: Dirección de Turismo-GAMLP

Elaboración propia

4.3.4 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN OCUPACIÓN ACTUAL

El 43,7% de los turistas extranjeros que visitan el Municipio son Profesionales Científicos e Intelectuales, 21,4% son Estudiantes, 10% Técnicos Medios y 7,8% son Trabajadores de Servicios y Vendedores.

GRAFICO N° 8 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según ocupación actual



Fuente: Dirección de Turismo-GAMLP

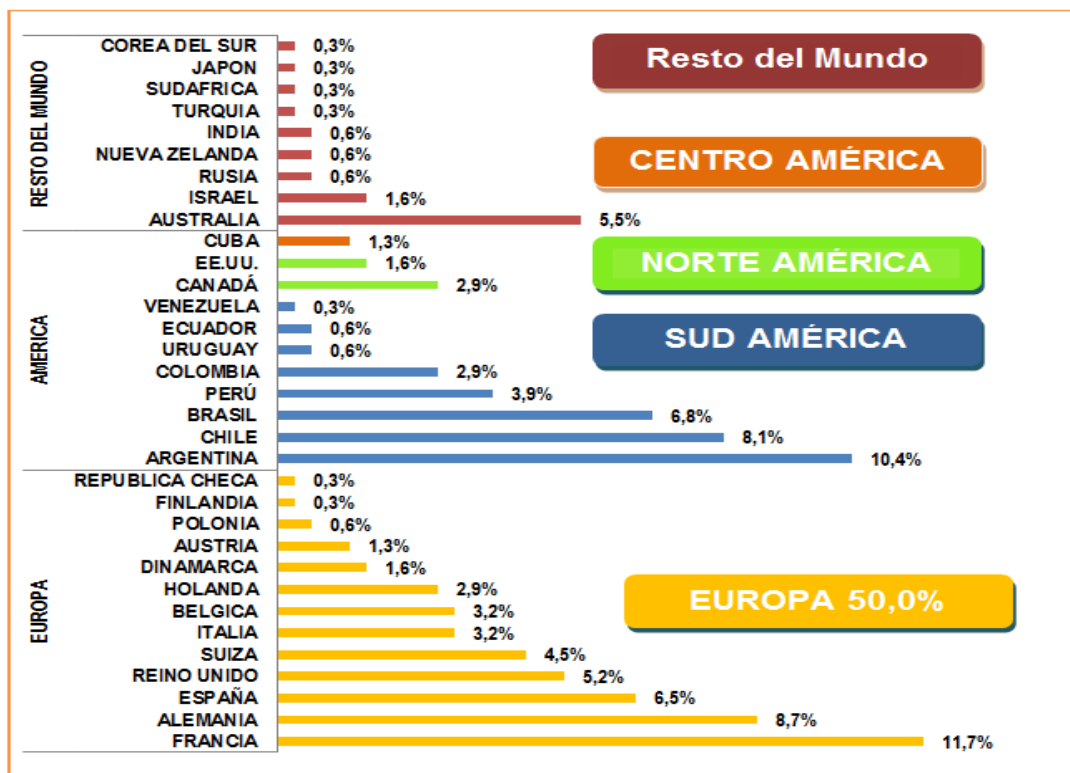
Elaboración propia

El 14% se distribuye entre Trabajadores de la Construcción, Industria, Empleados de oficina, Directivos de la Administración Pública y otras ocupaciones y sólo el 2% restante corresponde a Desempleados y personas que no respondieron la consulta.

4.3.5 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN NACIONALIDAD

La mayor cantidad de visitantes extranjeros del Municipio de La Paz provienen de Europa (50%), principalmente de Francia, Alemania y España. En segundo lugar (39,4%) provienen de América, principalmente de los países vecinos de Argentina, Chile, Brasil y Perú.

GRAFICO Nº 9 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nacionalidad (Por Continente)



Fuente: Dirección de Turismo-GAMLP
Elaboración propia

En base al análisis histórico de la estructura y composición de los mercados turísticos efectivos y de las características evolutivas del turismo internacional, en

particular de los mercados emergentes; en términos de demanda de turismo receptivo, los esfuerzos se deben centrar en promocionar Bolivia como país turístico en los siguientes mercados: regional (Argentina, Chile, Brasil); norteamericano (Estados Unidos, Canadá) y europeo (Alemania, Francia, Suiza, España, Italia, Inglaterra, Países Nórdicos).

Si bien los países asiáticos no han tenido históricamente un peso importante en el total de turistas que visitan Bolivia, resulta importante que la estrategia de demanda incluya acciones de promoción de Bolivia como país turístico en estos mercados, principalmente Japón, puesto que los habitantes de éste país son proclives a realizar turismo masivo en otras regiones del mundo (principalmente Europa, Estados Unidos y el Caribe), y además, disponen de un elevado poder adquisitivo que les permite realizar importantes gastos en los países que visitan.

En consecuencia, la estrategia de demanda sería más completa si al margen de consolidar los mercados actuales, se incluyeran acciones de promoción que posibiliten el aumento del flujo de turistas provenientes del Asia. Por supuesto, para esto será necesario un presupuesto adicional.

Las actividades promocionales en cada uno de los mercados requiere de un "mix" de instrumentos diferentes, en función de las características peculiares a cada uno de ellos y en atención a las limitaciones presupuestarias para este propósito.

Para la promoción de "Bolivia Turística" en los mercados externos, se ha definido el uso de los siguientes instrumentos:

- Participación en feria y eventos especializados de turismo en el ámbito internacional.

- Realización de "workshops" específicos en los mercados regionales.
- Utilización de los Agregados Comerciales de las Embajadas en el exterior.
- Funcionamiento de oficinas de promoción turística en los principales mercados de Norteamérica y Europa.
- Viajes de "familiarización" de Operadores de los principales medios y mercados.

Estas acciones se realizan de manera concertada entre el sector público y el sector privado, en función de las prioridades nacionales y las del sector. La concertación se traduce también en una participación financiera, inicialmente para la asistencia a ferias internacionales, constituyéndose en un primer paso para la conformación de una "FUNDACION PARA LA PROMOCION TURISTICA", entidad que, mayoritariamente dirigida por el sector privado, administrará recursos mixtos para obtención de financiamiento externo.

***con este análisis llegamos a demostrar el objetivo específico “identificar el flujo de turistas que vienen al municipio de la paz y su relación ingreso-gasto”**

4.3.6 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA

Europa se constituye en el principal lugar de residencia de los turistas extranjeros que llegan al Municipio de La Paz, representando al 49,1% del total, estableciendo a Francia, Alemania y Reino Unido como principales países de residencia.

Se puede advertir que una importante proporción de los visitantes (25.2%) reside en países vecinos como Argentina, Chile y Brasil.

Los extranjeros que ingresan al país con fines de recreación, deportivos, de salud, de estudios, de gestiones de negocios, familiares, religiosos u otros similares; sin propósito de inmigración, residencia o desarrollo de actividades remuneradas.

Todo turista deberá acreditar, cuando la autoridad policial lo estime conveniente, que tiene los medios económicos suficientes para subsistir durante su permanencia en el país.

El Turismo, por su naturaleza, es un sector que presenta algunas dificultades cuando se pretende construir algunos indicadores estadísticos. Estas complicaciones se originan en el hecho de que estas actividades están relacionadas con otros sectores económicos.

Un ejemplo de lo anterior es el transporte, los gastos en transporte por desplazamientos internos que efectúan los turistas, pueden ser considerados como un ingreso generado por el sector turismo; sin embargo también pueden considerarse como ingresos generados por el sector transporte; pero además, el ingreso generado por el sector transporte no es solamente el que aportan los turistas, sino que se determina por el aporte de todos los usuarios del servicio sean nacionales o extranjeros.

En consecuencia es necesario tener mucho cuidado al determinar el valor que asumen las diferentes variables económicas asociadas al sector turismo. Tomando en cuenta el ejemplo anterior, será necesario efectuar la diferencia de los gastos en transporte que realizan los turistas, del gasto efectuado en el mismo servicio por los residentes del país.

Este documento tiene por objetivo presentar una metodología, que permita estimar el ingreso generado por el sector turismo receptivo, tomando como punto de referencia el comportamiento de las variables que lo determinan. La metodología apunta a determinar pautas para establecer la importancia del turismo como generador de divisas.

4.3.7 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCIÓN

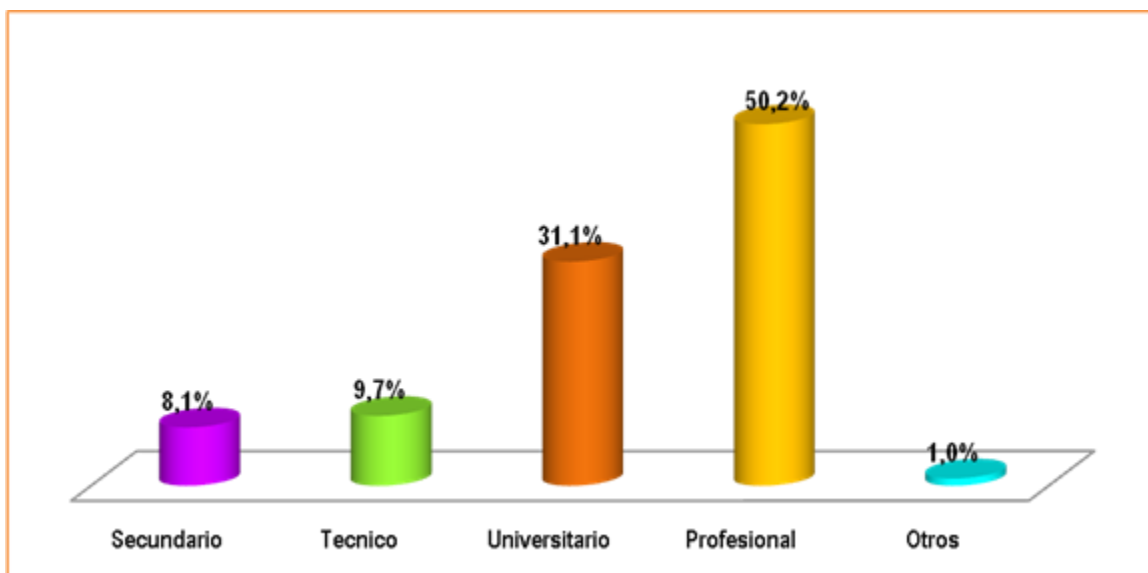
El 50,2% de los visitantes extranjeros corresponden a la categoría de profesionales, el 31,1% universitarios y el 9,7% técnicos.

CUADRO Nº 7 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nivel de instrucción

NIVEL DE INSTRUCCION	PROMEDIO	TOTAL TURISTAS
Secundario	8,1%	56.571
Técnico	9,7%	67.746
Universitario	31,1%	217.207
Profesional	50,2%	350.604
Otros	1,0%	6.984
TOTAL	100%	698.413

Fuente: Dirección de Turismo-GAMLP

Elaboración propia

GRAFICO Nº 10 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nivel de instrucción

Fuente: Dirección de Turismo-GAMLP

Elaboración propia

4.3.8 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN INGRESOS MENSUALES PERCIBIDOS

La mayor cantidad de los visitantes extranjeros, presentan niveles de ingreso mensual entre \$us 1.000 a 5.000, el 23,0% tiene ingresos menores a \$us1.000, el 5,2% tiene ingresos mensuales entre \$us 5.001 a 10.000 y sólo un 1,3% perciben ingresos mensuales que superan los \$us 10.001. Cabe hacer notar que el 19,1% de los encuestados no pudo o no quiso dar referencias sobre su ingreso mensual.

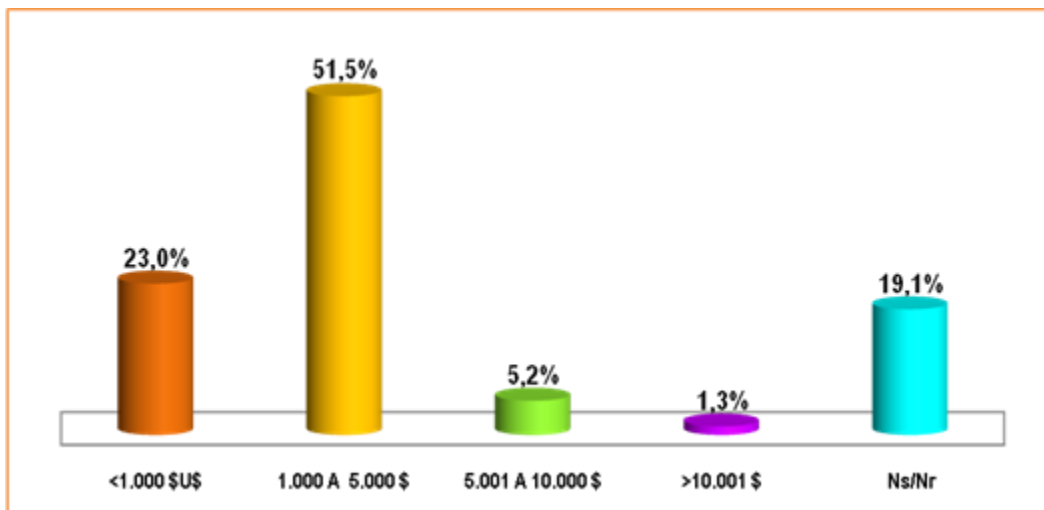
CUADRO Nº 8 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según ingresos mensuales percibidos

INGRESOS MENSUALES EN \$us	PROMEDIO	NUMERO DE TURISTAS
< 1000	23,0%	160.635
1000 - 5000	51,5%	359.683
5001 - 10000	5,2%	36.317
> 10001	1,3%	9.079
Ns/Nr	19,1%	133.397
TOTAL	100%	698.413

Fuente: Dirección de Turismo-GAMPLP

Elaboración propia

GRAFICO Nº 11 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según ingresos mensuales percibidos



Fuente: Dirección de Turismo-GAMPLP

Elaboración propia

4.3.9 GASTOS DE TURISTAS SEGÚN INGRESO

El nivel de gasto promedio del 31,1% de los visitantes extranjeros se encuentra entre \$us 201 a 500, el 20,0% realiza un gasto promedio superior a \$us 501 y el 25,2% de los encuestados tiene un gasto promedio menor a \$us 100.

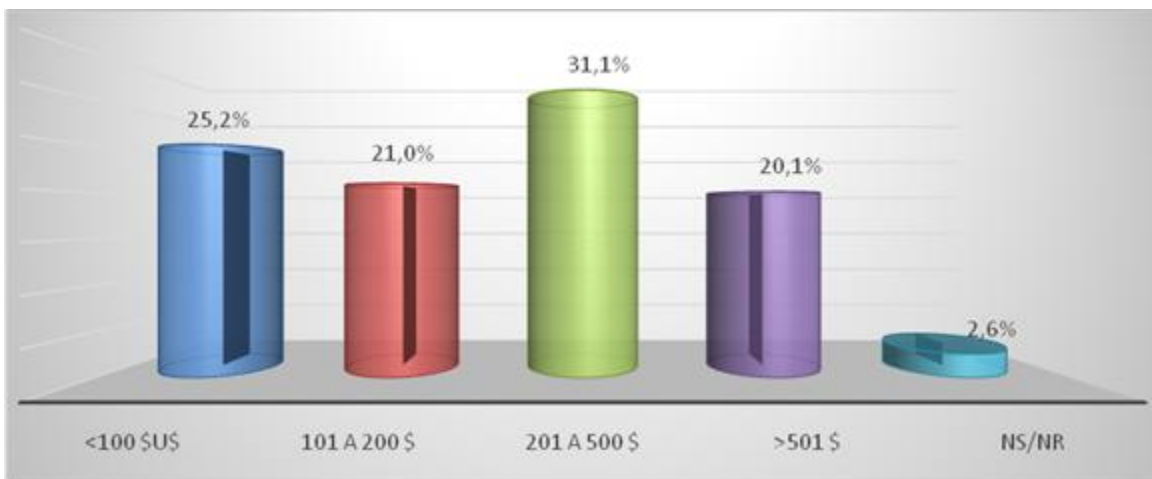
CUADRO Nº 9 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nivel de gasto, sin incluir transporte internacional (En \$u\$)

GASTOS EN TRANSPORTE EN \$us	PROMEDIO	NUMERO DE TURISTAS
< 100	25,2%	176.000
101 - 200	21,0%	146.667
201 - 500	31,1%	217.207
> 501	20,1%	140.381
Ns/Nr	2,6%	18.159
TOTAL	100%	698.413

Fuente: Dirección de Turismo-GAMPLP

Elaboración propia

GRAFICO Nº 12 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según nivel de gasto, sin incluir transporte internacional (En \$u\$)



Fuente: Dirección de Turismo-GAMPLP

Elaboración propia

4.3.10 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN PROMEDIO DE PERMANENCIA

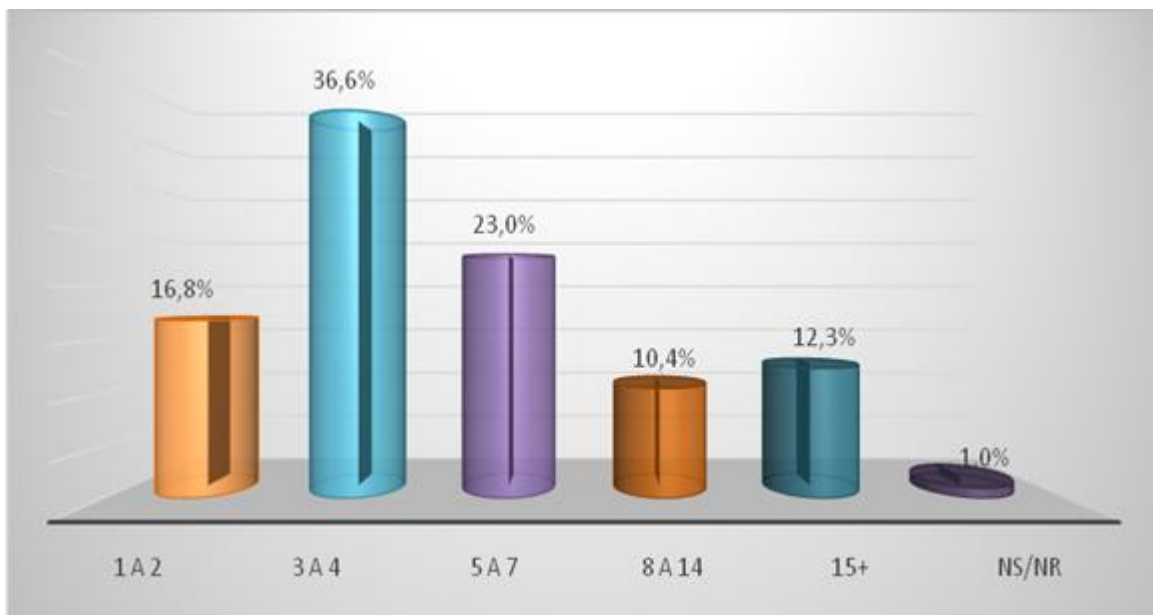
Proporcionalmente, se puede advertir que el 36,6% de la muestra, permanece en el Municipio entre 3 a 4 días, un 23% permanece entre 5 a 7 días, el 10,4% permanece de 8 a 14 días, mientras que un 16,8% de los visitantes extranjeros manifestaron que su permanencia era entre 1 a 2 días.

CUADRO Nº 10 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según promedio de permanencia

PERMANENCIA EN DIAS	PROMEDIO	NUMERO DE TURISTAS
1 a 2	17%	117.333
3 a 4	37%	255.619
5 a 7	23%	160.635
8 a 14	10%	72.635
15 – MAS	12%	85.905
NS/NR	1%	6.984
TOTAL	100%	698.413

Fuente: Dirección de Turismo-GAMLP
Elaboración propia

GRAFICO Nº 13 Municipio de La Paz: Turistas extranjeros según promedio de permanencia



Fuente: Dirección de Turismo-GAMLP
Elaboración propia

4.3.11 DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SEGÚN MOTIVO DE VIAJE

Las vacaciones se constituyen en el motivo de viaje del 80.6% de los turistas extranjeros que visitan el Municipio de La Paz; Deportes, Congresos, negocios y motivos profesionales motivan el viaje del 14.2% de los visitantes.

4.4 INGRESOS DEL TURISMO

La participación de los ingresos generados por la actividad turística en el municipio de La Paz, ha bordeado los 110 millones de dólares hasta 2012.

CUADRO N° 11 La Paz: Ingresos del turismo internacional, 2012

(Millones de dólares)

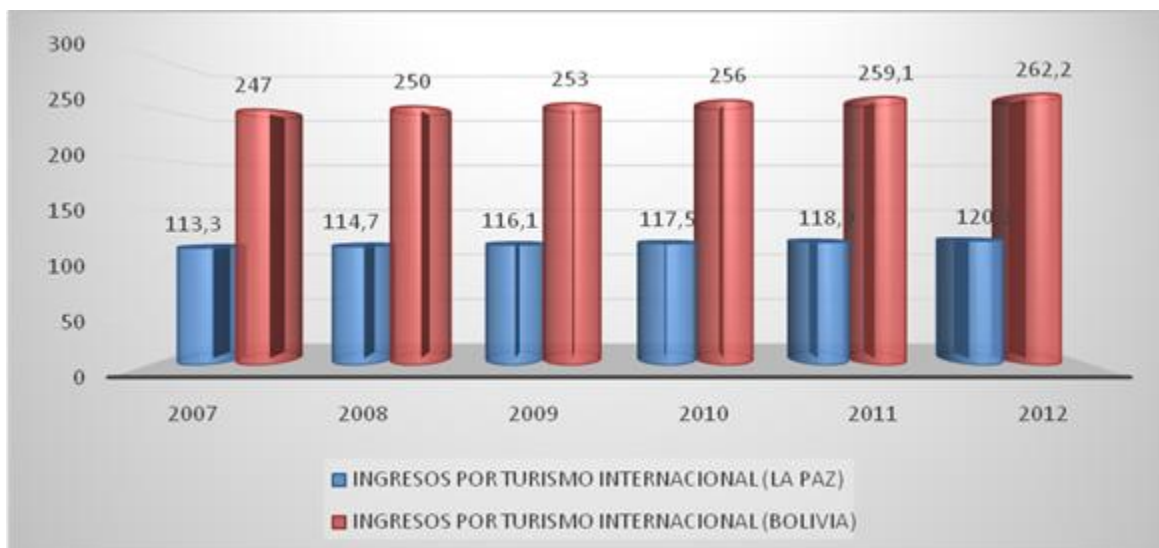
AÑO	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL (LA PAZ)	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL (BOLIVIA)
2007	113,3	247,0
2008	114,7	250,0
2009	116,1	253,0
2010	117,5	256,0
2011	118,9	259,1
2012	120,3	262,2

Fuente: INE, UDAPE.

Elaboración propia

GRAFICO N° 14 La Paz: Ingresos del turismo internacional, 2012

(Millones de dólares)



Fuente: INE, UDAPE

Elaboración propia

La tasa de crecimiento promedio de los ingresos generados por el turismo local, ha bordeado el 1,1% anual.

4.5 INVERSION PÚBLICA Y EL TURISMO

En este sentido, durante la última década la inversión pública tendiente a mejora y ampliación de la infraestructura turística a nivel municipal, ha ido en decremento.

Pero además de estas, se ha dejado de lado el fomento a la mejora de la infraestructura misma de los destinos naturales y de los espacios dentro de la ciudad como los miradores que solo han recibido mantenimiento provisional.

Tras un máximo presupuestado y ejecutado en 2008, se aprecia que la inversión ha ido en descenso. Lo anterior se explica porque en estas gestiones precisamente se han dado algunos fenómenos naturales que han merecido atención especial, tal es el caso de los deslizamientos en los miradores municipales y solo un porcentaje mínimo se ha dedicado exclusivamente a ampliación de la infraestructura turística.

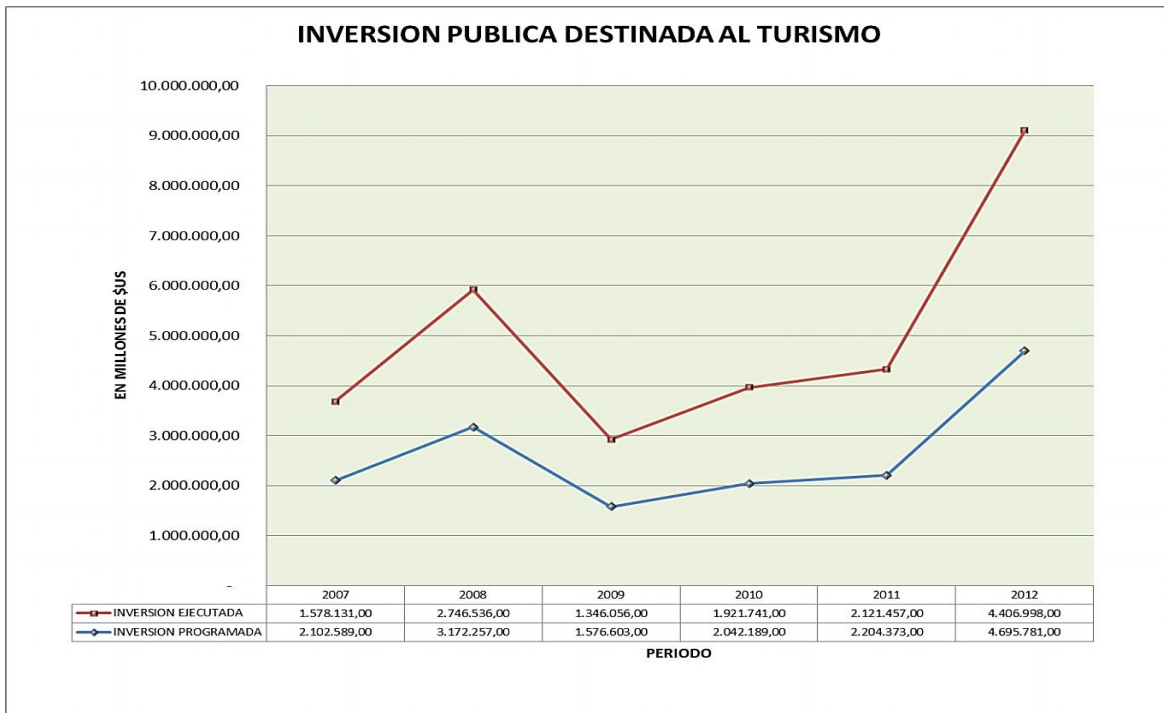
CUADRO N° 12 Municipio de La Paz: Inversión destinada a turismo (En bolivianos)

GESTION	INVERSION PROGRAMADA	INVERSION EJECUTADA
2007	2.102.589,00	1.578.131,00
2008	3.172.257,00	2.746.536,00
2009	1.576.603,00	1.346.056,00
2010	2.042.189,00	1.921.741,00
2011	2.204.373,00	2.121.457,00
2012	4.695.781,00	4.406.998,00

Fuente: Dirección Municipal de Turismo, GAMLP

Elaboración propia

GRAFICO N° 15 Municipio de La Paz: Inversión destinada a turismo



*con este análisis se llega a demostrar el objetivo específico N° 1 “comparar la inversión pública respecto a la demanda del sector turismo

CAPITULO V
MARCO PROPOSITIVO

CAPITULO V

MARCO PROPOSITIVO

5.1 INTRODUCCIÓN

El turismo en nuestro país viene creciendo sostenidamente gracias a la diversidad de la oferta turística que posee y a las actividades que se pueden desarrollar. La cultura, arqueología, naturaleza y aventura, se complementan con la gastronomía y la artesanía para integrar un destino turístico extraordinario e inolvidable para el turista que no solo busca visitar lugares sino desarrollar experiencias que hagan memorable su estadía en determinado destino.

También se tienen en cuenta mejorar las condiciones de vida de las poblaciones o municipio receptores, al mismo tiempo preservar los recursos naturales y culturales, compatibilizando la capacidad de carga y la sensibilidad de un medio ambiente natural y cultural con la práctica turística.

El turismo buscara la promoción a través de la campaña denominada “Bolivia te espera”. De esta forma promoverá, coordinar el desarrollo y la ejecución de los proyectos de interés turístico que realicen los organismos regionales, los gobiernos locales u otros organismos públicos. Proyectos que sean rentables socialmente, sostenibles y enmarcados en las políticas del Sector, desarrollando un turismo sostenible, orientado a generar desarrollo económico y social al país.

5.2 Contribución a las Exportaciones

Los ingresos registrados por el turismo en los últimos años se han incrementado y en su caso superan las exportaciones de estaño y plata, dos de las exportaciones tradicionales de la economía.

Los ingresos en divisas por turismo receptivo ascendieron a \$us318 millones. Comparando estos ingresos con el de los principales productos exportados se tiene que el turismo receptivo se constituye en el quinto rubro en importancia dentro de las exportaciones bolivianas, después del gas natural (\$us3.158 millones), minerales como la plata y el zinc (\$us1,548 millones) y el complejo soya (\$us 329 millones).

La capacidad exportadora de Bolivia se ha ampliado a lo largo de la década de los 90's. El comportamiento más positivo ha sido el experimentado por las exportaciones no tradicionales, las cuales se han más que duplicado el 2007 comparado con 2012.

El total de las exportaciones ha registrado un crecimiento promedio anual en el período de 5.0%, mientras que los ingresos por turismo internacional han tenido un crecimiento promedio cercano al 5.3%, en el mismo período.

El turismo ha aumentado su importancia relativa respecto a las exportaciones bolivianas, representando en promedio durante los últimos 7 años el 14% del total de las exportaciones y el 31 % de las exportaciones no tradicionales.

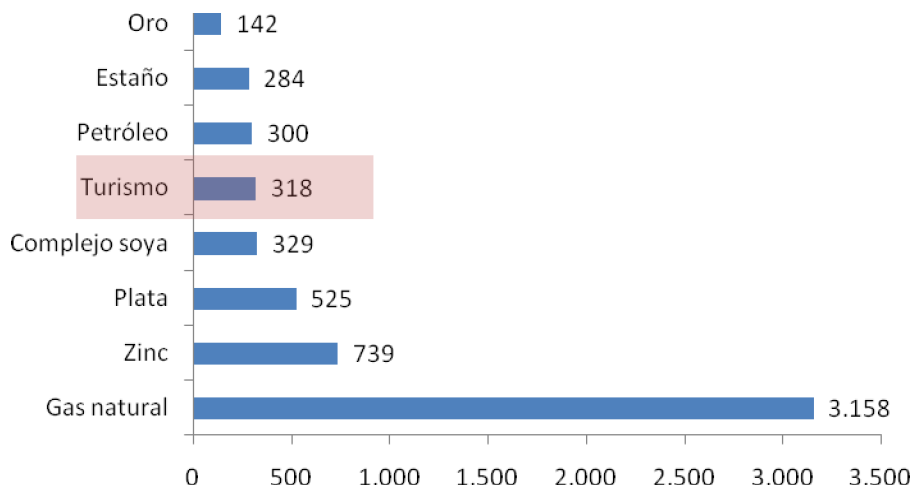
**CUADRO N° 13 Ingresos Generados por turismo receptivo y por las Exportaciones
(En millones de dólares)**

Año	Ingresos por Turismo Receptivo	Exportaciones Totales	Exportaciones Tradicionales	Exportaciones no Tradicionales
2007	212,0	1588,6	726,7	862,0
2008	218,1	1634,4	738,3	896,2
2009	224,2	1680,2	749,9	930,4
2010	230,4	1726,0	761,5	964,7
2011	236,5	1771,8	773,1	998,9
2012	242,6	1817,6	784,7	1033,1

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE

GRAFICO N° 16 INGRESOS POR TURISMO RECEPTIVO VS. VALORES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES

(En millones de dólares)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

De esta manera el turismo ha aumentado su importancia relativa respecto a las

exportaciones bolivianas, representando en promedio durante los últimos años el 12% del total de las exportaciones y el 30% de las exportaciones no tradicionales.

5.3 Inversiones en el sector

En el Cuadro No.7 se observan los montos invertidos por el Estado en turismo. En el periodo 2007-2012, la inversión pública promedio alcanzó a \$us 2.24 miles, por lo general en programas de desarrollo de actividades turísticas en varias regiones del país.

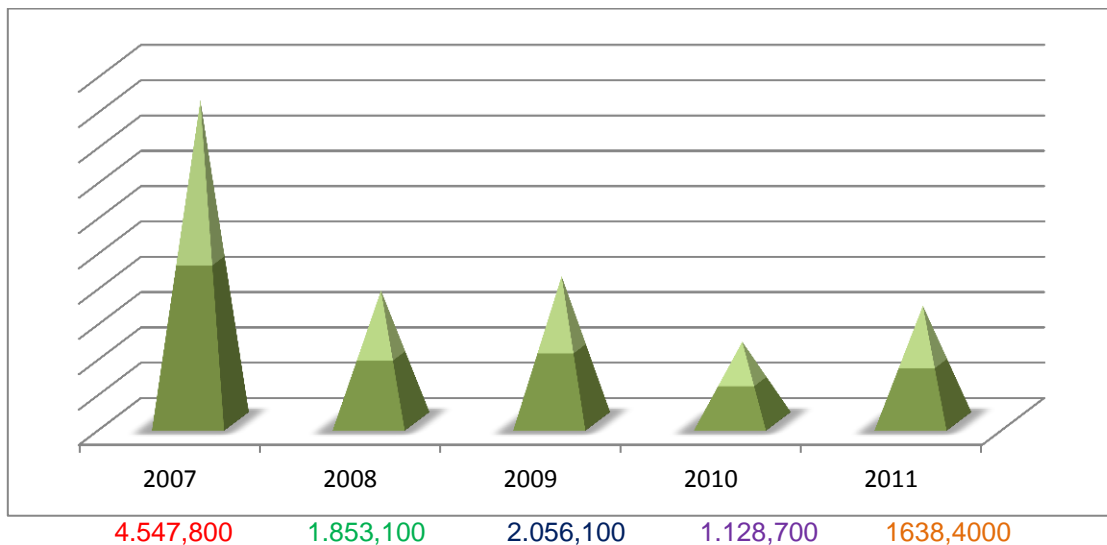
Según el Reglamento de la Ley de Promoción y Desarrollo de la actividad turística, las Prefecturas Departamentales a través de sus Unidades Departamentales de Turismo son las encargadas de recibir, verificar, tramitar y autorizar las solicitudes de inscripción de los prestadores de servicios, en el marco de las disposiciones de los reglamentos sectoriales de turismo.

Asimismo, como una aproximación de la inversión del sector privado se puede utilizar información de los montos de los 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.

CUADRO N° 14 Inversión Pública en Turismo (En miles de dólares)

Año	Inversión Pública en Industria y Turismo	Financiamiento interno	Financiamiento Externo	Inversión Extranjera Directa a Hoteles y Restaurantes	Créditos otorgados por el sistema Bancario
2007	4.547,800	208,71	2.449,08	1339,00	68.348.354
2008	1.853,100	298,31	1.554,76	3140,67	61.139.178
2009	2.056,100	598,09	1.458,84	4942,34	62.176.405
2010	1.128,700	744,02	1384,63	6744,01	63.213.724
2011	1638,4000	938,71	1.889,51	8545,68	64.250.643

Fuente: INE, Viceministerio de Turismo (VMT), (VIPFE) y Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras (SBEF)

GRAFICO N° 17 INVERSION PUBLICA EN TURISMO, 2007-2011**(EN MILLONES DE DOLARES)**

Fuente: Dirección de Turismo-GAMLP

Elaboración propia

5.3.1 Inversión Pública

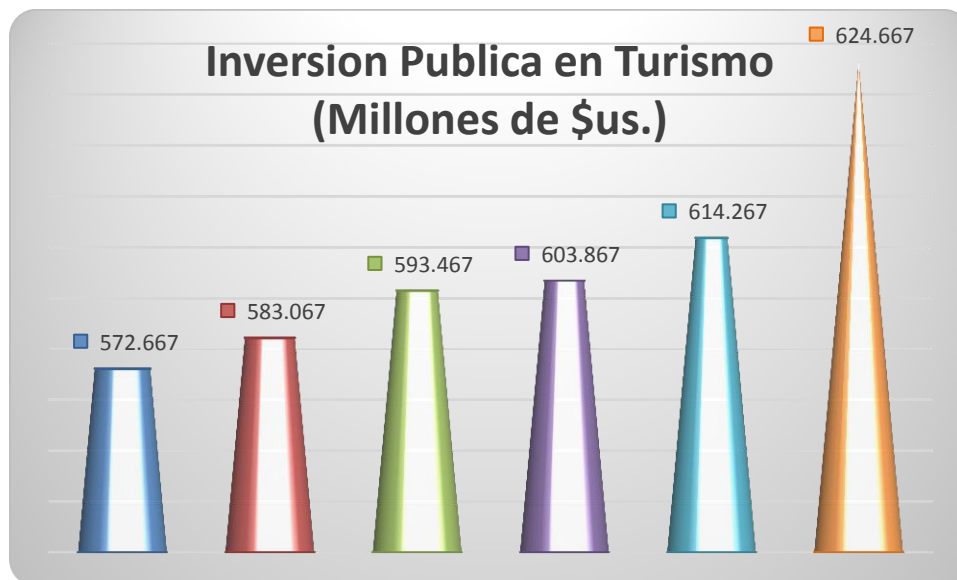
El cuadro 7 resume los montos invertidos por el Estado en turismo. En los últimos 6 años (período 2007-2012) la inversión pública promedio ha sido de \$us. 598 miles.

CUADRO Nº 15 Inversión Pública en Turismo

Año	Inversión en \$us.
2007	572.667
2008	583.067
2009	593.467
2010	603.867
2011	614.267
2012	624.667

Fuente: Fuente INE y VIPFE.

GRAFICO Nº 18 INVERSION PUBLICA EN TURISMO, 2007-2012



Fuente: Fuente INE y VIPFE.
Elaboración propia

*Con lo que se demuestra el Objetivo general: **PROPONER LA APLICACIÓN**

DE LA INVERSION PUBLICA PARA MEJORAS EN DEMANDA AL SECTOR TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ

5.4 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 y transporte, etc.

CAPITULO VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

El Trabajo dirigido para el desarrollo del turismo en el municipio de La Paz es un importante paso para buscar la construcción de una propuesta alternativa para encarar el desarrollo del municipio. No obstante, la ausencia de políticas para su fomento, la cultura de protagonismo de los líderes locales y la falta de continuidad institucional en los instrumentos creados contribuyen a que la propuesta no alcance la maduración requerida.

Los actores claves para llevar adelante este proceso son los inversionistas empresarios y el gobierno municipal han sido los actores principales del proceso. Ambos han auspiciado un mejoramiento de las condiciones físicas para ofrecer servicios al turista.

Sin embargo, no han logrado despertar importantes encadenamientos productivos, sobre todo los primeros. La generación de empleo temporal poco calificado en la construcción de hoteles y viviendas, ha sido el efecto más visible de la inversión privada sobre la comunidad.

El abastecimiento de alimentos y otros insumos para limpieza, amoblamiento, etc. Para los hoteles, son atendidos preferentemente desde fuera del municipio, lo que no impide que alguna oferta local de hortalizas y frutas se conecte con ésta.

Una tarea para reforzar la dinámica de la inversión y encontrarla con la diversidad de la oferta para el turista. El potencial para estos pequeños inversionistas está

dado por la oferta que ofrecen dentro del área urbana en las actividades de gastronomía, venta de artesanías, oferta de tours al río, etc. Lograr que éstos se posicionen en una parcela de este circuito turístico es animarlos a que activen nuevos roles frente al visitante de tránsito de fin de semana y al turista que busca ampliar su tour del hotel y el parque.

A este inversionista pequeño hay que llevarlo a producir innovaciones, por ejemplo, artesanías en base a semillas de arboles del lugar para crear una oferta distinta y diferenciada.

Acondicionar el territorio para el turismo pasa también por darle a las ONG la tarea de asumir la creación, en coordinación con el gobierno municipal, de nuevos espacios públicos, donde la población se encuentre, practique el hábito de la reunión de la tarde, presente sus muestras artísticas, recree las imágenes del pasado e imagine el futuro, etc.

Lamentablemente no existe comunicación carretera directa entre ambos sectores, lo que dificulta en gran manera el desarrollo equitativo del municipio.

La topografía de la zona es muy accidentada, localizada en una zona montañosa con presencia de serranías, pie de monte y quebradas muy profundas y erosionadas, con un clima predominantemente templado, por ser cabecera de valle, húmedo, con una temperatura promedio de 15° C. y una precipitación anual de 950 m.m.

La región está cubierta por una vegetación característica de las regiones del valle, la actividad predominante en el municipio es la agricultura, comercializando sus

productos que se realiza en ferias locales, donde aún se practican los sistemas de intercambio entre comunidades aledañas.

6.2 RECOMENDACIONES

El desarrollo turístico debe fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, que debe beneficiar a todos los actores involucrados, que sea viable económicamente y equitativo, comercialmente rentable, ecológicamente sostenible, socioculturalmente aceptable y que proporcione un alto grado de satisfacción al turista.

El concepto de sustentabilidad está relacionado a tres factores importantes: calidad, continuidad y equilibrio. El turismo sustentable es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para:

- Mejorar la calidad de vida de la población local, de los residentes que viven y trabajan en el destino turístico.
- Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.
- Mantener la calidad del medio ambiente –natural y cultural- del que depende la población local y los turistas.
- Obtener mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- Asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos.
- El negocio turístico sustentable sea rentable, para que el sector privado mantenga el pacto de sustentabilidad y equilibrio.

El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, deberá integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de turismo coherentes

con los principios del desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, avistaje de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural. Estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencia de turismo alternativo.

La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores involucrados en el sector, tanto públicos como privados.

Esta concertación debe establecer los mecanismos eficaces de cooperación en todos los niveles: local, nacional, regional e internacional, organismos públicos, privados y Organizaciones no Gubernamentales.

El desarrollo del turismo sustentable puede abastecer necesidades económicas, sociales y estéticas, a la vez mantiene íntegra la cultura y los procesos ecológicos. Este tipo de turismo puede proveer beneficios a las generaciones presentes sin disminuir las posibilidades de obtención de beneficios de las generaciones futuras.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

1. ARANDIA FERRUFINO, Próspero. La Verdadera Tragedia de Bolivia: su Realidad Agrario Campesina. Sucre Bolivia, 1984.
2. AIRASTE F., Miguel. La Economía del Campesino Altiplánico en 1976. CEDLA. Bolivia, 1989.
3. BAPTISTA GUMUCIO, Mariano. El Saber de un Pueblo. La Paz Bolivia. 1990.
4. Censo Nacional de Población y Vivienda 2001. Intervención estatal en las migraciones internas del altiplano norte, provincia Omasuyos del departamento de La Paz.
5. Gobierno Municipal de La Paz; La Paz, Estados Financieros al 31 de diciembre de 2007; La Paz 2007, La Paz - Bolivia.
6. Proyecto Desarrollo Democrático y Participación Ciudadana; Ciclo de Gestión Municipal Participativa, Guía para el facilitador; editorial Canelas S. A., La Paz 2012.
7. Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación. Viceministerio de Participación Popular y Fortalecimiento Municipal. **Autodiagnóstico de los Directorios locales de salud**. 1998.
8. Situación de las demandas de congelamiento de los recursos de Coparticipación Tributaria. Gestión 1997 -1998.
9. BURKE, Melvin. **Estudios Críticos sobre la Economía Boliviana**. La Paz Bolivia. Edit. "Los Amigos del Libro". 1973.
10. CAMACHO, José María. **Historia de Bolivia**. La Paz-Bolivia. Edit. Renacimiento 1927.
11. CENTRO DE ORIENTACIÓN Y CAPACITACIÓN AGRO-SOCIAL C.O.C.A.S. Trabajo de Diagnostico Realizado en San Andrés de Machaca Provincia Ingavi del Departamento de La Paz. La Paz-Bolivia. La Paz julio.1996.
12. FELLMAN VELARDE, José. HISTORIA DE BOLIVIA. T.L. y II. La Paz Bolivia. edit. "Los amigos del Libro". 1981.

13. FINOT, Enrique y BAPTISTA GUMUCIO, Mariano. HISTORIA DE BOLIVIA EN IMÁGENES. La Paz Bolivia. 1990.
14. GARCÍA CH., Oscar. POBREZA, EXPECTATIVAS, MIGRACIÓN, LUEGO POBREZA. Publicación del matutino Presencia, de 24 de octubre de 1992.
15. HISTORIA DE LATINOAMÉRICA - BREVIARIO DE GRAN HISTORIA DE LATINOAMÉRICA. Buenos Aires-Argentina 1972.
16. HOY, 12 por ciento de los bolivianos desea abandonar su región. Publicación 1 de octubre de 1992.
17. INSTITUTO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA. Estudio sobre La Paz. La Paz-Bolivia. 1994.
18. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Anuario Estadístico Poblacional. La Paz-Bolivia. 2001.
19. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Encuesta Nacional de Demografía y Salud. La Paz-Bolivia. 1994.
20. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Ministerio de Planeamiento y Coordinación. CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 1992. Bolivia, julio de 1992.
21. IRIARTE, Gregorio. Análisis crítico de la realidad. Esquemas de interpretación.2001.
22. LA RAZÓN. La Paz: Orígenes del Estado. La Paz-Bolivia. 1993.
23. MINISTERIO DE DESARROLLO HUMANO SECRETARIA NACIONAL DE SALUD, SECRETARIA REGIONAL DE SALUD LA PAZ. Estadísticas de Salud. Anuario Estadístico No.9 La Paz-Bolivia.1995.
24. MINISTERIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y PLANIFICACIÓN Y VICEMINISTERIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y PARTICIPACIÓN POPULAR. 1º ed. **Participación popular en cifras**. Volumen III 2000.
25. MINISTERIO DE HACIENDA-INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA CENSO 1992. Indicadores Socio demográficos por Provincia. La Paz-Bolivia. diciembre 1995.

26. MINISTERIO DE INMIGRACIÓN. Revista de Turismo La Paz. La Paz-Bolivia. 1957.
27. MARTÍNEZ P., Juan Luís. Contribuciones sobre Educación Intercultural Bilingüe en Bolivia. La Paz- Bolivia.1990.
28. MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA. Hacia la Reforma Educativa, La Paz- Bolivia. 1989-1990.
29. MINISTERIO DE PLANEAMIENTO Y COORDINACIÓN. Plan Decenal de Acción para la Niñez Boliviana. Los Niños Primero La Paz-Bolivia. diciembre 1991.
30. MORENO VALDIVIA, Antonio Edgar. Migraciones Internas y Crecimiento Urbano. Artículo publicado por el matutino Presencia, 3 de julio de 1990.
31. OTERO, Gustavo Adolfo. Vida Social en el Coloniaje. 3era. ed. La Paz Bolivia. Edit. Unidas S.A. 1975.
32. PEREIRA MORATO, René. Migraciones Campesinas a la Ciudad de La Paz. Informe elaborado con la colaboración de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura. La Paz - Bolivia, 1990.
33. GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ. Plan de Inversiones La Paz Taraco. La Paz-Bolivia. 1995.
34. PRESENCIA. Jóvenes abandonan pobreza de campo para incorporarse a miseria urbana. Publicación del 7 de julio de 1996.
35. PROPUESTA DE ALTERNATIVA EDUCATIVA MOVIMIENTO BOLIVIA LIBRE. Sucre-Bolivia. 1991.
36. PRUDENCIO BOHRT, Julio. Políticas Agrarias y Seguridad Alimentaria en Bolivia. La Paz, Bolivia. CEP - UNITAS. 1991.
37. PROCAMPO - SEPARATA DOCUMENTAL. **Temas del Desarrollo Rural.**
38. RAMÍREZ SIMONS, Ramiro. **Migración Campesina y Pobreza.** Artículo publicado por el matutino Presencia. 11 de septiembre de 1991.
39. ROMERO LOZA, José. **Bolivia: Nación en Desarrollo.** 1era. ed. La Paz Bolivia. Edit. "Los Amigos del Libro". 1974.

40. RUIZ, Martha y QUISBERT, Roberto Pablo. Nadie Emigra Alegrementemente. Artículo publicado por el matutino Presencia, en fecha 26 de septiembre de 1991.
41. SAGARNAGA MENESES, Antonio Jesús. Diccionario de Etno-Arqueología Boliviana. La Paz-Bolivia. Edit. Producción Cima. 1990.
42. SAJINES PONCE, Carlos. La Cultura Nativa en Bolivia. La Paz-Bolivia. Edit. Lois Amigos del Libro. 1979.
43. SECRETARIA DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO HUMANO DE LA GOBERNACIÓN DE LA PAZ. Boletín Informativo Salud y Vida. La Paz-Bolivia. agosto de 1996.
44. SECRETARIA NACIONAL DE DESARROLLO RURAL DIRECCIÓN DEPARTAMENTAL LA PAZ. Plan Participativo de Desarrollo Municipal Provincia Ingaví La Paz-Bolivia. 1994.
45. SECRETARIA NACIONAL DE HACIENDA SUBSECRETARIA DE PRESUPUESTO. Recursos de Participación Popular de los gobiernos Municipales Clasificación por Municipio.
46. SECRETARIA NACIONAL DE SALUD. DIRECCIÓN DEPARTAMENTAL DE SALUD LA PAZ, Modulo de Información Básica Centro de Salud La Paz La Paz-Bolivia. 1996.
47. SENPAS. C.E.B. MOSOC - PROGRAMA DE MIGRACIONES. Análisis de la Realidad Migratoria en Bolivia. 1991.
48. SIMONS, Alan y otros. Cambio Social y Migración Interna. Una Reseña de Hallazgos de Investigación en América Latina. Naciones Unidas.
49. UNICEF BOLIVIA. Niñez Campesina y Migración Campo Ciudad La Paz-Bolivia. 1995.
50. UNICEF-BOLIVIA VIDA PARA LOS NIÑOS. La Paz- Bolivia.1989-1994.

COMPLEMENTARIA

51. Ekelund, R y Hebert, R. (2005). Historia de la teoría económica y de su método, McGraw-Hill. México D.F., México.

52. Hernández, M. (2006). Diccionario de economía. Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. Medellín, Colombia.
53. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. 5º Ed, Mc Graw Hill. México DF, México.
54. Kicillof, A y Starosta, G. (2007). «On Materiality and Social Form: A Political Critique of Rubin's Value-Form Theory», en Historical Materialism, N° 15.
55. Manrique, G. (2010)«Paradigmas Sociales Dominantes y Minería», en Revista Minería del Instituto de Ingenieros de Minas del Perú N° 71, Abril.
56. Marx, C. (1867). El capital. Fondo de cultura económica. Buenos Aires, Argentina.
57. Marradi, A. (2007). Metodología de las ciencias sociales. EMECE, editores. Buenos Aires, Argentina.
58. Rodríguez, F. et. al. (1984). Introducción a la Metodología de las Ciencias Sociales. (1984) Editora Política. La Habana.
59. Robinson J. (1954). «La función de producción y la teoría del capital», en The review of economic studies. Vol 21, N° 2.
60. Samuelson, P. (2001). Economics. McGraw Hill. México DF., México.
61. Smith, A. (1776). Investigación acerca de la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones. Fondo de cultura económica. Buenos Aires, Argentina.

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO No. 1 Bolivia: Agencias de viaje y Operadoras de turismo

según Departamento, 2013

Departamento	Agencias de viaje	Operadoras de turismo	Agencias mayoristas	Total	Participación
La Paz	136	185	13	334	38,57%
Potosí	14	179	0	193	22,29%
Santa Cruz	94	21	0	115	13,28%
Cochabamba	68	41	5	114	13,16%
Tarija	23	13		36	4,16%
Chuquisaca	32	0	0	32	3,70%
Beni	7	22	0	29	3,35%
Oruro	0	9	0	9	1,04%
Pando	4	0	0	4	0,46%
Total	378	470	18	866	100,00%
% Total	43,65%	54,27%	2,08%	100,00%	

Fuente: SIRETUR VMT, 2013

Elaboración propia

Del total de empresas operadores de turismo, registradas en el territorio nacional, la mayor parte esta ubicada en el departamento de La Paz, alcanzando un numero de 334(38,57%), seguido de potosí, Santa Cruz y Cochabamba.

ANEXO Nº 2 La Paz: Agencias de viaje y Operadoras de turismo según municipio de registro, 2013

Lugar	Total	Participación
Municipio de La Paz	328	98,2%
Municipio de Copacabana	5	1,5%
Municipio de Sorata	1	0,3%
Total	334	100,0%

Fuente: SIRETUR VMT, 2013

Elaboración propia

Casi la totalidad de empresas registradas en el departamento de La Paz, se ubican en el municipio de La Paz, y solamente una pequeña proporción se encuentran ubicadas en Copacabana y Sorata.

ANEXO Nº 3 La Paz: Agencias de viaje y Operadoras de turismo según municipio de registro, 2013

Tipo de establecimiento	Cantidad	Participación
Operadoras de Turismo Receptivo	180	54,88 %
Agencias de Viajes y Turismo	135	41,16 %
Agencia Mayorista de Turismo	13	3,96 %
TOTAL	328	100 %

Fuente: Gobierno Autónomo Departamental de La Paz

Elaboración propia

Del total de empresas registradas en el municipio de La Paz, 135 son Agencias de Viajes y Turismo, mismos que representan el 41.2 % solamente 13 son Agencias Mayoristas de Turismo (3,96%), mientras que la mayoría (180) son Operadores de Turismo Receptivo que abarca el 54,88% del total de empresas.

De acuerdo a información oficial del Viceministerio de Turismo, el departamento de La Paz comprende el 31% del total de establecimientos de hospedaje legalmente registrados en las gobernaciones de cada departamento, siendo la mayor concentración de este servicio en todo el país.

En cuanto a la concentración de establecimientos de hospedaje del departamento, el municipio de La Paz presenta la mayor agrupación de establecimientos ya que cuenta con 194 establecimientos de diferentes tipos y categorías, los cuales representan el 46% de total, seguido por el municipio de El Alto.

ANEXO Nº 4 La Paz: Guías de turismo registrados según municipio, 2013

Municipio	Número	Participación
Municipio de La Paz	241	57,8
Municipio de el Alto	60	14,4
Otros Municipios	116	27,8
TOTAL	417	100,0

Fuente: Gobierno Departamental de La Paz,

Elaboración propia

ANEXO Nº 5 Municipio de la Paz: Conformación de Multidestinos de La Paz



Fuente: Dirección Municipal de Turismo, GAMLP

Elaboración propia

El cuadro refleja una consulta a turistas de paso en el municipio de La Paz, por lo que no existen lugares emblemáticos que distingan a nivel internacional. Por ello a decir de los mismos, solo vienen a La Paz, porque les queda de paso antes o después de visitar otros destinos como Machu Picchu en Perú o Arica en Chile.

ANEXO Nº 6 Municipio de La Paz: Inversión destinada a turismo

(En bolivianos)

Gestión	Programado	Ejecutado
2001	707.532	461.105
2002	601.659	295.133
2003	171.559	135.878
2004	785.984	631.384
2005	1.311.602	1.031.087
2006	1.933.448	1.403.287
2007	2.102.589	1.578.131
2008	3.172.257	2.746.536
2009	1.576.603	1.346.056
2010	2.042.189	1.921.741
2011	2.204.373	2.121.457
2012 (p)	4.695.781	4.406.998

Fuente: Elaboración propia Dirección Municipal de Turismo, GAMLP

ANEXO Nº 7 NIVELES DE DEMANDA DE TURISMO

Criterios	Niveles de satisfacción de la demanda
Índices de satisfacción.	
Recursos Turísticos	3,71
Oferta de ocio y comercio.	3,62
Infraestructura y transporte.	3,11
Alojamiento y restauración.	3,84
Servicios y promoción turística.	3,19
Calidad turística.	3,79

Fuente: Proyecto de Mejora del Sector Turismo en la Región Andina 2002 -2004, MAZARS