

Año 29 No. 105, 2024
ENERO-MARZO



Año 29 No. 105, 2024

ENERO-MARZO

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES

Como citar: Olivares Alvares, M., Leoncio Rodriguez, J., Tazzo Tomas, M. M. y Quispe Aymachoque, J. P. (2024). Potencial turístico del Departamento de La Paz, Bolivia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 29(105), 401-416. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.105.25>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 29 No. 105, 2024, 401-416
enero-marzo
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Potencial turístico del Departamento de La Paz, Bolivia

Olivares Alvares, Max*
Leoncio Rodriguez, Julian**
Tazzo Tomas, Magda Marianella***
Quispe Aymachoque, Julio Pedro****

Resumen

El Departamento La Paz (Bolivia) es un destino con potencial para el turismo de reuniones o MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions), una modalidad de turismo de reuniones que aporta beneficios económicos, sociales y culturales a los lugares que lo acogen. Esta investigación tiene como objetivos determinar tendencias económicas y de tránsito de turistas en el período 2016-2022 y describir la percepción de los expertos sobre rasgos potenciales del turismo de reuniones en el Departamento La Paz basado en una metodología cuantitativa y cualitativa. Los resultados obtenidos dan cuenta de un declive de actividad turística seguida de una recuperación reciente que aspira a mantenerse a la vez de posibilidades de impulso del sector del turismo de reuniones. Se concluye que existen condiciones para la consideración de modelos de turísticos más diversificados y la inversión en infraestructura para el turismo de reuniones se presenta como oportunidad para un despliegue de las capacidades territoriales, culturales y económicas innovando en la perspectiva de desarrollo tradicional basada en el extractivismo.

Palabras clave: turismo; desarrollo sostenible; rasgos potenciales; segmento turístico.

Recibido: 10.07.23

Aceptado: 18.10.23

* Doctorante en Ciencias Economicas, Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador (CIDE). Email: direccion@cidecuador.org ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6281-7951>

** Doctor en Ciencias. Universidad de La Habana, Cuba. Email: julianleo2010@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0564-0571>

*** Doctora en Psicología Educacional y Tutorial, Universidad Nacional de Educación, (Lima, Perú). Email: mtazzo@une.edu.pe. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5776-7147>

**** Doctor en Ciencia, Tecnología y Ambiente, Universidad Nacional del Altiplano, Perú. Email: pquispe@une.edu.pe. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1737-7202>

Tourism potential of the Department of La Paz, Bolivia

Abstract

The Department of La Paz (Bolivia) is a destination with potential for meeting tourism or MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions), a type of meeting tourism that provides economic, social and cultural benefits to the places that host it. This research aims to determine economic and tourist traffic trends in the period 2016-2022 and describe the perception of experts on potential features of meeting tourism in the Department of La Paz based on a quantitative and qualitative methodology. The results obtained show a decline in tourist activity followed by a recent recovery that aspires to be maintained while providing opportunities to boost the meeting tourism sector. It is concluded that there are conditions for the consideration of more diversified tourism models and investment in infrastructure for meeting tourism is presented as an opportunity for the deployment of territorial, cultural and economic capacities, innovating in the traditional development perspective based on extractivism.

Keywords: tourism; sustainable development; potential features; tourism segment.

1. Introducción

El turismo en Bolivia decreció un 65% en 2020 como consecuencia de la pandemia generada por la Covid-19. Cerca de 100 mil empleos fueron depuestos temporalmente y aún no se han recuperado, según afirma la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2022). La crisis de la Covid-19 ha puesto de manifiesto fortalezas y debilidades del sector turístico boliviano; cuyo análisis ofrece la oportunidad de contar con una renovadora visión del modelo actual de gestión turística

Dado este contexto internacional, el turismo de reuniones en Bolivia enfrenta una situación desafiante, que exige como principal reto la reactivación del sector y la especialización de la oferta con la cooperación entre actores públicos y privados. En el plano nacional, dado los

sucesos sociopolíticos acaecidos en el 2020 y simultáneamente la ocurrencia de la pandemia del COVID-19, se produjo una caída del Producto Interno Bruto de -8.8%, la contracción más profunda desde 1953, hace 67 años, derivado de la disminución de la inversión pública de 66,2% hasta octubre de 2020 (Ministerio de Planificación del Desarrollo [MPD], 2021).

El turismo de reuniones o MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions), es una modalidad de viaje que se realiza con fines profesionales, como asistir a congresos, convenciones, ferias o incentivos. Este tipo de turismo tiene una gran importancia económica y social para los destinos que lo acogen, ya que genera ingresos, empleo, inversión y prestigio; también es conocido como el sector de viajes de negocios o turismo corporativo.

La actividad MICE fue muy castigada por la pandemia del COVID-19 en el año 2020 disminuyó a cero. Su recuperación como sector económico pujante ha sido de muy reciente data¹ y, por tanto, el conocimiento sobre esta temática se encuentra en un momento único para captar una realidad socioeconómica en franca recuperación mundial. En Bolivia, en conjunto con Ecuador y Venezuela, actores académicos y empresariales han demostrado su interés en participar en el desarrollo del conocimiento de este segmento turístico mediante la creación de espacios de divulgación de investigaciones del turismo de eventos en Bolivia y Latinoamérica (CIDE-CET, 2022)

Adicionalmente, Poma et al, (2023:246) destaca que es importante la realización de este tipo de investigaciones para profundizar en los resultados por sector y destino turístico de Bolivia que orienten acciones tempranas de emprendedores turísticos, lo cual permite subvertir el rezago histórico de Bolivia respecto a otros países suramericanos en las actividades relativas al turismo de eventos o actividades MICE.

A continuación, se precisan las orientaciones metodológicas que permitirán la consecución de los objetivos del estudio que consisten en determinar tendencias económicas y de tránsito de turistas en el período 2016-2022 y describir la percepción de los expertos sobre rasgos potenciales del turismo de reuniones en el Departamento La Paz.

2. Fundamentos teóricos de la investigación

En este apartado se presentan los fundamentos teóricos de la investigación que sustentan el conocimiento sobre el turismo de reuniones y sus rasgos potenciales.

2.1. Turismo de reuniones o turismo MICE

El turismo de reuniones o MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) es un término y acrónimo que se usa al referirse a las áreas de turismo para efectuar: reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones; es una modalidad de turismo. Ha demostrado ser una estrategia relevante de los destinos urbanos en la consecución de los mejores resultados para la reducción de estacionalidad, diversificación de la demanda e incremento de la ocupación hotelera.

Este tipo de turismo tiene una gran importancia para impulsar el sector turístico de las ciudades que lo acogen, ya que genera beneficios económicos, sociales y culturales. Además, presenta un efecto multiplicador de los ingresos por turismo en otros sectores (Arriaga & González, 2019; Suryanata, 2019; Shvets, 2020; Abdukhamidov, Makhmudova & Mukhamadiev, 2022).

Según la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), "reunión" es un término general que se refiere al encuentro de un

1 La actividad MICE según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, citado por Porras, 2022) se está adaptando a las nuevas circunstancias y restablece con fuerza su actividad, comenzando su recuperación en 2021 y las proyecciones que apuntan a un crecimiento del 41,1% este año y un avance anual promedio del 5,5% entre 2022 y 2032. Reitera el International Congress and Convention Association (ICCA, 2020) que la tendencia a realizar reuniones de negocios a nivel global ha crecido de forma constante. Este estudio se plantea abordar el estudio del turismo en

número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta (OMT, 2019: 43). El término “reunión” y su descripción señalada se aplican a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio definido. Estas reuniones constan de convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, incentivos, reuniones empresariales y de negocios y otras reuniones que cumplen los criterios expuestos.

El turismo MICE ha evolucionado en un sector vital para el sector turístico mundial tras un crecimiento significativo en las últimas décadas (Jin, Weber y Bauer, 2013). La revisión sistemática de la bibliografía científica evidencia de diversas áreas de importancia de factores de éxito para el desarrollo del turismo MICE. Varios elementos contribuyen a los éxitos de las actividades de este tipo de turismo, los cuales cuáles veremos más adelante. Mientras tanto, las ventajas del turismo de reuniones o MICE son:

- Desestacionaliza la demanda turística, al no depender de la época del año ni del clima.
- Aumenta el gasto medio por turista, al tratarse de viajeros con un alto poder adquisitivo y una mayor disposición a consumir servicios de calidad.
- Crea empleo directo e indirecto, al involucrar a diversos actores del sector servicios, como hoteles, restaurantes, transportes, comercios, etc.
- Posiciona el destino como un referente en el ámbito profesional, al proyectar una imagen de modernidad, innovación y competitividad.
- Fomenta el intercambio de conocimientos, experiencias y contactos entre los participantes de los eventos,

lo que puede generar oportunidades de negocio y colaboración.

Una cuarta parte de los turistas de todo el mundo viaja por negocios, lo cual representa un total de 280 millones de turistas que viajan para la realización de actividades laborales o profesionales, por asistencia a reuniones de negocios, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares. El turismo MICE se caracteriza por ser un elemento dinamizador del sector. Las principales razones son: la desestacionalización, el impacto económico, la generación de empleo y el posicionamiento del destino (Abdukhamidov et al, 2022).

2.2 Rasgos potenciales del turismo de eventos

En la industria del turismo, un producto es considerado como el conjunto de características tangibles e intangibles que satisfacen las necesidades de los consumidores, y en este sentido el producto puede ser físico o intangible, como el caso de un servicio, o bien una combinación de ambos (Gonzalez et al, 2015). Estos pueden ser diseñados de acuerdo a las características de los diversos segmentos de mercado y sobre todo con base en la motivación que tienen las personas para viajar, lo que constituye la variable principal en el diseño de todo producto turístico sustentable (Salinas y Medina, 2009).

Las características de un lugar, como producto turístico, se entienden como los rasgos que tiene ese lugar para satisfacer las demandas del turismo de eventos. En este sentido, existe bibliografía disponible para dar cuenta de estas características, estas son: seguridad ciudadana para el

turista, hospitalidad, conservación del medio ambiente y atractivos turísticos de la ciudad, preservación de la ciudad, gastronomía de la ciudad, cultura y patrimonio de la ciudad, actividades de animación, precio de los servicios turísticos e instalaciones para reuniones y ferias.

Las investigaciones recientes sobre seguridad turística han revelado que esta ha tomado otra relevancia y ha entrado en otra perspectiva de conocimiento a nivel mundial, más allá de las consecuencias negativas que padecen algunas zonas turísticas, pasando de la clásica seguridad turística, basada en la protección policial y acción contra el delito. La nueva perspectiva aboga por ampliar su base de sustentación y pensar en los riesgos turísticos desde una perspectiva más integral, apoyada en la planificación sustentable de la gestión del riesgo multi-institucionalmente (Abadovsky, 2021).

La seguridad ciudadana de los turistas es fundamental para garantizar el potencial de un destino turístico (Grünwald, 2012). La carencia de seguridad se asocia con una valoración negativa de un destino que es más determinante en la valoración de una visita que la belleza y el precio debido a que aunque este sea muy bello y barato, los turistas no lo visitarán si perciben una gran inseguridad ciudadana (Frigo, s/f).

La hospitalidad es, según Nailon citado, Alves y Barcellos (2019) un proceso enfocado en la seguridad, el confort físico y el confort psicológico brindado a otro (un huésped) por un anfitrión. Este rasgo se considera característica crucial para elevar el desempeño y la competitividad de un destino turístico (Loureiro, 2014; Alves y Barcellos, 2019).

La conservación del medio

ambiente está ligado a mitigar el impacto ambiental negativo que genera el turismo (pérdida de la biodiversidad, generación de desechos, modificación de ciclos naturales, otros) por lo que en los últimos años en Bolivia se han promovido políticas de sustentabilidad asociada a un eje de acción estatal. Se trata del octavo eje del Plan de Desarrollo Económico y Social de Bolivia 2021 – 2025 titulado “Medio ambiente sustentable y equilibrado en armonía con la madre tierra” cuya estrategia transversal gira en torno a la gestión estratégica de los recursos naturales mediante su protección.

Si bien es cierto que la cualidad de los centros de reuniones para la realización de eventos y ferias resultan una dimensión importante para el diagnóstico del potencial del Departamento La Paz como lugar de turismo de reuniones, también los entornos urbanos requieren ofrecer una mezcla de instalaciones corporativas y atractivos turísticos placenteros si quieren perfilarse como ciudades-producto para el turismo de reuniones.

Destaca Cuestas (2023:15) que las ciudades con atractivos para el turismo de negocios pueden beneficiarse económicamente y fortalecer su reputación a nivel nacional e internacional; también forma parte de una tendencia global advertida por López-González (2023) como la “turistificación del trabajo”.

Existe un conjunto de rasgos patrimoniales y culturales que forman parte de una red de gran valor y riqueza, que deben promocionarse y comercializarse de forma sostenible, con el objetivo de mejorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales en los destinos y la preservación de los recursos (Orgaz y Moral, 2016).

Se trata del patrimonio, la cultura y la gastronomía de la ciudad, sobre este respecto señala Navarro citado por Baridón (2022) que la conceptualización del turismo de reuniones se ha ampliado para incluir, además, actividades relacionadas con la oferta cultural del destino, y de disfrute de la gastronomía local; de modo que es necesario incluir estas dimensiones en cualquier diagnóstico de potencialidad de un destino MICE. La preservación del patrimonio arquitectónico urbano de la ciudad o preservación de la ciudad forma parte de estas características potenciales.

La animación turística, por su parte, busca la integración del turista al entorno, brindándole experiencias enriquecedoras, es una nueva faceta a considerar para el posicionamiento de cualquier destino corporativo. Específicamente, se define como un tipo de atención a los visitantes o turistas encaminada a estimular ciertas facetas de su comportamiento, gracias a lo cual se genera entusiasmo en torno a algunas actividades turísticas con el fin de promover determinadas experiencias (Ochoa, 2022).

Los precios de los servicios turísticos son importantes, ya que las personas siempre buscan la economía, sin embargo, muchas personas ponen por encima un buen servicio a costo, tal es el caso del segmento de turismo de negocios.

En cuanto a las instalaciones para efectuar eventos y ferias, algunos países han identificado sectores clave en los que son líderes o tienen una ventaja competitiva, y han desarrollado políticas para atraer eventos relacionados con esos sectores. Además, han establecido alianzas público-privadas para promover el turismo de negocios y se han creado

centros de convenciones y espacios especializados para albergar eventos corporativos (Cuestas, 2023).

3. Estrategia metodológica del estudio

Dada la escasa atención que la investigación científica ha prestado a este tipo de turismo, son escasas las publicaciones sobre el tema (Olivares, 2022). Asimismo, la reciente recuperación de este tipo de turismo en Bolivia hace que estudios exploratorios y descriptivos como el presente tengan relevancia para conocer el estado actual del turismo en distintos ámbitos territoriales (internacional, nacional y local).

Respecto a la determinación de las tendencias económicas y de tránsito de turistas, en el período 2016-2022 se realizó una revisión documental de fuentes secundarias, en su mayoría de tipo cuantitativo, reconociendo tendencias y perspectivas del turismo en ámbito internacional, nacional y local. Entre las fuentes secundarias consultadas se encuentran: reportes de agencias de investigación de mercados, compendios estadísticos de la Organización Mundial del Turismo y artículos científicos especializados.

Con la finalidad de describir la percepción de los expertos sobre rasgos potenciales del turismo de reuniones en el Departamento de La Paz, se realizaron 15 entrevistas a profesionales de instituciones públicas y privadas responsables del sector turístico, así como de instituciones académicas con experiencia en la planificación y ejecución de eventos, así como experiencia en investigación en el área del turismo. Se elaboró un instrumento de recolección de información para

indagar respecto a los cualitativos claves, que permitiesen obtener conocimiento de las características potenciales del Departamento La Paz, para el impulso del turismo de reuniones.

Mediante el análisis teórico sobre productos turísticos y el turismo MICE, se identificaron las características a modo de rasgos potenciales para el turismo de reuniones, los cuales fueron consultados a los expertos para que adjudicaran un grado de desarrollo actual a partir de una escala de Likert ordinal continúa de 3 valores, en donde 1 correspondió a

“malo”, 2 a “regular”, 1 a “bien”.

También fue importante para efectos prospectivos de la descripción dar respuesta a la pregunta ¿Cuáles son las principales estrategias de desarrollo sostenible del turismo en Bolivia? (Grado de ponderación 1=mínimo 5=máximo). Con la finalidad de conocer la fiabilidad y error de medición del instrumento se determinó el Alfa de Cronbach (Software estadístico IBM SPSS Statistics Versión 27) para Escala Likert (Quero, 2010; Awang, Afthanorhan, & Mamat, 2016) tal como lo refleja la Tabla 1.

Tabla 1
Estadísticas de fiabilidad de la percepción sobre el potencial y perspectivas del turismo MICE en el Departamento La Paz

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | No de elementos |
|------------------|---|-----------------|
| ,947 | ,954 | 22 |

En este aspecto, es importante acotar que la percepción de los actores locales sobre el turismo es un aspecto esencial para el desarrollo turístico. Si se conocen los elementos que caracterizan al desarrollo del turismo en una comunidad, es factible detectar las diferentes necesidades, problemáticas y probables soluciones relacionadas con la implementación de estrategias que promuevan el desarrollo sostenible de un destino turístico (Joo, Cho y Woosnam, 2019; Martín, Moreira & Román, 2020; Quin et al, 2021).

4. Tendencias y perspectivas futuras del turismo

En este apartado se determinan

tendencias económicas y de tránsito de turistas en el período 2016-2022 en el ámbito internacional, nacional y local.

4.1. Contribución del turismo a la economía mundial

El turismo MICE es conocido como uno de los segmentos de mayor crecimiento en el sector del turismo, ya que genera millones en ingresos para países y ciudades de todo el mundo. Según la compañía Allied Market Research (2019) el mercado global del turismo MICE fue de \$ 805 mil millones en 2017, y se proyecta que alcance los \$ 1,439.3 mil millones en 2025 y registrando una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) de 7.6%

en el periodo 2018-2025. La industria MICE está dominada por Europa y Asia-Pacífico, estas regiones representaron casi el 70,4 % de la cuota de mercado en 2017 y se espera que sea testigo de una CAGR de 6.9% y 8.6% durante el pronóstico.

Las últimas cifras de la Organización Mundial del Turismo muestran una rápida evolución del turismo internacional, avanzando en un buen ritmo hacia niveles pre-pandémicos en todas las regiones del mundo. En cifras generales, las llegadas internacionales alcanzaron el 80 % de los niveles anteriores a la pandemia en el primer trimestre de 2023.

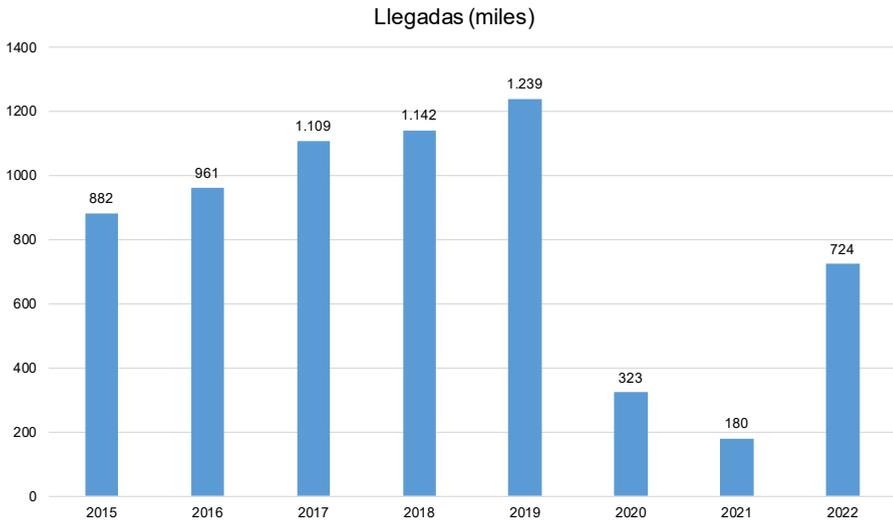
Se estima que, en estos tres primeros meses, 235 millones de turistas hicieron viajes internacionales, más del doble que en el mismo período de 2022. El turismo no ha dejado de hacer gala de su resiliencia. Según los datos revisados para 2022, el año pasado hubo más de 960 millones de desplazamientos internacionales de turistas, es decir, se restablecieron dos tercios (66 %) de las cifras pre-pandémicas (OMT, 2023).

4.2 Contribución del turismo a la economía de Bolivia

Antes de la pandemia de la Covid-19, el turismo fue uno de los sectores de más rápido crecimiento en el mundo. De acuerdo a cifras de la Organización Mundial del Turismo, en 2019 el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo alcanzó los 1,400 millones. Asimismo, el 2018 fue el séptimo año consecutivo durante el cual el crecimiento de las exportaciones de turismo (+4%) Además, el turismo representó un 10,4% del PIB mundial y tuvo una proporción similar en empleo, lo que muestra el relevante papel que desempeña en la economía global.

En Bolivia, pese a la limitada inversión estatal en el sector turístico, según cifras del World Tourism Organization (2022), Compendium of Tourism Statistics, Data 2015 – 2019, los ingresos generados por el turismo receptivo en Bolivia aumentaron un ritmo mayor al 10% anual entre 2006 y 2019. Sin embargo, la pandemia del COVID-19 y acontecimientos sociopolíticos que desestabilizaron al país en el 2020 y el 2021 provocaron el desplome de la llegada de turistas al país, como se muestra en la Gráfico 1.

Gráfico 1 Llegada de turistas internacionales a Bolivia 2015-2022



Nota. Elaboración a partir de cifras obtenidas del World Tourism Organization (2021), Compendium of Tourism Statistics, Data 2015 – 2019.

La agudeza de esta caída es apreciable si tomamos en cuenta que la suma de las llegadas de turistas internacionales en el período 2020-2022 llega a aproximarse al total de visitas recibidas en el 2019. No obstante, el escenario es optimista por cuanto la recuperación de visitantes internacionales es notoria para el año 2022, coincidiendo con tendencias internacionales mencionadas en el apartado anterior.

Además, en términos de políticas públicas, el turismo ha sido considerado como un sector prioritario en el país dentro del Plan de Desarrollo Económico y Social 2021 – 2025, aunque se plantea que esto pasa por superar en términos de Ampuero citado por Redacción Central (2023) “una focalización histórica en la

explotación de los recursos naturales, y cuesta salir de eso”.

4.3. Dinámica del flujo de turistas al Departamento La Paz 2012-2022

El sector turístico del Departamento La Paz ha experimentado una fuerte contracción debido a la crisis sanitaria provocada por el COVID-19. Según el INE (2022), el número de visitantes se redujo en un 83% entre el 2019 y el 2020, pasando de 547,046 a 92,495. Aunque hubo una leve recuperación en el 2021, con 192,839 visitantes, aún se encuentra muy por debajo de los niveles previos a la pandemia. Esta situación ha afectado negativamente a toda la cadena de valor del turismo, generando

pérdidas económicas e incertidumbre para los emprendedores que dependen

de esta actividad como su principal fuente de ingresos.

Tabla 2
Flujo de turistas al Departamento La Paz 2012-2022

| | 2012 | 2014 | 2016 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Nacionales | 282,921 | 286,968 | 289,638 | 293,324 | 295,782 | 92,495 | 192,839 | 304,070 |
| Extranjeros | 241,862 | 242,657 | 253,746 | 255,457 | 251,264 | 63,545 | 25,592 | 42,762 |
| Total | 524,783 | 529,625 | 543,384 | 548,781 | 547,046 | 156,040 | 220,452 | 346,832 |

Nota. Elaboración a partir de cifras del Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (2022).

Aunque hubo una leve recuperación en el 2021, en la cifra total de turistas la llegada de turistas extranjeros se redujo en un 89.8% entre el 2019 y el 2021, pasando de 251,264 a 63,545 en 2020 y a solo 25,592 en el 2021. Esta caída representa una pérdida, ingresos y empleos para el país, así como un retroceso en el desarrollo sostenible sector turístico. Es necesario implementar medidas urgentes para apoyar la reactivación del turismo, garantizando la seguridad sanitaria de los viajeros y los trabajadores del sector, y promoviendo la innovación y la digitalización como herramientas para mejorar la competitividad y la calidad de los servicios turísticos.

5. Diagnóstico del turismo de reuniones: perspectiva de los expertos

Corresponde en este apartado realizar un diagnóstico del turismo MICE desde la perspectiva de los expertos de sector público y privado del país para describir: 1) los rasgos potenciales para el turismo de reuniones en el Departamento La Paz según los expertos y 2) las principales estrategias para el desarrollo de desarrollo sostenible del turismo en el Departamento La Paz.

De acuerdo a los expertos entrevistados, la seguridad ciudadana es regular para un 33,3% y mala para un 66,7%. En la misma proporción ocurre con la hospitalidad, no hay apreciaciones buenas para estos dos rasgos. Lo cual es crítico considerando lo señalado por Frigo (s/f) que las deficiencias percibidas de seguridad en un lugar inciden negativamente en el posicionamiento de una ciudad.

Respecto a la conservación del medio ambiente y atractivos turísticos de la ciudad, así como la preservación de la ciudad, la mitad y más de la mitad respectivamente las considera regular; el 50% señala que la conservación del ambiente y los atractivos turísticos son malos, mientras que un menor porcentaje (33,3%) opina que la preservación de la ciudad es mala. En estas primeras cuatro categorías no existe una valoración buena entre los expertos y se evidencia una inclinación a dar una valoración intermedia a los rasgos como: conservación del ambiente, atractivos turísticos y preservación de la ciudad.

La gastronomía es un rasgo que detenta una buena valoración entre el 16,6% de los expertos, una valoración regular entre el 50% y una valoración mala dada por el 33,33% de los expertos. En rasgos generales, se provee información

positiva entre un sector de los expertos sobre la cocina en el Departamento La Paz, la gastronomía boliviana es un activo turístico de importancia por cuanto tiene reconocimiento mundial.

La cultura y el patrimonio del departamento La Paz han valorado como buenos de forma unánime, lo que evidencia su posicionamiento en materia cultural. En concreto, el departamento de La Paz en Bolivia es una región con un gran potencial turístico debido a su rica historia y cultura, su impresionante paisaje natural y su diversidad étnica y lingüística.

La ciudad de La Paz es la sede del gobierno boliviano y cuenta con una mezcla única de tradición indígena y modernidad, con sus impresionantes edificios coloniales y su vibrante vida callejera. El turismo en La Paz ha estado experimentando un crecimiento constante en los últimos años, especialmente en el turismo cultural y de aventura. La ciudad de La Paz cuenta con una gran cantidad de museos y sitios históricos, incluyendo la Iglesia de San Francisco, el Museo de la Coca,

y el Mercado de las Brujas, donde los visitantes pueden experimentar la rica cultura y tradiciones de Bolivia

De acuerdo con lo anterior, las actividades de animación, que según Ochoa (2022) favorecen la integración del turista con el entorno, son valoradas por un 66,7% de los expertos como buena, siendo el segundo rasgo mejor valorado por los encuestados, representa un 33,3% califico la animación como regular.

El precio tiene una valoración mala por un 50% de los expertos, es una importante valoración negativa que debe tomarse en consideración y tomar acciones entre los actores públicos y privados para mejorar la competitividad de los servicios y productos turísticos respecto a otras ciudades de Bolivia y del Suramérica.

La infraestructura para eventos y ferias, clave para el turismo de reuniones, tiene una valoración regular por la mayoría de los expertos (66,7%) seguida de mala (16,6%) y una buena referida solo por el 16,6% de los encuestados (Tabla 3).

Tabla 3
Rasgos potenciales para el turismo de reuniones en el Departamento La Paz

| Rasgos potenciales | Grados % | | |
|--|----------|---------|------|
| | BIEN | REGULAR | MALA |
| Seguridad ciudadana para el turista | | 33,3 | 66,7 |
| Hospitalidad | | 33,3 | 66,7 |
| Conservación del medio ambiente y atractivos turísticos de la ciudad | | 50,0 | 50,0 |
| Preservación de la ciudad | | 66,7 | 33,3 |
| Gastronomía | 16,6 | 50,0 | 33,3 |
| Cultura y Patrimonio | 100 | | |

Cont... Tabla 3

| | | | |
|-------------------------------------|------|------|------|
| Actividades de animación | 66,7 | 33,3 | |
| Precios de los servicios turísticos | 16,6 | 33,3 | 50,0 |
| Instalaciones para eventos y ferias | 16,6 | 66,7 | 16,6 |

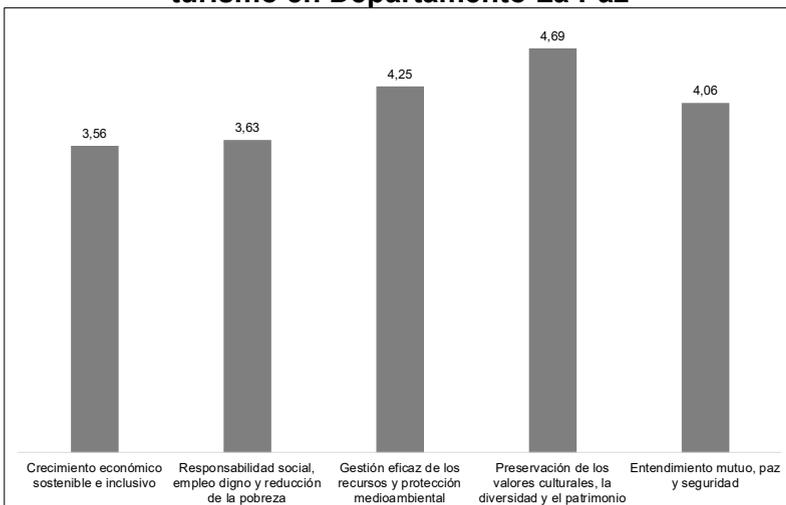
En este sentido, si bien el Departamento de la Paz tiene una fortaleza cultural con variedad de experiencias gastronómicas, patrimoniales, naturales, actividades al aire libre, entre otras; la falta de infraestructura adecuada para la realización de eventos y reuniones internacionales es una de las principales limitaciones de La Paz. La ciudad carece de centros de convenciones y hoteles con instalaciones modernas para albergar grandes grupos.

Desde una posición de vanguardia

respecto a las posibilidades que emergen de la recuperación del mercado turístico en el mundo, resulta de interés conocer las estrategias que para los expertos consultados son necesarias para impulsar el turismo de reuniones. Los resultados obtenidos a partir de la pregunta ¿Cuáles son las principales estrategias de desarrollo sostenible del turismo en el Departamento La Paz? Tendiendo como grado de ponderación mínimo (1) y máximo (5) tal como es representada en el gráfico 2.

Gráfico 2

Principales acciones que contribuirán al desarrollo sostenible del turismo en Departamento La Paz



Según los informantes se aprecia una ponderación mayor a un par de estrategias vinculadas a la preservación y gestión eficaz tanto de los aspectos tangibles (recursos mediambientales) e intangibles (valores y diversidad cultural). Le sigue una estrategia de desarrollo que involucra al Estado en tanto que proponen el entendimiento entre los sectores de la sociedad bajo criterios de paz y seguridad

6. Conclusiones

A pesar de estos desafíos, existen perspectivas para la reactivación y el desarrollo futuro del sector turístico en Bolivia en términos cuantitativos y cualitativos que se analizaron a lo largo de este trabajo. La consideración de modelos de turísticos más diversificados y la inversión en infraestructura para el turismo de reuniones o MICE se presenta como oportunidad para un despliegue de las capacidades territoriales, culturales y económicas innovando en la perspectiva de desarrollo tradicional basada en el extractivismo.

Los resultados en esta investigación ofrecen la información requerida para realizar un análisis situacional del sector del turismo MICE en el Departamento de la Paz, Bolivia. Este análisis demuestra fortalezas importantes, aunque también debilidades del segmento turístico objeto de estudio, básicamente la infraestructura para el turismo de eventos.

Para el sector turístico boliviano, la captación de turistas internacionales representa un desafío que requiere establecer políticas nacionales para promocionar la capacidad de organizar el turismo MICE superar la visión extractivista del desarrollo económico relegada a la explotación de materias

primas cuando existe una actividad económica en franco crecimiento con mayor rentabilidad en términos de capital humano, es decir, un sector intensivo de empleos. La minimización de los conflictos sociales es una base fundamental en este panorama con políticas integradas e integradoras de desarrollo económico que permita revertir el rezago social, político y económico del período 2020-2021.

En cuanto a las perspectivas futuras del turismo en el departamento de La Paz, se espera que el sector continúe creciendo en los próximos años debido a la creciente demanda de turismo cultural y de aventura, así como a la mejora de la infraestructura turística en la región. El gobierno boliviano ha estado invirtiendo en el desarrollo de nuevas rutas turísticas y la promoción del turismo sostenible en el país, lo que también beneficiará al departamento de La Paz.

Referencias bibliográficas

- Abadovsky, A (2021) Seguridad Ciudadana y Turismo: una Metodología de la Revisión *Perspectivas Metodológicas*, 22, 5-18 <https://doi.org/10.18294/pm.2022.3546>
- Abdukhamidov, S., Makhmudova, A., & Mukhamadiev, A. (2022). Evaluate the multiplier effect of the development of pilgrimage tourism using Buddhist resources based on marketing research. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 3(3), 53-58. <https://cajitm.centralasianstudies.org/index.php/CAJITMF/article/view/216>
- Alves, C., y Barcellos, R. (2019). Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios

- turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 290-311. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322019000200003&lng=es&tlng=es.
- Allied Market Research (2019). *MICE Industry Share, Size, Trends, demand - 2022-2031*. <https://www.alliedmarketresearch.com/MICE-industry-market>
- Arriaga, R., & González, C. R. (2019). La Contribución de la Cultura y el Turismo al Empleo en México: Una estimación de los Multiplicadores Tipo I y Tipo II. *Análisis económico*, 34(86), 35-64. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-66552019000200035&lng=es&tlng=es.
- Awang, Z., Afthanorhan, A., & Mamat, M. (2016). The Likert Scale Analysis Using Parametric Based Structural Equation Modeling (SEM). *Creative Education*, 12(9), <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3078811>
- Baridón, S. (2022) El turismo de reuniones en la Argentina. Evolución y Actualidad. [Tesis de Grado. Universidad Nacional del Sur]. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/6411/ TESIS%20BARIDON%2c%20%28subir%20junio%2023%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cuestas, A. (2023). *Vivisión estratégica del turismo de negocios en la Ciudad De Culiacán Rosales, Sinaloa*. [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Sinaloa]. http://repositorio.uas.edu.mx/jspui/bitstream/DGB_UAS/505/1/Visi%c3%b3n%20estrat%c3%a9gica%20del%20turismo%20de%20negocios%20en%20la%20ciudad%20de%20Culiac%c3%a1n%20Rosales%2c%20Sinaloa..pdf
- Ernst, E., Hilal, S. E. A., Soares, S., Horne, R., Dewan, S., Kühn, S., & International Labour Organization. Job Friendly Macroeconomic Policies Unit. (2022). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: Tendencias 2022*. OIT.
- Gonzalez, L., Cavazos Arroyoo, J., & Mayett Moreno, Y. (2015). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables. *El Periplo Sustentable*, (28), 115-139. <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4948>
- Grünewald, L. A. (2012). La seguridad en el marco de la competitividad de los destinos turísticos. *Revista de Ciencias Sociales*, 4(21), 141-158. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1545>
- INE (2022). *Instituto Nacional de Estadística Bolivia* (2022). <https://www.ine.gob.bo/>
- International Congress and Convention Association-ICCA (2022, junio 10). ICCA Ranking Report sheds light on industry's adaptability and progress in 2021. lccaworld.org. <https://www.iccaworld.org/news/post/icca-ranking-report-sheds-light-on-industrys-adaptability-and-progress-in-2021/>
- Jin, C., Weber, K., y Bauer (2013). Dimensiones y diferencias de percepción del atractivo de los destinos de exposición: el caso de China *Revista de Investigación hotelería y Turismo*, 37(4) 447-469 <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=395679b8b0c356c22a107b136ac9f570e7bf6190>
- Joo, D., Cho, H., & Woosnam, K. M. (2019). Exploring tourists' perceptions

- of tourism impacts. *Tourism Management Perspectives*, 31, 231–235. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.008>
- Jun. (2022, junio 10). ICCA Ranking Report sheds light on industry's adaptability and progress in 2021. lccaworld.org. <https://www.iccaworld.org/news/post/icca-ranking-report-sheds-light-on-industrys-adaptability-and-progress-in-2021/>
- López González, J. L. (2023). La turistificación del trabajo: bases para la crítica de un fenómeno de la aceleración social manifestado en el bleisure y el workation. *Cuadernos de relaciones laborales*, 41(2), 335–348. <https://doi.org/10.5209/crla.87872>
- Loureiro, S. M. C., & Kastenholz, E. (2011). Corporate reputation, satisfaction, delight, and loyalty towards rural lodging units in Portugal. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 575–583. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.10.007>
- Martín, J. C., Moreira, P., & Román, C. (2020). A hybrid-fuzzy segmentation analysis of residents' perception towards tourism in Gran Canaria. *Tourism Economics*, 26(7), 1282–1304. <https://doi.org/10.1177/1354816619873463>
- Ministerio de Planificación del Desarrollo-MPD (2021). *Plan de Desarrollo Económico y Social (PDES) 2021-2025 de Bolivia*. [Cepal.org. http://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-de-desarrollo-economico-y-social-pdes-2021-2025-de-bolivia](http://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-de-desarrollo-economico-y-social-pdes-2021-2025-de-bolivia)
- Ochoa, A. (2022) *Mejora de la calidad en el proceso de animacion en el Hotel Playa Costa Verde de Pesquero*. [Tesis de Grado, Universidad de Holguín] <https://repositorio.uho.edu.cu/bitstream/handle/uho/9617/Armando%20Ochoa%20Cruz%20%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Olivares, D. (2022). *Estudio cuantitativo de las investigaciones en Turismo MICE realizadas durante el período 1997- 2021*. 1997-2021 (C. de Investigación y Desarrollo Ecuador (CIDE), Ed.). Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador (CIDE). <https://cidecuador.org/wp-content/uploads/2023/05/MEMORIAS-TURISMO-MICE.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo-OIT (2022). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo – Tendencias 2022*. <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/trends2022/lang--es/index.htm>
- Organización Mundial del Turismo-OMT (2023, mayo 9). *Nuevos datos apuntan a una recuperación total del turismo con un vigoroso arranque en 2023*. [Unwto.org](http://unwto.org). <https://www.unwto.org/es/news/nuevos-datos-apuntan-a-una-recuperacion-total-del-turismo-con-un-vigoroso-arranque-en-2023>
- Organización Mundial del Turismo- OMT (Ed.). (2019). *UNWTO Tourism Definitions | Définitions du tourisme de l'OMT | Définitions de turismo de la OMT*. World Tourism Organization (UNWTO).
- Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*, (31), 00008. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008&lng=es&tlng=es.
- Poma Loza, E. O., García Miranda, N. M., Chacón, M. F. S. M., Soliz Limarino, C. P., Céspedes, Á. L., Mamani Limachi, R. M., Dávila, W. E., Poveda

- Palacios, L., Cruz, D. J. de la, Salles, C. L., & Valda Baldivieso, V. G. (2022). El impacto de la COVID-19 en la industria turística de Bolivia y estrategias para salir de la crisis. *Turismo y sociedad*, 32, 219–250. <https://doi.org/10.18601/01207555.n32.09>
- Porras, C. (2022, septiembre 8). *Viajes de negocios: crecerán a un ritmo anual promedio del 5,5% hasta 2032*. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/153239_viajes-de-negocios-creceran-a-un-ritmo-anual-promedio-del-55-hasta-2032.html
- Qin, X., Shen, H., Ye, S., & Zhou, L. (2021). Revisiting residents' support for tourism development: The role of tolerance. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 114–123. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.010>
- Quero Virla, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos: Revista De Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 12(2), 248. Recuperado a partir de <https://ojs.urbe.edu/index.php/telos/article/view/2416>
- Salinas Chávez, E., y Medina Pérez, N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(2), 227–242. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000200008&lng=es&tng=es
- Shvets, I. Y. (2020). Multiplier effects of the development of socially responsible tourism. *EurAsian Journal of BioSciences*, 14(2), 3753–3758. <https://www.proquest.com/openview/b70e4711c909f027018a9d2c4669a548/1.pdf?cbl=2042720&pg-origsite=gscholar>
- Suryanata, I. G. N. P. (2019). Investment multiplier effect expands tourism destinations. *International Research Journal of Management IT and Social Sciences*, 6(2), 44–51. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n2.606>