Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo Dirección de Investigación e Información Municipal

> oferta y demanda turística en el municipio de La Paz



Gobierno Autónomo Municipal de La Paz Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo Dirección de Investigación e Información Municipal

Calle Potosí No. 1282, Edificio Tobía Piso 8 Telefono 2651007 - 2651026 Fax: (591-2) 2203122







"Oferta y Demanda turística en el Municipio de La Paz", fue elaborada en la gestión de:

Luis Revilla Herrero

Alcalde Municipal de La Paz

COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN GENERAL

Álvaro Blondel Rossetti

Oficial Mayor de Planificación para el Desarrollo

COORDINACIÓN TÉCNICA

Edgar Pacheco Terán

Director de Investigación e Información Municipal

REVISIÓN

Pedro Susz Khol

Director de Gobernabilidad

ELABORACIÓN

Carla Cordero Sade

Diego Urioste Urioste

Patricia Suárez Suárez

Huascar Mantilla Gutiérrrez

Programa de Análisis e Investigación Estratégica Municipal

SISTEMATIZACIÓN ESTADÍSTICA

Aracely Alurralde Soliz

Programa de Análisis e Investigación Estratégica Municipal

SISTEMATIZACIÓN ESPACIAL

Nelson Huanquiri Quispe

Carlos Medrano Rodríguez

Área Cartográfica

DISEÑO DE TAPA

Clara Revollo Villarroel

FOTOGRAFÍAS

Mauricio Suárez - Archivo Fotográfico GAMLP

DIAGRAMACIÓN

Eber Aquirre Arce

LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Goyzueta Consultores S.R.L.

GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ

Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo Calle Potosí Nº 1285, Edificio Tobía Piso 8 Teléfonos/Fax: (591-2) 2203122, (591-2) 2650107 www.lapaz.bo

IMPRESIÓN

SPC Impresores S.A. La Paz – Bolivia, Noviembre 2014

Depósito Legal: 4 - 1 - 370 - 14 P.O. ISBN: 978 - 99905 - 47 - 25 - 2

Agradecimiento especial al Lic. Francisco Valderrama — Oficial Mayor de Promoción Económica y a la Lic. Teresa Chávez y a la Lic. Jacqueline Argote de la Dirección de Promoción Turística dependiente de la Oficialía Mayor de Promoción Económica por sus aportes en el desarrollo de la Encuesta sobre Oferta y Demanda Turística en el Municipio de La Paz.

La Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz autoriza la impresión parcial o total de la información contenida en la presente publicación, para fines de investigación y estudio, previa citación de las fuentes correspondientes.

Contenido

PRE	SENTACIÓN	13
	RODUCCIÓN	15
CAF	PÍTULO I	
ENC	CUESTA MUNICIPAL DE TURISMO	19
1.1.	OBJETIVOS	19
1.2.	ASPECTOS METODOLÓGICOS	20
1.3.	DISEÑO DE LA MUESTRA	21
	1.3.1. Encuesta de Oferta Turística	21
	1.3.2. Encuesta de Demanda Turística	21
1.4.	TRABAJO DE CAMPO	22
	PÍTULO II	
GES	STIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA	25
2.1.	MARCO NORMATIVO	
2.2.	GESTIÓN EN EL NIVEL NACIONAL	
2.3.	GESTIÓN EN EL NIVEL MUNICIPAL	27
	PÍTULO III	
LA	DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ	
3.1.		
	3.1.1. Características demográficas y socioeconómicas	
	3.1.2. Condiciones de viaje y estadía	
	3.1.3. Espacios turísticos de mayor demanda	44
	3.1.4. Satisfacción	
3.2	DEMANDA EXTRANJERA	
	3.2.1. Características demográficas y socioeconómicas	
	3.2.2. Condiciones de viaje y estadía	
	3.2.3. Espacios turísticos de mayor demanda	
	3.2.4 Satisfacción	65
	PÍTULO IV	
LA	OFERTA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ	
4.1.	OPERADORES DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE	
	4.1.1. Características generales	
	4.1.2. Promoción por parte de los establecimientos de hospedaje	78
	4.1.3. Mercado turístico	
	4.1.4. Personal de los establecimientos de hospedaje	
	4.1.5. Asociatividad en los establecimientos de hospedaje	
	4.1.6. Control de calidad en los establecimientos de hospedaje	85
	4.1.7. Sugerencias sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para apoyar a los	
	establecimientos de hospedaje	
4.2.	ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTACIÓN	
	4.2.1. Características generales	
	4.2.2. Actividades de promoción en los establecimientos turísticos de alimentación	90

Oferta y demanda turística en el Municipio de La Paz

	4.2.3. Mercado turístico	91
	4.2.4. Personal en los establecimientos turísticos de alimentación	94
	4.2.5. Control de calidad en los establecimientos turísticos de alimentación	94
	4.2.6. Sugerencias sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para apoyar a los	
	establecimientos turísticos de alimentación	95
4.3.	EMPRESAS OPERADORAS DE TURISMO	96
	4.3.1. Características generales	96
	4.3.2. Promoción de los operadores de turismo	98
	4.3.3. Mercado turístico	100
	4.3.4. Personal en los operadores de turismo	103
	4.3.5. Asociatividad entre operadores de turismo receptivo	103
	4.3.6. Control de calidad en los operadores de turismo	104
	4.3.7. Sugerencias sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para apoyar a los	
	operadores de turismo receptivo	105
CAF	PÍTULO V	
LIN	EAMIENTOS DE POLÍTICA PÚBLICA	109
5.1.	POLÍTICAS PÚBLICAS CON MAYOR INCIDENCIA EN TURISMO	109
5.2.	POLÍTICAS PÚBLICAS MUNICIPALES CON MAYOR INCIDENCIA EN TURISMO	110
	5.2.1. Programa de Mejora Continua de la Calidad Turística	111
	5.2.2. Programa de Sensibilización Turística	112
	5.2.3. Programa de Difusión de la Oferta Turística	112
	5.2.4. Programa de construcción y mantenimiento de Espacios Turísticos	114
	5.2.5. Centros de Información Turística	116
	5.2.6. Chukuta Bus	117
	5.2.7. Proyectos Comunitarios	117
5.3.	LINEAMIENTOS GENERALES DE POLÍTICAS PÚBLICAS	118
	5.3.1. Planificación y Gestión	119
	5.3.2. Calidad	120
	5.3.3. Seguridad	120
	5.3.4. Infraestructura	121
5.4.	ARTICULACIÓN DE POLÍTICAS CON EL PLAN INTEGRAL "LA PAZ 2040"	121
CAF	PÍTULO VI	
CON	NCLUSIONES	125
BIB	LIOGRAFÍA	127
ANE	EXOS	129

Índice de cuadros

Cuadro N°	1.1	Municipio de La Paz: Distribución de la muestra para los oferentes turísticos	21
Cuadro Nº	1.2	Municipio de La Paz: Distribución de la muestra para los demandantes	00
0 1 110		turísticos	22
Cuadro Nº	3.1	Comunidad Andina: Comparación del gasto por consumo del turismo receptor	٥٦
Overden NO	2.0	y del turismo interno, 2007	35
Cuadro Nº	3.2	Bolivia: Flujo de turismo interno según Departamento de origen,	20
Overden NO	0.0	2008 - 2012	36
Cuadro Nº	3.3	Bolivia: Flujo de turismo interno según Departamento de destino,	20
O and a NO	0.4	2008 - 2012	36
Cuadro Nº	3.4	Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según ocupación	0.0
O and a NO	0.5	actual por sexo, 2013	38
Cuadro Nº	3.5	Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según nivel de	
O and a NO	0.0	nstrucción por sexo, 2013	39
Cuadro Nº	3.6	Municipio de La Paz: Relación de turistas nacionales según rangos	40
Overden NO	0.7	de edad e ingreso mensual, 2013	40
Cuadro Nº	3.7	Municipio de La Paz: Tipo de transporte terrestre utilizado por turistas	4.4
Overden NO	2.0	nacionales, 2013	41
Cuadro Nº	3.8	Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según motivo	4.4
Cuadra NO	2.0	de viaje, 2013	41
Cuadro Nº	3.9	Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales	40
Cuadra NO	2.40	según forma y condición de viaje, 2013	42
Cuadro Nº	3.10	Municipio de La Paz: Desglose de percepción de la calidad de los	40
Cuadro Nº	2 44	servicios turísticos según turistas nacionales, 2013	
		Bolivia: Ingresos por concepto de turismo receptivo	51
Cuadro Nº	3.12	Municipio de La Paz: Ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje	
Overden NO	0.40	por tipo de viajero, 2007-2012	52
Cuadro Nº	3.13	Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según	
Cuadra NO	2.44	ocupación actual, 2013	55
Cuadro Nº	3.14	Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según nivel	FC
Cuadra NO	2.45	de instrucción, 2013	50
Cuadro Nº	3.15	Municipio de La Paz: Condición y forma de viaje de los turistas	50
Cuadra NO	2.40	extranjeros, 2013	59
Cuadro Nº	3.10	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	60
Cuadra No	2 47	de hospedaje por mes, 2013	00
Cuadro Nº	3.17	Municipio de La Paz: Desglose de percepción de la calidad de	67
Cuadra NO	2.40	los servicios turísticos según turistas extranjeros, 2013	07
Cuadro Nº	3.10	Municipio de La Paz: Razones para volver a visitar el Municipio	60
Cuadra No	2.40	según turistas extranjeros, 2013	69
Cuadro Nº	3.19	Municipio de La Paz: Razones para recomendar visitar el Municipio	74
		a otras personas según turistas extranjeros, 2013	/1

Cuadro Nº 4.1	Municipio de La Paz: Establecimientos de hospedaje según tipo y	
	categoría, 2013	76
Cuadro Nº 4.2	Municipio de La Paz: Establecimientos de alimentación con Licencia	
0 1 110 10	de Funcionamiento, 2013	8/
Cuadro Nº 4.3	Municipio de La Paz: Capacidad instalada en los establecimientos	0.0
0 1 110 - 4	turísticos de alimentación, 2013	88
Cuadro Nº 5.1	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Inversión ejecutada	444
	en Turismo, 2001 – 2013	111
Cuadro Nº 5.2	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Material distribuido de	440
Overder NO E 2	Promoción Turística, 2000 – 2013	113
Cuadro Nº 5.3	Gobierno Autónomo Municipal de la Paz: Inversión ejecutada en el área	
	urbana y rural para construcción, mantenimiento y fortalecimiento	44.4
Cuadra NO E 4	de espacios turísticos, 2006 – 2013	114
Cuadro Nº 5.4	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Inversión ejecutada en	
	construcción y mejora de miradores urbanos por macrodistrito, 2005 – 2013	115
Cuadro Nº 5.5		113
Cuadro N° 5.5	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Turistas extranjeros atendidos según Centro de Información Turística, 2006 – 2013	116
Cuadro Nº 5.6	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Turistas nacionales	110
Cuadro N 5.6	atendidos según Centro de Información Turística, 2011 – 2013	116
Cuadro Nº 5.7	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Inversión, número de paseos	110
Guadro N° 5.7	y cantidad de personas que participaron del servicio del bus turístico	
	gratuito, 2011 – 2013	117
Cuadro Nº 5.8	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Inversión ejecutada y	117
0.0	número de visitantes a la Laguna Pampalarama, 2006 – 2013	118
Cuadro Nº 5.9	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Circuitos turísticos	
0.0	promocionados según comunidades involucradas, cantidad de	
	participantes y visitas, 2013	118
	partopartoe y ristas, 2010	
Ímalia	a da amática a	
inaic	e de gráficos	
Gráfico Nº 3.1	Bolivia: Llegada de viajeros internacionales, 2003 - 2012	33
Gráfico Nº 3.2	Bolivia: Pernoctación de viajeros a establecimientos de hospedaje por	
Granco N 3.2	ciudad, 2012	34
Gráfico Nº 3.3	Bolivia: Llegada de viajeros internacionales según principales países	
Granco N 0.5	de origen, 2012	34
Gráfico Nº 3.4	Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según lugar	
	de residencia, 2013	37
Gráfico Nº 3.5	Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según edad, 2013	
Gráfico Nº 3.6	Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según estado	
	civil, 2013	38
Gráfico Nº 3.7	Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según	
	ingreso mensual, 2013	39
Gráfico Nº 3.8	Municipio de La Paz: Modo de transporte utilizado por turistas	
	nacionales, 2013	40

Gráfico Nº 3.9	Municipio de La Paz: Tiempo de permanencia de los turistas nacionales, 2013	42
Gráfico Nº 3.10	Municipio de La Paz: Gasto promedio diario de los turistas	
O=/5i NO 2 44	nacionales, 2013	
Gráfico Nº 3.11	Municipio de La Paz: Número de visitas de turistas nacionales, 2013	43
Gráfico Nº 3.12	Municipio de La Paz: Número de visitas de turistas nacionales según	
0 (5 NO 40	principales mercados internos, 2013	44
Gráfico Nº 3.13	Municipio de La Paz: Principales lugares visitados por turistas	45
O-45 NO 0 44	nacionales, 2013	45
Gráfico Nº 3.14	Municipio de La Paz: Principales lugares visitados fuera de La Paz por	40
	turistas nacionales, 2013	46
Gráfico Nº 3.15	Municipio de La Paz: Principales actividades realizadas por turistas	
	nacionales durante su permanencia en La Paz, 2013	46
Gráfico Nº 3.16	Municipio de La Paz: Principales servicios utilizados por turistas	
	nacionales durante su permanencia en La Paz, 2013	47
Gráfico Nº 3.17	Municipio de La Paz: Percepción de la calidad de los servicios turísticos	
	según turistas nacionales, 2013	48
Gráfico Nº 3.18	Municipio de La Paz: Razones por las que volvería a visitar el Municipio	
	según turistas nacionales, 2013	49
Gráfico Nº 3.19	Municipio de La Paz: Sugerencias para mejorar el turismo en el Municipio	
	según turistas nacionales, 2013	50
Gráfico Nº 3.20	Municipio de La Paz: Razones por las que recomendaría visitar el	
	Municipio a otras personas según turistas nacionales, 2013	50
Gráfico Nº 3.21	Bolivia: Ingresos por concepto de turismo receptivo y llegada de	
	viajeros internacionales, 2005 – 2012	51
Gráfico Nº 3.22	Bolivia: Ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje por	
	principales ciudades capitales, 2003 – 2012	
Gráfico Nº 3.23	Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según edad, 2013	53
Gráfico Nº 3.24	Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según	
	estado civil, 2013	53
Gráfico Nº 3.25	Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según	
	nacionalidad, 2013	54
Gráfico Nº 3.26	Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según lugar	
	de residencia, 2013	55
Gráfico Nº 3.27	Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según ingreso	
	mensual, 2013	56
Gráfico Nº 3.28	Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según	
	gasto promedio diario, 2013	57
Gráfico Nº 3.29	Bolivia - Municipio de La Paz: Turismo receptor según medio de	
	transporte, 2013	57
Gráfico Nº 3.30	Municipio de La Paz: Vías de acceso de los turistas extranjeros	
	según puntos fronterizos, 2013	58
Gráfico Nº 3.31	Municipio de La Paz: Vías de acceso de los turistas extranjeros según	
	puntos fronterizos por principales países emisores, 2013	59
Gráfico Nº 3.32	Municipio de La Paz: Tiempo de permanencia de los turistas	
	extranieros, 2013	60

Gráfico Nº 3.33	Municipio de La Paz: Número de visitas de los turistas extranjeros, 2013	61
Gráfico Nº 3.34	Municipio de La Paz: Motivo de la visita de turistas extranjeros, 2013	61
Gráfico Nº 3.35	Municipio de La Paz: Principales lugares visitados por los turistas	
	extranjeros, 2013	62
Gráfico Nº 3.36	Municipio de La Paz: Principales lugares visitados por los turistas	
	extranjeros fuera del Municipio, 2013	63
Gráfico Nº 3.37	Municipio de La Paz: Actividades realizadas por los turistas extranjeros	
	durante su permanencia, 2013	64
Gráfico Nº 3.38	Municipio de La Paz: Servicios utilizados por los turistas extranjeros	
	durante su permanencia, 2013	65
Gráfico Nº 3.39	Municipio de La Paz: Percepción de la calidad de servicios turísticos	
	según turistas extranjeros, 2013	66
Gráfico Nº 3.40	Municipio de La Paz: Procedencia de los turistas extranjeros que	
	consideran que Bolivia forma parte de un viaje multidestino, 2013	67
Gráfico Nº 3.41	Municipio de La Paz: Percepción sobre si volvería a visitar el Municipio	
	según turistas extranjeros, 2013	68
Gráfico Nº 3.42	Municipio de La Paz: Procedencia de los turistas extranjeros que	
	volverían a visitar el Municipio, 2013	69
Gráfico Nº 3.43	Municipio de La Paz: Sugerencias para mejorar el turismo en el	
	Municipio según turistas extranjeros, 2013	70
Gráfico Nº 4.1	Municipio de La Paz: Capacidad de hospedaje según promedio	
	de habitaciones, 2013	76
Gráfico Nº 4.2	Municipio de La Paz: Ocupación anual de establecimientos de	
	hospedaje, 2013	77
Gráfico Nº 4.3	Municipio de La Paz: Servicios con los que cuentan las habitaciones de	
	los establecimientos de hospedaje, 2013	77
Gráfico Nº 4.4	Municipio de La Paz: Equipamiento y servicios adicionales en	
	los establecimientos de hospedaje, 2013	78
Gráfico Nº 4.5	Municipio de La Paz: Estrategias de promoción de los establecimientos	
	de hospedaje según canales de venta, 2013	78
Gráfico Nº 4.6	Municipio de La Paz: Canales indirectos de venta de los establecimientos	
	de hospedaje, 2013	79
Gráfico Nº 4.7	Municipio de La Paz: Medios de difusión de servicios utilizados por	
	los establecimientos de hospedaje, 2013	79
Gráfico Nº 4.8	Municipio de La Paz: Principales mercados turísticos de los	
	establecimientos de hospedaje, 2013	80
Gráfico Nº 4.9	Municipio de La Paz: Mercado turístico según grupos de edad, 2013	80
Gráfico Nº 4.10	Municipio de La Paz: Principales países de origen del mercado turístico	
	extranjero según establecimientos de hospedaje, 2013	81
Gráfico Nº 4.11	Municipio de La Paz: Estacionalidad de la llegada de turistas extranjeros	
	según los establecimientos de hospedaje, 2013	81
Gráfico Nº 4.12	Municipio de La Paz: Principales departamentos de origen del mercado	
	turístico local según establecimientos de hospedaje, 2013	82
Gráfico Nº 4.13	Municipio de La Paz: Estacionalidad de la llegada de turistas nacionales	
	según establecimientos de hospedaje, 2013	82

Gráfico Nº 4.14	Municipio de La Paz: Personal en los establecimientos de hospedaje, 2013	83
Gráfico Nº 4.15	Municipio de La Paz: Personal en los establecimientos de hospedaje	
	según tipo, 2013	83
Gráfico Nº 4.16	Municipio de La Paz: Asociatividad entre establecimientos de	
	hospedaje, 2013	84
Gráfico Nº 4.17	Municipio de La Paz: Existencia de alianzas de cooperación entre	
	establecimientos de hospedaje y otras instancias, según tipo, 2013	84
Gráfico Nº 4.18	Municipio de La Paz: Establecimientos de hospedaje que miden la	
	satisfacción de sus clientes, 2013	85
Gráfico Nº 4.19	Municipio de La Paz: Instrumentos utilizados para medir la satisfacción	
	de los clientes, 2013	85
Gráfico Nº 4.20	Municipio de La Paz: Percepción de los establecimientos de hospedaje	
	sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para la promoción del	
	sector, 2013	86
Gráfico Nº 4.21	Municipio de La Paz: Establecimientos turísticos de alimentación	
	según tipo, 2013	87
Gráfico Nº 4.22	Municipio de La Paz: Servicios existentes en los establecimientos	
	turísticos de alimentación, 2013	88
Gráfico Nº 4.23	Municipio de La Paz: Equipamiento existente en los establecimientos	
	turísticos de alimentación, 2013	89
Gráfico Nº 4.24	Municipio de La Paz: Horario de atención en los establecimientos	
	turísticos de alimentación, 2013	89
Gráfico Nº 4.25	Municipio de La Paz: Tipo de comida expendida en los establecimientos	
	turísticos de alimentación, 2013	90
Gráfico Nº 4.26	Municipio de La Paz: Estrategias de promoción en los establecimientos	
	turísticos de alimentación según canales de venta, 2013	90
Gráfico Nº 4.27	Municipio de La Paz: Canales indirectos de venta de los	
	establecimientos turísticos de alimentación, 2013	91
Gráfico Nº 4.28	Municipio de La Paz: Medios de difusión de servicios utilizados en	
	los establecimientos turísticos de alimentación, 2013	91
Gráfico Nº 4.29	Municipio de La Paz: Principales mercados de los establecimientos	
	turísticos de alimentación, 2013	92
Gráfico Nº 4.30	Municipio de La Paz: Mercado de los establecimientos turísticos	
	de alimentación según grupos de edad, 2013	92
Gráfico Nº 4.31	Municipio de La Paz: Origen de los clientes extranjeros en los	
	establecimientos turísticos de alimentación según país, 2013	93
Gráfico Nº 4.32	Municipio de La Paz: Origen de los clientes nacionales en los	
	establecimientos turísticos de alimentación según Departamento, 2013	93
Gráfico Nº 4.33	Municipio de La Paz: Personal en los establecimientos turísticos	
	de alimentación, 2013	94
Gráfico Nº 4.34	Municipio de La Paz: Establecimientos turísticos de alimentación	
J. W.100 11 T.07	que miden la satisfacción de sus clientes, 2013	Q _Z
Gráfico Nº 4.35	Municipio de La Paz: Instrumentos utilizados para medir la satisfacción	
J. 0.100 N 7.00	de los clientes, 2013	QF
	40 100 0101100, 20 10	

Gráfico Nº 4.36	Municipio de La Paz: Percepción de los establecimientos turísticos de	
	alimentación sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para la	
	promoción del sector, 2013	95
Gráfico Nº 4.37	Municipio de La Paz: Tipo de operadores de turismo, 2013	96
Gráfico Nº 4.38	Municipio de La Paz: Empresas operadoras de turismo por ámbito	
	de operación, 2013	97
Gráfico Nº 4.39	Municipio de La Paz: Empresas operadoras de turismo por	
	especialidad, 2013	97
Gráfico Nº 4.40	Municipio de La Paz: Empresas operadoras de turismo de aventura	
	según actividad principal ofertada, 2013	98
Gráfico Nº 4.41	Municipio de La Paz: Estrategias de promoción de los operadores de	
	turismo según canales de venta, 2013	98
Gráfico Nº 4.42	Municipio de La Paz: Canales indirectos de venta de los operadores	
	de turismo, 2013	99
Gráfico Nº 4.43	Municipio de La Paz: Medios de difusión de servicios utilizados	
	por los operadores de turismo, 2013	99
Gráfico Nº 4.44	Municipio de La Paz: Principales mercados de los operadores	
	de turismo, 2013	100
Gráfico Nº 4.45	Municipio de La Paz: Mercado turístico según grupos de edad, 2013	
Gráfico Nº 4.46	Municipio de La Paz: Origen de los clientes extranjeros en los operadores	
	de turismo según país, 2013	101
Gráfico Nº 4.47	Municipio de La Paz: Estacionalidad de la llegada de turistas	•
	extranjeros según operadores de turismo, 2013	101
Gráfico Nº 4.48	Municipio de La Paz: Origen de los clientes nacionales en los operadores	
	de turismo según Departamento, 2013	102
Gráfico Nº 4.49	Municipio de La Paz: Estacionalidad de la llegada de turistas	
	nacionales según operadores de turismo, 2013	102
Gráfico Nº 4.50	Municipio de La Paz: Personal en los operadores de turismo, 2013	
Gráfico Nº 4.51	Municipio de La Paz: Asociatividad entre operadores de turismo	
014110011 4.01	receptivo, 2013	103
Gráfico Nº 4.52	Municipio de La Paz: Existencia de alianzas de cooperación entre los	
0141100 IV 4.02	operadores de turismo según tipo, 2013	104
Gráfico Nº 4.53	Municipio de La Paz: Operadores de turismo que miden la satisfacción	
G141100 11 4.00	de sus clientes, 2013	104
Gráfico Nº 4.54	Municipio de La Paz: Instrumentos utilizados por los operadores	
014110011 4.04	de turismo para medir la atisfacción de los clientes, 2013	105
Gráfico Nº 4.55	Municipio de La Paz: Percepción de los operadores de turismo	
Granco IV 4.00	sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para la promoción del	
	sector, 2013	105
Gráfico Nº 5.1	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Participación en	100
Granco N 3.1	la Feria Internacional de Turismo Bolivia, 2002 – 2013	110
Gráfico Nº 5.2	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Participación	112
Granco N 5.2	en la Feria Internacional de Turismo Buenos Aires, 2007 – 2013	112
	611 18 1 6118 1116 1118 1118 1110 1118 1110 1116 All 63, 2007 — 2013	113

Índice de tablas

Tabla Nº 1.1	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Metodología utilizada en la Encuesta Municipal de Turismo, 2013	20
Tabla Nº 1.2	Municipio de La Paz: Áreas de aplicación de la Encuesta de Demanda	
Tabla N° 5.1	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Articulación de las políticas	
	sugeridas con el Plan Integral "La Paz 2040"	122
Índic	e de figuras	
Figura N° 2.1	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Estructura Organizacional	
	de la Dirección de Promoción Turística, 2014	28
Índic	e de mapas	
Mapa Nº 1	Municipio de La Paz: Ubicación de iglesias y museos	131
Mapa N° 2	Municipio de La Paz: Ubicación de glazas y naseos	
Mapa N° 3	Municipio de La Paz: Ubicación de centros de hospedaje	
тара н	y Centros de Información Turística	139
Mapa Nº 4	Municipio de La Paz: Ubicación de miradores y atractivos naturales	
Índic	e de anexos	
Anexo Nº 1	Contenido del cuestionario a turistas nacionales y extranjeros	132
Anexo Nº 2	Contenido del cuestionario a operadores de hospedaje	132
Anexo Nº 3	Contenido del cuestionario a establecimientos de alimentación	
Anexo Nº 4	Contenido del cuestionario a operadores de turismo	133
Anexo Nº 5	Municipio de La Paz: Ubicación de las principales iglesias	134
Anexo Nº 6	Municipio de La Paz: Ubicación de los principales museos	134
Anexo Nº 7	Municipio de La Paz: Listado de plazas	136
Anexo Nº 8	Municipio de La Paz: Listado de parques	138
Anexo Nº 9	Municipio de La Paz: Listado de centros de hospedaje	140
Anexo Nº 10	Municipio de La Paz: Dirección, teléfonos y horarios	
	de atención de los Centros de Información Turística	142
Anexo Nº 11	Municipio de La Paz: Listado de miradores	143

Presentación

Estimados ciudadanos y ciudadanas Paceños y paceñas

El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz tiene entre sus prioridades la generación, desarrollo y difusión de información. Durante mucho tiempo si bien nuestra institución generaba día a día gran cantidad de registros e información, éstos no tenían un carácter sistemático, que permitiera a los tomadores de decisión contar con información oportuna. Sin embargo, estamos conscientes que la información per se no genera valor agregado en la gestión de políticas públicas, ésta debe estar acompañada del análisis, la reflexión y el debate, para lo cual es importante su socialización.

La actividad turística a nivel mundial es uno de los fenómenos económicos del siglo XXI. Bolivia no ha quedado al margen de la tendencia global del crecimiento del turismo, experimentando un incremento no sólo en los flujos turísticos a nuestro país sino en los ingresos generados por concepto de turismo receptivo.

El Plan Integral "La Paz 2040" tiene entre sus objetivos el de consolidar al Municipio de La Paz como la puerta de entrada a Bolivia, con una valorización de los espacios turísticos tanto del área urbana como rural del Municipio. Para ello, se establece el desarrollo turístico como un sub-eje de la estrategia económica municipal de largo plazo hacia una La Paz emprendedora, innovadora y próspera. En tal sentido, se ha visto por conveniente realizar la Encuesta Municipal de Turismo que ponemos a disposición de las instituciones públicas y privadas del área, así como de académicos y de cualquier persona interesada, para generar información relevante que sea útil y práctica dentro y fuera del ámbito municipal, como parte de un proceso que genere conocimiento y promueva la reflexión crítica sobre la dinámica y particularidades de la actividad turística.

Atentamente.

Luis Revilla Herrero Alcalde Municipal

Introducción

Durante las últimas décadas el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas y culturales más importantes alrededor del mundo. Es así que según estimaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT) esta actividad económica desplazó durante 2013 a 1.087 millones de turistas internacionales alrededor del mundo y representó aproximadamente el 29% del total de las exportaciones mundiales de bienes y servicios¹.

Actualmente dentro del contexto nacional, la actividad turística presenta un desarrollo basado principalmente en sus atractivos naturales y sus recursos culturales históricos - arqueológicos, teniendo como objetivo contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones receptoras, al mismo tiempo conservar los recursos naturales y culturales, compatibilizando la capacidad de carga y la sensibilidad del ambiente natural y cultural con la práctica turística.

El rol del Estado en la promoción del turismo surge a partir del artículo 337 de la Constitución Política del Estado, que establece que el turismo es una actividad económica estratégica en Bolivia.

La presente publicación, elaborada a partir de la Encuesta Municipal de Turismo 2013, busca llenar un importante vacío para el Municipio de La Paz al colocar a disposición de la población, información referida a la situación del turismo a nivel municipal, para conocer las vocaciones de los atractivos turísticos, los servicios principales y complementarios existentes, permitiendo proponer los lineamientos generales de políticas públicas locales, para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad turística en nuestro Municipio.

El documento se divide en cinco capítulos, cuyo contenido se describe a continuación.

Capítulo 1. Aspectos metodológicos de la Primera Encuesta Municipal de Turismo.

Capítulo 2. Reseña sobre la gestión del turismo en Bolivia que comprende el marco normativo y la gestión del turismo a nivel nacional y municipal.

Capítulo 3. Descripción de la demanda turística en el Municipio de La Paz, incluyendo las características generales, condiciones de viaje y estadía, espacios de mayor demanda y niveles de satisfacción de turistas nacionales y extranjeros.

Capítulo 4. Descripción de la oferta turística en el Municipio de La Paz, consignando características generales, promoción, mercado turístico, personal, niveles de asociatividad, control de calidad y sugerencias al GAMLP por parte de operadores de servicio de hospedaje, establecimientos de alimentación y empresas operadoras de turismo.

Capítulo 5. A partir de los hallazgos realizados, se incluyen de manera general, lineamientos de política pública para el GAMLP para el fomento del turismo y su articulación con el Plan Integral de Desarrollo "La Paz 2040".

Capítulo 6. Conclusiones del documento.

Finalmente se incluye la bibliografía y los anexos donde se detalla la metodología y los instrumentos utilizados.

El presente trabajo se constituye en un aporte a partir de la reflexión sobre las medidas necesarias para el fomento del turismo, buscando apoyar la toma de decisiones de los actores públicos y privados que desarrollan sus actividades en la jurisdicción municipal.

¹ http://media.unwto.org/es/press-release/2014-05-14/el-turismo-internacional-genera-14-billones-en-ingresos-derivados-de-export

Capítulo

ENCUESTA MUNICIPAL DE TURISMO





CAPÍTULO I

Encuesta municipal de turismo

El desafío de asegurar un desarrollo turístico, con la participación de todos los actores locales, se ha transformado en un objetivo prioritario de las naciones que han comprendido la capacidad de la actividad turística como un sector exportador por la inyección de divisas por parte de los turistas extranjeros. Y no sólo por sus significativos efectos económicos, sino también por su importancia en la valoración de ambientes naturales - como es el caso de las áreas protegidas - y el resquardo del patrimonio cultural.

En este contexto, el Municipio es una instancia decisiva para enfrentar el desafío en materias tan diversas como la identificación de oportunidades de inversión turística para el sector privado; la preparación de programas y proyectos dirigidos a consolidar la oferta turística local, y la participación en campañas de promoción para el mercado nacional e internacional.

En este sentido, el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, durante la gestión 2013 realizó la Primera Encuesta Municipal de Turismo, la cual se constituye en fuente de información primaria, la cual coadyuva al fortalecimiento y la construcción de políticas públicas, además de gestionar aspectos que afectan la vida cotidiana de la población (salud, seguridad, transporte, etc.).

1.1. OBJETIVOS

El **objetivo principal** de esta investigación consistió en realizar un diagnóstico integral sobre las características de la oferta y demanda turística en el Municipio de La Paz para focalizar las acciones de promoción turística en segmentos priorizados, además de garantizar una mejor inversión de recursos y el incremento de visitas turísticas en el territorio municipal.

Los objetivos específicos fueron:

- a. Elaboración de la Encuesta Municipal de Turismo.
- b. Identificar los tipos de turismo que existen en el Municipio de La Paz.
- c. Conocer los elementos de promoción utilizados por los operadores de turismo (hospedaje, gastronomía, transporte, etc.).
- d. Determinar las formas de cooperación entre entidades estatales y operadores turísticos.
- e. Analizar las características sociodemográficas del turista extranjero y nacional, nivel y tipo de gasto, tipo de

viajero, preferencias, motivos de viaje, estadía promedio, factores clave para toma de decisión de destino etc. (Perfil del Turista).

- f. Establecer la percepción del turista sobre los atractivos turísticos del Municipio de La Paz y alrededores.
- g. Conocer la percepción del turista sobre la oferta turística; servicios e infraestructura, factores culturales, etc.
- h. Lineamientos de política de gestión acerca del turismo en el Municipio de La Paz.

1.2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

La organización de la encuesta, se trabajó con la Dirección de Investigación e Información Municipal dependiente de la Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo en coordinación con la Dirección de Promoción Turística de la Oficialía Mayor de Promoción Económica del GAMLP, a través de un Equipo Técnico Municipal, bajo los siguientes parámetros:

Tabla № 1.1

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Metodología utilizada en la Encuesta Municipal de Turismo. 2013

	DESCRIPCIÓN
DETALLE	DESCRIPCIÓN
OFERTA	
Tipo de datos	Encuesta por muestreo
	Establecimientos de Hospedaje
Unidad de muestreo	Operadoras de Turismo
Official de finestreo	Agencias de Turismo
	Establecimientos de Alimentación
	Establecimientos de Hospedaje
Unidad de observación	Operadoras de Turismo
Unidad de observación	Agencias de Turismo
	Establecimientos de Alimentación
	Establecimientos de Hospedaje
Unidad de análisis	Operadoras de Turismo
Unidad de analisis	Agencias de Turismo
	Establecimientos de Alimentación
DEMANDA	
Tipo de datos	Encuesta por muestreo
Haidad da assastas a	Turistas nacionales
Unidad de muestreo	Turistas extranjeros
Unidad de observación	Turistas nacionales
Official de observacion	Turistas extranjeros
Haidad da aa 40aa	Turistas nacionales
Unidad de análisis	Turistas extranjeros

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación el

El diseño de la boleta de encuesta para la oferta y la demanda², se ha sujetado a guías estructuradas para obtener las distintas variables. De este modo, para garantizar la calidad de la información recolectada se ha implementado un cronograma de supervisión al operativo de campo, además de un proceso de crítica de las boletas y la validación de los datos tabulados en cada uno de los hitos del estudio.

² Para ver la estructura de la boleta ir a Anexos

1.3. DISEÑO DE LA MUESTRA

1.3.1. Encuesta de Oferta Turística

En el diseño de la muestra en la Encuesta de Oferta, la información proporcionada por el Viceministerio de Turismo y la Gobernación del Departamento de La Paz, se constituyó en un insumo esencial para la elaboración del marco muestral, donde se tomó como universo de estudio a todos los establecimientos de oferta turística, constituidos en el Municipio de La Paz, hasta el mes de septiembre de 2013.

En este sentido, para la encuesta dirigida a los oferentes turísticos, el diseño proporciona una muestra probabilística; el tipo de muestreo usado fue el estratificado explícito, ya que hace referencia a la variable del tipo de servicio, constituyéndose como estratos: Hospedaje, agencia de turismo, operadoras de turismo y establecimientos de alimentación.

El tamaño de la muestra para la Encuesta Municipal de Turismo dirigida a los oferentes se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 1.1.

Municipio de La Paz: Distribución de la muestra
para los oferentes turísticos

ESTRATO	POBLACIÓN	MUESTRA
Establecimiento de hospedaje	196	32
Agencias de viaje	148	24
Operadores de turismo	180	32
Establecimientos de alimentación	450	48
TOTAL	974	136

Fuente: Viceministerio de Turismo y Gobernación del Departamento de La Paz. Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal.

Para la selección en la ejecución de los instrumentos (encuestas), se tomó a cada uno de los estratos, dividiéndolos de acuerdo a las características de cada uno.

Respecto al error esperado se estimó que un 8.3% es suficiente para determinar las variables de interés.

1.3.2. Encuesta de Demanda Turística

Para el cálculo de la muestra en la Encuesta de Demanda Turística se tomó como población universo a los turistas nacionales e internacionales, que desarrollan actividades turísticas dentro del Municipio de La Paz, considerándose solo a las personas que estén en pleno desarrollo de actividades turísticas el día de la entrevista.

Dado el comportamiento dinámico de la población muestra, vale decir los turistas, se utilizó como marco muestral al total de personas que pernoctaron en hospedajes dentro del Municipio de La Paz en base a información del Viceministerio de Turismo. Dando así una buena proxy del número real de turistas de la población objeto de estudio.

Es así que, el tipo de muestreo utilizado fue estratificado, considerando dos estratos de desagregación: turistas extranjeros y turistas nacionales.

Por las características de la demanda turística dentro del Municipio de La Paz, la selección para la aplicación de la encuesta se realizó de manera aleatoria de acuerdo a los lugares de frecuencia turística, definiendo así puntos muestrales en cada uno de ellos, esto permite obtener información primaria y de calidad para el trabajo de investigación. Es así que se maneja un muestreo de tipo estratificado, para el caso se considera dos estratos de desagregación: turistas extranieros y turistas nacionales.

El tamaño de la muestra para la Encuesta Municipal de Turismo dirigida a los demandantes se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 1.2.

Municipio de La Paz: Distribución de la muestra para los demandantes turísticos

ESTRATO	POBLACIÓN	MUESTRA	
Turistas nacionales	298.087	340	
Turistas extranjeros	258.476	292	
TOTAL	556.563	632	

Fuente: Viceministerio de Turismo y Gobernación del Departamento de La Paz. Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Munician

Para la selección en la ejecución de los instrumentos (encuestas), se tomó a cada uno de los estratos, dividiéndolos de acuerdo a las características de cada uno.

Respecto al error esperado se estimó que un 5.1% es suficiente para determinar las variables de interés.

1.4. TRABAJO DE CAMPO

La Encuesta Municipal de Turismo se llevó a cabo en dos etapas: una etapa de relevamiento y revisión de información, y la segunda etapa se constituyó en el análisis y procesamiento de resultados.

El trabajo de campo se inició con la conformación de equipos de trabajo, cada uno a la cabeza de un supervisor. Una vez efectuada la capacitación correspondiente a encuestadores y supervisores, se hizo la prueba piloto y los ajustes necesarios a la boleta y posteriormente se procedió a llevar adelante la encuesta que se realizó en el mes de septiembre de 2013.

En la siguiente tabla se detalla los lugares y los criterios de selección para la aplicación de la encuesta dirigida a turistas extranjeros y nacionales.

Tabla № 1.2

Municipio de La Paz: Áreas de aplicación
de la Encuesta de Demanda

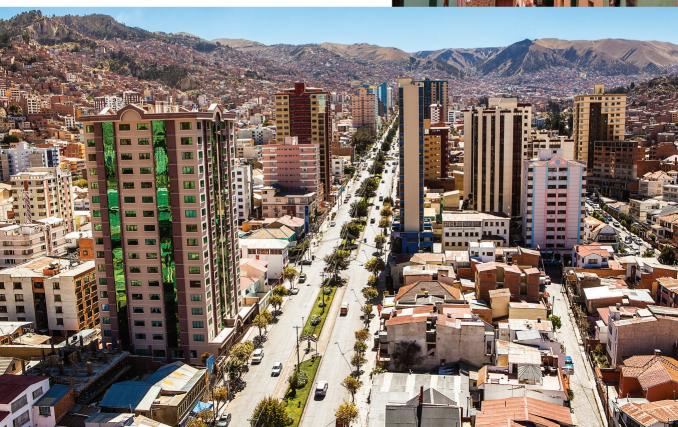
LUGAR	CRITERIOS DE SELECCIÓN
Aeropuerto Internacional de El Alto	Lugar de ingreso y salida de los viajeros nacionales y extranjeros.
Terminal de Buses de la ciudad de La Paz	Lugar de ingreso y salida de los viajeros nacionales y extranjeros.
Calle Sagárnaga y de las brujas	Calles muy frecuentadas por los turistas extranjeros principalmente.
Plaza Murillo	Sitios turísticos frecuentados por turistas nacionales y extranjeros.
Calle Jaén	Lugar de museos frecuentados por turistas nacionales y extranjeros.
Mirador de Killi Killi	Sitio turístico visitado con frecuencia por turistas nacionales y extranjeros.
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013	

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

Capítulo

GESTIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA





CAPÍTULO II

Gestión del turismo en Bolivia

2.1. MARCO NORMATIVO

En el entendido de que los recursos turísticos per se no conforman la atracción turística y por lo tanto se requiere generar las condiciones para poder aprovechar esos recursos y promocionarlos como oferta turística, la normativa para el sector turismo juega un rol fundamental como eje articulador del desarrollo del sector. La actividad turística tiene una interesante lógica, por un lado de coordinación entre los distintos niveles de gestión pública -nacional, regional y municipal- y la empresa privada, y por otro como actividad que involucra a varios sectores de la economía. En este sentido, la intervención del sector público debe plantearse desde un enfoque multisectorial, interdisciplinario y participativo.

Históricamente, en Bolivia el turismo fue uno de los menos favorecidos entre los diferentes sectores de la economía. Si bien la normativa turística se remonta a los años treinta, es recién en los años noventa cuando se empieza a tomar conciencia del potencial como país por los diferentes atractivos turísticos tanto en occidente como en oriente, y por ende a promover el impulso del sector.

Entre las primeras normas legales a nivel nacional podemos mencionar el Decreto Ley de 25 de febrero de 1931 que crea el Servicio de Fomento al Turismo, cuya función principal era el apoyo financiero a las Oficinas de Turismo, propaganda y publicidad. Ocho años más tarde, el Decreto Ley de 24 de noviembre de 1939 promulga un Reglamento General de Turismo, el cual especifica las atribuciones de la Dirección General de Turismo. Dicha norma legal abarca una amplia gama de temas que van desde infraestructura hotelera, conservación del patrimonio histórico, funcionamiento de las agencias de turismo, hasta la divulgación del acervo nacional, visas y régimen económico.

A principios de los años noventa se elabora el Plan Estratégico de Turismo 1993-1997, diseñado en el contexto de reformas descentralizadoras de la época como la Ley de Participación Popular, plan que da las líneas directrices para la promoción del turismo y vincula los atractivos turísticos con temas de infraestructura, servicios, capacidad institucional y comunitaria. Posteriormente, en el año 2000, se promulga la Ley 2074 de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia y un conjunto de Reglamentos Específicos de Guías de Turismo, de Empresas Operadoras de Turismo Receptivo y de las Empresas de Viaje y Turismo, de Hospedaje Turístico y de la Policía Turística.

Sin embargo, la Constitución Política del Estado de 2009 y la Ley Marco de Autonomías y Descentralización "Andrés Ibáñez" de 2010, generaron un nuevo marco de competencias entre los diferentes niveles de gobierno

(central, departamental, municipal, regional e indígena originario campesino), que requería una adecuación de los modelos vigentes de gestión del turismo. Es así que el 25 de septiembre de 2012 se promulga la Ley 292 Ley General de Turismo "Bolivia Te Espera", que rige el marco normativo vigente. Si bien la Ley 2074 ya reconocía al turismo como una actividad económicamente estratégica, la nueva ley complementa dicha premisa con los conceptos de sostenibilidad y turismo comunitario, ambos instituidos en la nueva Carta Magna (Art.337). Es decir, por un lado se establece que el turismo deberá desarrollarse de manera sustentable y por otro se impulsa la promoción del turismo comunitario. Así mismo, se introduce el tema transversal del respeto y conservación del medio ambiente.

De acuerdo a la nueva división de competencias, el nivel central del Estado es el encargado de emitir las políticas generales de turismo, y las entidades territoriales autónomas aquellas correspondientes a su respectiva jurisdicción (políticas departamentales y políticas de turismo local), desarrolladas e implementadas en el marco del Plan Nacional de Turismo. Actualmente el Viceministerio de Turismo está trabajando en la elaboración del Plan Nacional de Turismo 2025, el Reglamento General a la Ley 292, el Reglamento al Sistema de Registro, Categorización y Certificación de Prestadores de Servicios Turísticos, el Reglamento del Sistema de Información y el Reglamento del Modelo de Gestión de Turismo Comunitario.

2.2. GESTIÓN EN EL NIVEL NACIONAL

Por sus características, el sector turismo tiene un gran efecto multiplicador sobre otros sectores de la economía como ser transporte, comunicaciones, restaurantes, artesanía, entre otros, siendo un gran captador de divisas y empleador de mano de obra. El turismo no aparece como un sector específico en las cuentas nacionales sino como parte de la producción de los demás sectores. No obstante, el turismo es la quinta actividad económica en cuanto a captación de divisas después de los hidrocarburos, minerales y la soya y derivados, y el segundo entre las exportaciones no tradicionales³.

En el contexto general de la economía del país, la inversión en turismo -infraestructura hotelera, gastronomía, operadores de turismo y transporte-, se inició en los años setenta, tanto por el sector público como por el privado. Sin embargo, empieza a destacarse el rol del Estado como ente regulador del desarrollo del turismo recién a partir del año 2000, con la creación del Consejo Nacional y los Consejos Departamentales del Turismo, que viabilizan la coordinación interinstitucional de la promoción del sector. En este marco, el año 2004 se realiza el lanzamiento promocional del Salar de Uyuni y las Lagunas, como imagen emblemática del país bajo el nombre de "Desiertos Blancos y Lagunas de Colores".

Cabe mencionar que una muestra del difícil seguimiento a la gestión del turismo a nivel nacional es el continuo cambio de ente rector, ya que la inicialmente Secretaría Nacional de Turismo y luego Viceministerio de Turismo dependía del Ministerio de Comercio Exterior e Inversión en los noventa, del Ministerio de Desarrollo Económico en el 2003, del Ministerio de Producción y Microempresa en el 2006, del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural el 2009 y del Ministerio de Culturas el 2010. Finalmente, el Decreto Supremo 1479 de 30 de enero de 2013 adecúa las atribuciones del Viceministerio de Turismo a la nueva Constitución y a la Ley Marco de Autonomías y modifica la denominación de "Ministerio de Culturas" a "Ministerio de Culturas y Turismo", dándole definitivamente mayor jerarquía al sector turismo.

La Ley General de Turismo "Bolivia Te Espera" y la creación de un ministerio del rubro, le dan un nuevo cariz a la gestión del desarrollo turístico del país. En este nuevo marco, la agenda se enfoca en promocionar el "Destino Bolivia" como promotor de los atractivos y sitios turísticos y componente de la Marca País. El objetivo es posicionar a Bolivia como una opción turística competitiva tanto a nivel internacional como para el turismo interno, afianzando el turismo de base comunitaria como eje dinamizador de la economía boliviana. El Modelo de Turismo

de Base Comunitaria busca un desarrollo sustentable del turismo que nace y se gestiona de la base comunitaria urbana, rural, de naciones y pueblos indígena originario campesinos (Art. 6, Ley 292).

Entre las herramientas operativas de gestión podemos mencionar la conformación del Consejo de Coordinación Sectorial de Turismo (CCS-T), como una instancia de coordinación entre el nivel central del Estado y los Gobiernos Autónomos, y de los Sub-Consejos Territoriales, como instancias técnicas para la toma de decisiones en el sector turismo. Los Sub-Consejos pueden ser Departamentales, para temas específicos que involucran a gobiernos de una región, o Temáticos, para temas generales que involucran a todos o varios niveles de gobierno de distintas regiones. Si bien el CCS-T todavía está en fase de consolidación, en los primeros encuentros a nivel nacional participaron no sólo instancias gubernamentales de los diferentes niveles autonómicos, sino también actores no gubernamentales (representantes de los sectores turísticos, privados, comunitarios y mixtos), teniendo éstos últimos derecho a voz pero no a voto.

Por otro lado, mencionar la implementación de la página web www.bolivia.travel que ofrece información no sólo sobre los destinos, eventos, actividades y servicios turísticos, sino también publicaciones como estadísticas, manuales, catálogos y reglamentos importantes.

Finalmente, señalar la reciente creación de la Empresa Boliviana de Turismo, con el fin principal de fomentar los destinos turísticos "no tradicionales", así como el fomento al turismo de base comunitaria y el desarrollo de nuevas estrategias de promoción turística.

2.3. GESTIÓN EN EL NIVEL MUNICIPAL

En el marco global de la estrategia de desarrollo turístico de Bolivia, el Municipio de La Paz tiene una interesante y a la vez desafiante posición como una de las principales puertas de ingreso o salida de visitantes extranjeros del país. Territorialmente, está ubicado en un área de distribución de diferentes destinos turísticos, de occidente, como el Lago Titicaca, el Madidi y el Salar de Uyuni y de oriente, como el Trópico de Cochabamba y las Misiones Jesuíticas, lo que hace que cuente con una gran cantidad de atractivos con actividades turísticas de recreación, de aventura o culturales.

De acuerdo a las nuevas competencias asignadas a los gobiernos municipales, éstos son encargados de emitir las políticas de turismo de su jurisdicción, es decir las políticas y el desarrollo del turismo local.

Si tomamos en cuenta que el flujo de viajeros internacionales a Bolivia se triplicó en un lapso de diez años, pasando de 597.144 personas el 2002 a 1.997.792 el 2012⁴, y que en este último año 524.783 personas (es decir, un poco más de un cuarto del total) fueron viajeros que ingresaron a hospedajes en la ciudad de La Paz, tenemos una idea del potencial turístico del Municipio. Si bien los recursos turísticos paceños no son únicos internacionalmente, la topografía de la ciudad y la identidad cultural paceña constituyen importantes insumos de ventaja competitiva y característica singular.

La promoción del Turismo se encuentra entre los 59 programas del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz como instrumentos estratégicos que operativizan el Programa de Gobierno 2010/2015. Así mismo, el desarrollo turístico es uno de los Sub-Ejes del Eje: "La Paz: Emprendedora, Innovadora, Próspera y Acogedora" del Plan Integral de Desarrollo "La Paz 2040".

La Oficialía Mayor de Promoción Económica, a través de la Dirección de Promoción Turística es la encargada de la gestión del desarrollo turístico del Municipio. La estructura organizacional es la siguiente:



Figura N° 2.1.

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

Aunque la actividad turística siempre formó parte de las actividades del Municipio de La Paz, es a partir de la década del 2000 que el Municipio promociona de manera institucionalizada el impulso del sector. En mayo de 2003 se lleva a cabo el Primer Evento de Promoción Turística en el Distrito de Mallasa, creándose en agosto del mismo año el Circuito Turístico Cultural Mallasa que comprende las siguientes áreas: Sendero del Águila, Peñones de Escalamiento, Cactario, Valle de la Luna, Zoológico Municipal, Muela del Diablo, Valle de las Flores, Mirador de Mallasa, Circuito Peatonal (Amor de Dios-Mallasa) y Mirador de Mallasilla⁵.

El año 2009 se implementa el proyecto "Desarrollo de Calidad y Conciencia Turística-Cultural en el Municipio de La Paz, Puerta de Ingreso del Turismo a Bolivia" con uno de los componentes más exitosos del proyecto, el Programa de Mejora Continua de la Calidad (PMCC). Dicho programa tiene el objetivo de distinguir a las micros, pequeñas y medianas empresas con el distintivo "Q" de Calidad Turística por las mejoras realizadas en los servicios prestados, principalmente en los rubros de establecimientos de hospedaje, operadoras de turismo y/o agencias de viaje, restaurantes y artesanos (elaboración y venta).

Así mismo, el Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011 (JAYMA) incorpora en su Eje 4 La Paz Competitiva, al turismo, con políticas de incentivos al sector basadas en tres programas: (i) promoción del turismo, (ii) servicios turísticos y (iii) construcción y mantenimiento de espacios turísticos del Municipio.

Por otro lado, el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) elaboró la Estrategia de Desarrollo Económico Local del Sector Turismo 2011-2015 en el marco de la cual trabajó bajo una exitosa lógica de articulación público-privada. Uno de los instrumentos más relevantes es la creación de la Mesa de Turismo, instancia que está en funcionamiento permanente desde el año 2002, y cuya función es la de interactuar y dialogar con los diferentes actores que están directa o indirectamente vinculados a la actividad turística (Cámara Hotelera La Paz, Cámara de Operadores Turísticos La Paz, Asociación de Agencias de Viaje La Paz, Asociación de Líneas Aéreas, Viceministerio de Turismo y Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), entre otros). Al respecto, cabe destacar el posicionamiento alcanzado por la Dirección de Promoción Turística en el sector.

Entre los principales logros de gestión de los últimos doce años se encuentran: (i) Promoción de los atractivos turísticos paceños a nivel nacional e internacional; (ii) Mejora de la información turística con la creación de Centros de Información; (iii) Creación de la Mesa de Turismo; (iv) Mejora y creación de infraestructura turística; (v) Implementación del Programa de Mejora de la Calidad de los Servicios Turísticos y (vi) Creación y rediseño de la página web www.discoverlapaz.com.

En cuanto al turismo comunitario señalar el Albergue Ecoturístico Pampalarama, los Circuitos Turísticos Comunitarios de Zongo y Chiaraque, el Refugio de Llaullini-Huayna Potosí y el Centro de Visitantes Cañaviri.

Actualmente, el Municipio de La Paz está elaborando una nueva Estrategia de Promoción Turística como parte de la Estrategia de Desarrollo Económico Local, en base a un diagnóstico de los problemas y cuellos de botella del turismo paceño, bajo la premisa general del turismo sostenible. Entre los principales objetivos de gestión están:

- Posicionar a La Paz como capital integradora de la región andina, puerta de ingreso a Bolivia.
- Lograr que la industria turística paceña sea competitiva, creativa e innovadora en el mercado nacional y sudamericano.
- Promover la calidad de los servicios turísticos públicos y privados de La Paz.

Capítulo III

LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ





CAPÍTULO III

La demanda turística en el Municipio de La Paz

Como ya se anotó la actividad turística a nivel mundial es uno de los fenómenos económicos del siglo XXI, existiendo un sostenido crecimiento de los flujos de visitantes a los destinos turísticos del mundo. Sin embargo, cabe mencionar que el perfil del turista ha cambiado. Las motivaciones hoy en día son otras, centrándose principalmente en la búsqueda de vivir nuevas experiencias únicas e innovadoras, entre las cuales se destacan el conocer otras culturas, relacionarse con las comunidades receptoras y realizar actividades de desahogo emocional. Ello implica la generación de un nuevo tipo de demanda, para la cual Bolivia tiene competencias interesantes por su diversidad y riqueza natural y cultural.

Bolivia no ha quedado al margen de la tendencia global de crecimiento del turismo. Si bien el país cuenta con escasa participación en la demanda turística mundial -siendo nuestro principal mercado los países vecinos-, la afluencia de visitantes se ha casi triplicado en los últimos diez años, como se puede apreciar a continuación:

(En número de personas) 2.500.000 2.000.000 1.500.000 1 000 000 500.000 0 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010(p) | 2011(p) | 2012(p) 703.439 767.803 861.336 860.133 949.261 .042.577 1.191.292 1.436.295 1.777.619 1.997.792 276.155 287.809 337.020 338.850 376.446 448.850 520.065 629.158 825.047 883.325 Nacionales Extranjeros 427.284 479.994 524.316 521.283 572.815 593.727 671.227 807.137 952.572 1.114.467

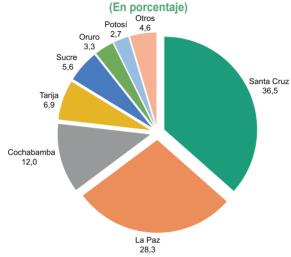
Gráfico № 3.1

Bolivia: Llegada de viajeros internacionales, 2003 - 2012

(En número de personas)

La distribución del flujo de viajeros que pernoctaron en establecimientos de hospedaje por ciudad, nos muestra para el año 2012, que un poco más del 75% se concentran en las ciudades capitales del eje central, teniendo Santa Cruz un 36,5%, La Paz un 28,3% y Cochabamba un 12%.

Gráfico № 3.2 Bolivia: Pernoctación de viajeros a establecimientos de hospedaje por ciudad, 2012



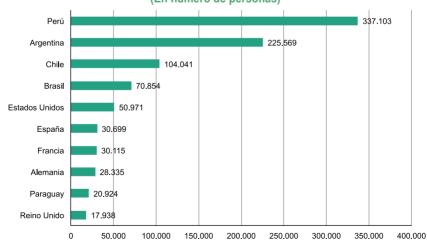
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Anuario 2012 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

En cuanto al mercado turístico para Bolivia, la mayoría de los visitantes extranjeros provienen de los países vecinos, principalmente Perú y Argentina, seguidos por Chile y Brasil. Estados Unidos ocupa un quinto lugar, seguido por tres países europeos (España, Francia y Alemania).

Gráfico № 3.3

Bolivia: Llegada de viajeros internacionales según principales países de origen, 2012

(En número de personas)



Fuente: Viceministerio de Turismo, Estimación de universos estadísticos del sector turismo, septiembre 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal Es interesante destacar que según datos del Instituto Nacional de Estadística, en el año 2012, un 53% de los viajeros que pernoctaron en establecimientos de hospedaje en Bolivia eran nacionales (980.481 personas de 1.832.926). Sin embargo, a nivel del Municipio de La Paz, para el mismo año la proporción fue inversa, vale decir un 61% de los viajeros que pernoctaron en la ciudad de La Paz eran extranjeros (315.023 personas de 518.234).

3.1. DEMANDA NACIONAL

Entendemos por demanda nacional a aquella que tiene origen en el turismo interno, es decir a toda la actividad de descanso, esparcimiento, negocio u otro, realizada de manera individual o colectiva fuera de su área de residencia, en el ámbito nacional, por un periodo de tiempo no mayor a un año. De allí el término turismo interno, mayormente utilizado en las cuentas nacionales, y turismo nacional, aplicado sobre todo en las estadísticas de turismo, que para los fines de esta publicación serán empleados indistintamente.

De acuerdo a información de la Cuenta Satélite de Turismo de la Comunidad Andina, el turismo interno es muy importante para las economías andinas. En Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, el turismo interno en términos de gasto turístico generó mayores ingresos que el turismo receptor. En el año 2007, en Bolivia el gasto por consumo del turismo interno representó un poco más de una y media veces el del turismo receptor.

Cuadro N

3.1

Comunidad Andina: Comparación del gasto por consumo del turismo receptor y del turismo interno, 2007

,						
PAÍS	TURISMO RECEPTOR (TR)	TURISMO INTERNO (TI)	NÚMERO DE VECES (TI/TR)			
Bolivia (En millones de Bolivianos)	1.732.858	2.836.904	1,6			
Colombia ⁽¹⁾ (En miles de millones de pesos)	2.899	10.708	3,7			
Ecuador (En miles de dólares)	947.728	4.126.781	4,4			
Perú (En miles de nuevos soles)	6.278.098	13.183.283	2,1			

Fuente: Comunidad Andina, Cuenta Satélite de Turismo de los Países Miembros de la Comunidad Andina, 2011, p.13 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal "En el caso de Colombia los datos son para el año 2005

El comportamiento y el gasto del turismo interno han sido muy poco estudiados a nivel nacional y a nivel local. A pesar de ello, tanto en el Plan Nacional de Turismo 2012-2016 como en la Estrategia de Desarrollo Turístico del Municipio de La Paz, está contemplado como uno de los objetivos de gestión, el incremento del flujo de turismo interno a través de políticas de incentivos. En el año 2009 el Instituto Nacional de Estadística incluyó en la Encuesta de Hogares un módulo sobre el turismo que permitía analizar la demanda interna, pero lamentablemente fue discontinuado después. Entre los estudios recientes podemos mencionar la Encuesta de Gastos del Turismo Interno en Bolivia 2013 realizada por el Viceministerio de Turismo.

Si revisamos el flujo de turismo nacional según Departamento de origen y de destino, observamos que La Paz, Santa Cruz y Cochabamba son los destinos más elegidos y también los lugares con mayor número de personas que se desplazan dentro del país. Según datos de los últimos cinco años, el crecimiento ha sido constante y más o menos parejo en todos los Departamentos tanto de entrada como de salida de visitantes nacionales; excepto en Chuquisaca, donde hay más personas que visitan otros departamentos que los nacionales que llegan a dicho territorio.

Cuadro № 3.2 Bolivia: Flujo de turismo interno según Departamento de origen, 2008 - 2012 (En número de personas)

DEPARTAMENTO	2008	2009	2010(p)	2011(p)	2012(p)
La Paz	574.147	585.345	609.158	653.975	693.213
Santa Cruz	744.636	759.160	790.044	848.168	899.058
Cochabamba	597.040	608.685	633.448	680.051	720.854
Chuquisaca	80.549	82.120	85.460	91.748	97.253
Potosí	75.687	77.163	80.303	86.210	91.383
Oruro	112.512	114.706	119.373	128.155	135.845
Tarija	148.511	151.407	157.567	169.159	179.309
Beni	21.751	22.175	23.077	24.775	26.261
Pando	1.311	1.336	1.390	1.493	1.582
TOTAL	2.356.144	2.402.097	2.499.820	2.683.734	2.844.758

Fuente: Viceministerio de Turismo, Estimación de universos estadísticos del sector turismo, septiembre 2013. Elaboración: Oficial Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (p): Preliminar

Cuadro Nº 3.3

Bolivia: Flujo de turismo interno según Departamento de destino, 2008 - 2012

(En número de personas)

DEPARTAMENTO	2008	2009	2010(p)	2011(p)	2012(p)
La Paz	537.931	548.423	570.733	612.723	649.486
Santa Cruz	775.927	791.061	823.243	883.809	936.837
Cochabamba	589.558	601.056	625.509	671.528	711.819
Chuquisaca	51.597	52.604	54.744	58.771	62.297
Potosí	101.582	103.563	107.777	115.706	122.648
Oruro	117.364	119.653	124.520	133.681	141.702
Tarija	157.690	160.765	167.306	179.614	190.391
Beni	23.130	23.582	24.541	26.346	27.927
Pando	1.365	1.392	1.448	1.555	1.648
TOTAL	2.356.144	2.402.099	2.499.821	2.683.733	2.844.755

Fuente: Viceministerio de Turismo, Estimación de universos estadísticos del sector turismo, septiembre 2013. Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (p:) Preliminar

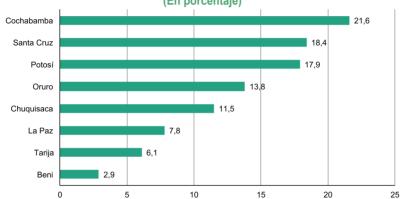
3.1.1. Características demográficas y socioeconómicas

En esta parte presentamos el perfil del turista nacional que visita el Municipio de La Paz. De acuerdo a los resultados de la Encuesta Municipal de Turismo 2013, de los turistas entrevistados, el mayor flujo de visitantes nacionales proviene del Departamento de Cochabamba con un 21,6%. En segundo y tercer lugar, están Santa Cruz y Potosí con porcentajes similares de alrededor del 18% y luego Oruro con cerca al 14%.

Gráfico № 3.4

Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según lugar de residencia, 2013

(En porcentaje)



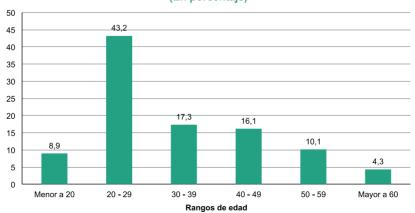
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

En cuanto a su composición, la población de los turistas nacionales es mayormente de sexo masculino (casi 60% respecto a un 40% de sexo femenino), siendo una población predominantemente joven, con un 43% comprendido entre 20 y 29 años.

Gráfico № 3.5

Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según edad, 2013

(En porcentaje)

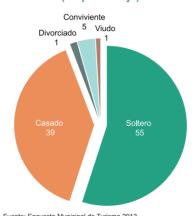


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipa Respecto al estado civil, más de la mitad de los visitantes nacionales son solteros (55%), un 39% son casados y un 5% convivientes.

Gráfico Nº 3.6

Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según estado civil, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Por otro lado, el análisis de la ocupación muestra que si bien la demanda nacional es bastante heterogénea, con visitantes profesionales, estudiantes, vendedores, amas de casa, trabajadores de la construcción, militares y jubilados, entre otros, más del 50% de los turistas nacionales respondieron que actualmente están estudiando (29,1%) o son profesionales (23,9%), siendo mayor el porcentaje de estudiantes universitarios entre las mujeres (35%) y mayor el porcentaje de profesionales entre los hombres (27,1%).

Cuadro Nº 3.4

Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según ocupación actual por sexo, 2013

(En porcentaie)

OCUPACIÓN	SE	TOTAL	
OCUFACION		Mujeres	TOTAL
Estudiante	25,1	35,0	29,1
Profesional	27,1	19,3	23,9
Trabajador(a) de los Servicios y Vendedor(a)	10,6	17,1	13,3
Trabajador(a) de la Construcción, Industria Manufacturera y Otros Oficios	9,7	2,1	6,6
Labores de casa	0,5	15,0	6,3
Técnica(o) de Nivel Medio	5,3	6,4	5,8
Trabajador(a) Agrícola, Pecuario, Agropecuario, Forestal y Pesquero	5,3	1,4	3,7
Operador(a) de Instalaciones, Maquinarias y Ensambladores	3,9	0,7	2,6
Empleada(o) de Oficina	2,9	0,7	2,0
Militar	3,4	-	2,0
Jubilada(o)	1,4	2,1	1,7
Directiva(o)s de la Administración Pública y Empresas	2,9	-	1,7
Desempleada(o)	1,0	-	0,3
Trabajador(a) no Calificada(o)	0,5	-	0,3
NS/NR	0,5	-	0,6

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

NS/NR: No sabe/ No responde

La misma distribución se refleja en el nivel de instrucción, ya que casi un 58% de los visitantes nacionales son profesionales (30%) o estudiantes universitarios (27,7%), siendo la mayor parte de los hombres profesionales (33,8%) y la mayor parte de las mujeres estudiantes universitarias (29,3%).

Cuadro N° 3.5

Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según nivel de instrucción por sexo, 2013

(En porcentaie)

NIVEL DE INSTRUCCIÓN		SEXO		
		Mujeres	TOTAL	
Secundario	22,2	30,0	25,4	
Técnico	14,5	13,6	14,1	
Estudiante universitario	26,6	29,3	27,7	
Profesional	33,8	24,3	30,0	
Otros	2,9	2,9	2,9	

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

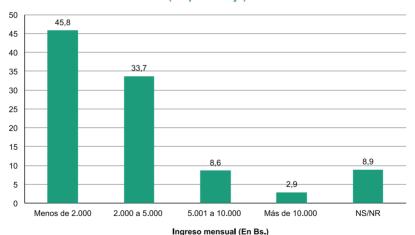
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Si revisamos la distribución de visitantes nacionales según su ingreso mensual, vemos que casi un 45,8% tiene ingresos inferiores a Bs.2.000, un 33,7% entre Bs.2.000 y Bs.5.000 y sólo un 2,9% cuenta con ingresos superiores a Bs.10.000. Cabe considerar el alto porcentaje de personas que no respondieron (cerca de 9%).

Gráfico № 3.7

Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según ingreso mensual, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

NS/NR: No sabe/ No responde

Bs.: Bolivianos

Si examinamos la relación entre edad e ingreso mensual vemos que el grupo de menos de 20 años se encuentra en el rango de ingresos más bajos (77,4% gana menos de Bs.2.000/mes), seguido por el grupo de entre 20 y 29 años (58% gana menos de Bs.2.000/mes). Los grupos de 30 años para arriba están en el rango intermedio entre Bs.2.000 y Bs.5.000, con los porcentajes más altos. Y en los grupos de 40 años para arriba es donde predominan los ingresos superiores a Bs.10.000, con porcentaies menores a 9%. Sin embargo, cabe señalar que los ingresos de cerca al 47% de la población de 60 años y más se ubican en el rango inferior más bajo de menos de Bs.2.000 mensuales.

Cuadro Nº 3.6 Municipio de La Paz: Relación de turistas nacionales según rangos de edad e ingreso mensual, 2013

(En porcentaje)							
RANGOS DE EDAD							
INGRESO MENSUAL	Menos de 20 años	Entre 20 y 29 años	Entre 30 y 39 años	Entre 40 y 49 años	Entre 50 y 59 años	60 años y más	TOTAL
Menos de Bs.2.000	77,4	58,0	28,3	32,1	17,1	46,7	45,8
Bs.2.000 a Bs.5.000	6,5	26,7	50,0	39,3	45,7	46,7	33,7
Bs.5.001 a Bs.10.000	-	6,0	11,7	10,7	22,9	-	8,6
Más de Bs.10.000	-	0,7	1,7	7,1	8,6	6,7	2,9
NS/NR	16,1	8,7	8,3	10,7	5,7	-	8,9

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

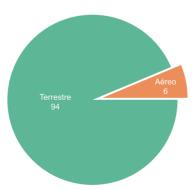
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal NS/NR: No sabe/ No responde

Bs.: Bolivianos

3.1.2. Condiciones de viaje y estadía

En cuanto a las condiciones de viaje y estadía, el medio de transporte que predomina para el flujo turístico interno del Municipio de La Paz es el terrestre con un 94%, respecto a un escaso 6% que usa el transporte aéreo, no existiendo el acceso local ni por vía ferroviaria ni fluvial-lacustre.

Gráfico Nº 3.8 Municipio de La Paz: Modo de transporte utilizado por turistas nacionales, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal La gran mayoría de turistas nacionales llega al Municipio de La Paz en bus o flota, siendo utilizados el taxi, minibús y medios privados en escasa proporción, como se puede apreciar en el cuadro a continuación:

Cuadro N° 3.7

Municipio de La Paz: Tipo de transporte terrestre utilizado por turistas nacionales, 2013

(En porcentaje)

TIPO DE TRANSPORTE	TOTAL
Bus/Flota	97,2
Taxi	0,9
Minibús	0,6
Vehículo privado	0,3
NS/NR	0,9

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal NS/NR: No sabe/ No Responde

Entre los motivos de viaje para visitar el Municipio de La Paz, predominan los congresos, negocios y motivos profesionales con un 37,6%, seguido de las visitas a parientes y/o amigos con 28,4% y vacaciones con 21,3%. Entre los hombres priman los motivos profesionales y negocios con 44% y entre las mujeres las visitas a parientes y/o amigos con 32,1%.

Cuadro Nº 3.8

Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según motivo de viaje, 2013

(En porcentaie)

(Eli porocitajo)					
MOTIVO DE VIAJE	SE	SEXO			
MOTIVO DE VIAJE	Hombres	Mujeres	TOTAL		
Vacaciones	18,4	25,0	21,3		
Visitas a parientes y amigos	25,6	32,1	28,4		
Religión, peregrinación	1,4	1,4	1,4		
Congresos, negocios y motivos profesionales	44,0	28,6	37,6		
Tránsito	1,0	1,4	1,1		
Deportes	0,5	1,4	0,9		
Salud	1,9	2,9	2,3		
Trámites	1,4	2,1	1,7		
Trabajo	1,4	1,4	1,4		
Otros	4,4	3,6	4,0		

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Respecto a la condición de viaje, la mayor parte del visitante nacional al Municipio de La Paz se desplaza de manera independiente (94%), recurriendo solamente un 6% a los servicios de agencias de viaje u operadores de turismo.

En cuanto a la forma de viaje, un 43,7% de los turistas viajan solos, un 29,4% en familia y un 15% con amigos. Así mismo, el turismo organizado es utilizado principalmente por los viajeros en grupo (33,3%) que solamente comprenden un 6,1%, del total de turistas nacionales.

Cuadro № 3.9

Municipio de La Paz: Distribución de turistas nacionales según forma y condición de viaje, 2013

(En porcentaje)

DESCRIPCIÓN	CONDICIÓN	TOTAL			
DESCRIPCION	Independiente	Independiente Organizado			
Solo	99,3	0,7	43,7		
Familia	98,0	2,0	29,4		
En grupo	66,7	33,3	6,1		
Amigos	84,6	15,4	15,0		
Compañeros de trabajo	92,9	7,1	4,0		
Pareja	100,0	0,0	0,8		

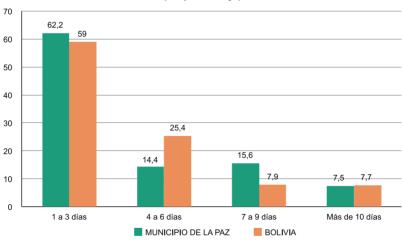
Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Por otro lado, un 62,2% de los visitantes del Municipio de La Paz tiene una estadía de uno a tres días, en comparación con un 7,5% de turistas nacionales que se quedan por un tiempo superior a los diez días. Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, la proporción es similar para los turistas nacionales en todo el país.

Gráfico Nº 3.9

Municpio de La Paz:Tiempo de permanencia de los turistas nacionales, 2013

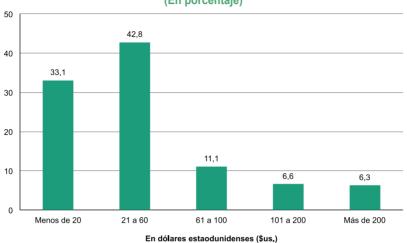
(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 – Viceministerio de Turismo, Encuesta de gasto del turismo interno en Bolivia 2013. Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

En cuanto al gasto promedio por día durante su estadía, casi un 76% de los visitantes nacionales gastan menos de \$us.60 diarios (33.1% menos de \$us.20 diarios y 42.8% entre \$us.21 y \$us.60 diarios).

Gráfico № 3.10 Municipio de La Paz: Gasto promedio diario de los turistas nacionales, 2013 (En porcentaje)



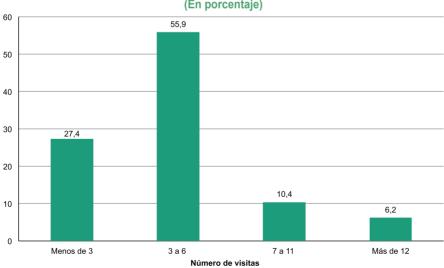
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Por otro lado, el 82,8% de los turistas nacionales afirmó haber estado anteriormente en el Municipio de La Paz. En cuanto al número de visitas más del 50% de los visitantes tiene un promedio de entre 3 y 6 visitas.

Gráfico № 3.11

Municipio de La Paz: Número de visitas de turistas nacionales, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Si revisamos el número de visitas de acuerdo a los principales mercados internos (Santa Cruz, Potosí, Oruro, Cochabamba y Chuquisaca), vemos que existe una relación entre la cantidad de visitas y la cercanía al Municipio de La Paz. Un 79,2% de los turistas de Oruro por ejemplo estuvieron más de 12 veces en La Paz, con el porcentaje más alto, teniendo los visitantes de Santa Cruz el porcentaje más bajo con 45,3%.

Gráfico Nº 3.12 Municipio de La Paz: Número de visitas de turistas nacionales según principales mercados internos, 2013 (En porcentaje) Santa Cruz 6.2 17.2 6,5 Potosí 11,3 Oruro 8,3 12,5 Cochabamba 14.7 15.0 12.5 Chuquisaca 10 30 70 100

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

3.1.3. Espacios turísticos de mayor demanda

El Municipio de La Paz cuenta con una singular geografía urbana, una variedad de pisos ecológicos (altiplano, valle, yungas y trópico) y un rico patrimonio cultural (iglesias, museos, plazas, entre otros) que además se manifiesta en las diversas expresiones culturales existentes (entradas de Carnaval, fiesta del Gran Poder), factores que se traducen en una serie de atractivos turísticos únicos y variados.

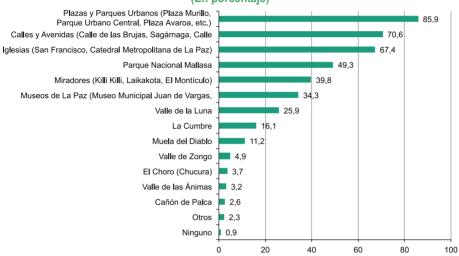
Menos de 3 visitas 3 a 6 visitas 7 a 11 visitas Más de 12 visitas

A continuación presentamos un detalle de los principales lugares visitados por los turistas nacionales, que reflejan cabalmente esa diversidad. Como se puede apreciar, la mayoría de los visitantes paseó principalmente por lugares tradicionales como ser plazas y parques urbanos (85,9%), calles y avenidas (70,6%) e iglesias (67,4%). En un segundo grupo están los parques un poco más alejados de la ciudad como el Parque Nacional Mallasa, que sin embargo fue visitado por casi el 50% de los turistas, los miradores (40%), el Valle de la Luna (25,9%), la Cumbre (16,1%) y la Muela del Diablo (11,2%).

Gráfico Nº 3.13

Municipio de La Paz: Principales lugares visitados por turistas nacionales, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

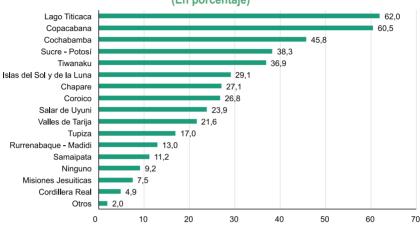
El Lago Titicaca y Copacabana son los principales lugares visitados fuera del Municipio de La Paz por más del 60% de los turistas nacionales. Les siguen las ciudades de Cochabamba, Sucre y Potosí, visitadas por 45,8%, 38,3% y 36,9% de los turistas, respectivamente. Destacan también las Islas del Sol y de la Luna, el Chapare y Coroico visitados por más del 25% de los turistas, así como el Salar de Uyuni y los Valles de Tarija con más del 20%. Es interesante notar que casi un 5% de los turistas nacionales visitan la Cordillera Real o de los Andes, que se refiere principalmente al turismo de montaña en los imponentes nevados entre los que se destacan el Illimani, el Huayna Potosí y el Illampu, tipo de turismo tradicionalmente explotado por los turistas extranjeros (11% de los visitantes extranjeros al Municipio de La Paz visitan la Cordillera Real).

Gráfico № 3.14

Municipio de La Paz: Principales lugares visitados fuera de

La Paz por turistas nacionales, 2013

(En porcentaie)



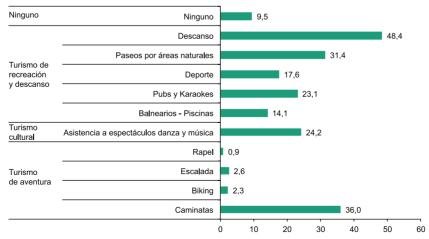
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Si realizamos un desglose de las principales actividades a las que se dedicaron los visitantes nacionales durante su permanencia en el Municipio de La Paz no necesariamente relacionadas con lugares turísticos, se muestra que existe un predominio del turismo de recreación y descanso, y dentro de este rubro, del descanso en sí con casi un 50% y de paseos por áreas naturales con 31,4%. Por otro lado está la asistencia a espectáculos de danza y música con una demanda de casi 25%. Finalmente mencionar las caminatas como parte del turismo de aventura con un 36%.

Gráfico № 3.15

Municipio de La Paz: Principales actividades realizadas por turistas nacionales durante su permanencia en La Paz, 2013

(En porcentaje)



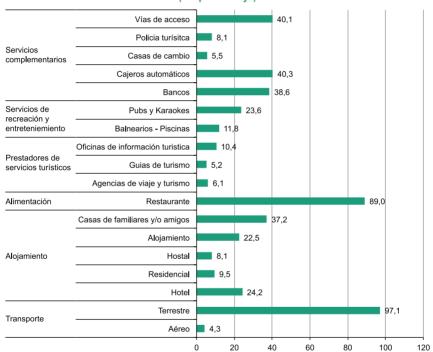
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Entre los principales servicios utilizados por el turista nacional encontramos que un 97,1% de los visitantes utiliza el servicio de transporte terrestre y casi un 90% el servicio de restaurantes. En segundo lugar están los cajeros automáticos, los servicios en las vías de acceso y los bancos, con porcentajes de alrededor de 40%. Las agencias de viaje y guías de turismo tienen un escaso 6,1% y 5,2%, respectivamente, teniendo un porcentaje mayor el uso de los servicios provistos por las oficinas de información turística (10,4%). En cuanto al alojamiento, un 37,2% de los visitantes nacionales se alojan donde familiares y/o amigos.

Gráfico № 3.16

Municipio de La Paz: Principales servicios utilizados por turistas nacionales durante su permanencia en La Paz, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

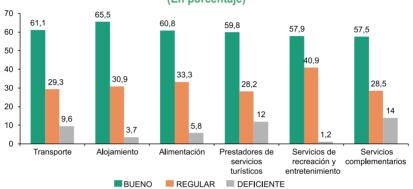
3.1.4. Satisfacción

En esta parte analizamos el grado de satisfacción del turista nacional en el municipio de La Paz, entendida como la percepción que tiene el viajero del cumplimiento de sus expectativas respecto a su viaje (lugares, servicios, transporte, etc.).

En general se puede afirmar que el visitante nacional tiene una buena percepción de la calidad de los servicios turísticos recibidos durante su visita, teniendo los servicios de transporte, alojamiento, alimentación, prestadores de servicios turísticos, los servicios de recreación y entretenimiento y los complementarios, porcentajes similares de aceptación que oscilan entre el 57% y el 66%. Los servicios con mayor porcentaje de calificación regular con casi 41% fueron los de recreación y entretenimiento, y los con mayor porcentaje de calificación deficiente los servicios complementarios (principalmente la policía turística y las vías de acceso) con 14% y los prestadores de servicios turísticos (sobre todo los guías de turismo) con 12%.

Gráfico № 3.17

Municipio de La Paz: Percepción de la calidad de los servicios turísticos según turistas nacionales, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

El desglose del nivel de satisfacción de la calidad de los servicios turísticos se presenta a continuación, donde se puede apreciar el detalle de la calificación por cada uno de los servicios ofrecidos. Destacan con mayor nivel de satisfacción en el transporte, el aéreo (86,7%), en el alojamiento las casas de familiares y/o amigos (82,9%), los hoteles (75%) y hostales (75%), en la alimentación los restaurantes (60,8%), en los prestadores de servicios turísticos las agencias de viaje (68,2%), en los servicios de recreación y entretenimiento los pubs y karaokes (64,6%) y en los servicios complementarios los cajeros automáticos (87,9%).

Cuadro № 3.10

Municipio de La Paz: Desglose de percepción de la calidad de los servicios turísticos según turistas nacionales, 2013

(En porcentaje)

DEO	CRIPCIÓN	NIVEL	DE SATISFA	CCIÓN
DES	CRIPCION	Bueno	Regular	Deficiente
Transporto	Aéreo	86,7	6,7	6,7
Transporte	Terrestre	35,6	51,9	12,5
	Hotel	75,0	20,2	4,8
	Residencial	63,6	33,3	3,0
Alojamiento	Hostal	75,0	25,0	-
Alojalillelilo	Alojamiento	30,8	60,3	9,0
	Casas de familiares y/o amigos	82,9	15,5	1,6
Alimentación	Restaurantes	60,8	33,3	5,8
	Agencias de Viaje y turismo	68,2	31,8	-
Prestadores de	Guías de turismo	61,1	16,7	22,2
servicios turísticos	Oficinas de información turística	50,0	36,1	13,9
Servicios de recreación	Balnearios - Piscinas	51,2	48,8	-
y entretenimiento	Pubs y Karaokes	64,6	32,9	2,4
	Bancos	74,5	21,9	3,6
Oi-i	Cajeros automáticos	87,9	9,3	2,9
Servicios complementarios	Casas de cambio	55,0	35,0	10,0
complementarios	Policía turística	33,3	36,7	30,0
	Vías de acceso	36,7	39,6	23,7

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

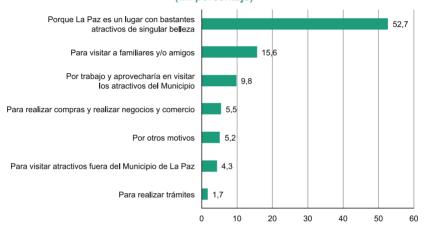
Un 95% de los turistas nacionales volvería a visitar el Municipio de La Paz, porcentaje que también es alto entre los turistas extranjeros (79%). Entre las principales razones mencionadas un 52,7% indicó que por sus atractivos de singular belleza, indicando en segundo lugar la visita a familiares y/o amigos.

Gráfico Nº 3.18

Municipio de La Paz: Razones por las que volvería a visitar el

Municipio según turistas nacionales, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

Entre las sugerencias para mejorar el turismo en el Municipio de La Paz un 26,2% de los turistas nacionales sugieren por un lado mejorar el tráfico vial, accesos y calles y por otro evitar los bloqueos. En segundo lugar está el mejorar la información y promoción turística y el contar con más Oficinas de Información Turística con un 16,7%. El tema de la mejora en el trato fue expresado por un 6,3% de los visitantes respecto a los choferes, y un 2% en referencia a la policía turística, prestadores de servicios turísticos y habitantes en general del Municipio. El incremento en las medidas de seguridad fue mencionado por un 8,1% de los turistas nacionales.

Gráfico № 3.19

Municipio de La Paz: Sugerencias para mejorar el turismo en el

Municipio según turistas nacionales, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013
Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal
NS/NR: No sabe, no responde

Finalmente, indicar que el 96% de los turistas recomendaría a otras personas visitar el Municipio de La Paz. Entre las principales razones, un 29,7% señaló el conocer variedad de atractivos del Municipio, un 28,2% destacó la singular belleza, con atractivos naturales y cultura viva y un 8,4% el acceso a ofertas para otros atractivos. Entre el 9,8% que manifestó otras razones destacan: que es la ciudad más alta del mundo, la cercanía a Copacabana, por las fiestas y por las oportunidades que ofrece. Vemos que lo que prima es la diversidad y riqueza natural y cultural.

Gráfico № 3.20

Municipio de La Paz: Razones por las que recomendaría visitar el

Municipio a otras personas según turistas nacionales, 2013



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

3.2. DEMANDA EXTRANJERA

Gráfico Nº 3.21

De acuerdo a las nuevas tendencias del turista a nivel mundial que hoy en día busca conocer culturas diferentes y vivir experiencias distintas y únicas, Bolivia en general y el Municipio de La Paz en particular, cuentan con un potencial interesante de atractivos turísticos para esta nueva demanda extranjera.

Como se mostró en la primera parte, el turismo en Bolivia se ha convertido en una actividad muy importante, siendo la quinta actividad generadora de divisas para el país. Si revisamos los ingresos por concepto de turismo receptivo, vemos que en los últimos doce años, éstos pasaron de 68 millones de dólares el año 2000 a 532 millones el año 2012, es decir crecieron casi ocho veces.

Cuadro N

3.11

Bolivia: Ingresos por concepto de turismo receptivo

(En millones dólares)

DETALLE	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Ingresos	68	239	275	310	378	481	532

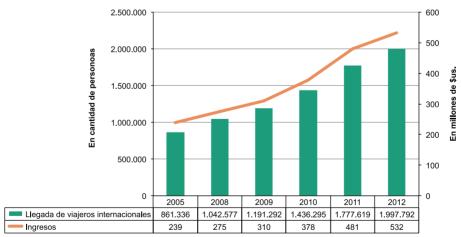
Fuente: Viceministerio de Turismo, Plantur 2012-2016 - Organización Mundial del Turismo, Panorama OMT del Turismo Internacional Edición 2013.

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Como se puede apreciar en el gráfico a continuación, existió un incremento tanto en el flujo de viajeros internacionales a Rollvía como en los incresos turísticos

internacionales a Bolivia como en los ingresos turísticos.

Bolivia: Ingresos por concepto de turismo receptivo y llegada de viajeros internacionales, 2005 - 2012 (En cantidad de personas y en millones dólares)



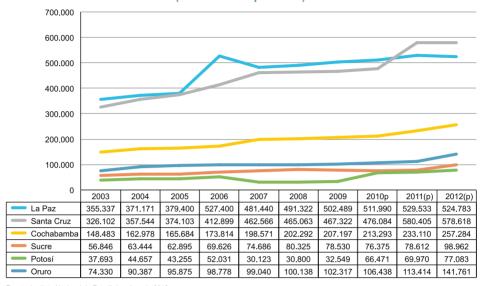
Fuente: Viceministerio de Turismo, Plantur 2012-2016 - Organización Mundial del Turismo, Panorama OMT del Turismo Internacional Edición 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

Por otro lado, el ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje a nivel nacional según las principales ciudades capitales de los mercados internos, se ve una tendencia creciente general, pero mucho más marcada en la ciudad de Santa Cruz y en segundo lugar en la ciudad de La Paz, aunque en ambas se percibe un ligero decrecimiento el año 2012.

Gráfico Nº 3.22

Bolivia: Ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje por principales ciudades capitales, 2003 - 2012

(En número de personas)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Anuario 2012 Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (p): Preliminar

La distribución del ingreso de visitantes al Municipio de La Paz por tipo de viajero se presenta en el cuadro a continuación, donde se puede apreciar un crecimiento continuo hasta el año 2011, y un ligero decrecimiento al año siguiente, aunque un poco más acentuado en los turistas extranjeros.

Cuadro № 3.12

Municipio de La Paz: Ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje por tipo de viajero, 2007-2012

(En número de personas)

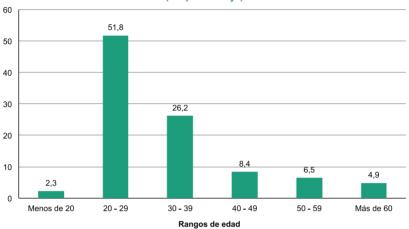
	2007	2008	2009(p)	2010(p)	2011(p)	2012(p)
Nacionales	257.271	262.586	270.073	274.802	283.619	282.921
Extranjeros	224.169	228.736	232.416	237.188	245.914	241.862
TOTAL	481.440	491.322	502.489	511.990	529.533	524.783

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Anuario 2012 Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (p): Preliminar

3.2.1. Características demográficas y socioeconómicas

El perfil del turista extranjero que visita el Municipio de La Paz es bastante parecido al perfil del turista nacional, en términos de que se trata de un turista joven, soltero y profesional. La división por género muestra que un 57% corresponde al sexo masculino y un 43% al sexo femenino. Así mismo, la distribución según edad refleja que un poco más del 50% de los visitantes del exterior tiene entre 20 y 29 años, seguido por un 26,2% de turistas entre 30 y 39 años.

Gráfico № 3.23 Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según edad, 2013 (En porcentaje)



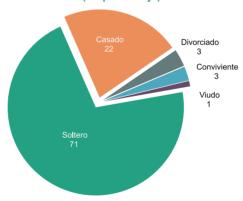
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

En cuanto al estado civil, la gran mayoría de los visitantes del exterior son solteros (71%), un 22% son casados y un 3% convivientes.

Gráfico № 3.24

Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según estado civil, 2013

(En porcentaje)



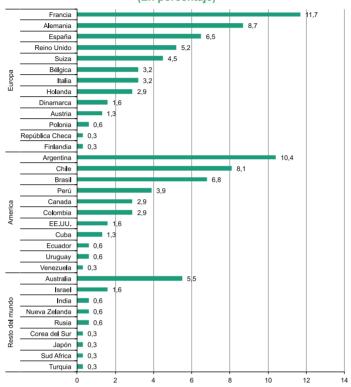
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

De acuerdo a datos de la Encuesta Municipal de Turismo 2013, un 50% de los turistas extranjeros del Municipio de La Paz proviene de países europeos. Se destacan Francia (11,7%), Alemania (8,7%), España (6,5%) y el Reino Unido (5,2%). En segundo lugar están los turistas de Sudamérica con 39,4%, con preponderancia de visitantes de los países vecinos, Argentina (10,4%), Chile (8,1%), Brasil (6,8%) y Perú (3,9%).

Gráfico № 3.25

Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según nacionalidad, 2013

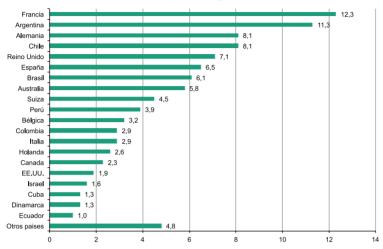
(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

La distribución de turistas extranjeros que visitan el Municipio de La Paz según lugar de residencia refleja un 12,3% de visitantes de Francia, un 11,3% de Argentina, un 8,1% de Alemania y 8,1% de Chile. Brasil y Perú se encuentran con porcentajes menores de 6,1% y 3,9%, respectivamente. Es decir, no habría una primacía, como en el caso de la demanda extranjera a nivel nacional, de visitantes de los países vecinos.

Gráfico Nº 3.26 Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según lugar de residencia, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

Respecto a la ocupación, la mayoría de los turistas extranjeros encuestados respondieron que son profesionales (43,7%), en segundo lugar estudiantes universitarios (21,4%) y en tercer lugar técnicos medios (10%), siendo mayormente las mujeres profesionales (45,1%) y estudiantes (21,8%) y los hombres técnicos medios (11,4%).

Cuadro Nº 3.13 Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según ocupación actual, 2013 (En porcentaje)

OCUPACIÓN ACTUAL	SE	хо	TOTAL
OCUPACION ACTUAL	Hombre	Mujer	IOIAL
Profesional	42,6	45,1	43,7
Estudiante universitario	21,0	21,8	21,4
Técnica(o) de Nivel Medio	11,4	8,3	10,0
Trabajador(a) de Servicios y Vendedor(a)	8,0	7,5	7,8
Trabajador(a) de la Construcción, Industria Manufacturera y Otros Oficios	8,5	2,3	5,8
Empleada(o) de Oficina	3,4	4,5	3,9
Jubilada(o)	2,3	5,3	3,6
Desempleada(o)	1,1	0,0	0,6
Labores de casa	-	1,5	0,6
Directivo de la Administración Pública y Empresas	-	1,5	0,6
Trabajador(a) no Calificado	-	0,8	0,3
Operador(a) de Instalaciones, Maquinarias y Ensambladores	0,6	-	0,3
NS/NR	1,1	1,5	1,3

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

NS/NR: No sabe/ No responde

Lo propio se refleja en el nivel de instrucción, donde los datos reflejan que un poco más del 80% de los visitantes extranjeros al municipio de La Paz son profesionales (50,2%) o universitarios (31,1%), manteniéndose la misma relación de género que para la ocupación.

Cuadro Nº 3.14

Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según nivel de instrucción, 2013 (En porcentaje)

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	SE	SEXO		
NIVEL DE INSTRUCCION	Hombre	Mujer	TOTAL	
Profesional	47,2	54,1	50,2	
Universitario	30,7	31,6	31,1	
Técnico	11,4	7,5	9,7	
Secundario	9,1	6,8	8,1	
Otros	1,7	-	1,0	

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

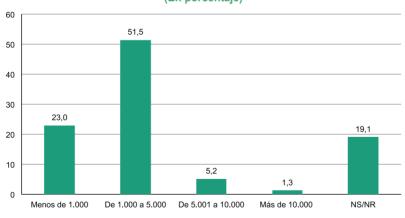
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

La distribución de turistas extranjeros según ingreso mensual muestra que un poco más de la mitad de los visitantes del exterior cuenta con ingresos entre \$us.1.000 y \$us.5.000 mensuales, un 23% tiene ingresos menores a \$us.1.000/mes y un pequeño porcentaje de 1,3% tiene ingresos superiores a los \$us.10.000/mes. Cabe destacar el alto porcentaje de casi 20% que no respondió.

Gráfico № 3.27

Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según ingreso mensual, 2013

(En porcentaje)



En dólares estadounidenses (\$us.)

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

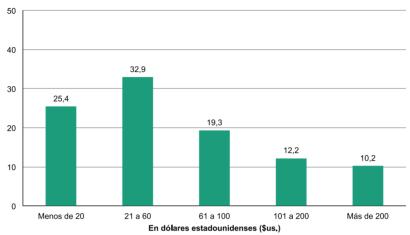
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal NS/NR: No sabe, no responde

En cuanto al gasto turístico, cerca de un 80% de los turistas extranjeros gastaron menos de \$us.100 diarios durante su permanencia en el Municipio de La Paz y tan sólo un 10% más de \$us.200 diarios. De acuerdo a información de la Encuesta de Gastos 2010 del Viceministerio de Turismo, el gasto medio diario de cada visitante extranjero en Bolivia es de \$us.55.

Gráfico № 3.28

Municipio de La Paz: Distribución de turistas extranjeros según gasto promedio diario, 2013

(En porcentaje y dólares estadounidenses)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

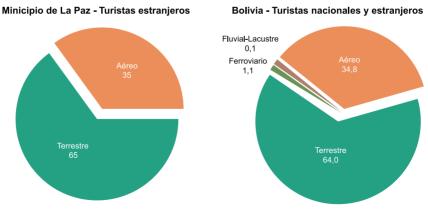
3.2.2. Condiciones de viaje y estadía

La mayor parte de los visitantes extranjeros al Municipio de La Paz utilizan el transporte terrestre (65%) respecto al transporte aéreo (35%). Si se compara con el medio de transporte preferido a nivel nacional, vemos que tanto los turistas externos como internos que vienen a Bolivia usan los medios de transporte en la misma proporción (64% el transporte terrestre y casi un 35% el transporte aéreo), con un escasísimo porcentaje que viene en transporte ferroviario (1,1%) y fluvial-lacustre (0,1%).

Gráfico № 3.29

Bolivia - Municipio de La Paz: Turismo receptor según medio de transporte, 2013

(En porcentaje)



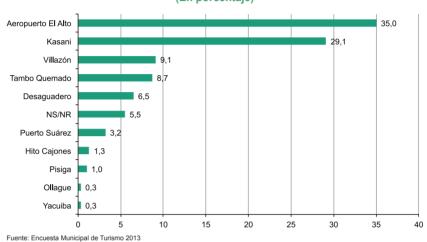
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 - Viceministerio de Turismo, Estimación de universos estadísticos del sector turismo, septiembre 2013. Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

En cuanto a las vías de acceso, el principal punto fronterizo de acceso terrestre utilizado es Kasani, paso fronterizo entre Perú y Bolivia.

Gráfico № 3.30

Municipio de La Paz: Vías de acceso de los turistas extranjeros según puntos fronterizos, 2013

(En porcentaje)



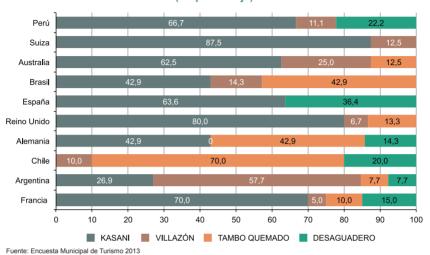
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal NS/NR: No sabe/ No responde

Si examinamos las vías de acceso de los principales países emisores, tenemos que la mayor parte de los turistas extranjeros de los países europeos ingresa por el punto fronterizo de Kasani, en la frontera con Perú. Entre las razones primordiales mencionar que muchos turistas llegan a Lima por vía aérea por el tema de costos del boleto aéreo y luego ingresan a Bolivia por carretera. Los turistas de los países vecinos, incluyendo Brasil, utilizan en su mayoría las fronteras con Argentina, Chile y Perú.

Gráfico № 3.31

Municipio de La Paz: Vías de acceso de los turistas extranjeros según puntos fronterizos por principales países emisores, 2013

(En porcentaje)



Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

La gran mayoría de los turistas extranjeros (89%) viajan de manera independiente, utilizando sólo un 11% el servicio del turismo organizado. Si vemos la forma de viaje, (Cuadro Nº 3.15), los visitantes del exterior viajan solos en un 33,7% y con amigos en un 31,4%. Únicamente un 20% lo hace en familia.

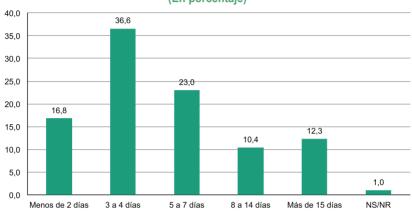
Cuadro № 3.15

Municipio de La Paz: Condición y forma de viaje
de los turistas extranjeros, 2013
(En porcentaje)

FORMA DE VIAJE	CONDICIÓ	CONDICIÓN DE VIAJE		
FORIVIA DE VIAJE	Independiente	Organizado	TOTAL	
Solo	95,2	4,8	33,7	
Familia	82,5	17,5	20,4	
En grupo	65,4	34,6	8,4	
Amigos	91,8	8,2	31,4	
Compañeros de trabajo	100,0	-	1,3	
Pareja	83,3	16,7	3,9	
Otros	100,0	-	1,0	

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal Casi un 60% de los turistas extranjeros que visitan La Paz se quedan entre 3 y 7 días, con solo un 12,3% que tiene una estadía superior a las dos semanas. De acuerdo a información de la Encuesta de Gastos 2010 del Viceministerio de Turismo, el promedio nacional es de 12,9 días.

Gráfico № 3.32 Municipio de La Paz: Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal NS/NR: No sabe/ No responde

Respecto a la estacionalidad de la demanda turística en el Municipio de La Paz, vemos que existe un paralelo entre los turistas extranjeros y nacionales, en los meses de julio y agosto principalmente por la vacación de invierno para el turismo interno y las vacaciones de verano para el externo, así como en el mes de diciembre por las fiestas de fin de año. El mes de octubre es otro mes de demanda alta para ambos casos.

Cuadro № 3.16

Municipio de La Paz: Pernoctaciones de viajeros en establecimientos de hospedaje por mes, 2013

(En número de personas y en porcentaje)

MES	PERNOCTACIONES			
MES	Nacionales	Participación	Extranjeros	Participación
Enero	13.532	6,7%	24.258	7,7%
Febrero	13.247	6,5%	28.239	9,0%
Marzo	2.542	1,3%	4.042	1,3%
Abril	17.023	8,4%	27.554	8,7%
Mayo	16.597	8,2%	26.832	8,5%
Junio	17.519	8,6%	28.935	9,2%
Julio	21.470	10,6%	28.896	9,2%
Agosto	20.273	10,0%	31.822	10,1%
Septiembre	19.278	9,5%	27.808	8,8%
Octubre	20.712	10,2%	29.777	9,5%
Noviembre	19.682	9,7%	27.889	8,9%
Diciembre	21.338	10,5%	28.972	9,2%
TOTAL	203.213	100%	315.024	100%

Fuente: Viceministerio de Turismo, Estimación de universos estadísticos del sector turismo, septiembre 2013.

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

(p) preliminar

Por otro lado, mencionar que el 69% de los turistas extranjeros nunca había visitado La Paz. Un 12% vino una vez, un 9% dos veces y un 10% más de tres veces.

Gráfico № 3.33 Municipio de La Paz: Número de visitas de los turistas extranjeros, 2013 (En porcentaje)

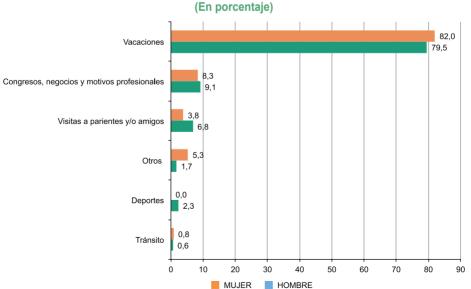


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo -Dirección de Investigación e Información Municipal

En cuanto al motivo de las visitas a La Paz, definitivamente el mayor motivo son las vacaciones con un 80,6%, siendo el porcentaje similar para mujeres (82%) y hombres (79,5%), quedando muy atrás los motivos profesionales y las visitas a parientes y/o amigos.

Gráfico № 3.34

Municipio de La Paz: Motivo de la visita de turistas extranjeros, 2013



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

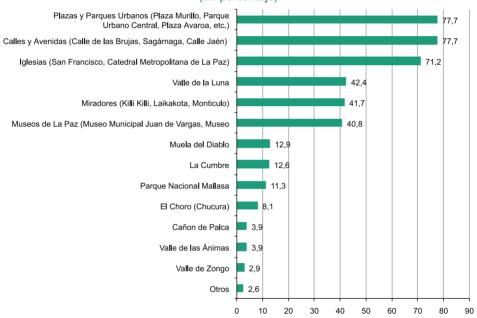
3.2.3. Espacios turísticos de mayor demanda

Entre los principales lugares visitados se encuentran los lugares turísticos del área urbana de La Paz (plazas, parques urbanos, calles y avenidas tradicionales), que fueron visitados por casi un 78% de los turistas extranjeros, seguidos muy de cerca por las iglesias (71,2%). En un segundo grupo están el Valle de la Luna (42,4%), los miradores de la ciudad (41,7%) y los museos (40,8%). Con porcentajes alrededor del 10% se encuentran los lugares turísticos un poco más alejados de la ciudad como la Muela del Diablo (12,9%), la Cumbre (12,6%) y el Parque Nacional Mallasa (11,3%).

Gráfico № 3.35

Municipio de La Paz: Principales lugares visitados por los turistas extranjeros, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

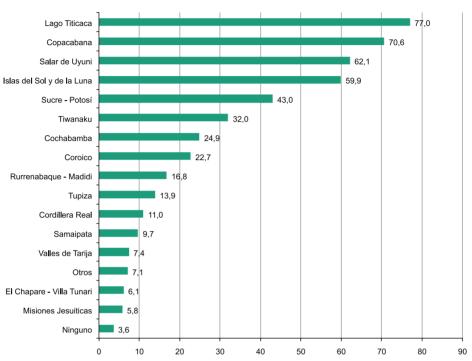
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Entre los sitios más visitados fuera del Municipio de La Paz, están el Lago Titicaca (77%), Copacabana (70,6%), el Salar de Uyuni (62,1%) y las Islas del Sol y de la Luna (59,9%). El Salar de Uyuni es uno de los lugares más alejados de La Paz con mayor porcentaje de visitas. Como se puede apreciar, los lugares turísticos de preferencia son muy variados y se encuentran a lo largo y ancho de todo el territorio nacional, desde Rurrenabaque en el Norte Amazónico Paceño (16,8%), Tupiza (13,9%) y los Valles de Tarija (7,4%) en el Sur, Samaipata (9,7%) y las Misiones Jesuíticas (5,8%) en el Oriente. Cabe destacar que un 11% de los extranjeros visita la Cordillera Real.

Gráfico Nº 3.36

Municipio de La Paz: Principales lugares visitados por los turistas extranjeros fuera del Municipio, 2013

(En porcentaje)

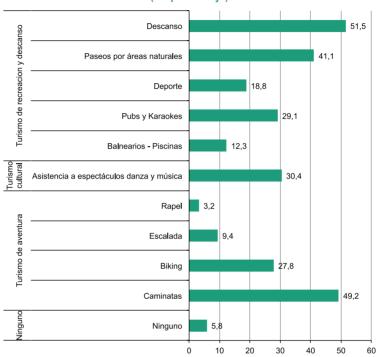


Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Entre las actividades no turísticas tradicionales escogidas por los visitantes externos, al igual que para los turistas nacionales, se destaca el turismo de recreación y descanso, con un 51,1% de visitantes que viajan exclusivamente para descansar. Los paseos por áreas naturales y caminatas ocupan un segundo lugar con 41,1% y 49,2%, respectivamente. La asistencia a bares y karaokes (29,1%) y espectáculos de danza y música (30,4%) tienen porcentajes similares. Finalmente, resaltar el deporte con 18,8% y los paseos en bicicleta con 27,8%. Esta última actividad que tiene un alto porcentaje se debe principalmente al paseo a Coroico-Yungas por el llamado "Camino de la Muerte" que tiene cada vez mayor afluencia. Mencionar que en comparación, entre los turistas nacionales este porcentaje es sólo de 2,3%.

Gráfico № 3.37

Municipio de La Paz: Actividades realizadas por los turistas extranjeros durante su permanencia, 2013 (En porcentaje)



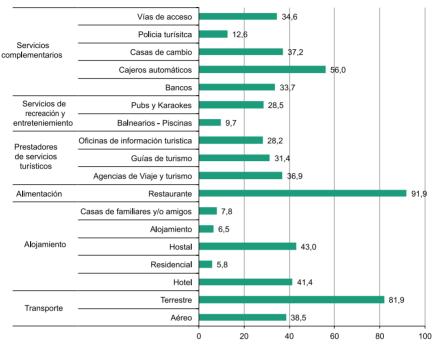
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Los dos principales servicios requeridos por los turistas de fuera del país son el de restaurantes con 91,9% y el transporte terrestre con 81,9%. En el caso del turista nacional también son los dos servicios más utilizados, pero en orden inverso. Luego están los cajeros automáticos con 56%. Los hostales y hoteles tienen un porcentaje similar de alrededor del 40%. Les siguen el transporte aéreo (38,5%), las casas de cambio (37,2%) y las agencias de viaje y turismo (36,9%).

Gráfico № 3.38

Municipio de La Paz: Servicios utilizados por los turistas extranjeros durante su permanencia, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

3.2.4 Satisfacción

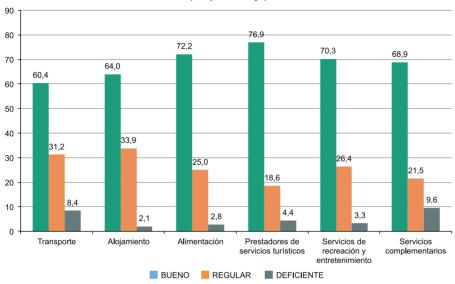
En cuanto al nivel de satisfacción del turista extranjero, existe una buena percepción de la calidad de los servicios turísticos. Más del 60% de los visitantes extranjeros calificaron de buenos los servicios de transporte (60,4%), alojamiento (64%), alimentación (72,2%), prestadores⁶ de servicios turísticos (76,9%), servicios de recreación y entretenimiento (70,3%) y servicios complementarios (68,9%). Estos últimos fueron los que tuvieron mayor porcentaje de calificación deficiente (9,6%) por los servicios de la policía turística y las vías de acceso.

⁶ Entendido como política turística, casas de cambio, cajeros automáticos, bancos, etc.

Gráfico № 3.39

Municipio de La Paz: Percepción de la calidad de servicios turísticos según turistas extranjeros, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

El cuadro Nº 3.17 presenta el detalle de la evaluación de los servicios turísticos según el desglose por tipo de servicio. Vemos que en el transporte el mayor porcentaje de satisfacción tiene el transporte aéreo (77,3%) en el alojamiento las casas de familiares y/o amigos (91,7%) y los hoteles (71,1%), en la alimentación los restaurantes (72,2%), en los prestadores de servicios turísticos las agencias de viaje (86,8%), en los servicios de recreación y entrenamiento los pubs y karaokes (77,3%) y en los servicios complementarios los bancos (82,7%).

Cuadro № 3.17

Municipio de La Paz: Desglose de percepción de la calidad de los servicios turísticos según turistas extranjeros, 2013

(En porcentaje)

DESCRIPCIÓN -		NIVEL DE SATISFACCIÓN		
		Bueno	Aceptable	Deficiente
Transporte	Aéreo	77,3	18,5	4,2
	Terrestre	43,5	43,9	12,6
	Hotel	71,1	25,8	3,1
	Residencial	44,4	55,6	-
Alojamiento	Hostal	67,7	30,1	2,3
	Alojamiento	45,0	50,0	5,0
	Casas de familiares y/o amigos	91,7	8,3	-
Alimentación	Restaurante	72,2	25,0	2,8
	Agencias de viaje y turismo	86,8	12,3	0,9
Prestadores de servicios turísticos	Guías de turismo	77,3	20,6	2,1
Sel vicios turisticos	Oficinas de información turística	66,7	23,0	10,3
Servicios de recreación y entretenimiento	Balnearios - Piscinas	63,3	30,0	6,7
	Pubs y Karaokes	77,3	22,7	-
	Bancos	82,7	12,5	4,8
	Cajeros automáticos	72,3	20,8	6,9
Servicios complementarios	Casas de cambio	77,4	19,1	3,5
	Policía turística	62,5	22,5	15,0
	Vías de acceso	49,5	32,7	17,8

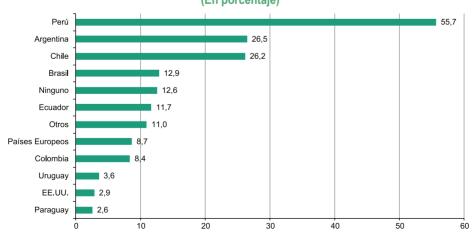
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Por otro lado, en referencia a considerar a Bolivia como parte de un viaje multidestino, los turistas de Sudamérica son los que en su mayoría respondieron positivamente, teniendo los mayores porcentajes los países vecinos (Perú 55,7%, Argentina 26,5% y Chile 26,2%).

Gráfico № 3.40

Municipio de La Paz: Procedencia de los turistas extranjeros que consideran que Bolivia forma parte de un viaje multidestino, 2013

(En porcentaje)



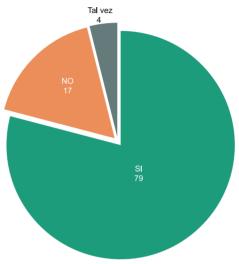
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Consultados sobre volver a visitar el Municipio de La Paz, un 79% de los turistas extranjeros manifestó que Si, un 17% que No y un 4% Tal vez.

Gráfico № 3.41

Municipio de La Paz: Percepción sobre si volvería a visitar el Municipio según turistas extranjeros, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

Entre las principales razones para visitar el Municipio de La Paz otra vez, un 21% de los turistas indicó que por ser una ciudad bonita e interesante, un 13,4% por existir lugares interesantes por conocer, un 9,8% por la cultura y la gente y también por los atractivos. Entre las principales razones para no volver a La Paz están que ya se la conoce (4,3%), la contaminación visual, auditiva, ciudad intranquila (2,3%) y los deseos de conocer otro lugar (2,3%). Aunque con porcentajes bajos, se menciona también el maltrato y descortesía de las personas (0,7%) y el clima (0,7%).

El 6,2% que indicó otras razones comprende: porque no tiene dinero para viajes, porque es muy largo el viaje, porque la comida no es buena, porque sólo le gustan los pueblos y porque no hay buen hospedaje.

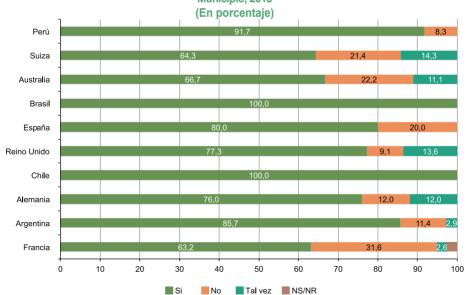
Cuadro Nº 3.18 Municipio de La Paz: Razones para volver a visitar el Municipio según turistas extranjeros, 2013 (En porcentaie)

	DESCRIPCIÓN	TOTAL
	Es una ciudad bonita e interesante	21,0
	Otras razones	14,1
	Existen lugares interesantes por conocer	13,4
0:	La cultura y la gente	9,8
Si 79,0	Los atractivos	9,8
7 3,0	Existen actividades interesantes que hacer	4,6
	El buen clima	2,6
	Visita a familiares	2,6
	Los servicios son económicos	1,0
	Ya conozco, ya la visité	4,3
	Otras razones	6,2
	Contaminación visual, auditiva, ciudad intranquila	2,3
No	Deseos de conocer otro lugar	2,3
17,0	Mal trato y descortesía de las personas	0,7
	El clima frio, por la altura	0,7
	Problemas de idioma - difícil comunicación	0,3
	La inseguridad	0,3
Tal vez 3,9	Tal vez	3,9

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

De los turistas de los principales países emisores que volverían a visitar el Municipio de La Paz, entre un 60% y 100% manifestó que Sí, destacándose Brasil y Chile con 100%, Perú con 91,7% y Argentina con 85,7%, todos países vecinos.

Gráfico Nº 3.42 Municipio de La Paz: Procedencia de los turistas extranjeros que volverían a visitar el Municipio, 2013



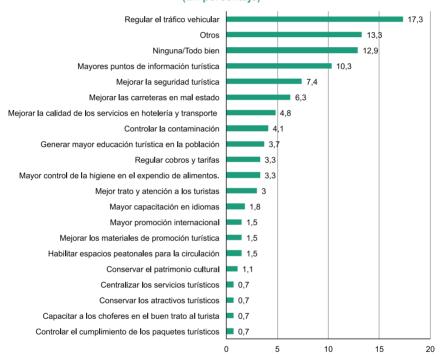
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

NS/ NR: No sabe/ No responde

Entre las principales sugerencias para una mejora en el turismo en el Municipio de La Paz, destacan el regular el tráfico vehicular con 17,3%, mayores puntos de información turística con 10,3%, mejorar la seguridad turística con 7,4% y mejorar las carreteras en mal estado con 6,3%.

Gráfico Nº 3.43 Municipio de La Paz: Sugerencias para mejorar el turismo en el Municipio según turistas extranjeros, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Respecto a recomendar visitar el Municipio de La Paz a otras personas, un 96% afirmó que Sí lo haría y un 4% que No. Entre las razones destacadas están una vez más el ser una ciudad bonita e interesante (20,7%), por su cultura y su gente (17,7%) y por sus atractivos (16,7%). El 17,4% de Otros incluye: tener nuevas experiencias, porque es la ciudad más alta del mundo, porque la geografía de la ciudad es particular, porque su cultura es original, entre las opiniones más destacadas. Entre las razones para la no recomendación, aunque en un escaso porcentaje de 0,3% cada una, están: el maltrato y descortesía de las personas, el frío y la altura, la contaminación visual, auditiva y ciudad intranquila, los servicios deficientes, la inseguridad y los deseos de conocer otro lugar.

Cuadro № 3.19

Municipio de La Paz: Razones para recomendar visitar el

Municipio a otras personas según turistas

extranjeros, 2013

(En porcentaje)

	DESCRIPCIÓN	TOTAL
	Es una ciudad bonita e interesante	20,7
	Por la cultura y la gente	17,7
	Por los atractivos (paisajes, arte, pintura)	16,7
Si 96	Los servicios son baratos	8,2
	Existen lugares interesantes para conocer	6,6
	Existen actividades interesantes	5,9
	Por el buen clima	3,6
	Visita a familiares	1,0
	Otros	17,4
	Mal trato y descortesía de las personas	0,3
	Por el clima frio, por la altura	0,3
No 4	Contaminación visual, auditiva, ciudad intranquila	0,3
	Deficientes servicios	0,3
	Por la inseguridad	0,3
	Deseos de conocer otro lugar	0,3
	Otros	0,3

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investicación e Información Municipal

Capítulo IV

LA OFERTA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ





CAPÍTULO IV

La oferta turística en el Municipio de La Paz

4.1. OPERADORES DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE

Según la clasificación aún vigente, en Bolivia existen nueve diferentes establecimientos de hospedaje, sin embargo por motivos prácticos para el presente documento se tomaron en cuenta solamente los siguientes⁷:

- Hoteles: Aquellos que prestan el servicio de hospedaje en unidades habitacionales. Deben contar con un
 mínimo de veinte habitaciones (diez departamentos en el caso de apart hoteles y quince suites en el caso
 de hoteles suites), contar con el servicio sanitario privado y/o común según su categoría y disponer de los
 servicios de alimentos y bebidas según su categoría. La infraestructura, mobiliario, el equipamiento y los
 servicios deben estar acordes a su categoría.
- Hostales o residenciales: Establecimientos que prestan el servicio de hospedaje en unidades habitacionales.
 Deben contar con un mínimo de diez habitaciones, servicio sanitario privado y/o común según su categoría y disponer de restaurante o cafetería para brindar el servicio de desayuno. La infraestructura, el mobiliario, el equipamiento y los servicios, deben estar acordes a su categoría.
- Casas de huéspedes: Establecimientos que prestan el servicio de hospedaje en unidades habitacionales.
 Deben tener un mínimo de seis habitaciones, contar con el servicio sanitario privado y/o común según su categoría y disponer de restaurante o cafetería para brindar el servicio de desayuno. La infraestructura, el mobiliario, el equipamiento y los servicios, deben estar acordes a su categoría, constituyéndose en un ambiente familiar.
- Alojamientos: Establecimientos que prestan en forma permanente el servicio de hospedaje en unidades habitacionales. Deben contar con un mínimo de diez habitaciones y servicio sanitario común de acuerdo a un número determinado de habitaciones. La infraestructura, el mobiliario, el equipamiento y los servicios, deberán estar acordes a su categoría.

4.1.1. Características generales

De acuerdo a información proporcionada por el Viceministerio de Turismo, en el Municipio de La Paz hay 196 establecimientos de diferentes tipos y categoría, representando el 46% del total del Departamento.

Cuadro № 4.1

Municipio de La Paz: Establecimientos de hospedaje según tipo y categoría, 2013

(En número y porcentaje)

TIPO DE	CATEGORÍA					TOTAL	PARTICI-			
ESTABLECIMIENTO	1*	2*	3*	4*	5*	Α	В	ÚNICA	IUIAL	PACIÓN
Alojamiento	-	-	-	-	-	29	40	-	69	35,2
Hoteles	9	13	27	5	5	-	-	-	59	30,1
Hostales	10	14	13	2	2	-	-	-	41	20,9
Residenciales	7	2	2	-	-	-	-	-	11	5,6
Apart Hoteles	-	-	2	1	5	-	-	-	8	4,1
Casa de Huéspedes	-	-	-	-	-	-	-	8	8	4,1
TOTAL	26	29	44	8	12	29	40	8	196	100,0

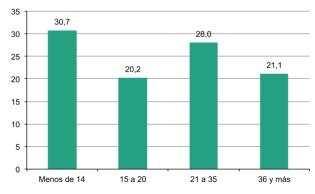
Fuente: Gobernación del Departamento de La Paz (Sept. 2013) Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

De esta manera, los operadores de servicios de hospedaje en el Municipio de La Paz están conformados por alojamientos (35,2%), hoteles (30,1%), hostales (20,9%), residenciales (5,6%) y apart hoteles y casa de huéspedes cada uno con una representación de 4,1%, respectivamente.

Por otro lado, de acuerdo a la Encuesta Municipal de Turismo, se tiene que, en general los establecimientos de hospedaje en el Municipio tienen menos de veinte habitaciones (50,9% de los hospedajes), mientras que una menor proporción (21,1%) cuenta con treinta y seis o más habitaciones.

Gráfico Nº 4.1

Municipio de La Paz: Capacidad de hospedaje según
promedio de habitaciones, 2013
(En porcentaje)

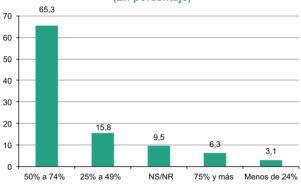


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal En cuanto a la ocupación anual de estos establecimientos, en su mayoría (65,3%) se encuentran ocupados de 50% a 74% del año (entre 182 y 270 días del año).

Gráfico № 4.2

Municipio de La Paz: Ocupación anual de establecimientos de hospedaje, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo, 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e

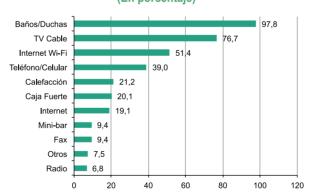
Información Municipal NS/NR: No sabe/ No responde

En el siguiente gráfico, se puede observar que prácticamente la totalidad de los establecimientos de hospedaje cuenta con baños y duchas (97,8%), una mayoría cuenta con TV Cable (76,7%), internet y/o Wi-Fi (70,5%). Mientras que una menor proporción cuenta con calefacción (21,2%) o mini bar (9,4%).

Gráfico № 4.3

Municipio de La Paz: Servicios con los que cuentan las habitaciones de los establecimientos de hospedaje, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municia Una parte importante de la oferta de los hoteles consta principalmente de servicios o equipamiento adicional que brindan a sus huéspedes. Es así que en el siguiente gráfico se puede observar que un 44,2% de los establecimientos de hospedaje ofrece equipamiento y/o servicios adicionales, un 42,0% cuenta con restaurantes o servicio de alimentación y un 18,0% tiene salas de reuniones. Por otro lado, el equipamiento con el que cuenta una menor proporción de establecimientos son jardines y piscinas (5,3% y 6,3%, respectivamente).

Gráfico № 4.4

Municipio de La Paz: Equipamiento y servicios
adicionales en los establecimientos de hospedaje, 2013

(En porcentaje)



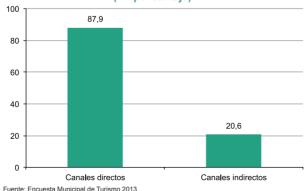
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

4.1.2. Promoción por parte de los establecimientos de hospedaje

La promoción de servicios es una actividad importante para cualquier establecimiento de hospedaje, es de esta manera que un 87,9% de éstos tiene estrategias de promoción a través de canales directos y un 20,6% a través de canales indirectos^e.

Gráfico Nº 4.5

Municipio de La Paz: Estrategias de promoción de los establecimientos de hospedaje según canales de venta, 2013 (En porcentaje)

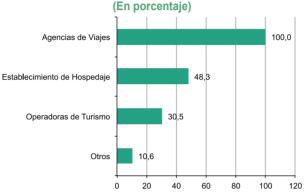


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

^aUn canal directo es aquel mediante el cual una compañía o empresa llega directamente al cliente final (ej. catálogos, correo, televisión, radio, revistas, etc.). Los canales indirectos por otro lado son aquellos en los que intervienen intermediarios. http://www.slideshare.net/ecabanilla/comercializacin-distribucin-y-promocin-del-producto-turstico-comunitario

Entre los canales indirectos utilizados por los establecimientos de hospedaje sobresalen las agencias de viaje, ya que la totalidad de establecimientos las utiliza como medios de promoción de sus servicios.

Gráfico № 4.6 Municipio de La Paz: Canales indirectos de venta de los establecimientos de hospedaje, 2013

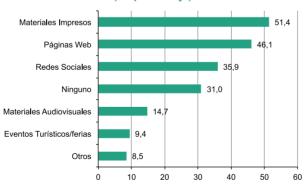


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Entre los medios de difusión comúnmente utilizados por los establecimientos de hospedaje se encuentran los materiales impresos (51,4%), páginas web (46,1%) y redes sociales (35,9%).

Gráfico № 4.7

Municipio de La Paz: Medios de difusión de servicios utilizados por los establecimientos de hospedaje, 2013 (En porcentaje)



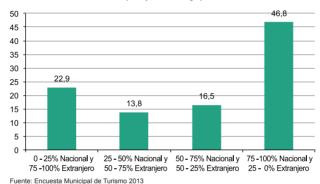
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficiala Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación el Información Municipal

4.1.3. Mercado turístico

Como se puede ver en el Gráfico Nº 4.8, los establecimientos de hospedaje tienen en una mayor proporción a turistas nacionales como clientes, ya que más de un 45% de los establecimientos tiene una clara mayoría de clientes de este origen (entre 75% y 100% del total).

Gráfico № 4.8

Municipio de La Paz: Principales mercados turísticos
de los establecimientos de hospedaje, 2013
(En porcentaje)



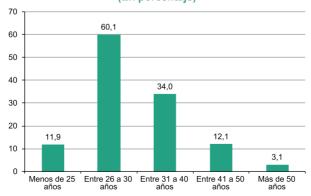
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Por otro lado, la edad de los clientes de los establecimientos de hospedaje se encuentra de manera mayoritaria en el grupo de 26 a 30 años (60,1% del total), seguida de los turistas de 31 a 40 años (34,0%), siendo el grupo minoritario el de turistas de más de 50 años (3,1%).

Gráfico Nº 4.9

Municipio de La Paz: Mercado turístico según grupos de edad, 2013

(En porcentaje)

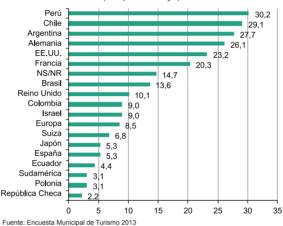


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal El origen de los clientes de los establecimientos de hospedaje se puede ver a continuación (Gráfico Nº 4.10), que una mayoría proviene de países vecinos (30,2% de Perú, 29,1% de Chile, 27,7% de Argentina). Así mismo, Alemania y Francia con los países europeos que son mencionados como los principales orígenes de los turistas por parte de los establecimientos de hospedaje.

Gráfico № 4.10

Municipio de La Paz: Principales países de origen del mercado turístico extranjero según establecimientos de hospedaje, 2013

(En porcentaje)



Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal NS/NR: No sabe/ No resoonde

Los meses en los cuales se da una mayor afluencia de turistas extranjeros, según los establecimientos de hospedaje, son junio, julio y agosto, de igual manera se observa un incremento en diciembre y enero. Los meses de menor demanda de servicios de hospedaje por turistas extranjeros son marzo, abril y octubre.

Gráfico Nº 4.11

Municipio de La Paz: Estacionalidad de la llegada de turistas extranjeros según los establecimientos de hospedaje, 2013

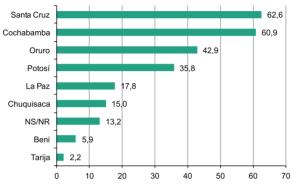
(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Respecto al turismo nacional se puede observar (Gráfico Nº 4.12) que la mayoría de los turistas, según los establecimientos de hospedaje, llegan de Santa Cruz, Cochabamba y Oruro. El Departamento de donde llega una menor proporción de turistas es Tarija.

Gráfico Nº 4.12 Municipio de La Paz: Principales departamentos de origen del mercado turístico local según establecimientos de hospedaje, 2013 (En porcentaje)

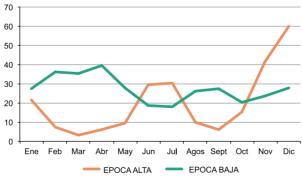


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal NS/NR: No sabe/ No responde

Por otro lado, el mayor flujo de turistas nacionales en el Municipio se da durante los meses de noviembre y

diciembre y en menor medida durante junio y julio. Los meses de menor llegada son marzo y septiembre.

Gráfico Nº 4.13 Municipio de La Paz: Estacionalidad de la llegada de turistas nacionales según establecimientos de hospedaje, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

4.1.4. Personal de los establecimientos de hospedaje

Los establecimientos de hospedaje del Municipio se caracterizan por tener un número reducido de empleados, ya que un 46,4% tiene menos de tres empleados, un 31,5% tiene entre cuatro y diez empleados y sólo un 22,1% cuenta con más de 11 empleados.

Gráfico Nº 4.14

Municipio de La Paz: Personal en los establecimientos de hospedaje, 2013

(En porcentaje)

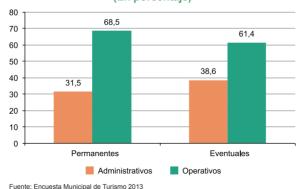


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

En promedio un 67,9% de los empleados de los establecimientos de hospedaje ocupan cargos operativos. Un 68,5% de los empleados permanentes son operativos y el resto administrativos. De igual manera un 61,4% de los empleados eventuales ocupan cargos operativos.

Gráfico № 4.15

Municipio de La Paz: Personal en los establecimientos
de hospedaje según tipo, 2013
(En porcentaje)



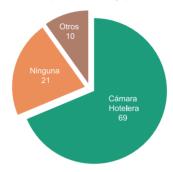
Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

4.1.5. Asociatividad en los establecimientos de hospedaje

La mayoría de los establecimientos de hospedaje del Municipio están asociados ya que un 68,7% pertenece a la Cámara Hotelera, un 9,9% está asociado a otra instancia, mientras que un 21,4% de los establecimientos no tiene relaciones institucionales de este tipo.

Gráfico Nº 4.16

Municipio de La Paz: Asociatividad entre
establecimientos de hospedaje, 2013
(En porcentaje)



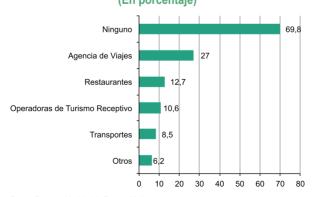
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Por otro lado un 69,8% de los establecimientos de hospedaje dice no tener ningún tipo de alianza o acuerdo de cooperación con establecimientos similares ligados al turismo, mientras que un 27,0% tiene alianzas con agencias de viajes y un 12,7% con restaurantes.

Gráfico № 4.17

Municipio de La Paz: Existencia de alianzas de cooperación entre establecimientos de hospedaje y otras instancias según tipo, 2013.

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

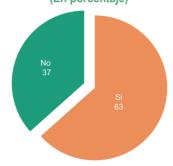
4.1.6. Control de calidad en los establecimientos de hospedaje

Una de las actividades más importantes para la mejora de los servicios de hospedaje es la medición de la satisfacción de los clientes, es así que en el Municipio de La Paz un 63,4% de los establecimientos de hospedaje realiza este tipo de procedimientos (Gráfico Nº 4.18).

Gráfico № 4.18

Municipio de La Paz: Establecimientos de hospedaje
que miden la satisfacción de sus clientes, 2013

(En porcentaje)

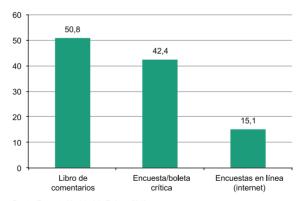


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

La herramienta más utilizada para la medición de la satisfacción, es el libro de comentarios (50,8% de establecimientos lo utiliza), seguido de las encuestas físicas (42,4%) y las encuestas en línea (15,1%).

Gráfico Nº 4.19

Municipio de La Paz: Instrumentos utilizados para
medir la satisfacción de los clientes, 2013
(En porcentaje)



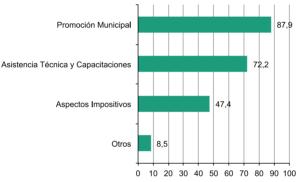
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

4.1.7. Sugerencias sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para apoyar a los establecimientos de hospedaje

Para una mejor atención al sector del turismo en el Municipio de La Paz, se preguntó a los establecimientos de hospedaje qué es lo que debería hacer el Municipio para ayudarlos. Según los resultados de la encuesta, los ámbitos donde consideran sería más útil la intervención municipal son la promoción (un 87,9% de los establecimientos lo menciona), la asistencia técnica y capacitación (72,2%) y finalmente políticas impositivas que incentiven la inversión en el sector (47,4%).

Gráfico Nº 4.20

Municipio de La Paz: Percepción de los establecimientos de hospedaje sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para la promoción del sector, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013
Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

4.2. ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTACIÓN

4.2.1. Características generales

Los establecimientos turísticos de alimentación son aquellos que se dedican a la prestación de alimentos y bebidas preparadas en el mismo local y que pueden desarrollar actuaciones artísticas propias del país, que se consideren atractivas para los turistas. Además, generalmente se dedican a la gastronomía de una región determinada del país o de otros países, destinada principalmente a los turistas.

De acuerdo a información de la Dirección de Promoción Turística del GAMLP, existen 450 establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación en el Municipio de La Paz, los cuales cuentan con Licencia de Funcionamiento de Actividad Económica, donde el 87,6% se encuentra en el área urbana, 10,4% están ubicados en Mallasa, Mallasilla, Jupapina y Amor de Dios que se considerarán como los alrededores del área urbana y el 2% son catalogados como peñasº ó restaurantes turísticos.

¹³ Los servicios propios del turismo son los restaurantes turísticos y peñas folklóricas, reconocidos y regulados según Resolución Ministerial 137/01, mismo que otorga a las Unidades Departamentales de Turismo y Cultura la competencia de autorizar, controlar, inspeccionar a estos establecimientos. Por otro lado, según registros se han contabilizado a 9 establecimientos categorizados como peñas: El Parnaso, Los Escudos, Ojo de Agua, El Charango, Peña Naira, Uma Kollo, Mongos Button Café, Marka Tambo, Huari

Cuadro Nº 4.2 Municipio de La Paz: Establecimientos de alimentación con Licencia de Funcionamiento. 2013 (En número v porcentaie)

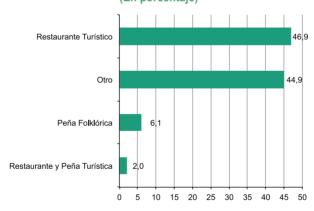
DETALLE	CANTIDAD	PARTICIPACIÓN
Restaurantes en el área urbana	394	87,6
Peñas en el área urbana	9	2,0
Restaurantes en Mallasa, Mallasilla, Jupapina y Amor de Dios	47	10,4
TOTAL	450	100,0

Fuente: Centro de Información Turística

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Como se puede observar en el siguiente gráfico, un 46.9% de los restaurantes en el Municipio de La Paz entra en la categoría de restaurante turístico, esto principalmente por las características de los servicios que prestan y su clientela conformada predominantemente por turistas. Le sigue en importancia la categoría de otros, que son los restaurantes que no están pensados para turistas. Finalmente están las peñas folklóricas y los que son restaurantes y también peñas turísticas, que representan alrededor del 8% de los establecimientos turísticos de alimentación.

Gráfico Nº 4.21 Municipio de La Paz: Establecimientos turísticos de alimentación según tipo, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e

Información Municipal

En cuanto a la capacidad de los establecimientos turísticos de alimentación, de acuerdo a la Encuesta Municipal de Turismo, un 32,7% tiene menos de diez mesas, un 36,7% dispone de 11 a 20 mesas, mientras que un 28,6% ofrece más de 21 mesas para la atención.

Por otro lado, un 30,6% de estos establecimientos cuentan con menos de 30 sillas, un 20,4% tiene de 31 a 60 sillas, además 26,5% dispone de 61 a 10 sillas, y finalmente 20,4% de los establecimientos turísticos de alimentación posee más de 101 sillas.

Cuadro Nº 4.3

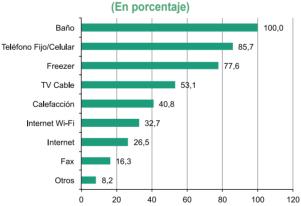
Municipio de La Paz: Capacidad instalada
en los establecimientos turísticos de
alimentación, 2013
(En porcentaje)

DES	TOTAL	
Mesas	Menos de 10	32,7
	11 a 20	36,7
	21 a 30	14,3
	31 o más	14,3
Sillas	Menos de 30	30,6
	31 a 60	20,4
	61 a 100	26,5
	101 o más	20,4

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Respecto a los servicios que ofrecen estos establecimientos, como se puede observar en el siguiente gráfico, la totalidad tiene baño, un 85,7% cuenta con teléfono, 53,1% con TV cable y 40,8% con calefacción. El servicio de internet Wi-Fi se ofrece en un 32,7% de los establecimientos de alimentación, e internet en un 26,5%.

Gráfico № 4.22 Municipio de La Paz: Servicios existentes en los establecimientos turísticos de alimentación, 2013

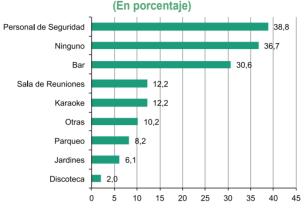


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

El equipamiento existente en los establecimientos de alimentación para turistas varía, sin embargo, los que están presentes en una mayor proporción son el personal de seguridad (38,8%) y bares (30,6%). Algunos adicionales son sala de reuniones (12,2%) y karaoke (12,2%), entre otros. Un 36,7% de los establecimientos turísticos de alimentación no tienen equipamiento de este tipo.

Gráfico Nº 4.23

Municipio de La Paz: Equipamiento existente en los establecimientos turísticos de alimentación, 2013

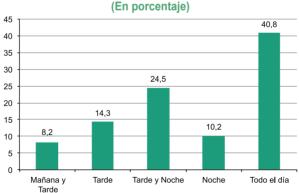


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

De igual manera el horario de atención varía, ya que si bien la mayor parte atiende durante todo el día (40,8%), también existe una importante proporción que atiende durante la tarde y noche (24,5%) y durante la tarde solamente (14,3%).

Gráfico № 4.24

Municipio de La Paz: Horario de atención en los establecimientos turísticos de alimentación, 2013



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

El tipo de comida expendida en los establecimientos es mayoritariamente nacional (40,8%), seguida de comida internacional (26,5%) y otros (30,6%, entre los que se encuentra parrilla, comida rápida, café, etc.).

Gráfico Nº 4.25

Municipio de La Paz: Tipo de comida expendida en los establecimientos turísticos de alimentación, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

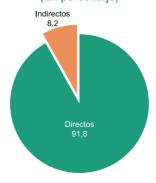
4.2.2. Actividades de promoción en los establecimientos turísticos de alimentación

Las actividades de promoción llevadas adelante por los establecimientos turísticos de alimentación se realizan por vía directa en un 91,8%, es decir la gran mayoría no utiliza intermediarios.

Gráfico № 4.26

Municipio de La Paz: Estrategias de promoción en los establecimientos turísticos de alimentación según canales de venta, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

En el 8,2% de establecimientos que utilizan canales indirectos de promoción, se destacan la utilización en porcentajes iguales de establecimientos de hospedaje (40,0%) y operadores de turismo y agencias de viaje (40,0%).

Gráfico № 4.27

Municipio de La Paz: Canales indirectos de venta de los establecimientos turísticos de alimentación, 2013

(En porcentaje)

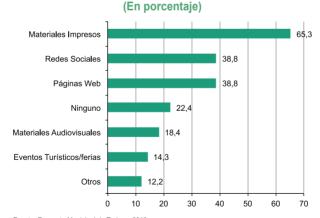


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Los principales medios de difusión utilizados por los establecimientos turísticos de alimentación son los materiales impresos (65,3%), las redes sociales (38,8%) y las páginas web (38,8%). Solo un 14,3% realiza actividades de difusión en eventos y ferias turísticas.

Gráfico Nº 4.28

Municipio de La Paz: Medios de difusión de servicios utilizados en los establecimientos turísticos de alimentación, 2013



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

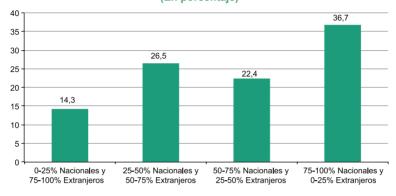
4.2.3. Mercado turístico

Los establecimientos turísticos de alimentación tienen como sus principales clientes a los turistas nacionales, ya que un 59,1% de estos establecimientos tiene a más del 50,0% de su clientela de origen nacional.

Gráfico № 4.29

Municipio de La Paz: Principales mercados de los establecimientos turísticos de alimentación, 2013

(En porcentaje)

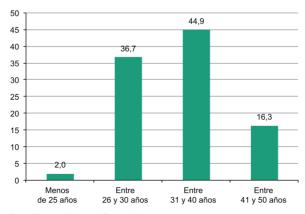


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Por otro lado, si revisamos los rangos de edad, se ve que un 44,9% de los clientes de los establecimientos turísticos de alimentación tiene entre 31 y 40 años, estando en segundo lugar con 36,7%, el grupo de clientes que tienen entre 26 y 30 años.

Gráfico Nº 4.30

Municipio de La Paz: Mercado de los establecimientos turísticos de alimentación según grupos de edad, 2013 (En porcentaje)



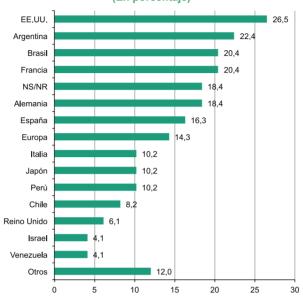
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

Los países mayormente representados entre la clientela de los establecimientos turísticos de alimentación son EEUU (26,5% de los establecimientos menciona a este país como el origen de sus clientes), Argentina (22,4%), Brasil (20,4%) y Francia (20,4%).

Gráfico Nº 4.31

Municipio de La Paz: Origen de los clientes extranjeros en los establecimientos turísticos de alimentación según país, 2013

(En porcentaie)

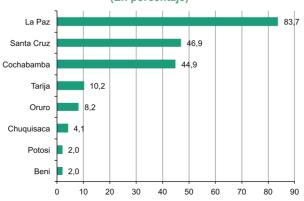


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal NS/NR: No sabe/No responde

En cuanto al turismo nacional una mayoría de los clientes de los establecimientos turísticos de alimentación provienen del Departamento de La Paz (83,7%), seguidos de clientes de Santa Cruz (46,9%) y Cochabamba (44,9%).

Gráfico № 4.32

Municipio de La Paz: Origen de los clientes nacionales en los establecimientos turísticos de alimentación según Departamento, 2013 (En porcentaje)

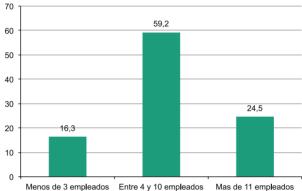


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

4.2.4. Personal en los establecimientos turísticos de alimentación

Los establecimientos turísticos de alimentación, como se observa a continuación, tienen en una mayoría de los casos entre cuatro y diez empleados (59,2% de los establecimientos cuenta con este número de empleados), le siguen en importancia los establecimientos con más de once empleados (24,5%) y finalmente los que tienen menos de tres empleados (16,3%).

Gráfico № 4.33 Municipio de La Paz: Personal en los establecimientos turísticos de alimentación, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

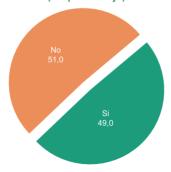
4.2.5. Control de calidad en los establecimientos turísticos de alimentación

Cerca de la mitad de los establecimientos turísticos de alimentación miden la satisfacción de sus clientes, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico № 4.34

Municipio de La Paz: Establecimientos turísticos de alimentación que miden la satisfacción de sus clientes, 2013

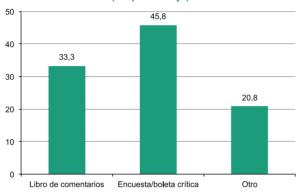
(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal Entre los instrumentos empleados para medir la satisfacción, están las encuestas o boletas, utilizadas por un 45,8% de los establecimientos y los libros de comentarios, preferidos por un 33,3%.

Gráfico № 4.35

Municipio de La Paz: Instrumentos utilizados para medir la satisfacción de los clientes, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

4.2.6. Sugerencias sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para apoyar a los establecimientos turísticos de alimentación

Las principales actividades sugeridas al GAMLP para la mejora de los servicios ofrecidos por los establecimientos turísticos de alimentación son la seguridad de los turistas (67,3%), la promoción (55,0%), la asistencia técnica y capacitación (42,9%) e incentivos impositivos (24,4%).

Gráfico № 4.36

Municipio de La Paz: Percepción de los establecimientos turísticos de alimentación sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para la promoción del sector, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo, 2013. Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información.

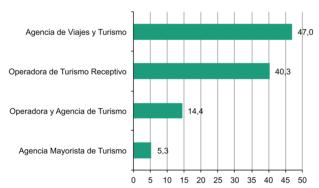
4.3. EMPRESAS OPERADORAS DE TURISMO

4.3.1. Características generales

Según datos del Viceministerio de Turismo y la Gobernación de La Paz en el Municipio de La Paz existen 328 empresas operadoras de Turismo, que se dividen entre agencias de viaje y turismo (47,0%), operadoras de turismo receptivo (40,3%), operadora y agencia de turismo (14,4%) y agencia mayorista de turismo (5,3%).

Si bien la normativa nacional¹¹º establece una diferenciación entre los diferentes tipos de operadores, en los hechos todos se dedican a la organización, promoción, representación y comercialización del servicio turístico, bien sea en forma directa o como intermediarios entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos, tanto nacionales como internacionales.

Gráfico № 4.37 Municipio de La Paz: Tipo de operadores de turismo, 2013 (En porcentaje)

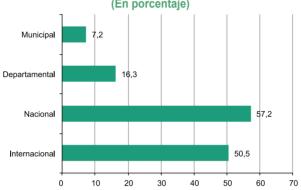


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal En cuanto al ámbito de operación de estos establecimientos, como se puede observar en el Gráfico Nº 4.38, una mayoría se dedica al mercado nacional (57,2%) y en segundo lugar al mercado internacional (50,5%).

Gráfico № 4.38

Municipio de La Paz: Empresas operadoras de turismo por ámbito de operación, 2013

(En porcentaje)

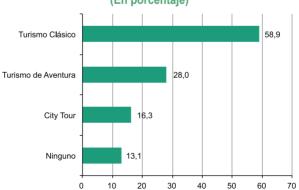


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficiala Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación el Información Municipal

La especialidad a la que se dedican gran parte de las operadoras, como se aprecia a continuación, es el turismo clásico (58,9%), seguido del turismo de aventura (28,0%) y el City Tour (16,3%). Adicionalmente existe un sector reducido de empresas operadoras que no tiene una especialidad específica en sus servicios (13,1%).

Gráfico № 4.39

Municipio de La Paz: Empresas operadoras
de turismo por especialidad, 2013
(En porcentaje)

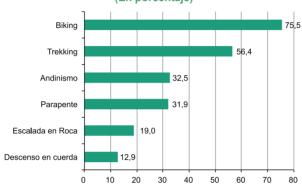


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal Entre las empresas dedicadas al turismo de aventura se puede observar (Gráfico Nº 4.40) que una mayoría se dedica tanto al biking¹¹ como al trekking¹² (75,5% y 56,4%, respectivamente). A estas actividades le siguen en importancia el andinismo (32,5%) y el vuelo en parapente (31,9%).

Gráfico № 4.40

Municipio de La Paz: Empresas operadoras de turismo de aventura según actividad principal ofertada, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

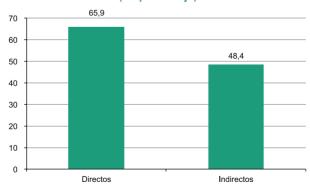
4.3.2. Promoción de los operadores de turismo

Como se puede observar en el siguiente gráfico, las empresas operadoras de turismo utilizan mayoritariamente canales directos de promoción (65,9%).

Gráfico № 4.41

Municipio de La Paz: Estrategias de promoción de los operadores de turismo según canales de venta, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficiala Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación el Información Municipal

¹¹ Modalidad de excursionismo que consiste en recorrer en bicicleta largas distancias o zonas determinadas, generalmente de alta montaña y poco frecuentadas por el turismo convencional.

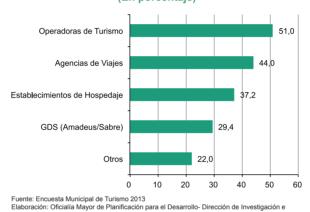
¹² Modalidad de excursionismo que consiste en recorrer a pie largas distancias o zonas determinadas, generalmente de alta montaña y poco frecuentadas por el turismo convencional.

Entre los canales indirectos utilizados por el 48,4% de los operadores se puede observar que una mayoría utiliza a otros operadores de turismo (51,0%), en segundo lugar están las agencias de viaje (44,0%) y en tercero los establecimientos de hospedaje (37,2%).

Gráfico № 4.42

Municipio de La Paz: Canales indirectos de venta de los operadores de turismo, 2013

(En porcentaje)

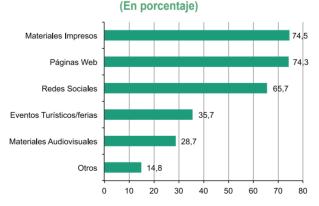


Adicionalmente la promoción se la lleva a cabo a través de materiales impresos que son utilizados por un 74,5% de las empresas operadoras, páginas web por un 74,3% y las redes sociales por un 65,7%.

Información Municipal

Gráfico № 4.43

Municipio de La Paz: Medios de difusión de servicios utilizados por los operadores de turismo, 2013



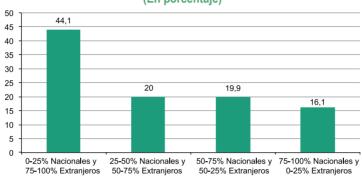
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

4.3.3. Mercado turístico

Como se puede ver en el siguiente gráfico, el mercado turístico predominante para las empresas operadoras de turismo en el Municipio de La Paz es mayoritariamente de turistas extranjeros, ya que un 64,1% de los operadores tiene 50% o más de clientes extranjeros.

Gráfico № 4.44

Municipio de La Paz: Principales mercados de los operadores de turismo, 2013 (En porcentaje)



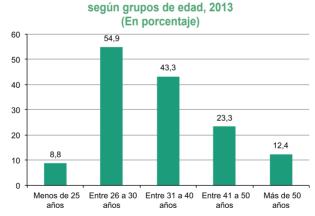
Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Respecto a la edad de los turistas, un 54,9% tiene entre 26 y 30 años y un 43,3% entre 31 y 40 años. Los turistas de menos de 25 años y de más de 50 años representan los grupos minoritarios de clientes de los operadores turísticos (8,8% y 12,4%, respectivamente).

8,8% y 12,4%, respectivamente).

Gráfico № 4.45

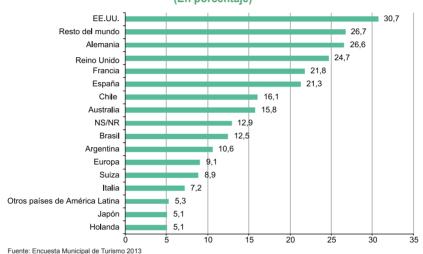
Municipio de La Paz: Mercado turístico



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Los principales países de origen del turismo de extranjeros en el Municipio de La Paz son Estados Unidos (30,7%), Alemania (26,6%) y el Reino Unido (24,7%). El primer país latinoamericano en importancia es Chile (16,1%), seguido de turistas de Brasil (12,5%). Un 26,7% de los turistas extranjeros llega de otros países (que no son de Latinoamérica), llegada que no alcanza al 5% por país por lo que no se los menciona individualmente.

Gráfico Nº 4.46 Municipio de La Paz: Origen de los clientes extranieros en los operadores de turísmo según país, 2013 (En porcentaje)



Por otro lado, en cuanto a la estacionalidad, los meses de demanda más alta de turistas extranjeros son

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

NS/NR: No sabe/ No responde

mayo, junio, julio y agosto.

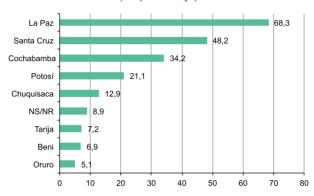
Gráfico Nº 4.47 Municipio de La Paz: Estacionalidad de la llegada de turistas extranjeros según operadores de turismo, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

El turismo nacional en el Municipio está representado mayoritariamente por turistas del Departamento de La Paz (68,3%) seguidos de turistas de Santa Cruz (48,2%) y Cochabamba (34,2%).

Gráfico Nº 4.48 Municipio de La Paz: Origen de los clientes nacionales en los operadores de turísmo según Departamento, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

NS/NR: No sabe/ No responde

Como se puede apreciar en el gráfico a continuación, la época alta se da durante los meses de noviembre,

diciembre y enero.

Gráfico Nº 4.49 Municipio de La Paz: Estacionalidad de la llegada de turistas nacionales segúsn operadores de turismo, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e

Información Municipal

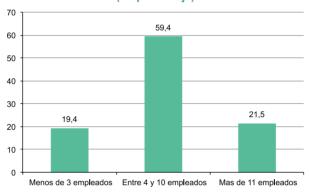
4.3.4. Personal en los operadores de turismo

Una mayoría de las empresas operadoras de turismo genera entre cuatro y diez empleos (59,4%), seguidas de las empresas que generan más de 11 empleos (21,5%) y aquellas que generan menos de tres (19,4%).

Gráfico № 4.50

Municipio de La Paz: Personal en los operadores de turismo, 2013

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialia Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municinal

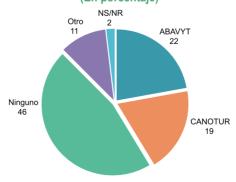
4.3.5. Asociatividad entre operadores de turismo receptivo

En cuanto a las acciones emprendidas para asociarse entre operadores de turismo se puede observar (Gráfico Nº 4.51) que el 46,2% de las empresas no está asociada de ninguna manera, el 22,2% pertenece a la Asociación Boliviana de Agencias de Viajes y Turismo (ABAVYT) y un 19,2% a la Cámara Nacional de Operadores de Turismo (CANOTUR).

Gráfico № 4.51

Municipio de La Paz: Asociatividad entre operadores de turismo receptivo, 2013

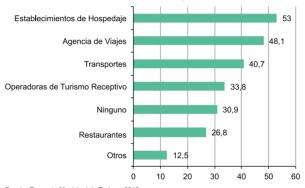
(En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal CONOTUR: Cámara Nacional de Operadores de Turismo ABAVYT: Asociación Boliviana de Agencias de Viajes y Turismo NS/NR: No sabe/ No responde Adicionalmente, las alianzas establecidas entre operadores de turismo se dan principalmente con establecimientos de hospedaje (53,0%), con agencias de viaje (48,1%), con empresas de transporte (40,7%) y otros operadores de turismo (33,8%). Cabe destacar que un 30,9% de operadores que no tiene alianza de ningún tipo.

Gráfico Nº 4.52

Municipio de La Paz: Existencia de alianzas de cooperación entre los operadores de turismo según tipo, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

4.3.6. Control de calidad en los operadores de turismo

El control de la satisfacción de los clientes es realizado por una mayoría de los operadores de turismo (69,7%), y entre los instrumentos más utilizados para esto se encuentran los libros de comentarios (utilizados por un 43,4%) y las encuestas o boletas (40,9%).

Gráfico Nº 4.53 Municipio de La Paz: Operadores de turismo que miden la satisfacción de sus clientes, 2013 (En porcentaje)

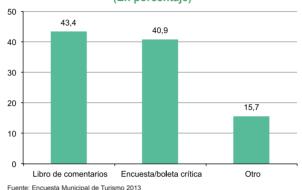


Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Gráfico Nº 4.54

Municipio de La Paz: Instrumentos utilizados por los operadores de turismo para medir la satisfacción de los clientes, 2013

(En porcentaje)



Fuene. Encuesta municipal de l'unismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

4.3.7. Sugerencias sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para apoyar a los operadores de turismo receptivo

Las principales sugerencias realizadas por los operadores de turismo para una mejora en el trabajo del GAMLP relacionado al sector son: mayor trabajo de promoción por parte del municipio (76,9%), incrementar la seguridad para los turistas (75,4%) y asistencia técnica y capacitación para los diferentes operadores (66,6%).

Gráfico № 4.55

Municipio de La Paz: Percepción de los operadores de turismo sobre qué acciones debe asumir el GAMLP para la promoción del sector, 2013 (En porcentaje)



Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo-Dirección de Investigación e Información Municipal

Capítulo V

LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PÚBLICA



CAPÍTULO V

Lineamientos de política pública

5.1. POLÍTICAS PÚBLICAS CON MAYOR INCIDENCIA EN TURISMO

El turismo, es una actividad que se constituye, en una alternativa de transformación de la matriz productiva de Bolivia, por tener un efecto multiplicador en la generación de ingresos y empleos, además de la manera sostenible con la que desarrolla su actividad, ya que rescata y valoriza las formas culturales de organización de la sociedad.

Es así que, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo (PND) "Bolivia Digna, Productiva, Democrática y Soberana para Vivir bien"¹³, se ha identificado entre otros estos sectores generadores de ingresos y empleo, los siguientes: transformación industrial, manufactura, artesanía, turismo y dignificación del empleo.

De esta manera, el PND concibe al turismo como una actividad productiva, integral, multidisciplinaria y multisectorial; donde su desarrollo estará orientado a promover y priorizar la participación de pueblos indígenas, originarios y comunidades rurales en la actividad, como agentes de preservación de la diversidad cultural, en armonía con el medio ambiente, como promotores del desarrollo local y receptores directos de los beneficios de la actividad turística en un horizonte temporal de largo plazo.

Asimismo, el PND sostiene que "En los últimos 20 años, la actividad turística en el país se ha desarrollado enfatizando sólo la dimensión económica. Esta concepción ... ha impedido que los pueblos indígenas y originarios, comunidades rurales y otros sectores sociales sean gestores y beneficiarios de esta importante actividad, imposibilitando que el ecoturismo se constituya en una opción de desarrollo productivo sostenible para estos sectores ...". Por lo tanto, sus propuestas están dirigidas "a promover y priorizar la participación de pueblos indígenas, originarios y comunidades rurales en la actividad, como agentes de preservación de la diversidad cultural, en armonía con el medio ambiente, como promotores del desarrollo local y receptores directos de los beneficios de la actividad turística en un horizonte temporal de largo plazo."

Para ello se plantea tres políticas: i) promoción y desarrollo de la actividad turística comunitaria; ii) promoción de la imagen turística de Bolivia; y, iii) fortalecimiento y ampliación de los destinos turísticos del país.

En este contexto, para cumplir con este propósito, se elabora el Plan Plurinacional de Turismo "Bolivia" 2012 – 2016, el cual define como política nacional para el desarrollo del turismo sustentable, "la democratización del

¹³ Gaceta Oficial de Bolivia. (2009). Plan Nacional de Desarrollo Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien.

acceso a la gestión y los beneficios de la actividad turística, propugnada por la inclusión, equidad, equilibrio y responsabilidad social, ambiental y cultural, en un contexto de economía plural y de autonomías territoriales".

Es así, que la visión de este Plan es:

"El Estado Plurinacional de Bolivia es reconocido en el contexto internacional por contar con una oferta turística sustentable, integral e innovadora que prioriza un modelo de gestión de base comunitaria que contribuye a la generación de beneficios socio-económicos para el Vivir Bien de los y las bolivianos y bolivianas, dirigida a visitantes que buscan experiencias diferentes."

Asimismo, conforme con la política nacional sectorial, el desarrollo de la actividad turística, se asienta en los principios de complementariedad y redistribución que tutelan la vida en comunidad, contrapuestos a los principios de competencia y acumulación, lo que determina un modelo de desarrollo sustentable del turismo en Bolivia, que incluye a todos los actores y sectores, condicionados a los principios y valores que sustentan el Estado Unitario Social de Derecho Plurinacional Comunitario.

Igualmente se propugnan las siguientes directrices para alcanzar la visión:

- i) Institucionalidad y gestión del turismo.
- ii) Marketing y promoción.
- iii) Fomento del Turismo de Base Comunitaria.
- iv) Cultura de calidad.
- v) Formación técnica e investigación.
- vi) Desarrollo y gestión de la oferta turística sustentable.
- vii) Seguridad como atributo del destino.
- viii) Legislación y regulación sectorial.

5.2. POLÍTICAS PÚBLICAS MUNICIPALES CON MAYOR INCIDENCIA EN TURISMO

Para el periodo 2001 al 2005, el Gobierno Municipal de La Paz asumió el desafío de formular por primera vez en su historia el Plan de Desarrollo Municipal, el cual se constituyó como un primer esfuerzo para la generación de un marco para la planificación sobre los grandes problemas del Municipio. Cinco años después de su implementación, mediante un proceso participativo y de consulta ciudadana, se elaboró el segundo Plan de Desarrollo Municipal denominado JAYMA¹⁴, para el periodo 2007 al 2011¹⁵.

El JAYMA – PDM, se constituye en un aporte concreto, el cual planteó la construcción de un modelo de desarrollo integral basado en siete lineamientos estratégicos: Barrios de Verdad, Revive el Centro Urbano, La Paz Metropolitana y Moderna, La Paz Competitiva, La Paz Sostenible, La Paz Equitativa e Incluyente y La Paz Participativa.

Es así que, bajo el Eje de Desarrollo "La Paz Competitiva" se apoyó a la competitividad del Municipio a través de sus Sub Ejes, Programas y Proyectos, donde en el sub eje Turismo se logró valorizar y revitalizar los atractivos y las actividades turísticas del Municipio para fortalecer la imagen turística "La Paz portal de entrada a Bolivia", y posicionarla como destino. Dicho enfoque ha permitido al Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, participar en el sector turismo como promotor y prestador de servicios de asistencia técnica, capacitación e infraestructura turística.

¹⁴ Concepto aymara que significa "Trabajo conjunto en Tierra Comunitaria".

¹⁸ El JAYMA – PDM, fue aprobado por el Honorable Consejo Municipal de La Paz mediante Ordenanza municipal Nº 330/07 en fecha 6 de junio de 2007.

En la actualidad el Municipio cuenta con el Plan Integral denominado "La Paz 2040" donde se establecen seis ejes estratégicos y donde la política de turismo se desarrolla como un Subeje del Eje 5 "La Paz Emprendedora, Innovadora, Prospera y Acogedora". En este plan se proyecta la valorización y revitalización de atractivos turísticos, el aprovechamiento de potencialidades naturales y culturales del municipio y el desarrollo de la cadena turística a través de la construcción, equipamiento, mantenimiento y refacción de espacios turísticos.

Es en este sentido, que en los últimos 13 años el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz se ejecutó Bs. 20,6 millones de inversión en el rubro.

Cuadro N° 5.1

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz:
Inversión ejecutada en Turismo, 2001 – 2013
(En bolivianos y porcentajes)

AÑO	INVERSIÓN EJECUTADA
2001	461.105,0
2002	295.133,0
2003	135.878,0
2004	631.384,3
2005	1.031.087,5
2006	1.403.287,1
2007	1.578.131,1
2008	2.746.536,7
2009	1.346.056,3
2010	1.921.740,9
2011 (p)	2.121.457,0
2012 (p)	4.406.998,3
2013 (p)	2.616.242,5
TOTAL	20.695.037,8

Fuente: Línea Base de Inversión Histórica 2001 - 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación el Información Municipal (p): Preliminar

Las distintas acciones planificadas en el marco del turismo fueron implementadas, donde sus principales resultados se detallan a continuación:

5.2.1. Programa de Mejora Continua de la Calidad Turística

El GAMLP ha efectuado diversas acciones para mejorar los servicios turísticos de su jurisdicción, pese a que sus competencias asignadas por la normativa vigente no le atribuyen intervención directa en cuanto a regulación, control e inspección de los servicios, ya que estos están establecidos a las Gobernaciones de cada departamento. En este sentido, las acciones que ha asumido el Municipio fueron de incentivo a los prestadores de servicios turísticos, tal es el ejemplo del Programa de Mejora Continua de la Calidad Turística, donde desde el 2010 hasta el 2013 participaron en promedio 47 empresas por año en capacitaciones a nivel gerencial, operativo e idiomas.

Por otro lado, a partir del año 2011, se ha ido reconociendo la mejora de los servicios otorgándoles a las empresas operadoras una distinción llamada la "Q" de la calidad turística y el premio a la calidad turística. Hasta el 2013, se premiaron a 25 operadores turísticos entre los que destacan restaurantes, hospedajes, operadores y agencias de viajes y artesanos.

5.2.2. Programa de Sensibilización Turística

A partir de la gestión 2008, a través del Programa de Sensibilización Turística, se logró concientizar a más de dos mil estudiantes y profesores de 24 unidades educativas por año, estas acciones permitieron inculcar aspectos claves para mejorar la estadía del visitante y concientizar sobre la importancia del turismo en la economía y la sociedad.

Asimismo desde el 2004 a la fecha se realizan visitas programadas en el "Bus Turístico" con personas de la tercera edad, niños con capacidades diferentes, niños de unidades educativas, y la sociedad en general para mostrar los paisajes turísticos con las que cuenta el Municipio de La Paz.

5.2.3. Programa de Difusión de la Oferta Turística

El GAMLP participa como promotor y prestador de servicios de asistencia técnica, donde se considera a la empresa privada como los principales actores dinamizadores del sector turístico del Municipio. Es así que a través de la Dirección de Promoción Turística (DPTUR) se apoya acciones encaminadas a la difusión, promoción y comercialización de la oferta turística paceña.

En este marco, se encuentra la asistencia a eventos nacionales e internacionales como ser las Ferias de Turismo, Talleres, encuentros empresariales, entre otros, los cuales se constituyen en espacios para la presentación de la oferta turística paceña donde interactúan agentes públicos como privados.

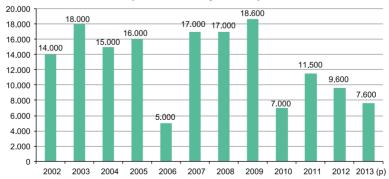
Con este propósito, es que se ha participado en Ferias Nacionales e Internacionales de Turismo, donde sus principales resultados se describen a continuación:

a) Feria Internacional de Turismo Bolivia

Tras 16 años de realización, la Feria Internacional de Turismo Bolivia (FIT), tiene como objetivo exponer nuevos productos y servicios en tema de turismo. En este sentido, el GAMLP participó en la misma desde el 2002, atendiendo en su stand a más de 13 mil personas en promedio por año, exhibiendo los principales atractivos del Municipio de La Paz ante el mundo y el país, promocionando el turismo interno e internacional.

Gráfico № 5.1

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Participación en la Feria Internacional de Turismo Bolivia, 2002 – 2013 (En número de personas)



Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (p): Preliminar

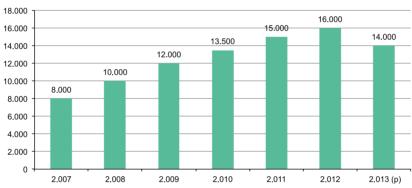
b) Feria Internacional de Turismo Buenos Aires

La Feria Internacional de Turismo Buenos Aires tiene como objetivo principal poner a disposición la oferta turística de países de Sur, Centro, Norte América y Europa.

Es así que a partir de la gestión 2007, Bolivia cuenta con un stand institucional compartido con el Viceministerio de Turismo, la Gobernación de Santa Cruz, Gobierno Autónomo Municipal de Cochabamba, Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, operadores turísticos de La Paz, Santa Cruz, Uyuni, además de empresarios hoteleros, donde asistieron más de 12 mil personas en promedio por año.

Gráfico № 5.2

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Participación en la Feria Internacional de Turismo Buenos Aires, 2007 – 2013 (En número de personas)



Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (p): Preliminar

c) Publicaciones

La DPTUR lleva adelante actividades de promoción de diferentes atractivos turísticos del Municipio de la Paz, donde se han distribuidos diferentes materiales destinados a posicionar la imagen del Municipio. De esta manera, el 2013 se imprimieron y distribuyeron 106 mil publicaciones turísticas como brochures, stickers, trípticos, plano turístico de La Paz, manuales, etc.

Cuadro № 5.2

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Material distribuido de Promoción Turística, 2000 – 2013

(En número de ejemplares)

DETALLE	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (p)
Publicaciones Turísticas	18.000	10.000	22.000	1.006	17.500	8.500	30.000	35.000	55.000	53.514	63.601	207.364	28.509	106.000

Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (ol): Preliminar

5.2.4. Programa de construcción y mantenimiento de Espacios Turísticos

Bajo este programa se logró construir, mantener y fortalecer los espacios turísticos en el Municipio de La Paz, destinando más de Bs. 3 millones durante el periodo 2006 al 2013, como se detalle en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 5.3

Gobierno Autónomo Municipal de la Paz: Inversión ejecutada en el área urbana y rural para construcción, mantenimiento y fortalecimiento de espacios turísticos, 2006 - 2013 (En bolivianos)

DETALLE	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (p)	TOTAL
RURALES	46.244	216.523	214.538	38.900	183.731	-	190.969	-	890.905
Construcción	-	37.658	28.611	-	-	-	79.655	-	145.924
Mantenimiento	-	-	42.887	38.900	31.400	-	-	-	113.187
Fortalecimiento	46.244	178.865	143.040	-	152.331	-	111.314	-	631.794
URBANOS	16.749	20.000	313.449	92.691	194.152	373.824	232.987	1.191.124	2.434.976
Construcción	-	-	78.845	-	-	172.309	-	817.995	1.069.149
Mantenimiento	16.749	-	154.604	59.407	194.152	112.115	141.404	373.128	1.051.559
Fortalecimiento	-	20.000	80.000	33.284	-	89.400	91.583	-	314267
TOTAL	62.993	236.523	527.987	131.591	377.883	373.824	423.956	1.191.124	3.325.881

Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (p): Preliminar

En el área rural se han realizado proyectos como:

- Mantenimiento y refacción del Refugio de Llaullanias.
- Sistema de captación de aguas para el Refugio de Llaullani.
- Adquisición de equipamiento para el Refugio de Llaullani y el Centro de Capacitación 7 Lagunas.
- Obras complementarias y mantenimiento Proyecto Pampalarama.
- Refacciones de albergues como el de Huayna Potosí.
- Construcción de Centros de atención al turista como en Chiarague.
- Construcción de refugios turísticos como Llaullini y en la Laguna Viscachani.
- Fortalecimiento turístico de las subalcaldía en Hampaturi y Zongo.

Los proyectos más importantes ejecutados en el área urbana son:

- Revalorización del patrimonio arquitectónico y del entorno urbano de la ciudad.
- Revitalización de miradores turístico.
- Construcción de paraderos turísticos como la Muela del Diablo, Chuquiaguillo II, Huayllara.
- Mantenimiento y refacción de parques.
- Mejoramiento de la calle Sagárnaga.
- Rehabilitación del Catario y Sendero del Águila.
- Mantenimiento de circuitos turísticos.
- Mejoramiento de infraestructura turística del Municipio.
- Revitalización Turística del pasaje Juan XXIII.
- Construcción y mantenimiento de la calle Jaén.
- Señalización turística.

Igualmente, el Municipio de La Paz se destaca por su particular topografía, donde existen lugares llamados Miradores, que por su privilegiada ubicación posibilitan la vista del paisaje y de la ciudad.

Según el GAMLP¹⁶, un mirador es "un lugar elevado con visuales panorámicas (mayores de 180 grados) ubicado en una colina solitaria, al final de una meseta, al borde de una quebrada o en un ensanche de senda". En este sentido, el Municipio de La Paz cuenta con 30 Miradores y Apachetas.

Como parte de la infraestructura orientada al turismo se tienen a 7 miradores¹⁷, donde se ha ejecutado más de Bs. 1,7 millones en la construcción, mejoramiento y revitalización de estos lugares como se detalla en el Cuadro Nº 5.4.

Cuadro Nº 5.4

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Inversión ejecutada en construcción y mejora de miradores urbanos por macrodistrito, 2005 - 2013 (En bolivianos)

MIRADORES	MACRO- DISTRITO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (p)	TOTAL
Jacha Apacheta	Max Paredes	-	-	50.000	100.000	50.000	-	10.700	-	-	210.700
Sallahumani	Max Paredes	40.000	20.000	15.000	-	-	-		-	-	35.000
Killi Killi	Periférica	-	150.000	600.000	67.000	-	19.500	10.250	4.978	267.997	1.119.725
Alto Pampahasi	San Antonio	-	-	35.000	80.000		-	-	4.978	-	119.978
Jacha Kollo	Cotahuma	-	-	-	50.000	10.000	-	-	4.978	-	64.978
Los Andes	Cotahuma	-	41.000	55.000	-		-	-	-	-	96.000
Laikakota	Centro		5.000	10.000							15.000
TOTAL		40.000	216.000	765.000	297.000	60.000	19.500	20.950	14.934	267.997	267.997

Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (n): Preliminar

5.2.5. Centros de Información Turística

Con el objetivo de contribuir a la asistencia de los turistas que visitan el Municipio de La Paz, se han creado los Centros de Información Turística (CIT) los cuales proveen de asesoramiento en la información turística.

Es así que durante el periodo 2006 al 2013 se atendieron en promedio a más de 9 mil turistas extranjeros por año. Cuadro Nº 5.5

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Turistas extranjeros atendidos según Centro de Información Turística, 2006 - 2013 (En número de personas)

DETALLE	2006	2007	2008	2009(1)	2010(2)	2011	2012(3)	2013 (p) ⁽⁴⁾	TOTAL
Final El Prado	5.855	7.419	4.238	2.774	1.338	925	841	487	23.877
Terminal de Buses	1.720	4.088	1.268	2.740	3.355	3.461	4.031	5.892	26.555
Pérez Velasco	-	-	1.670	871	609	261	386	305	4.102
Alonso de Mendoza	50	162	-	-	-	-	-	-	212
Laikacota	1.908	3.950	-	-	283	123	66	-	6.330
Casa de la Cultura	400	916	-	-	-	-	-	-	1.316
Ángelo Colonial	640	837	275	164	165	66	-	-	2.147
INFOTUR	-	-	610	1.187	1.169	558	334	277	4.135
Tomás Katari (Cementerio General)	-	-	-	-	-	-	91	245	336
Museo Costumbrista	-	588	388	471	650	356	254	649	3.356
TOTAL	10.573	17.960	8.449	8.207	7.569	5.750	6.003	7.855	72.366

Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Durante el periodo 2011 al 2013, más de 19 mil turistas nacionales fueron informados en los CIT.

Cuadro Nº 5.6 Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Turistas nacionales atendidos según Centro de Información Turística, 2011 - 2013 (En número de personas)

DETALLE	2011(1)	2012	2013 ⁽³⁾ (p)	TOTAL
Final El Prado	925	841	487	2.253
Terminal de Buses	3.461	4.031	5.892	13.384
Pérez Velasco	261	386	305	952
Alonso de Mendoza	-	-	-	-
Laikakota	123	66	-	189
Casa de la Cultura	0	-	-	-
Ángelo Colonial	66	-	-	66
INFOTUR	558	334	277	1.169
Museo Costumbrista	356	254	649	1.259
Tomas Katari (Cementerio)(2)	-	91	245	336
TOTAL	5.750	6.003	7.855	19.608

Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

(3) Durante la gestión 2013 se cierra el CIT Laikacota

Las gestiones 2008 y 2009 se cerraron los CIT's Alonso de Mendoza, Laikakota, Casa de la Cultura y se abrieron los nuevos CIT's: Pérez Velasco e INFOTUR

⁽²⁾ Durante la gestión 2010 y 2011 el CIT Laikakota abre sus puertas nuevamente

⁽³⁾ Durante la gestión 2012 se abre el nuevo CIT Tomás Katari (Zona Cementerio)

⁽⁴⁾ Durante la gestión 2013 se cierra el CIT Laikacota

⁽¹⁾ A partir de la gestión 2011 se incrementa la encuesta a turistas nacionales en los CIT's y se vacía en el nuevo sistema estadístico reportando así los datos sobre las visitas de turistas nacionales atendidos según CIT's

⁽²⁾ El CIT Tomás Katari inicia su servicio a partir de la gestión 2012

5.2.6. Chukuta Bus

Desde el 2007, el "Chukuta Bus" realiza paseos turísticos dominicales gratuitos por el Municipio visitando sus principales atractivos y alrededores. De esta manera cerca de 12 mil personas participaron en 345 paseos durante el periodo 2007 al 2013. Con esta iniciativa, se pretende que los turistas extranjeros y nacionales como la población en general revalorice el aprecio y pertenencia a la ciudad realizando actividades como descenso con cuerdas (rappel), escalada en roca, caminatas (trekking), bicicleta de montaña (biking), una maratón fotográfica por miradores de la ciudad y circuitos nocturnos.

Cuadro № 5.7

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Inversión, número de paseos y cantidad de personas que participaron del servicio del bus turístico gratuito, 2011 – 2013

(En número y bolivianos)

DETALLE	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (p)	TOTAL
Monto de Inversión	13.000	13.000	10.000	16.000	35.840	44.600	100.000	232.440
Número de Paseos	28	33	35	37	55	54	103	345
Número de personas que participaron del paseo	1.015	1.115	1.150	1.200	1.991	2.130	3.586	12.187

Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (n): Preliminar

5.2.7. Proyectos Comunitarios

a) Laguna Pampalarama®

La Laguna Pampalara se convierte en un lugar turístico caracterizado por su paisaje, los nevados, la flora, la fauna, la cual se encuentra ubicada en las faldas de la Cordillera Real, a 20 Km al Norte de La Paz, en el macrodistrito rural Hampaturi, a los pies de los nevados Charquini y Wilamanquilisani, a una altura de 4.486 msnm.

En este sentido, el GAMLP con el propósito de dinamizar la actividad turística en este lugar y su área circundante, ha invertido durante el periodo 2006 al 2013 un acumulado de Bs. 1.802.248, orientados a:

- Adecuar, instalar y equipar infraestructura de servicios, recursos técnicos y capacidades de operación y administración de los servicios en la Laguna de Pampalarama y en la comunidad de Chacaltaya.
- Generar puestos de trabajo sostenibles en base a un plan de gestión y desarrollo de la zona, administrada por los comunarios.
- Poner en marcha las operaciones de la oferta turística mejorada.
- Posicionar el producto en el mercado turístico.

¹⁸ Existe el proyecto "Dinamización Turística Laguna Pampalarama", aprobado mediante Ordenanza Municipal Nº 159/2005 que autoriza su elaboración, y un acuerdo interinstitucional entre la Subalcaldía Hampaturi y la Comunidad Originaria Chacaltaya, como beneficiaria.

Hasta el 2013, son más de 10 mil visitantes que acudieron a la Laguna Pampalarama como puede observarse en el Cuadro Nº 5 8

Cuadro Nº 5.8

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Inversión ejecutada y número de visitantes a la Laguna Pampalarama, 2006 – 2013 (En número y bolivianos)

DETALLE	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (p)	2013 (p)	TOTAL
Inversión ejecutada	84.732	438.176	392.209	732.731	70.400	42.000	42.000	-	1.802.248
Número de Visitantes	-	-	150	1.864	1.243	2.365	2.081	2.634	10.337

Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal (n): Preliminar

b) Desarrollo de Circuitos Turísticos

Durante la gestión 2013, el GAMLP capacitó a 55 comunarios de Llaullini, Botijlaca, Cañaviri, Chiaraque y Kelekelera del área rural del Municipio para poder dinamizar la economía de estos lugares formando un producto turístico que explote las características físicas, culturales, paisajes propios de cada lugar. A continuación se detallan los resultados de este emprendimiento en cada circuito:

Cuadro Nº 5.9

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Circuitos turísticos promocionados según comunidades involucradas, cantidad de participantes y visitas, 2013 (p) (En número)

DETALLE	COMUNIDADES INVOLUCRADAS	CANTIDAD DE PARTICIPANTES	CANTIDAD DE VISITAS
Circuito Turístico Comunitario de Zongo	Llaullini – Botijlaca - Cañaviri	16	34
Circuito Chiaraque Turismo Sostenible	Chiaraque	14	18
Circuito Turístico Comunitario Kelekelera (1)	Kelekelera	25	

Fuente: Anuario Estadístico del Municipio de La Paz, 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

(p): Preliminar

5.3. LINEAMIENTOS GENERALES DE POLÍTICAS PÚBLICAS

El análisis del mercado turístico del Municipio de La Paz, ha permitido contextualizar la realidad tanto de la demanda como de la oferta turística. Es así que entre las principales características se puede establecer que el mercado turístico de mayor predominancia es el interno ya que cuenta con un mayor volumen de visitantes, sin embargo, no se debe restar importancia al mercado extranjero. Cabe mencionar que el Municipio de La Paz territorialmente se constituye en un área de distribución para los diferentes destinos turísticos existentes en el país, tales como el Lago Titicaca, el Madidi, el Salar de Uyuni, las Misiones Jesuíticas y otros de condición más local, lo cual, no permite establecer independientemente la caracterización específica de su mercado ya que se constituye en una de las principales puertas de ingreso o salida de visitantes extranjeros al país.

Esta situación ha facilitado el desarrollo de capacidades aprovechando cada una de sus potencialidades, las mismas que son identificadas dentro de la oferta del Municipio. En este aspecto, se puede evidenciar que la gran cantidad de atractivos facilita la realización de un sinfín de actividades en el marco del Turismo de Recreación, el Turismo de Aventura y el Turismo Cultural.

Los resultados del estudio también permiten analizar el grado de satisfacción de los servicios turísticos utilizados, que en el caso del Municipio de La Paz muestran grados de satisfacción positivos.

⁽i) El proceso se inició el último bimestre del año 2013, en ese entendido, donde los comunarios participantes se van capacitando para poder conformar un producto turístico que dinamice su economía.

Sin embargo, pese a la obtención de resultados altamente motivadores en el desarrollo de la actividad turística en el Municipio, la estructura organizativa de asociatividad y de representatividad, principalmente de los actores privados, es débil. Por otro lado, se observa que los privados establecen requerimientos cuya consolidación proporcionará un producto turístico local en base a criterios de competitividad con la mejora continua en términos comparativos. Ello permitirá generar lineamientos de vanguardia en la generación del valor agregado al desarrollo de capacidades turísticas, a través de la integración de factores de orden económico, social y cultural, permitiendo de esta manera alcanzar objetivos de rentabilidad y sostenibilidad para los pobladores del territorio.

El criterio del planteamiento de políticas públicas para el desarrollo de la actividad turística en el Municipio de La Paz, se fundamenta en la generación de productos competitivos. Este precepto implica el desarrollo de la actividad turística competitiva generando condiciones favorables entre productos, servicios y estructuras de la oferta turística a partir de la suma de todos los valores agregados de los subsectores que la conforman.

El presente estudio, plantea los siguientes ámbitos donde se determinan lineamientos de política que se detallan a continuación:

5.3.1. Planificación y Gestión

Política. Fortalecimiento de la gestión y sostenibilidad de los recursos turísticos del Municipio.

Acciones estratégicas

- Promover la implementación de acciones establecidas en la Estrategia de Desarrollo Turístico del Municipio de La Paz, insertando el desarrollo de un modelo turístico organizado, innovador y sostenible, que involucre la perspectiva de generación de valor y la superación de los retos de competitividad del sector, a través del establecimiento de compromisos y la participación de los diferentes actores públicos y privados. Para que de esta manera el GAMLP sea un articulador del desarrollo del sector.
- Fomentar programas de asistencia técnica para el diseño de producto.
- Impulsar el desarrollo de mecanismos de mercadeo, información y promoción de los productos turísticos en el Municipio de La Paz.
- Formular la creación de herramientas de evaluación permanente de competitividad de la oferta turística municipal.
- Implementar instrumentos para la generación de información estadística para el sector turístico como soporte para la medición de la competitividad y sostenibilidad municipal, departamental y nacional.
- Crear incentivos para la inversión privada en turismo, promoviendo los existentes en términos de innovación para la consolidación de los productos turísticos municipales y fomentando la asociatividad.
- Establecer intervenciones específicas para el área rural, para el fomento del turismo en esta área, a través de la creación de atractivos y rutas o recorridos turísticos.
- Identificar acciones específicas para fomentar el turismo interno y externo, diferenciando la oferta turística para cada tipo de mercado potencial.

5.3.2. Calidad

Política. Mejora de la calidad y formalidad de los servicios turísticos en el municipio.

Acciones estratégicas

- Generar herramientas de medición de estándares de calidad.
- Propiciar la formalización del sector a través de estrategias e incentivos para las empresas que se enmarquen en los estándares de calidad.
- Propiciar la implementación de buenas prácticas de calidad y sostenibilidad en los prestadores de servicios.
- Promover los recursos turísticos, y servicios turísticos con estándares de calidad.
- Desarrollar y promover entre los turistas nacionales y extranjeros, una cultura de consumo con calidad que dé
 preferencia a los servicios certificados en calidad turística, a la exigencia de condiciones óptimas de higiene
 y prestación de servicios, así como al ejercicio y protección de sus derechos en cuestión de calidad y la
 protección, preservación y uso adecuado del patrimonio.
- Impulsar la homologación de los mecanismos y de la marca de certificación de calidad turística municipal a través del reconocimiento con otros esquemas y marcas de certificación turística existentes en el ámbito nacional.

5.3.3. Seguridad

Política. Mejora de las acciones sobre seguridad turística llevadas adelante en el Municipio.

Acciones estratégicas

- Diseñar estrategias de gestión concertadas con instancias de tuición para garantizar el disfrute de las actividades y generar conciencia de la importancia del tema entre los diferentes actores del sector.
- Aplicar estrategias de fortalecimiento administrativo y técnico de la Guardia Municipal de Seguridad Turística, especialmente en los aspectos de dotación de equipos y capacitación del personal.
- Definir competencias para el manejo de información sobre seguridad turística.
- Establecer programas de adopción y generación de normas y prácticas de seguridad turística para la protección contra incendios, robos, higiene y requisitos sanitarios en las empresas turísticas.

5.3.4. Infraestructura

Política. Promoción de acciones interinstitucionales y de cooperación público privada para la mejora de la infraestructura

Acciones estratégicas

- Fortalecer las acciones de mejoramiento de infraestructura turística que requieran mayor atención en la gestión del turismo, debido a la alta afluencia de personas y su necesidad de soporte como puntos claves para el desarrollo del turismo en el Municipio de La Paz.
- Establecer un inventario de medios de transporte, puntos de información y señalética disponibles para el traslado de turistas hacia los diferentes atractivos turísticos, principalmente los que se encuentran fuera del entorno citadino, a través de alianzas con las empresas prestadoras de servicios de transporte.

5.4. ARTICULACIÓN DE POLÍTICAS CON EL PLAN INTEGRAL "LA PAZ 2040"

El Plan Integral denominado "La Paz 2040"19, es un instrumento que partiendo de una visión de desarrollo a largo plazo, pretende guiar las transformaciones estructurales y las estrategias de desarrollo del Municipio de La Paz durante los próximos 26 años.

Es así que fruto de un proceso participativo y estratégico, el plan fue edificado sobre 6 ejes de desarrollo: i) Sustentable y Ecoeficiente; ii) Protegida, Segura y Resiliente; iii) Viva, Dinámica y Ordenada; iv) Feliz, Intercultural e Incluyente; v) Emprendedora, Innovadora y Próspera; vi) Autónoma, Participativa y Corresponsable.

En este sentido, en el eje "Emprendedora, Innovadora y Prospera"20 a través de su sub-eje "Desarrollo Turismo" se establece como objetivo estratégico:

"Consolidar al Municipio de La Paz como la puerta de entrada a Bolivia, centro integrador y distribuidor del turismo a nivel departamental y nacional para la puesta en valor de los atractivos turísticos y la riqueza patrimonial y natural de forma sustentable y con participación corresponsable".

De esta manera, los lineamientos de las políticas públicas sugeridas en el presente documento fueron articulados en el marco del Plan Integral "La Paz 2040", las cuales se detallan a continuación:

Tabla Nº 5.1 Gobierno Autónomo Municipal de La Paz: Articulación de las políticas sugeridas con el Plan Integral "La Paz 2040"

AMDITO	DOLÍTICA	Sugeridas con el Plan Integral "La Paz 2040	ARTICIII ACIÓN RI AN COAC
AMBITO	POLÍTICA	ACCIONES ESTRATÉGICAS	ARTICULACIÓN PLAN 2040
Planificación y Gestión	Fortalecimiento de la gestión y sostenibilidad de los recursos turísticos del municipio.	Promover la implementación de acciones establecidas en la Estrategia de Desarrollo Turístico del Municipio de La Paz. Fomentar programas de asistencia técnica para el diseño de producto. Impulsar el desarrollo de mecanismos de mercadeo y promoción de los productos turísticos. Formular la creación de herramientas de evaluación. Implementar instrumentos para la generación de información estadística para el sector turístico. Crear incentivos para la inversión privada en turismo, promoviendo los existentes en términos de innovación para la consolidación de los productos turísticos municipales. Establecer intervenciones específicas para el área rural, para el fomento del turismo en esta área, a través de la creación de atractivos y rutas o recorridos turísticos. Identificar acciones específicas para fomentar el turismo interno y externo, diferenciando la oferta turística para cada	Eje 5. Emprendedora,
		tipo de mercado potencial.	Innovadora y Prospera.
Calidad	Mejora de la calidad y formalidad de los servicios turísticos en el municipio.	Generar herramientas de medición de estándares de calidad. Propiciar la formalización del sector. Propiciar la implementación de buenas prácticas de calidad y sostenibilidad en los prestadores de servicios. Promover los recursos turísticos, y servicios turísticos con estándares de calidad. Desarrollar y promover entre los turistas nacionales y extranjeros, una cultura de consumo con calidad que dé preferencia a los servicios certificados en calidad turística. Impulsar la homologación de los mecanismos y de la marca de certificación de calidad turística municipal.	Sub. Eje. Desarrollo Turístico. Programa de construcción, equipamiento y mantenimiento de espacios turísticos. Programa de servicios turísticos. Programa de promoción del turismo.
ctura Seguridad	Mejora de las acciones sobre seguridad turística llevadas adelante en el municipio	Diseñar estrategias de gestión concertadas con instancias de tuición. Aplicar estrategias de fortalecimiento administrativo y técnico de la Guardia Municipal de Seguridad Turística. Definir competencias para el manejo de información sobre seguridad turística. Establecer programas de adopción de normas y prácticas de seguridad turística. Fortalecer las acciones de mejoramiento de infraestructura turística que requieran mayor atención en la gestión del turismo.	
Infraestructura	interinstitucionales y de cooperación público privada para mejorar la infraestructura.	Establecer un inventario de medios de transporte disponibles para el traslado de turistas hacia los diferentes atractivos turísticos.	

Capítulo VI

CONCLUSIONES





CAPÍTULO VI

Conclusiones

El Municipio de La Paz cuenta con interesantes atractivos turísticos tanto culturales como naturales que deben ser aprovechados. Considerando que los recursos turísticos per se no conforman la atracción turística, es importante que el Municipio fortalezca sus políticas y acciones orientadas al fomento del turismo de acuerdo a sus competencias, ejerciendo la coordinación necesaria con el gobierno central y el gobierno departamental. Una gestión eficiente tiene que ir acompañada de una adecuada articulación entre los diferentes niveles de gobierno, así como con los actores privados vinculados a la actividad turística. Es por ello que es fundamental consolidar el trabajo de la Mesa de Turismo, instancia que está en funcionamiento permanente desde el año 2002.

Esta publicación, en base a los resultados de la Encuesta Municipal de Turismo 2013, nos presenta un diagnóstico preciso de la situación de la actividad turística en nuestro Municipio, con sus potencialidades, fortalezas y debilidades. En el marco global de la estrategia de desarrollo turístico de Bolivia, el Municipio de La Paz busca consolidarse como la puerta de entrada al país, siendo el centro integrador y distribuidor del turismo a nivel departamental y nacional. Esta situación permitirá desarrollar una industria turística competitiva urbana y rural, articulada a los circuitos turísticos internacionales, que ofrezca una cantidad de atractivos con actividades turísticas de recreación, de aventura y culturales de calidad, que fomenten el turismo tanto externo como interno.

Los datos nos muestran que casi un tercio del flujo de viajeros internacionales que llegan a Bolivia y un quinto del flujo interno, pasan por el Municipio de La Paz. Ambos flujos reflejan un mismo perfil del turista: se trata de visitantes jóvenes (entre 20 y 40 años), en su mayoría profesionales o estudiantes universitarios, que vienen al Municipio de La Paz principalmente buscando recreación y descanso. Vimos que tanto el turista que llega de fuera como el turista nacional visita los lugares urbanos tradicionales, como ser las plazas, calles, avenidas e iglesias del centro de la ciudad, y también aunque en menor porcentaje, los lugares turísticos un poco alejados del centro como ser el Valle de la Luna, el Parque Nacional Mallasa, la Muela del Diablo y la Cumbre, entre otros. Cabe destacar el alto porcentaje de viajeros nacionales y extranjeros que visita los miradores de la ciudad (alrededor de 40% en ambos casos), así como la considerable demanda extranjera por caminatas y paseos en bicicleta (los llamados trekking y biking). Finalmente, destacar que este estudio del mercado turístico permitió visibilizar la importancia del turismo interno en el Municipio.

El alto grado de satisfacción por los servicios utilizados durante su visita, tanto de extranjeros como nacionales, que tienen una buena percepción de la calidad de los servicios turísticos recibidos, así como el alto porcentaje

en ambos casos, de turistas que volverían a visitar La Paz (95% en los nacionales y 79% en los extranjeros), son muy buenas señales e incentivos para seguir trabajando en el fomento del sector. Sin embargo, es muy importante tomar en cuenta las debilidades encontradas y las sugerencias de mejora, por ejemplo respecto a la calificación deficiente en los servicios de la policía turística y las vías de acceso, así como mejoras respecto al tráfico vehicular, más puntos de información turística, mejorar la seguridad turística y las carreteras en mal estado. Por el lado de la oferta, mejorar las actividades de promoción del turismo hacia el Municipio y realizar procesos de asistencia técnica para los diferentes tipos de operadores turísticos. Es necesario también fomentar la asociatividad y las alianzas de cooperación entre los diferentes tipos de operadores turísticos, para generar redes que puedan mejorar la calidad de los servicios y se generen externalidades positivas para el turismo a nivel municipal.

En cuanto a la normativa vigente respecto a la oferta turística, se pudo observar que en los hechos la organización del sector es otra, vale decir, no está organizada de manera que responda a la clasificación vigente en la norma. Es así que por ejemplo, los operadores de servicios de alimentación y operadores de turismo en su mayoría realizan las mismas actividades, no existiendo una significativa diferencia entre los distintos tipos de restaurantes, que en su mayoría en la actualidad buscan atender entre sus clientes a turistas nacionales y extranjeros. Lo propio sucede entre los operadores de turismo, donde se pudo observar que debido a las exigencias del mercado, las agencias de viaje y turismo, operadores de turismo receptivo e incluso agencias mayoristas, realizan las mismas actividades.

A partir de los resultados obtenidos es claro que se debe acentuar el control de la calidad de los servicios ofrecidos por el Municipio de La Paz en todos sus niveles, para lograr una mejora en la atención y obtener aún mayores grados de satisfacción por parte de los turistas internos y externos.

En este sentido, el Plan Integral "La Paz 2040" propone valorizar y revitalizar los atractivos turísticos para aprovechar los recursos culturales y naturales del Municipio de La Paz, para poder promocionarlos como oferta turística, fortaleciendo el rol y posicionamiento del Municipio como articulador del desarrollo del sector. Para ello es fundamental el enfoque multisectorial y participativo que debe tener la gestión municipal en este ámbito, para que exista una toma de conciencia dentro y fuera del ámbito municipal, de la importancia del turismo para el desarrollo de La Paz.

Posicionar al Municipio de La Paz como capital integradora de la región andina, puerta de ingreso a Bolivia, lograr que la industria turística paceña sea competitiva, creativa e innovadora en el mercado nacional y sudamericano, y promover la calidad de los servicios turísticos públicos y privados, en el marco global de una mejora de los mecanismos y herramientas para el fortalecimiento de la gestión y la sostenibilidad de los recursos turísticos del Municipio, es el horizonte al que se apunta; y estamos seguros será alcanzado con el involucramiento de todos los actores que de manera directa e indirecta están relacionados con la actividad turística del Municipio de La Paz.

Bibliografía

Cabanilla, E., Comercialización, distribución y promoción del producto turísticos comunitario. En: http://www.slideshare.net/ecabanilla/comercializacin-distribucin-y-promocin-del-producto-turstico-comunitario

Comunidad Andina (2011), Cuenta Satélite de Turismo de los Países Miembros de la Comunidad Andina, Comunidad Andina, Lima.

Cox, Ricardo (2009), Turismo indígena y comunitario en Bolivia – Un instrumento para el desarrollo económico e intercultural, Plural Editores. La Paz.

INE, Anuario Estadístico 2012, INE, La Paz.

Gaceta Oficial de Bolivia, Constitución Política del Estado, febrero de 2009.

Gaceta Oficial de Bolivia, Ley 2074, Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia, 14 de abril de 2000.

Gaceta Oficial de Bolivia, Ley 031, Ley Marco de Autonomías y Descentralización "Andrés Ibáñez", 10 de julio de 2010.

Gaceta Oficial de Bolivia, Ley 292, Ley General del Turismo "Bolivia Te Espera", 25 de septiembre de 2012.

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (2014), Manual de Organización y Funciones.

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (2014), Plan Integral de Desarrollo Municipal "La Paz 2040".

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (2013), Anuario Estadístico del Municipio de La Paz.

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (2013), Línea Base de Inversión Histórica 2000 – 2013.

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz sf, Estrategia de Desarrollo Turístico del Municipio de La Paz.

Gobierno Municipal de La Paz (2007), Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011 JAYMA Evaluación del PDM 2001/05.

Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Resolución Ministerial Nº 185/01.

Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Resolución Ministerial Nº 137/01.

Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. Resolución Ministerial Nº 133/01.

Organización Mundial del Turismo (2013), Panorama OMT del Turismo Internacional, OMT, Madrid. www.unwto.org/pub>

UDAPE (2004), Estructura del sector turismo en Bolivia, UDAPE, La Paz.

Viceministerio de Turismo, Plantur 2012-2016, Ministerio de Culturas y Turismo, La Paz.

Viceministerio de Turismo, http://viceturismo.minculturas.gob.bo/

Viceministerio de Turismo (s.f.), Plan Nacional de Turismo 2012-2016, Ministerio de Culturas, La Paz.

Viceministerio de Turismo (2011), Encuesta de Gastos de Turismo Emisor y Receptor 2010, Ministerio de Culturas, La Paz.

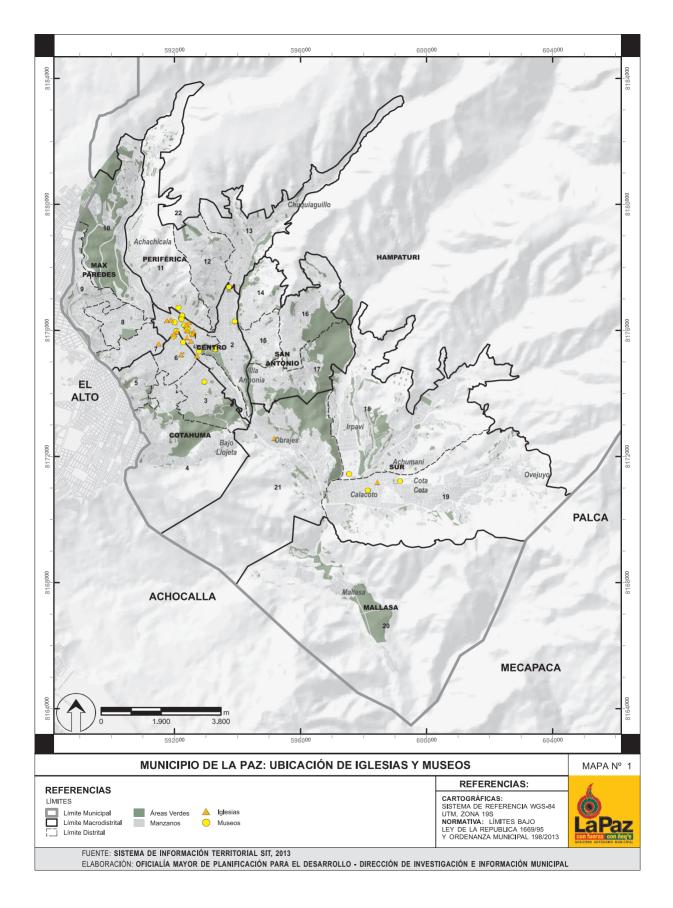
Viceministerio de Turismo (2013), Estimación de universos estadísticos del sector turismo, Ministerio de Culturas y Turismo, La Paz.

Viceministerio de Turismo (2013), Encuesta de gasto del turismo interno en Bolivia 2013, Ministerio de Culturas y Turismo, La Paz.

Vicepresidencia del Estado Plurinacional, http://silep.vicepresidencia.gob.bo/

ANEXOS





Anexo Nº 1 Contenido del cuestionario a turistas nacionales y extranjeros

SECCIÓN	CONTENIDO Y CARACTERÍSTICAS	DESAGREGACIÓN TEMÁTICA
1. Datos generales	Información general del turista	Nombre Sexo Edad Lugar de residencia Ocupación Nivel de instrucción Ingresos mensuales
2. Información turística	Información referida al viaje realizado	Lugar de procedencia Vía de ingreso y tipo de transporte Tiempo de permanencia Motivo de viaje
3. Lugares de interés	Identificación de los principales lugares de interés en La Paz	Principales lugares que visito o piensa visitar dentro y fuera de La Paz Actividades que piensa realizar durante su estadía
4. Gasto realizado	Gasto realizado o previsto durante la estadía	Gasto realizado o previsto durante la estadía
Servicios turísticos utilizados	Identificación de los servicios turísticos utilizados durante la estadía	Servicios de transporte Servicios de hospedaje Servicios de alimentación Servicios de recreación y entretenimiento Servicios complementarios
6. Opinión general	Opinión general	Identificación si el turista volvería a visitar La Paz Identificación si el turista recomendaría visitar La Paz Comentarios o sugerencias para mejorar el turismo en La Paz

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Anexo Nº 2 Contenido del cuestionario a operadores de hospedaje

SECCIÓN	CONTENIDO Y CARACTERÍSTICAS	DESAGREGACIÓN TEMÁTICA
Datos generales de la empresa	Información general de la empresa	Nombre Tipo y categoría Número de habitaciones y precio Porcentaje de ocupación anual Servicios en las habitaciones Equipamiento y servicios generales
Estrategias de promoción para la captación de clientes	Estrategias utilizadas para captar clientes	Identificación de canales elegidos para venta de servicios Medios de difusión utilizados
Información sobre el mercado turístico	Información sobre el mercado turístico	Nacionalidad del mercado a que atiende Capacidad de gasto observada en clientes Rangos de edad de clientes Países o departamentos más importantes de clientes Épocas de visita nacional y extranjera
Información sobre el empleo	Número de empleados de la empresa	Número de empleados administrativos y operativos
5. Información turística	Información sobre las actividades de la empresa	 Condición de asociación de la empresa Recomendaciones al GAMLP para la mejora del turismo Existencia de alianzas de cooperación Medición de la satisfacción en la clientela

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Anexo Nº 3 Contenido del cuestionario a establecimientos de alimentación

SECCIÓN	CONTENIDO Y CARACTERÍSTICAS	DESAGREGACIÓN TEMÁTICA
Datos generales de la empresa	Información general de la empresa	Nombre Tipo de servicio Capacidad instalada Servicios que ofrece Equipamiento Horarios Tipo de comida expendida
Estrategias de promoción para la captación de clientes	Estrategias utilizadas para captar clientes	Canales de distribución utilizados Medios de difusión utilizados
Información sobre el mercado turístico	Información sobre el mercado turístico	Nacionalidad del mercado a que atiende Capacidad de gasto observada en clientes Rangos de edad de clientes Países o departamentos más importantes de clientes Épocas de visita nacional y extranjera
Información sobre el empleo	Número de empleados de la empresa	Número de empleados administrativos y operativos
5. Información turística	Información sobre las actividades de la empresa	Condición de asociación de la empresa Recomendaciones al GAMLP para la mejora del turismo Existencia de alianzas de cooperación Medición de la satisfacción en la clientela
6. Opinión general	Opinión general	Identificación si el turista volvería a visitar La Paz Identificación si el turista recomendaría visitar La Paz Comentarios o sugerencias para mejorar el turismo en La Paz

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013

Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Anexo Nº 4 Contenido del cuestionario a operadores de turismo

SECCIÓN	CONTENIDO Y CARACTERÍSTICAS	DESAGREGACIÓN TEMÁTICA	
Datos generales de la empresa	Información general de la empresa	Nombre Tipo de servicio Servicios con los que cuenta Ámbito de operación Especialidad del operador	
Estrategias de promoción para la captación de clientes	Estrategias utilizadas para captar clientes	Canales de distribución utilizados Medios de difusión utilizados	
3. Información sobre el mercado turístico	Información sobre el mercado turístico	Nacionalidad del mercado a que atiende Capacidad de gasto observada en clientes Rangos de edad de clientes Países o departamentos más importantes de clientes Épocas de visita nacional y extranjera	
4. Información sobre el empleo	Número de empleados de la empresa	Número de empleados administrativos y operativos	
5. Información turística	Información sobre las actividades de la empresa	Condición de asociación de la empresa Recomendaciones al GAMLP para la mejora del turismo Existencia de alianzas de cooperación Medición de la satisfacción en la clientela	

Fuente: Encuesta Municipal de Turismo 2013 Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo- Dirección de Investigación e Información Municipal

Anexo N° 5

Municipio de La Paz: Ubicación de las principales iglesias

DETALLE	UBICACIÓN
Catedral Nuestra Señora de La Paz	Calle Comercio. Plaza Murillo esquina Socabaya
Iglesia La Compañía de Jesús	Calle Pichincha entre calle Sucre e Indaburo
Iglesia El Carmen	Calle Colon esquina calle Ballivián
Santuario Jesús del Gran Poder	Calle Antonio Gallardo entre calles Vicente Ochoa y Eloy Salmón
Iglesia La Merced	Calle Colón esquina calle Comercio
Iglesia Maria Auxiliadora	Avenida 16 de Julio casi esquina calle Tihuanacu
Iglesia La Recoleta	Avenida Las Muñecas entre calles Pando y Unión
Iglesia San Agustín	Calle Mercado entre calles Ayacucho y Colón
Iglesia San Francisco	Avenida Mariscal de Santa Cruz esquina calle Sagárnaga
Iglesia San Juan de Dios	Calle Loayza entre Avenida Camacho y calle Juan de la Riva
Parroquia San Miguel Arcángel	Avenida Ballivián calle 21
Iglesia de San Pedro	Calle General Gonzales Plaza Sucre entre calle Colombia
Iglesia San Sebastián	Calle Bozo Plaza Alonso de Mendoza entre calles Chuquisaca y Mayta Kapac
Iglesia Santo Domingo	Calle Yanacocha esquina calle Ingavi
Iglesia del Señor de la Exaltación	Avenida Héctor Ormachea entre calles 8 y 9
Iglesia de la Tercera Orden de San Francisco	Calle Sagárnaga entre calles Murillo y Linares

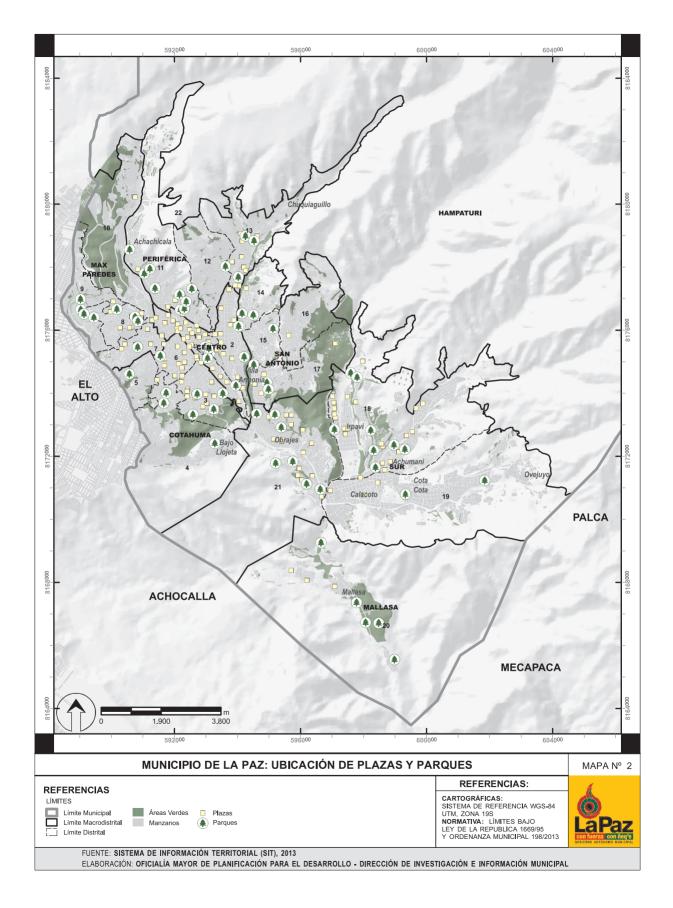
Fuente: Oficialía Mayor de Promoción Económica - Dirección de Promoción Turística Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

Anexo Nº 6

Municipio de La Paz: Ubicación de los principales museos

Museo Costumbrista Juan de Vargas Calle Apolinar Jaén S/N Museo del Litoral Boliviano Calle Apolinar Jaén N° 789 Museo de Metales Preciosos Calle Apolinar Jaén N° 777 Museo Casa de Murillo Calle Apolinar Jaén N° 777 Museo Casa de Murillo Calle Apolinar Jaén N° 790 Museo Tambo Quirquincho Calle Evaristo Valle S/N. Plaza Alonso de Mendoza Museo de la Revolución Nacional Plaza Villarroel S/N Museo de la Revolución Nacional Plaza Villarroel S/N Museo de la Coca Calle Apolinar Jaén N° 711 Calle Linares N° 906 Museo San Francisco Plaza San Francisco N° 503 Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Calle Colón N° 425 Museo Academia Boliviana de Historia Militar Plaza Murillo N° 1155 Museo Nacional de Arte Calle Comercio esquina Socabaya N° 485 Calle Calle Ingavi esquina Genaro Sanjinés N° 916 Calle Calama N° 541 Calle Calama N° 541 Calle Calama N° 541 Calle Calama N° 541 Calle Calama N° 488. Plaza Benito Juarez Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba N° 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 13 de Calacoto. Colegio Militar Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Calle Rosendo Gutiérrez esquina calle Reyes Ortiz N° 1673 Calle Indaburo esquina calle Jaén N° 710 Casa Museo Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno N° 1248 Bloque D-3. San Miguel Museo Interactivo Memoria y Futuro Pipiripi Avenida del Ejército S/N	municipio de La Paz.	Obicación de los principales museos
Museo del Litoral Boliviano Calle Apolinar Jaén Nº 789 Museo de Metales Preciosos Calle Apolinar Jaén Nº 777 Museo Casa de Murillo Calle Apolinar Jaén Nº 790 Museo Tambo Quirquincho Calle Evaristo Valle S/N. Plaza Alonso de Mendoza Museo de la Revolución Nacional Plaza Villarroel S/N Museo de Instrumentos Folklóricos Calle Apolinar Jaén Nº 711 Museo de la Coca Calle Linares Nº 906 Museo San Francisco Plaza San Francisco Nº 503 Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Avenida Mariscal Santa Cruz esquina calle Oruro. Hall del Palacio de Comunicaciones Museo Academia Boliviana de Historia Militar Plaza Murillo Nº 1155 Museo Nacional de Arte Calle Comercio esquina Socabaya Nº 485 Museo Nacional de Etnografía y Folklore Calle Ingavi esquina Genaro Sanjinés Nº 916 Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 13 de Calacoto. Colegio Militar Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Indaburo esquina calle Jaén Nº 710 Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	DETALLE	UBICACIÓN
Museo de Metales Preciosos Calle Apolinar Jaén N° 777 Museo Casa de Murillo Calle Apolinar Jaén N° 779 Museo Tambo Quirquincho Calle Evaristo Valle S/N. Plaza Alonso de Mendoza Museo de la Revolución Nacional Plaza Villarroel S/N Museo de la Revolución Nacional Plaza Villarroel S/N Museo de la Coca Calle Apolinar Jaén N° 711 Museo de la Coca Calle Linares N° 906 Museo San Francisco Plaza San Francisco N° 503 Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Avenida Mariscal Santa Cruz esquina calle Oruro. Hall del Palacio de Comunicaciones Museo Policial Calle Colón N° 425 Museo Academia Boliviana de Historia Militar Plaza Murillo N° 1155 Museo Nacional de Arte Calle Comercio esquina Socabaya N° 485 Museo Nacional de Etnografía y Folklore Calle Ingavi esquina Genaro Sanjinés N° 916 Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba N° 488. Plaza Benito Juarez Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle 13 de Calacoto. Colegio Militar Museo de Histórico Militar Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Calle Rosendo Gutiérrez esquina calle Reyes Ortiz N° 1673 Calle Indaburo esquina calle Jaén N° 710 Calle Gabriel René Moreno N° 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo Costumbrista Juan de Vargas	Calle Apolinar Jaén S/N
Museo Casa de Murillo Calle Apolinar Jaén Nº 790 Museo Tambo Quirquincho Calle Evaristo Valle S/N. Plaza Alonso de Mendoza Museo de la Revolución Nacional Plaza Villarroel S/N Museo de Instrumentos Folklóricos Calle Apolinar Jaén Nº 711 Museo de la Coca Calle Linares Nº 906 Museo San Francisco Plaza San Francisco Nº 503 Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Museo Policial Calle Colón Nº 425 Museo Academia Boliviana de Historia Militar Museo Nacional de Arte Calle Comercio esquina Socabaya Nº 485 Museo Nacional de Etnografía y Folklore Calle Ingavi esquina Genaro Sanjinés Nº 916 Calle Calama Nº 541 Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo del Litoral Boliviano	Calle Apolinar Jaén N° 789
Museo Tambo Quirquincho Calle Evaristo Valle S/N. Plaza Alonso de Mendoza Museo de la Revolución Nacional Museo de Instrumentos Folklóricos Calle Apolinar Jaén N° 711 Museo de la Coca Museo San Francisco Plaza San Francisco N° 503 Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Museo Policial Museo Academia Boliviana de Historia Militar Museo Nacional de Arte Calle Comercio esquina Socabaya N° 485 Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba N° 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno N° 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo de Metales Preciosos	Calle Apolinar Jaén Nº 777
Museo de la Revolución Nacional Museo de Instrumentos Folklóricos Calle Apolinar Jaén N° 711 Museo de la Coca Museo San Francisco Plaza San Francisco N° 503 Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Museo Policial Museo Academia Boliviana de Historia Militar Museo Nacional de Arte Calle Comercio esquina Socabaya N° 485 Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba N° 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno N° 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo Casa de Murillo	Calle Apolinar Jaén N° 790
Museo de Instrumentos Folklóricos Calle Apolinar Jaén N° 711 Museo de la Coca Museo San Francisco Plaza San Francisco N° 503 Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Museo Policial Museo Academia Boliviana de Historia Militar Museo Nacional de Arte Calle Comercio esquina Socabaya N° 485 Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba N° 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno N° 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo Tambo Quirquincho	Calle Evaristo Valle S/N. Plaza Alonso de Mendoza
Museo de la Coca Museo San Francisco Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Museo Policial Museo Academia Boliviana de Historia Militar Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo de la Revolución Nacional	Plaza Villarroel S/N
Museo San Francisco Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Museo Policial Museo Academia Boliviana de Historia Militar Museo Nacional de Arte Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo de Instrumentos Folklóricos	Calle Apolinar Jaén N° 711
Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine Avenida Mariscal Santa Cruz esquina calle Oruro. Hall del Palacio de Comunicaciones Museo Policial Calle Colón Nº 425 Museo Academia Boliviana de Historia Militar Museo Nacional de Arte Calle Comercio esquina Socabaya Nº 485 Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo de la Coca	Calle Linares Nº 906
Museo Policial Museo Policial Museo Academia Boliviana de Historia Militar Museo Nacional de Arte Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo San Francisco	Plaza San Francisco Nº 503
Museo Academia Boliviana de Historia Militar Museo Nacional de Arte Calle Comercio esquina Socabaya Nº 485 Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Salería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Calle Calama Nº 541 Calle Calama Nº 541 Calle Calama Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo Histórico Militar Calle 13 de Calacoto. Colegio Militar Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Indaburo esquina calle Jaén Nº 710 Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo Postal Filatélico Dr. José J. Lemoine	
Museo Nacional de Arte Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo Histórico Militar Calle 13 de Calacoto. Colegio Militar Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo Policial	Calle Colón Nº 425
Museo Nacional de Etnografía y Folklore Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Calle Calama Nº 541 Calle Calama Nº 541 Calle Calama Nº 541 Calle Calama Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo Histórico Militar Calle 13 de Calacoto. Colegio Militar Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Calle Federico Suazo esquina calle Reyes Ortiz Nº 1673 Calle Rosendo Gutiérrez esquina calle Ecuador Centro de Artes Mamani Mamani Calle Indaburo esquina calle Jaén Nº 710 Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo Academia Boliviana de Historia Militar	Plaza Murillo Nº 1155
Museo Galería de los Escoltas Presidenciales Gral. Idelfonso Murguía Anze Calle Calama Nº 541 Calle Calama Nº 541 Calle Calama Nº 541 Calle Calama Nº 541 Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo Histórico Militar Calle 13 de Calacoto. Colegio Militar Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Calle Federico Suazo esquina calle Reyes Ortiz Nº 1673 Calle Rosendo Gutiérrez esquina calle Ecuador Centro de Artes Mamani Mamani Calle Indaburo esquina calle Jaén Nº 710 Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo Nacional de Arte	Calle Comercio esquina Socabaya Nº 485
Gral. Idelfonso Murguía Anze Museo de Textiles Andinos Bolivianos Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez Museo Histórico Militar Calle 13 de Calacoto. Colegio Militar Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Calle Federico Suazo esquina calle Reyes Ortiz Nº 1673 Calle Rosendo Gutiérrez esquina calle Ecuador Centro de Artes Mamani Mamani Calle Indaburo esquina calle Jaén Nº 710 Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo Nacional de Etnografía y Folklore	Calle Ingavi esquina Genaro Sanjinés Nº 916
Museo Histórico Militar Museo de Historia Natural Calle 26 de Cota Cota Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Calle Federico Suazo esquina calle Reyes Ortiz Nº 1673 Calle Rosendo Gutiérrez esquina calle Ecuador Centro de Artes Mamani Mamani Calle Indaburo esquina calle Jaén Nº 710 Casa Museo Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel		Calle Calama № 541
Museo de Historia Natural Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Calle Federico Suazo esquina calle Reyes Ortiz Nº 1673 Calle Rosendo Gutiérrez esquina calle Ecuador Centro de Artes Mamani Mamani Calle Indaburo esquina calle Jaén Nº 710 Casa Museo Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo de Textiles Andinos Bolivianos	Calle Guatemala entre Calle Cuba Nº 488. Plaza Benito Juarez
Servicio Nacional y Técnico de Minas (SERGEOTECMIN) Calle Federico Suazo esquina calle Reyes Ortiz Nº 1673 Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Indaburo esquina calle Jaén Nº 710 Casa Museo Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo Histórico Militar	Calle 13 de Calacoto. Colegio Militar
(SERGEOTECMIN) Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar Centro de Artes Mamani Mamani Calle Rosendo Gutiérrez esquina calle Ecuador Calle Indaburo esquina calle Jaén N° 710 Casa Museo Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno N° 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo de Historia Natural	Calle 26 de Cota Cota
Centro de Artes Mamani Mamani Calle Indaburo esquina calle Jaén N° 710 Casa Museo Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno N° 1248 Bloque D-3. San Miguel		Calle Federico Suazo esquina calle Reyes Ortiz № 1673
Casa Museo Mamani Mamani Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel	Museo de Muñecas Elsa Paredes de Salazar	Calle Rosendo Gutiérrez esquina calle Ecuador
	Centro de Artes Mamani Mamani	Calle Indaburo esquina calle Jaén N° 710
Museo Interactivo Memoria y Futuro Pipiripi Avenida del Ejército S/N	Casa Museo Mamani Mamani	Calle Gabriel René Moreno Nº 1248 Bloque D-3. San Miguel
	Museo Interactivo Memoria y Futuro Pipiripi	Avenida del Ejército S/N

Fuente: Oficialía Mayor de Promoción Económica - Dirección de Promoción Turística Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal S/N: Sin número



Anexo Nº 7

Municipio de La Paz: Listado de plazas

		umerpio de La Faz
No.	NOMBRE	ZONA
1	Garita de Lima	14 de Septiembre
2	De La Amistad	Achumani
	De Las Américas	Achumani
4	De La Paz Mundial	Achumani
	Alfredo Rea Nogales	Achumani
6	La Barqueta	Achumani
7		Achumani
8	Rafael Mendoza	Achumani
9	Adela Zamudio	Adela Zamudio
10	Andreu	Adela Zamudio
11	Las Nieves	Alto Irpavi
12	Amistad	Alto Obrajes
13	Profesor Humberto Quezada Arce	Alto Obrajes
14	Jardin del Libro	Alto Obrajes
15	Del Ingeniero	Alto Obrajes
16	Cívica	Alto Següencoma
17	Conavi Central	Alto Següencoma
18	Betancour	Alto Següencoma
19	Jaime Escalante	Bajo Achumani
20	Miguel Tejada Velasco	Bajo Achumani
21	27 de Mayo	Bajo Tejar
22	Pettoffi	Barrio Gráfico
23	16 de Julio	Barrio Petrolero
24	21 de Julio	Barrio Petrolero
25	Belzu	Belén
26	Tichawer	Bella Vista
27	Cóndor	Bello Horizonte
28	El Carmen	Bello Horizonte
29	Bello Horizonte (Km. 7)	Bello Horizonte
30	De la Mujer	Bolognia
31	De la Piedra	Bolognia
32	Fuerzas Armadas	Bolognia
33	Triangular	Bolognia
34	Los Leones	Bolognia
35	Cívica	Bolognia
36	Alexander Von Humboldt	Calacoto
37	Baltazar Alquiza	Callampaya
38	Tomás Katari-M. Reyes	Callampaya
39	Plaza de Callapa	Callapa
40	Del Médico	Casco Viejo
41	Murillo	Casco Viejo
42	Franz Tamayo (Estudiante)	Casco Viejo
43		Casco Viejo
44	Wenceslao Monrroy	Casco Viejo
45	Soldado Desconocido (Obelisco)	Casco Viejo
46	Mario Guzmán Aspiazu (Del Periodista)	Casco Viejo
47	Yungas	Casco Viejo
48	Marina Nuñez Del Prado	Casco Viejo
49		Casco Viejo
		.,

List	Listado de plazas			
No.	NOMBRE	ZONA		
50	Emilio Villanueva	Casco Viejo		
51	Antofagasta	Challapampa		
52	Fortunato Pinto	Chamoco Chico		
53	Ciudadela Ferroviaria	Ciudadela Ferroviaria		
54	Lira	Cristo Rey		
55	Juana Azurduy de Padilla	Cristo Rey		
56	Kori Pujyo	Cuarto Centenario		
57	IV Centenario	Cuarto Centenario		
58	Mariscal Santa Cruz	El Rosario		
59	Eguino	El Rosario		
60	Marcelo Quiroga Santa Cruz	El Rosario		
61	Aruntaya	El Vergel		
62	Gran Poder	Gran Poder		
63	Puente Abaroa	Gran Poder		
64	Huanu Huanuni	Huanu Huanuni		
65	Litoral	Irpavi		
66	Almirante Grau	Irpavi		
67	3 Pasos al Frente	Irpavi		
68	De la Tercera Edad	Irpavi		
69	OPS	Kantutani		
70	Ana María Romero de Campero	Kantutani		
71	Plaza Apolo	La Mercéd		
72	La Merced	La Mercéd		
73	Puente Topáter	Los Andes		
74	2 de Febrero	Mallasa		
75	De La Juventud	Mallasilla		
76	Mallasilla	Mallasilla		
77	Hnos. García Lanza	Mariscal Santa Cruz		
78	Guillermo José Eustaquio Méndez	Meseta Achumani		
79	Libertad Meseta de Achumani	Meseta Achumani		
80	Soria	Miraflores		
81	Uyuni	Miraflores		
82	Tejada Sorzano	Miraflores		
83	Villarroel	Miraflores		
84	Monumento Busch	Miraflores		
85	Benito Juárez (Cruz Roja Boliviana)	Miraflores		
86	Natalia Palacios	Miraflores		
87	General José de San Martín (Triangular)	Miraflores Sur		
88	Plazoleta José Miguel García Lanza	Miraflores Sur		
89	Badem Powell	Miraflores Sur		
90	Plaza Ladislao Cabrera	Miraflores Sur		
91	Del Médico	Miraflores Sur		
92	Munaypata	Munaypata		
93	Litoral	Obispo Indaburo		
94	Del Periodista	Obrajes		
95	16 de Julio	Obrajes		
96	Roma	Obrajes		
97	Cueto Vidaurre	Obrajes		
98	U.F.A.O.	Obrajes		
		CONTINÚA >>>>		

CONTINÚA >>>>

NOMBRE

ZONA

>>>>

No.	NOMBRE	ZONA
99	Cívica	Pampahasi
100	San Antonio	San Antonio
101	Kantutani	San Jorge
102	Bolivia	San Jorge
103	Zenón Iturralde	San Jorge
104	Isabel La Católica	San Jorge
105	Gardel	San Jorge
106	Confucia	San Jorge
107	Inválidos Del Chaco	San Luis
108	De Las Américas	San Luis
109	Sucre (San Pedro)	San Pedro
110	Israel	San Pedro
111	Gilberto Rojas	San Pedro
112	José Martí	San Pedro
113	El Prado	San Pedro
114	Venezuela	San Pedro
115	Joséfa Mujía	San Pedro Alto
116	Líbano	San Pedro Alto
117	Alonso de Mendoza	San Sebastián
118	Alexander	San Sebastián
119	Mayor de Los Héroes	San Sebastián
120	Atrio de San Francisco (Libertador Bolívar)	San Sebastián
121	Nudo Vita	San Sebastián

122	Kennedy	San Sebastian
123	Pérez Velasco	San Sebastián
124	Tomas Frías	Santa Barbara
125	Gruta Santa Bárbara	Santa Barbara
126	De Las Tradiciones	Santa Barbara
127	De La Mujer, Següencoma	Següencoma Bajo
128	Maria Luisa Pacheco	Següencoma Bajo
129	Abaroa	Sopocachi
130	España	Sopocachi
131	Andrés Bello	Sopocachi
132	Plaza del Bi-Centenario	Sopocachi
133	Del Minero	Villa Armonía
134	Luis Uria	Villa Copacabana
135	Villamil De Rada	Villa Copacabana
136	Arturo Borda	Villa El Carmen
137	Del Maestro	Villa Fátima
138	Arandia	Villa Fátima
139	De Las Letras	Villa Fátima
140	Huallparimachi	Villa Victoria
141	Del Electricista (Apumalla)	Villa Victoria
142	Virrey Toledo	Villa Victoria
143	René Barrientos	Vino Tinto
144	Riosinho	Zona Norte
145	Tortuguitas	Zona Norte

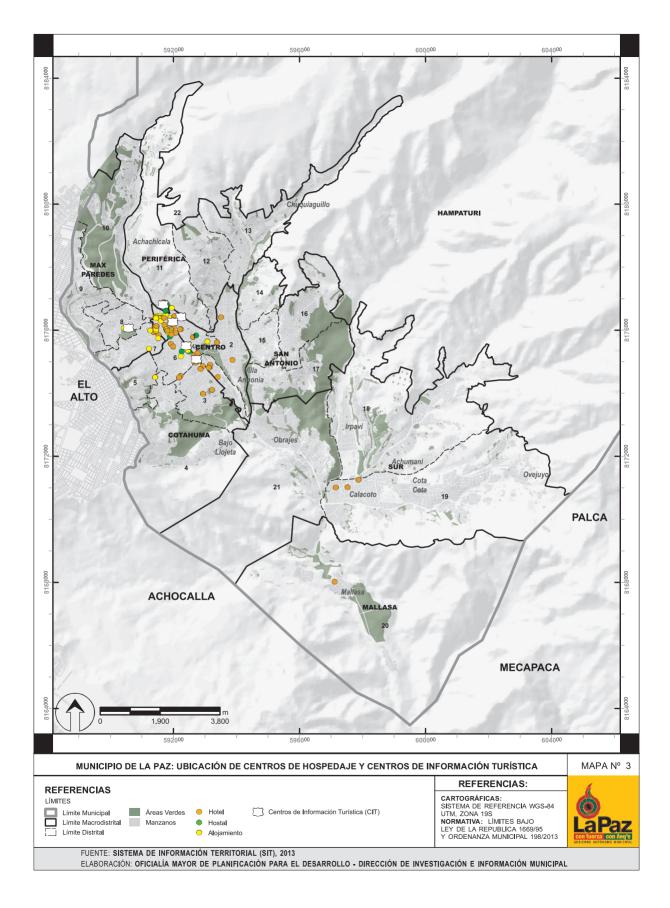
Fuente: Oficialía Mayor de Promoción Económica - Dirección de Promoción Turística Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

Anexo Nº 8 Municipio de La Paz: Listado de parques

No.	NOMBRE	ZONA
1	De la Nacionalidad	Achachicala Centro
2	De los Niños Héroes de Bolivia	Achumani
3	Jaime Saenz	Achumani
4	Noel Kempff Mercado	Achumani
5	Distrital Cotahuma D-3	Adela Zamudio
6	Infantil, Koani	Alto Irpavi
7	Peña Azul	Alto Irpavi
8	Censao	Alto Obrajes
9	Club De Leones	Alto Següencoma
10	Conavi	Alto Següencoma
11	La Rinconada	Alto Següencoma
12	Final Alcoreza	Alto V. N. Potosí
13	Bartolina Sisa	Aranjuéz
14	Cotapampa	Bajo Llojeta
15	Gutemberg	Barrio Gráfico
16	Cornelio Saavedra	Bolognia
17	Waldo Ballivián	Calacoto Alto
18	Apumalla	Callampaya
19	Agua de La Vida	Calvario
20	Humahuaca	Calvario
21	Alfredo Dominguez Romero	Casco Viejo
22	Angel Andino	Challapampa
23	Mirador Chasquipampa	Chasquipampa
24	El Carmen Central	El Rosal
25	El Vergel	El Vergel
26	Parque Jupapina	Jupapina
27	Primavera	Kantutani
28	Calle 4	Koani
29	Infantil Alpachs	La Merced
30	La Portada	La Portada
31	Naciones Unidas	La Portada
32	Nilo Soruco Kerosen	La Portada
33	Valle del Sol (Ampliación)	Mallasa
_		

Fuente: Oficialla Mayor de Promoción Económica - Dirección de Promoción Turfstica Elaboración: Oficialla Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

No.	NOMBRE	ZONA	
34		Mallasa	
35	Valle del Sol	Mallasa	
		Mariscal Santa	
36	5 de Agosto	Cruz	
37	Parque Orkojahuira	Miraflores	
38	Jardin Botánico	Miraflores Sur	
39	Gruta De Lourdes	Miraflores Sur	
40	Parque Urbano Central	Miraflores Sur	
41	Obispo Bosque	Obispo Bosque	
42	Obispo Indaburo	Obispo Indaburo	
43	Los Alamos	Obrajes	
44	Flamegor	Obrajes	
45	Las Delicias	Poqueni	
46	C.A.R.E. San Antonio	San Antonio Alto	
47	Abel Alarcón	San Pedro Alto	
48	Roosvelt	Santa Bárbara	
49	Espacio de Pequeños Conciertos	Santa Bárbara	
50	Brown	Següencoma Bajo	
51	Rotary	Sopocachi	
52	Inmaculada Concepción	Sopocachi Bajo	
53	Lourdes	Tembladerani	
54	Juan Lechín	Villa 18 de Mayo	
55	Angela Alaiza	Villa Armonía	
56	Domitila Chungara	Villa Armonía	
57	Ecológico Zenobio Lopez	Villa Armonía	
58	Tito Yupanqui	Villa Copacabana	
59	Los Claveles	Villa Copacabana	
60	San Cristóbal	Villa Copacabana	
61	Niño Héroe	Villa Victoria	
62	Los Tigres	Villa Victoria	
63	Cabo Juan	Vino Tinto	
64	Calama	Zona Norte	
65	Iruya	Zona Norte	



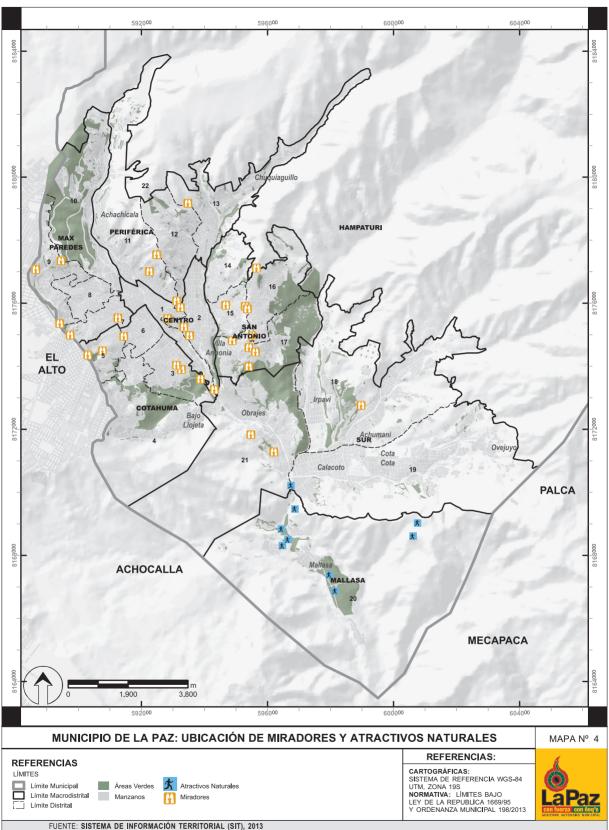
Anexo Nº 9

Municipio de La Paz: Listado de centros de hospedaje

No.	NOMBRE	TIPO	ZONA
1	Apart Hotel Alcalá	Hotel	Sopocachi
2	Apart Hotel Eht Sopocachi	Hotel	Kantutani
3	Bolivian Passport	Hotel	Challapampa
4	Camino Real Apart Hotel	Hotel	Casco Viejo
5	Casa Grande Apart Hotel	Hotel	Calacoto
6	Castilla	Hotel	Miraflores
7	Diamante Azul	Hotel	Belén
8	El Rey Palace Hotel	Hotel	Sopocachi
9	Emporio Hotel	Hotel	Bello Horizonte
10	Eva Palace	Hotel	Belén
11	Fuentes	Hotel	El Rosario
12	Calacoto	Hotel	Calacoto
13	Castellón	Hotel	Miraflores Sur
14	Comercio San Salvador	Hotel	San Sebastián
15	Continental	Hotel	El Rosario
16	Copacabana	Hotel	San Pedro
17	El Dorado	Hotel	Sopocachi
18	España	Hotel	Sopocachi
19	Estrella Andina	Hotel	El Rosario
20	Europa	Hotel	Casco Viejo
21	Gloria	Hotel	Casco Viejo
22	Horizontes Andinos	Hotel	El Rosario
23	La Joya	Hotel	El Rosario
24	LP Columbus	Hotel	Santa Bárbara
25	Majestic	Hotel	El Rosario
26	Max Paredes	Hotel	14 de Septiembre
27	Milton	Hotel	Belén
28	Mirador	Hotel	Challapampa
29	Morumbi	Hotel	El Rosario
30	Oberland	Hotel	Mallasa
31	Oruro	Hotel	San Sebastián
32	Rosario	Hotel	El Rosario
33	Señorial Montero	Hotel	San Sebastián
34	Ichiban	Hotel	Bello Horizonte
35	La Valle	Hotel	San Sebastián
36	Las Brisas	Hotel	El Rosario
37		Hotel	Casco Viejo
38	Madre Tierra	Hotel	Sopocachi
39	Monte Carlo	Hotel	Casco Viejo
40	Pando	Hotel	San Sebastián
41	Presidente Hotel	Hotel	Casco Viejo
Fuente: Oficialía Mayor de Promoción Económica - Dirección de Promoción			

Fuente: Oficialla Mayor de Promoción Económica - Dirección de Promoción Turística Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

42	Radisson Plaza Hotel	Hotel	Casco Viejo
43	Ritz Apart Hotel	Hotel	San Jorge
44	Suites Camino Real	Hotel	Calacoto
45	Tiquina Palace Hotel	Hotel	San Sebastián
46	Tumusla Shoteg Ltda.	Hotel	San Sebastián
47	Copacabana	Hostal	El Rosario
48	Florida	Hostal	San Sebastián
49	La Estancia	Hostal	San Pedro
50	La Valle	Hostal	San Sebastián
51	Maya Inn	Hostal	El Rosario
52	Montes	Hostal	Challapampa
53	República	Hostal	Casco Viejo
54	Sucre	Hostal	San Pedro
55	Tambo de Oro	Hostal	Challapampa
56	Tumusla	Hostal	San Sebastián
57	América	Alojamiento	San Sebastián
58	Buenos Aires	Alojamiento	El Rosario
59	Colón	Alojamiento	San Sebastián
60	El Cóndor	Alojamiento	Bello Horizonte
61	El Viajero	Alojamiento	El Rosario
62	Girasol	Alojamiento	San Sebastián
63	Hong Kong	Alojamiento	Gran Poder
64	Héroes del Pacífico	Alojamiento	Bajo Tejar
65	Illampu	Alojamiento	El Rosario
66	Illimani	Alojamiento	Santa Bárbara
67	Kollita	Alojamiento	14 de Septiembre
68	La Llajta	Alojamiento	San Sebastián
69	La Paz City	Alojamiento	San Pedro
70	Las Condes	Alojamiento	San Sebastián
71	Liberty	Alojamiento	San Sebastián
72	Lorana	Alojamiento	El Rosario
73	Los Angeles	Alojamiento	San Sebastián
74	Los Balcones Blancos	Alojamiento	San Pedro
75	Nuevo Atlantic	Alojamiento	Zona Norte
76	Ortega	Alojamiento	El Rosario
77	Providencia	Alojamiento	San Sebastián
78	Puerta Verde	Alojamiento	Gran Poder
79	Rofrely	Alojamiento	San Sebastián
80	Rofrely Anexo I	Alojamiento	San Sebastián
81	San Sebastián	Alojamiento	San Sebastián
82	Universo	Alojamiento	San Sebastián
83	Villazón	Alojamiento	San Sebastián



Anexo Nº 10

Municipio de La Paz: Dirección, teléfonos y horarios de atención de los Centros de Información Turística

ao atomorom ao	100 Gonti oo do iinformacion Tariotica	
FCIT INFOTUR		
Dirección:	Av. Mariscal Santa Cruz, esq. Colombia Edif. Técnico	
Teléfono:	2651677	
Horarios:	Lun-vie 08:30 a 19:00, sáb-dom 09:30 a 13:00	
CIT Tomás Katari		
Dirección:	Plaza Tomás Katari, frente al Cementerio General	
Teléfono:	2651935	
Horarios:	Lun-vie 09:00 a 17:00	
CIT Prado		
Dirección:	Plaza del Estudiante, final Av. 16 de Julio	
Teléfono:	2371044	
Horarios:	Lun-vie 08:30 a 12:00 y 14:30 a 19:30	
CIT Terminal de Buses		
Dirección:	Terminal de Buses	
Teléfono:	2285858	
Horarios:	Lun-vie 06:00 a 22:00 sáb 08:00 a 16:00 dom 14:00 a 22:00	
CIT Museo Costumbris	sta	
Dirección:	Calle Jaén s/n	
Teléfono:	2408177	
Horarios:	Mar-vie 09:30 a 12:30 y sáb-dom 09:00 a 13:00	
CIT Museo Tambo Quirquincho		
Dirección:	Plaza Alonso de Mendoza	
Teléfono:	2390969	
Horarios:	Mar-vie 09:30 a 12:30 y sáb-dom 09:00 a 13:00	

Fuente: Oficialía Mayor de Promoción Económica - Dirección de Promoción Turística Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal

Anexo Nº 11

Municipio de La Paz: Listado de miradores

No.	NOMBRE	ZONA	
1	Jach'a Apacheta	Alto Munaypata	
2	Corazón de Jesús	Alto Següencoma	
3	Scout Alto Següencoma		
4	Sagrado Corazón Alto Sagrado Corazón de Jesú		
5	El Calvario	Calvario	
6	Faro Murillo	Faro Murillo	
7	Puente Avaroa	Gran Poder	
8	Presbitero Medina - Parque	Kantutani	
9	Santuario de Schoenst	Meseta Achumani	
10	Luis Crespo	Miraflores	
11	Memoria Marcelo Quiroga Santa Cruz	Miraflores Sur	
12	Raul Salmón de Barra	Miraflores Sur	
13	Jacho Kollo	Niño Kollo	
14	Escobar Uria	Pampahasi	
15	Pampahasi Alto	Pampahasi	
16	Pampahasi Bajo I	Pampahasi	
17	Andino Jacha Apacheta	Rincón La Portada	
18	Av. del Libertador	Rosasani	
19	Villa San Antonio	San Antonio	
20	San Isidro	San Isidro	
21	Santo Domingo	San Isidro	
22	Villa Litoral	San Isidro	
23	Del Libertador	San Jorge	
24	Av. Buenos Aires	San Pedro Alto	
25	Juan de la Riva	Santa Barbara	
26	Monticulo de Sopocachi	Sopocachi	
27	Huayrapata	Villa Armonía	
28	Killi Killi	Villa Pabón	

Fuente: Oficialía Mayor de Promoción Económica - Dirección de Promoción Turística Elaboración: Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo - Dirección de Investigación e Información Municipal