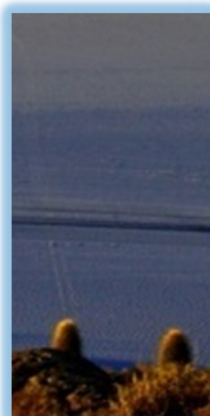


BOLETÍN ESTADÍSTICO INFORMATIVO
Agosto 2011, Nº 1



Salares y Lagunas de Colores la región más visitada de Bolivia



Salares y lagunas de colores, la región más visitada de Bolivia muestra el nivel de satisfacción más altos del país con 8,02 puntos sobre 10

Ministerio de Culturas
Viceministerio de Turismo
Dirección General de Control a la Actividad Turística
Unidad de Servicios Turísticos



Foto: Alain Mesili
Orlando Poma Loza

Salares y Lagunas de Colores la Región más visitada de Bolivia

Por: **Orlando Poma Loza** ⁽¹⁾

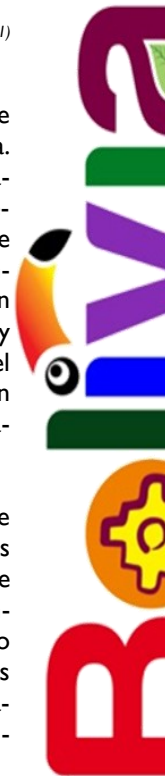
“Mantos blanquecinos de sal que mimetizan el cielo con la tierra, lagunas que cambian de colores con el transcurso del día”, son algunos de los comentarios de visitantes nacionales y extranjeros que llegaron a Uyuni para emprender uno de los recorridos turísticos más singulares de Bolivia. El Salar de Uyuni y las lagunas de la Reserva Eduardo Avaroa son los puntos de referencia internacional que hoy en día han posicionado esta región como el principal motivo de visita a nuestro país, aun por encima del Lago Titicaca.

Esta región experimentó un crecimiento vertiginoso de visitantes en los últimos 5 años alcanzando a 156 mil visitantes el año 2010 y sobrepasando el número de visitantes al lago Titicaca (138 mil/año). Esta diferencia se amplía más aún cuando, en Desaguadero y Kasani se observa un elevado número de visitantes excursionistas, mientras que en Uyuni casi el total (98%) de visitantes tiene que pernoctar en esta región por la dificultad de traslado, según la Encuesta Gasto de Turismo 2010.

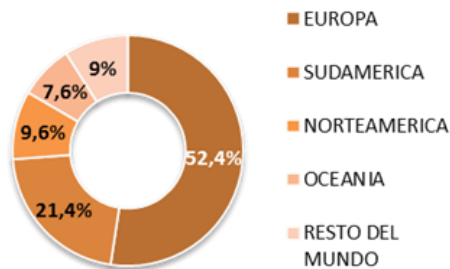
A esto se suma una elevada expectativa de los visitantes nacionales y extranjeros por conocer

esta maravilla natural y las altas expectativas de realizar nuevas actividades durante su estancia. Sin embargo, los atractivos naturales se ven opacados por la falta de ordenamiento, limpieza, deterioro, y control, entre otros. Dificultades que se empezaron a encarar de forma articulada entre los gobiernos municipales, la gobernación departamental y el Viceministerio de Turismo, y que aun requieren el compromiso y apoyo del sector privado, las comunidades y la sociedad en general para enaltecer este símbolo turístico nacional.

El presente boletín, trata de contribuir a este esfuerzo mancomunado con un aporte de análisis estadístico e invita a sumar esfuerzos en pro de esta región. En este sentido, el lector podrá encontrar en este documento un primer ejercicio del perfil del turista extranjero, las expectativas de visita, los niveles de satisfacción, recomendaciones para mejorar la región y las acciones mancomunadas que se vienen desarrollando.



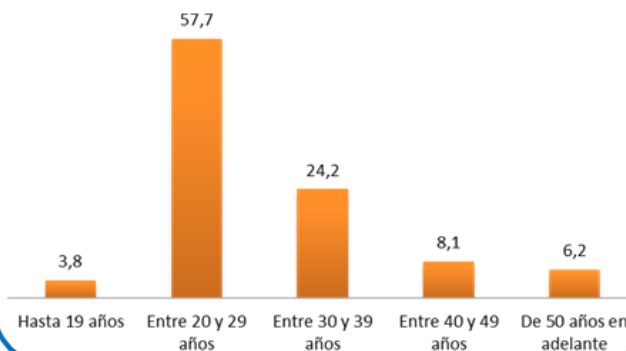
**Gráfico N° 1
PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES EXTRANJEROS**



Fuente.- Observatorios Turísticos – Viceministerio de Turismo

(1) Analista del Viceministerio de Turismo - e-mail: orlando_pde@yahoo.es

**Gráfico N° 2
GRUPO ETÉREO DE LOS VISITANTES EXTRANJEROS**



Fuente.- Observatorios Turísticos – Viceministerio de Turismo

I. Perfil del turista extranjero

Procedencia de los visitantes

La procedencia de los visitantes extranjeros a la región está compuesta mayoritariamente por europeos (más del 52%) ingleses, alemanes, franceses y españoles conformas los principales mercados de Europa. La segunda región en participación es Sudamérica (21%), donde los países vecinos de Argentina, Chile y recientemente Brasil son los principales mercados que han puesto su mirada en esta región.

Países emergentes como Canadá en Norte América y Australia en Oceanía han mostrado un crecimiento considerablemente alto de visitas en los últimos años, no solo en esta región sino en toda Bolivia.

“Un destino en constante descubrimiento internacional: el 92% de los turistas extranjeros visitaron por primera vez la región”

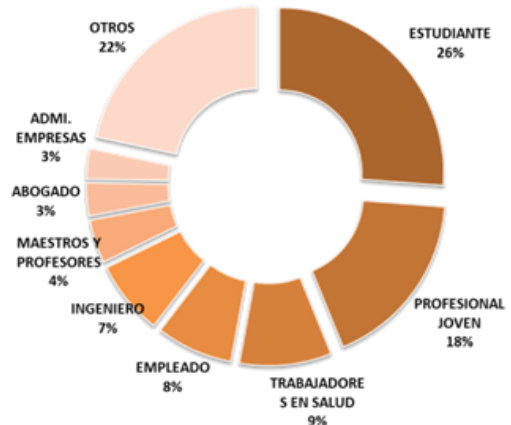
La mayor parte de los turistas se informaron antes de llegar a Bolivia por diversos medios. Gran parte de ellos manifestaron informarse por internet (66%), a su vez por guías de viaje (62%), y cuando arribaron al país corroboraron la información en agencias de viaje (72%) y a su vez en establecimientos de hospedaje (33%) y puntos e información (15%). Ver cuadros N° 2 y 3.

Características demográficas

La mayoría de los visitantes extranjeros tienen entre 20 a 29 años de edad (58%), seguido por personas entre 30 a 39 años de edad (24%). Cabe destacar que es un mercado bastante joven conformado por estudiantes (26%) y profesionales jóvenes (18%), sin diferencia de género (hombre 52% y mujeres 48%).

Pese a considerarse un destino exigente físicamente por las bajas temperaturas, por los pocos servicios básicos durante el recorrido y por las largas

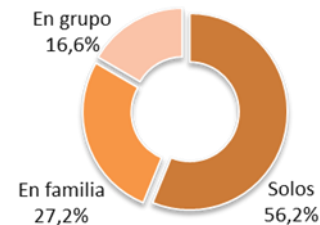
**Gráfico N° 3
OCUPACIÓN DE LOS VISITANTES EXTRANJEROS**



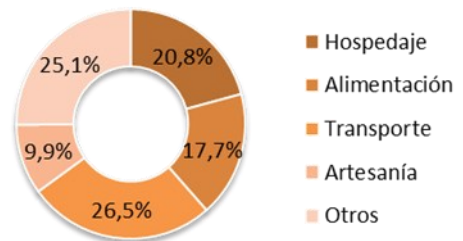
**Gráfico N° 4
CONDICIÓN CIVIL DE LOS VISITANTES EXTRANJEROS**



**Gráfico N° 5
CONDICIÓN DE VIAJE DE VISITANTES EXTRANJEROS**



**Gráfico N° 6
ESTRUCTURA DEL GASTO TURÍSTICO DEL VISITANTES EXTRANJEROS**



Fuente.- Observatorios Turísticos – Viceministerio de Turismo

Cuadro N° 1 VISITA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS POR LOS VISITANTES EXTRANJEROS

ATRACTIVO	
1 VISITO EL SALAR	100,0%
2 VISITO LA LAGUNA COLORADA	84,4%
3 VISITO LA GRUTA DE LAS GALAXIAS	20,2%
4 VISITO EL MONTE TUNUPA	21,2%
5 VISITO SOL DE MAÑANA	72,3%
6 VISITO LA REA	85,6%
7 VISITO LA ISLA PESCADO	76,6%
8 VISITO LA LAGUNA VERDE	73,6%
9 VISITO TUPIZA	22,2%

Cuadro N° 2 DECLARACIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADOS ANTES DEL VIAJE

FUENTE DE INFORMACIÓN	
AGENCIAS DE VIAJES	71,7%
LINEAS AÉREAS	5,4%
OFICINA PÚBLICA DE INFORMACIÓN	15,3%
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	33,1%
OTROS	15,0%

Gráfico N° 7 PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE DE VISITANTES EXTRANJEROS



Fuente.- Observatorios Turísticos – Viceministerio de Turismo

El 69,5% de los turistas extranjeros acuden al destino de manera independiente mientras que el 30,5% lo hace de manera organizada

distancias y horas de viaje, esta región recibe cerca de 8 mil familias al año (promedio de 3.5 miembros por familia), representan un 27% del flujo total. Situación que puede incrementarse con las actuales facilidades de transporte aéreo. Por otra parte el 56% de los turistas viaja solo, 27% en familia y un 17% en grupo.

La región presenta un 31% de modalidad de viaje organizado y 70% de forma independiente, que difiere de la media nacional donde el 92% de extranjeros que visitan Bolivia se mueve de forma independiente y solo un 8% organizado, según la encuesta Gasto de Trismo Receptivo 2010. La mayor participación del organizado se debe a la dificultad en el acceso y la poca diversidad de servicios en el recorrido.

Motivación del visitante

El 89% de los visitantes se desplazaron a la región con motivos vacacionales, de recreo y ocio, sin duda el más elevado a nivel nacional, donde el promedio por motivos vacacionales es del 57%¹. El segundo motivo en importancia son temas profesionales, trabajos no remunerados, congresos y negocios (6%).

Cuadro N° 3 DECLARACIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADOS EN EL DESTINO

FUENTE DE INFORMACIÓN	
INTERNET	65,9%
GUIAS DE VIAJE IMPRESAS	61,8%
AGENCIAS DE VIAJES	19,4%
LÍNEAS AÉREAS	3,6%
OTROS	15,2%



El principal motivo de visita es el Salar de Uyuni donde el 100% de encuestados afirmó haber visitado dicho atractivo, solo el 84% de los mismos visitó la laguna colorada, y solo un 20% conoció la gruta de las galaxias (Ver Cuadro N° 1)

2. Expectativas y niveles de satisfacción

El nivel de satisfacción de los visitantes asciende a 8.02 puntos sobre 10, considerado un nivel de satisfacción aceptable. La riqueza natural y su conservación son los aspectos más valorados por el turista, seguidos por el buen trato del guía, la alimentación y la facilidad de trámites migratorios. Aspectos que resaltan el valor turístico de la región (Ver cuadro N° 4). Sin embargo, el aspecto percibido como el de mayor deficiencia es la falta de limpieza e higiene en Uyuni y más aún durante el recorrido turístico. A esto le sigue, el deterioro de las vías de acceso, el mal estado del transporte interno la escasa y poco actualizada información turística antes de iniciar el recorrido turístico.

En comparación con otras regiones de Bolivia el nivel de satisfacción de los desiertos blancos es

El nivel de satisfacción de los visitantes asciende a 8.02 puntos sobre 10. La riqueza natural y su conservación son los aspectos más valorados por el turista

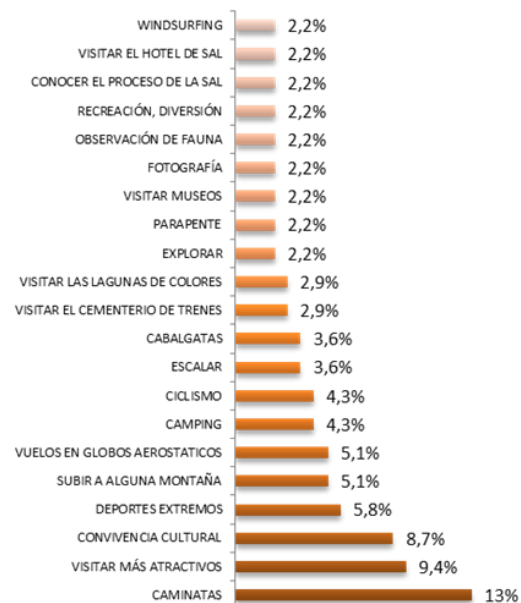
muy similar al de Rurrenabaque – Madidi (Ver cuadro N°5) de 8.02 sobre 10 puntos, por encima del nivel de satisfacción del lago Titicaca de (7.64), la ciudad de La Paz (6.93), Sucre (7.58) o Potosí (7.46).

Se puede advertir que los viajeros se quedaron con la percepción de que podía realizar más actividades en el lugar y que no pudieron hacerlo por falta de tiempo, la inexistencia de dichas actividades o por la falta de servicios especializados. Una gran parte consideraba que se podían desarrollar más actividades de caminata (13%) y visitar más atractivos (9.4%). Mientras que otros deseaban realizar actividades específicas como la convivencia cultural (8.7%), la realización de deportes extremos (5.8%), vuelo en globos (5.1%), montañismo (5.1%) y otros.

Cuadro N° 4
VALORACIÓN DE ASPECTOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN

OPINIÓN SOBRE	BUENA	NORMAL	DEFICIENTE
VIAS DE ACCESO	20,9	49,1	30,0
TRÁMITES MIGRATORIOS	29,8	56,7	13,4
HOSPEDAJE EN RUTA	22,4	51,4	26,2
ALIMENTACIÓN EN RUTA	35,8	51,4	12,9
TRANSPORTE INTERNO	18,1	54,4	27,5
SERVICIOS DE GUÍAS TURÍSTICOS	35,3	45,8	18,9
SEGURIDAD	27,5	50,9	21,7
NÚMERO DE TURISTAS EN LA ISLA PESCADO	23,1	67,4	9,5
TICKET DE INGRESO A LA REA	26,4	65,8	7,8
SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA REA	16,5	63,0	20,5
LIMPIEZA E HIGIENE	10,3	50,1	39,6
RECEPTIVIDAD DE LA POBLACIÓN	36,8	52,9	10,3
PATRIMONIO NATURAL	55,7	40,1	4,3
INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL	22,2	54,7	23,2
CONSERVACIÓN Y CALIDAD DEL ATRACTIVO	45,3	46,6	8,1

Gráfico N° 8
ACTIVIDADES QUE LES GUSTARÍA REALIZAR EN LA REGIÓN



Fuente.- Observatorios Turísticos – Viceministerio de Turismo

3. Recomendaciones para mejorar la región

Existen diversas percepciones sobre cómo mejorar esta región turista. Este apartado se presenta la percepción desde el punto de vista de los visitantes extranjeros y de las comunidades receptoras.

Para los visitantes extranjeros es necesario realizar mayores controles a las empresas operadoras de turismo local para que brinden servicios de mayor calidad, realizar campañas de capacitación a los recursos humanos, actualizar continuamente la información turística, mejorar las condiciones de las vías de acceso carretero, especialmente entre Oruro y Uyuni, mejorar los servicios higiénicos de Uyuni de las comunidades por donde se realiza el recorrido y brindar mayor seguridad durante el recorrido y en la ciudad de Uyuni.

Por su parte, la población receptora que de alguna manera se ve afectada por la actividad turística señala que es necesario mejorar los servicios básicos, mejorar los caminos, realizar un adecuado manejo de los residuos sólidos y líquidos, mejorar el acceso a la energía y comunicaciones. Asimismo, la población local sugirió mayor control a los operadores turísticos.

Cuadro N° 5 NIVELES DE SATISFACCIÓN DE OTRAS REGIONES VISITADAS

DESTINO VISITADO	Nivel de satisfacción
DESIERTOS BLANCOS	8,02
MADIDI - RURRENABAQUE	8,02
MISIONES JESUÍTICAS	7,8
CORDILLERA REAL	7,69
LAGO TITIKAKA	7,64
COROICO	7,63
SUCRE	7,58
POTOSÍ	7,46
TIWANAKU	7,06
COCHABAMBA	6,96
CIUDAD DE LA PAZ	6,93
SANTA CRUZ	5,86

Fuente.- Observatorios Turísticos – Viceministerio de Turismo

Acciones encaminadas

Por la importancia de la región el Ministerio de Culturas a través del Viceministerio de Turismo viene realizando diversas acciones, entre las más destacadas cabe resaltar el lanzamiento promocional de la Marca turística de Bolivia a realizarse en el Salar, con el objetivo de posicionar a Bolivia en los mercados internacionales y resaltar el atractivo más importante que tiene nuestro país. Estas acciones promocionales, difundidas en medios televisivos, radiales, prensa especializada entre otros, estará acompañada de un programa de fortalecimiento del destino con mejora y puesta en valor de los atractivos, habilitación de miradores, paradores, mejora de senderos, señalización, construcción de centros de interpretación, valorización cultural, paneles de orientación, que cuentan con el financiamiento del BID. Así como apoyo al ordenamiento y control de empresas turísticas coordinadas con la gobernación de Potosí y programas de capacitación en inteligencia de mercados. Estas son algunas de las acciones que se vienen encaminando en la región, sin embargo, requieren de un esfuerzo mayor y el compromiso de todos los involucrados, por lo que invitamos a todos los lectores a sumarse a este esfuerzo y construir junto a una región turística competitiva a nivel internacional.

La información contenida en el presente boletín pretende contribuir y orientar, en la medida de lo posible, la gestión turística integral de la región. Asimismo invitamos a los lectores a contribuir con sugerencias y comentarios a través de nuestra institución aliada “Kompartir - Knowledge in Tourism” en la página web www.kompartir.net y seguir examinando las próximas publicaciones.

Créditos:
Ministerio de Culturas
Viceministerio de Turismo

Marko Machicao Bankovic
Viceministro de Turismo

Jazmín Antonio Sanjinez
Directora General de Control a la Actividad Turística

Álvaro Mostajo
Jefe Unidad de Servicios Turísticos

