



# Plan Estratégico de Turismo Áreas Protegidas Municipales Ibare-Mamoré y Gran Mojós 2022-2031



Plan Estratégico de Turismo  
Áreas Protegidas Municipales  
Ibare-Mamoré y Gran Mojos  
2022-2031

**Título original:** Plan Estratégico de Turismo para las Áreas Protegidas Municipales Ibare-Mamoré y Gran Mojos 2022-2031

**Primera edición:** septiembre de 2022

**Autores:**

**Gobierno Autónomo Municipal de Trinidad**

Cnel. Christian Miguel Cámara, alcalde municipal  
Lic. Luis Eduardo Menacho, director municipal de Turismo

**Gobierno Autónomo Municipal de Loreto**

Yáscara Moreno, alcaldesa municipal  
Lic. Richard Mauricio Barrios, director del APM Gran Mojos

**Editor:** Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos (GTLM) y Wildlife Conservation Society (WCS)

**Equipo técnico responsable:**

Mario González —Redactor de la estrategia (WCS)  
Ariel Reinaga —Especialista en SIG y apoyo técnico en mapas (WCS)  
Zulema Lehm —Coordinadora del Grupo de Trabajo de los Llanos de Moxos (GTLM)

**Miembros de los Consejos Municipales de Turismo de Trinidad y Loreto:**

Gobierno Autónomo Municipal de Trinidad	Asociación de Ganaderos de Loreto
Gobierno Autónomo Municipal de Loreto	Casa de la Cultura del Beni
Dirección Departamental de Turismo	Centro de Educación Integral Nuevos Horizontes
Universidad Autónoma del Beni José Ballivián	Cámara Nacional de Operadores de Turismo
Universidad del Valle	Cámara Hotelera de Trinidad
Universidad Privada Domingo Savio	Cámara Gastronómica de Trinidad
Cabildo Indígena de Trinidad	Asociación de Guías de Trinidad
Subcentral de Comunidad Indígenas Ribereñas Río Mamoré	Asociación de Choceras y Pescadores de Camiaco
Wildlife Conservation Society (WCS)	Representantes y autoridades de las comunidades de las áreas protegidas municipales Ibare-Mamoré y Gran Mojos
Federación de Ganaderos del Beni	

**Cuidado de edición:** Gonzalo Jordán (WCS)

**Diagramación:** Rubén Salinas

**Fotografías de tapa y contratapa:** Rob Wallace y Márton Hardy (WCS)

**Citación sugerida:** Gobiernos autónomos municipales de Trinidad y Loreto. (2022). *Plan Estratégico de Turismo para las áreas protegidas municipales Ibare-Mamoré y Gran Mojos 2022-2031*. Trinidad, Bolivia: Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos y Wildlife Conservation Society (eds.).

**Apoyo:**

La elaboración de la presente estrategia de turismo fue posible gracias al apoyo técnico de Wildlife Conservation Society (WCS) Bolivia y al apoyo financiero de la Fundación Gordon y Betty Moore.



**Copyright:** ©Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos  
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

# Contenidos

<b>PRESENTACIÓN</b>	7		
<b>CAPÍTULO 1. CONTEXTO DEL PLAN ESTRATÉGICO</b>	9		
1.1. Antecedentes y justificación	9		
1.2. Marcos conceptual y metodológico	11		
1.2.1. Marco conceptual	11		
1.2.2. Marco metodológico	14		
1.3. Contexto, caracterización y descripción	18		
1.3.1. Marco normativo-competencial y político-institucional	18		
<b>CAPÍTULO 2. DIAGNÓSTICO INTEGRAL</b>	29		
2.1. Organización del proceso	29		
2.1.1. Identificación de actores	29		
2.1.2. Consejos de Turismo Municipales y del Destino	34		
2.2. Caracterización del área del destino	35		
2.2.1. Ubicación geográfica	37		
2.2.2. Características naturales	38		
2.2.3. Historia y cultura	46		
2.2.4. Zonificación	50		
2.2.5. Condiciones territoriales	52		
2.2.6. Conclusiones	69		
2.3. Caracterización de la actividad turística en el Destino Ibare-Mamoré y Gran Mojos	71		
2.3.1. Tendencias y contexto de la actividad turística	71		
		2.3.2. Caracterización de la oferta turística en el destino IM-GM	77
		2.3.3. Caracterización de la demanda turística	84
		2.3.4. Gestión turística	91
		2.3.5. Conclusiones	101
		<b>CAPÍTULO 3. DESARROLLO DE PRODUCTOS</b>	105
		3.1. Productos consolidados del destino	107
		3.2. Propuesta de nuevos productos	112
		3.2.1. Competencia y complementariedad con otros destinos	122
		<b>CAPÍTULO 4. PLAN ESTRATÉGICO</b>	124
		4.1. Visión	124
		4.2. Diagnóstico focalizado	125
		<b>CAPÍTULO 5. IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DEL DESTINO</b>	141
		5.1 Plan operativo para la implementación del Plan Estratégico de Turismo del destino	141
		5.2. Plan de gestión financiera	169
		5.3 Sistema de seguimiento y evaluación	171
		Referencias Bibliográficas	182

## Lista de figuras

Figura 1. Proceso metodológico de elaboración del Plan Estratégico de Turismo IB-GM	16	Figura 6. Relación actual entre actores en el destino IM-GM respecto a la actividad turística	92
Figura 2. Marco institucional del régimen de turismo en Bolivia por ámbito territorial	25	Figura 7. Matriz FODA componentes tendencia y contexto de la actividad turística, oferta, demanda y gestión turística en el destino	102
Figura 3. Marco institucional y estructura de coordinación y articulación turística	26	Figura 8. Estructura operativa de los consejos municipales de turismo y su relación con actores clave	134
Figura 4. Matriz FODA componente normativo-competencial y político-institucional para el desarrollo del turismo en el destino	28	Figura 9. Cadena de valor de un destino turístico	135
Figura 5. Matriz FODA componentes ambientales y culturales, zonificación y condiciones territoriales para el desarrollo del turismo en el destino	70		

# Lista de tablas

Tabla 1.	Competencias exclusivas en turismo por nivel del Estado	19	Tabla 13.	Nivel de instrucción de la población de 19 años o más, municipios del destino (2001-2012)	60
Tabla 2.	Principales proyectos y logros para el 2020 establecidos en el periodo 2016-2020	22	Tabla 14.	Disponibilidad de TIC en los hogares municipios del destino (2001-2012)	61
Tabla 3.	Principales resultados y metas para el 2025 establecidos en el periodo 2021-2025	23	Tabla 15.	Servicios básicos en los hogares de los municipios del destino, a nivel departamental y nacional (2001-2012)	62
Tabla 4.	Actores públicos, comunitarios y privados relevantes para la actividad turística en el destino	29	Tabla 16.	Establecimientos de hospedaje en el área urbana de Trinidad	80
Tabla 5.	Población total, urbana, rural, por sexo e identificación indígena en el destino IM-GM	52	Tabla 17.	Restaurantes de Trinidad recomendados por Trip Advisor	82
Tabla 6.	Estructura de la población en los municipios del destino IM-GM	52	Tabla 18.	Ingreso de viajeros a hospedajes de Trinidad y a nivel nacional (2015-2019)	85
Tabla 7.	Características ocupacionales de la población en los municipios del destino IM-GM	54	Tabla 19.	Ingreso de viajeros a hospedajes de Trinidad y pernoctaciones totales (2015-2019)	87
Tabla 8.	Tasa global de participación actividades laborales en los municipios del destino IM-GM	54	Tabla 20.	Ideas y conceptos clave para la formulación de la visión conjunta del destino turístico	125
Tabla 9.	Miembros de las unidades productivas agropecuarias (UPA) por actividad	55	Tabla 21.	Diagnóstico focalizado por mandato del PLANTUR	126
Tabla 10.	Características de las unidades productivas agropecuarias (UPA) municipios del destino	56	Tabla 22.	Objetivos y políticas estratégicas del Plan Estratégico de Turismo	137
Tabla 11.	Personas que realizan caza y pesca en las UPA por municipio del destino	58	Tabla 23.	Plan Operativo del Plan Estratégico de Turismo	141
Tabla 12.	Tasa de alfabetismo de la población de 15 años o más, municipios del destino (2001-2012)	60	Tabla 24.	Potenciales fuentes de financiamiento por objetivo estratégico	169
			Tabla 25.	Sistema de evaluación y seguimiento anual del Plan de turismo	171

## Lista de mapas

Mapa 1.	Llanos de Moxos	36	Mapa 5.	APM Ibare-Mamoré y Gran Mojós dentro del corredor Villcabamba-Amboró	45
Mapa 2.	Espacio de planificación del PET IM-GM	38	Mapa 6.	Zonificación general de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojós	51
Mapa 3.	Hidrología en el espacio del PET IM-GM	40	Mapa 7.	Carreteras presentes en el destino turístico	64
Mapa 4.	Unidades de paisaje (o mapa vegetación) del espacio del PET IM-GM	42			

## Lista de gráficos

Gráfico 1.	Evolución de ingresos de turistas nacionales y extranjeros a hospedajes de Trinidad (2015-2019)	85	Gráfico 3.	Evolución de ingresos y pernoctaciones de viajeros nacionales y extranjeros en Trinidad (2015-2019)	88
Gráfico 2.	Composición de la oferta de hospedaje por tipo y precio en Trinidad 2021	86	Gráfico 4.	Llegadas de viajeros extranjeros a Bolivia por mes, años 2018 y 2019	88

# Acrónimos

<b>ABT:</b>	Autoridad de Control y Fiscalización Social de Bosques y Tierra	<b>ODS:</b>	Objetivos de Desarrollo de Sostenible de Naciones Unidas
<b>AICA:</b>	Área de Importancia para la Conservación de las Aves	<b>OIT:</b>	Organización Internacional del Trabajo
<b>ANMI:</b>	Área Natural de Manejo Integrado	<b>OMS:</b>	Organización Mundial de la Salud
<b>AP:</b>	Área Protegida	<b>OMT:</b>	Organización Mundial de Turismo
<b>APM:</b>	Área Protegida Municipal	<b>ONG:</b>	Organización No Gubernamental
<b>ATL:</b>	Asociación de Transporte Libre	<b>OT:</b>	Observatorio de Turismo
<b>BOA:</b>	Boliviana de Aviación	<b>PDES:</b>	Plan de Desarrollo Económico Social
<b>CCS-T:</b>	Consejo de Coordinación Sectorial de Turismo	<b>PET IM-GM:</b>	Plan Estratégico de Turismo Ibare-Mamoré y Gram Mojos
<b>CGTS:</b>	Consejo Global de Turismo Sostenible	<b>PGTI:</b>	Plan de Gestión Territorial Indígena
<b>CIBIOMA:</b>	Centro de Investigación en Biodiversidad y Medio Ambiente	<b>PIB:</b>	Producto Interno Bruto
<b>CMTL:</b>	Consejo Municipal de Turismo de Loreto	<b>PLANTUR:</b>	Plan Nacional de Turismo
<b>CMTT:</b>	Consejo Municipal de Turismo de Trinidad	<b>PLUS:</b>	Plan de Uso del Suelo
<b>CNPV:</b>	Censo Nacional de Población y Vivienda	<b>PMOT:</b>	Plan Municipal de Ordenamiento Territorial
<b>CPE:</b>	Constitución Política del Estado	<b>PTDI:</b>	Plan Territorial de Desarrollo Integral
<b>CPIB:</b>	Central de Pueblos Indígenas del Beni	<b>RGAP:</b>	Reglamento General de Áreas Protegidas
<b>CTD:</b>	Consejo de Turismo del Destino	<b>RGOTAP:</b>	Reglamento General de Operación Turística en Áreas Protegidas
<b>CTSD:</b>	Consejo de Turismo Sostenible del Destino	<b>SERNAP:</b>	Servicio Nacional de Áreas Protegidas
<b>DDT:</b>	Dirección Departamental de Turismo	<b>SIRETUR:</b>	Sistema de Registro Turístico
<b>DGBAP:</b>	Dirección General de Biodiversidad y Áreas Protegidas	<b>SISCO:</b>	Sistema de Cobros por Ingreso de Turistas
<b>DMT:</b>	Dirección Municipal de Turismo	<b>SNAP:</b>	Sistema Nacional de Áreas Protegidas
<b>ETA:</b>	Entidades Territoriales Autónomas	<b>SPIE:</b>	Sistema de Planificación Institucional del Estado
<b>FUNDESNAPE:</b>	Fundación para el Desarrollo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Bolivia	<b>TCO:</b>	Territorio Comunitario de Origen
<b>GAD:</b>	Gobierno Autónomo Departamental	<b>TIOC:</b>	Territorio Indígena Originario Campesino
<b>GAM:</b>	Gobierno Autónomo Municipal	<b>TIPNIS:</b>	Territorio Indígena y Parque Nacional Isiboro-Sécure
<b>GTLM:</b>	Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos	<b>UAB:</b>	Universidad Autónoma del Beni
<b>INSTO:</b>	Red de Observatorios de Turismo de la OMT	<b>UNESCO:</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
<b>MCyT:</b>	Ministerio de Culturas y Turismo	<b>WPT:</b>	World Parrot Trust
<b>MMAyA:</b>	Ministerio de Medio Ambiente y Aguas	<b>VMT:</b>	Viceministerio de Turismo
<b>MPD:</b>	Ministerio de Planificación del Desarrollo	<b>WCS:</b>	Wildlife Conservation Society
<b>NBI:</b>	Necesidades Básicas Insatisfechas		

# PRESENTACIÓN

La elaboración del Plan Estratégico de Turismo para las Áreas Protegidas Municipales (APM) Ibare-Mamoré y Gran Mojós se enmarca en las actividades que viene realizando el Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos (GTLM) desde el 2020.

Constituido por instituciones de la sociedad civil, académicas, financieras, empresas y organizaciones sociales, el GTLM busca fomentar el conocimiento, el desarrollo sostenible y el bienestar de las poblaciones que habitan en los Llanos de Moxos, promoviendo la conservación de los valores naturales, históricos, culturales y económicos de este singular paisaje biocultural. El turismo es, sin duda, una de las actividades productivas que, desarrollada de manera sostenible, mejor puede impulsar estos objetivos en todos los niveles, pues su competitividad depende, precisamente, de alcanzar estos mismos fines.

En efecto, el primer elemento esencial en una estrategia de turismo y en la construcción de su cadena de valor es identificar su mayor potencial turístico, aquello que lo diferencia y le permite ser competitivo, que lo hace único y lo identifica respecto a otros destinos turísticos. Esa unicidad (natural, cultural, histórica, paisajística, etc.), para las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojós, son los Llanos de Moxos, un paisaje biocultural singular que se ha identificado como único dentro de la Amazonía.

Por tanto, los valores naturales y culturales singulares a los Llanos de Moxos que se encuentran en este destino deben ser la esencia de sus productos y servicios turísticos, la base con la que construir su estrategia de posicionamiento en los diferentes mercados a los que se pretende acceder y motivar a conocer este espacio. No obstante, no es suficiente disponer de esta potencialidad. La actividad turística es muy compleja y competitiva, se necesita una fuerte planificación en los niveles espaciales, de gestión, de organización, de desarrollo de productos, su mercadeo y operación para hacerla viable y sostenible.

En cuanto al ámbito espacial de planificación, considerando las actuales condiciones generales (de atractivos, accesos, servicios turísticos, capital humano, etc.), se concluyó que, para las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojós, la ciudad de Trinidad juega, y debe tener en el futuro, un rol fundamental en el desarrollo turístico regional. Por ende, el espacio de planificación de este destino turístico está conformado por las dos APM y la capital departamental. Esta articulación de lo urbano y lo rural no solo permite contar con servicios turísticos y conectividad de las que dependen ambas APM, además, es estratégica para diversificar la oferta y llegar a mercados en expansión y fundamentales para el turismo local y nacional. Sin una ciudad “atractiva” es difícil que pueda generarse un efectivo desarrollo turístico regional.

El destino turístico es entendido, entonces, como un espacio geográfico articulado y organizado en el que se encuentran los servicios, productos y recursos turísticos que permiten ofrecer una experiencia integral al visitante. Para ello, un destino turístico debe disponer, cuando menos, de un centro de recepción (lugar de llegada) y distribución (hacia los atractivos y productos turísticos del entorno) de los turistas, formando parte de la oferta turística.

Una vez definidos los valores identificativos del destino y el espacio de planificación, el siguiente nivel es establecer la gestión turística del espacio. Múltiples actores, públicos, privados y comunitarios, participan directa e indirectamente de la actividad turística. La buena gobernanza de un destino y, por tanto, su competitividad y viabilidad, va a depender de las decisiones colectivas que se adopten y del cumplimiento de los roles y funciones que cada actor asuma.

En este aspecto, hay importantes debilidades en el destino. Las instituciones públicas responsables del desarrollo turístico, en los diferentes niveles del Estado, no disponen de instrumentos de planificación ni normativos específicos, pero más grave aún, la coordinación entre ellas es muy precaria. En situación similar se encuentran las organizaciones



sectoriales (cámaras hoteleras, gastronómicas, de operadores de turismo, guías, artesanos, etc.), muy poco representativas, poco propositivas y con escasa capacidad para incidir en las políticas públicas y dentro del mismo sector. Finalmente, las organizaciones sociales de actores clave, como los pueblos indígenas, campesinos o los ganaderos, no tienen apenas conocimiento sobre la actividad ni capacidad para promoverla entre sus afiliados.

Para empezar a solventar este problema, como establece la normativa nacional, se han dado los primeros pasos para conformar los consejos de turismo municipales en Trinidad y Loreto. A partir de ellos, hay que estructurar un Consejo de Turismo del Destino que proyecte esa visión de destino en la planificación turística regional y la realización de las actividades concertadas. Desde estos consejos de turismo hay que impulsar la necesaria coordinación intergubernativa e intersectorial, al tiempo que se fortalecen las actuales organizaciones sectoriales. La propuesta es generar un modelo de gestión turística en red, sustentado en el trabajo entre diferentes actores en turismo vinculados por objetivos comunes, hasta ahora, no definidos.

Con los consejos de turismo de Trinidad y Loreto se ha elaborado el diagnóstico integral del destino. Por un lado, evaluando las potencialidades, oportunidades, debilidades y amenazas en sus valores naturales y culturales, fundamentales para identificar los productos turísticos a desarrollar en función a las tendencias del mercado turístico y, por otro, las condiciones territoriales en las que se encuentra el destino, es decir, las características principales de su población y las infraestructuras básicas que se disponen para la actividad turística. Al mismo tiempo, con la información disponible, se ha hecho un análisis de la oferta y demanda turística en el destino.

El resultado evidencia que hay condiciones suficientes e interesantes oportunidades para estructurar un destino turístico, pero existen muchas debilidades y problemas que resolver en todos los componentes de la actividad turística, es decir, en cada uno de los mandatos establecidos en el Plan Nacional de Turismo (PLANTUR) para consolidar este destino turístico.

Bajo la lógica de sustentar la propuesta turística del destino en los valores naturales y culturales que identifican a este espacio dentro de los Llanos de Moxos, se presenta una relación de recomendaciones para los productos turísticos que ya operan pero, sobre todo, un conjunto nuevo de productos turísticos que permita generar una oferta diversa, estructurada y acorde a las tendencias de los mercados local, nacional e internacional.

El objetivo, lograr un cambio significativo en el destino por el turismo, pero al mismo tiempo para el turismo, no se podría concretar si no se afronta el problema desde una visión global que promueva experiencias más que consumo de productos específicos, es decir, que el visitante se sienta “impactado” y “sorprendido” en cada actividad que haga dentro del destino. Y para ello, es necesario combinar productos en los que se puedan experimentar sensaciones distintas que aproximen al visitante a sentir esa unicidad del espacio biocultural en el que se encuentra en todos los planos (valores, estéticos, sabores, etc.), viviendo la autenticidad del sitio.

Por eso, en una buena parte de la propuesta de nuevos productos lo que se plantea es “rescatar”, “transformar” o “innovar” sobre lo que ya se tiene, los paisajes y especies emblemáticas y carismáticas de este espacio, la ciudad de Trinidad, la gastronomía y productos locales, las lomas prehispánicas, las culturas de los pueblos indígenas, la pesca deportiva o las actividades tradicionales en las estancias ganaderas, porque todos ellos tienen un alto potencial si son presentados y gestionados en ciertas condiciones. Ese es el gran reto, poner en valor turístico todo estos valores naturales y culturales que ya existen, como se expresa en la visión conjunta, lo que debe impulsar su conservación y el desarrollo sostenible de la población anfitriona.

La estrategia diseñada, trabajada con los Consejos de Turismo Municipales, se concreta en una matriz de objetivos y políticas estratégicas de turismo por mandato del PLANTUR para los siguientes 10 años, una extensa relación de tareas y gestiones a realizar, inevitable en un espacio que parte de un bajo desarrollo turístico. Su implementación supone un esfuerzo económico pero, sobre todo, de voluntad y buena coordinación por todos los actores implicados. Un esfuerzo, y esto es importante entenderlo, que tendrá su mayor impacto positivo sobre la calidad de vida de la población del destino.

## CAPÍTULO 1.

# Contexto del Plan Estratégico

### 1.1. Antecedentes y justificación

Las áreas protegidas municipales (APM) Ibare-Mamoré (Trinidad) y Gran Mojos (Loreto) han tenido diferentes procesos y motivaciones para su creación, aunque comparten entre sus objetivos de creación el desarrollo de la actividad turística (Espinosa, 2015; GAM Loreto, 2017). Los niveles de gestión de estas áreas protegidas son aún muy incipientes, ninguna de ellas tiene plan de manejo. Ibare-Mamoré dispone de un Plan de Gestión Ambiental (Espinosa, 2015) con lineamientos estratégicos de gestión, que incluye un programa de ecoturismo, pero no se ha implementado. En Gran Mojos hay dirección del APM y cuerpo de guardaparques en proceso de consolidación, pero no un programa de protección diseñado, y tampoco se observa una gestión planificada y concertada del área protegida.

En ambas hay actividad turística, con predominio de mercado local y nacional, flujos internacionales muy bajos, poca planificación integral y muy precaria organización sectorial, a pesar de que el APM Ibare-Mamoré ha contado con varios instrumentos técnicos relacionados con turismo: Plan de Desarrollo Turístico de Trinidad (Ecoterra, 2008); Estrategia para el Desarrollo del Ecoturismo en el Área Protegida Ibare-Mamoré 2012-2016 (GAM Trinidad, 2012); Lineamientos Estratégicos de Desarrollo Turístico en el Área Protegida Municipal Ibare-Mamoré, municipio de Trinidad, Beni (Chambi, 2013); Diagnóstico y Plan Integral de Gestión Ambiental del Área Protegida Municipal “Ibare-Mamoré” (Espinosa, 2015). Los avances que se han tenido en los últimos años pueden considerarse más fruto de procesos casuales o iniciativas no estructuradas que por el desarrollo de una planificación estratégica.

No se disponen de datos oficiales de ingreso de visitantes a ninguna de las dos APM, solo estimaciones. Para el APM Ibare-Mamoré, su flujo más relevante procede de la capital departamental, Trinidad, atraído por los servicios gastronómicos que se ofrecen en algunas comunidades ribereñas; flujo muy concentrado en los fines de semana y, en números muy inferiores, turistas nacionales e internacionales que realizan algún tour fluvial planificado en los ríos Ibare y/o Mamoré.

En el APM Gran Moxos el producto turístico principal es el de pesca deportiva, especialmente demandado por aficionados procedentes de Santa Cruz y, en menor medida, de otros lugares del país, actividad que solo se realiza en la estación seca (mayo-noviembre). Por otro lado, hay una oferta centrada en la observación de aves, con la endémica paraba barba azul (*Ara glaucogularis*) como principal atractivo, dirigida a un público más internacional y especializado, que logra atraer apenas medio centenar de turistas al año. Para la celebración de las lágrimas de la Virgen de Loreto (7 de octubre), declarada patrimonio religioso y

cultural de Bolivia, se produce una importante romería hacia la capital municipal, en gran medida de población local.

En este contexto, la ciudad de Trinidad ejerce un rol importante. Por un lado, porque es el centro de recepción y distribución de visitantes, en ella se encuentra el único aeropuerto asfaltado, la terminal de buses que conecta con el eje viario principal y concentra la mayoría de los servicios turísticos de este espacio (hoteles, restaurantes, transporte, bancos, etc.). Por otro, como se ha comentado, su población es el cliente más relevante, en cuanto a número, para el APM Ibare-Mamoré. Por último, la capital departamental recibe miles de visitantes al año por diversos motivos (trabajo con administraciones públicas, negocios, visita de familiares, etc.), potencial que parece escasamente aprovechado si nos atenemos a las estimaciones de visitantes que acuden a los atractivos turísticos de ambas APM. Pero, al mismo tiempo, la ciudad es un problema para el desarrollo turístico regional por su mala imagen generada por un saneamiento básico deficiente y un ordenamiento urbano precario, entre otras carencias.

El Plan Nacional de Turismo (PLANTUR 2015-2025), instrumento para la planificación turística en Bolivia sustentado en los lineamientos y directrices establecidos en la Agenda Patriótica al 2025, considera a Trinidad y sus alrededores como un destino en proceso de consolidación, por tanto, como un espacio priorizado por el PLANTUR (MCyT, 2015:79). En el caso de Loreto, está incluido como en etapa inicial de desarrollo.

Desde ninguno de los dos municipios (ni sus respectivas áreas protegidas municipales) se había propuesto trabajar desde una visión de destino turístico, es decir, integrar y estructurar una oferta conjunta de productos para acceder a más mercados, poner en valor el conjunto de recursos turísticos que existen, mejorar la coordinación intergubernativa e intersectorial y diseñar una estrategia común que haga más eficiente las inversiones requeridas en infraestructura, formación o promoción y mercadeo. En este contexto de escaso dinamismo, no es extraño que el desarrollo empresarial turístico privado sea bajo, que el comunitario sea prácticamente inexistente, que la capacidad de incidir en mercados objetivos sea muy escasa y que la generación de nuevos productos turísticos no haya tenido significativa relevancia.

La metodología elaborada por el Viceministerio de Turismo para elaborar planes estratégicos de turismo (MCyT, 2016a) se centra en ámbitos administrativos específicos, como municipios o departamento; sin embargo, la realidad espacial turística no necesariamente coincide con esta delimitación político-administrativa. El mismo documento indica que la finalidad de estos planes debe ser “desarrollar la actividad turística de manera integral, articulada, objetiva y eficiente”, base fundamental para establecer y priorizar las inversiones y acciones que los diferentes niveles del Estado deben realizar junto con los sectores comunitarios y privados implicados.

En la práctica turística, no es habitual que una unidad territorial administrativa disponga en su jurisdicción de atractivos tan excepcionales, junto con los servicios turísticos requeridos para su operación, para motivar por sí mismo el viaje de turistas. Por el contrario, lo frecuente es encontrarnos con que atractivos y servicios turísticos se encuentren dispersos en un espacio que abarca diferentes unidades político-administrativas, especialmente cuando los atractivos principales son naturales y culturales. Esta diversificación de oferta turística en áreas rurales, con un centro principal que tiene cierto desarrollo de bienes y servicios turísticos, conformando un sistema, es lo que se denomina destino turístico.

El turista percibe al destino como una experiencia global (con una oferta diversa que motiva el viaje), pero para ello se ha de integrar servicios y productos y, por tanto, desarrollar una planificación integral y un sistema de gestión eficiente y representativa. Es, precisamente, esta visión de sistema, a estructurar y organizar, lo que puede hacer más competitivo un destino turístico.

Con esta aclaración, el Plan Estratégico de Turismo para las APM Ibare-Mamo-

ré y Gran Mojos (PET IM-GM) incluye como espacios de planificación estas dos áreas protegidas municipales y la capital departamental (con sus alrededores). Dentro de estas unidades administrativas gestionadas por sus respectivos gobiernos municipales hay que incluir a las comunidades indígenas y campesinas con sus sistemas propios de organización y de toma de decisiones.

Un Plan Estratégico de Turismo, además, debe impulsar la sostenibilidad de manera integral, por tanto, incorporar de forma coherente a la propuesta de desarrollo turístico las estrategias de conservación y desarrollo de las áreas protegidas y pueblos indígenas que se encuentran en ese espacio.

En este sentido, el PET IM-GM propone, por un lado, una estrategia de desarrollo turístico, enmarcada en las políticas nacionales para el sector, que define las políticas, objetivos y acciones estratégicas principales para la actividad en los próximos 10 años para los actores públicos, comunitarios y privados, junto con una relación de nuevas propuestas turísticas y la renovación de las ya consolidadas, sustentadas en las tendencias de mercado, que permite innovar, actualizar y ampliar la limitada y poco atractiva oferta actual. Pero, por otro, presenta un aspecto esencial para el desarrollo turístico, la forma cómo debe realizarse la actividad, y en este sentido se han de producir cambios sustanciales de concepto que dirijan la actividad hacia los principios del turismo sostenible, entendiendo que la competitividad y los objetivos de conservación natural y cultural, desarrollo económico y sociocultural están íntimamente relacionados con la satisfacción de la experiencia turística del visitante, por lo que deben ser incorporados a la operación turística y su estrategia de promoción y mercadeo.

La estructura operativa para la elaboración del PET IM-GM se ha sustentado en la creación de un Consejo de Turismo Municipal en Trinidad (CMTT) y Loreto (CMTL), conformados por los representantes públicos, comunitarios y privados de cada municipio, como establece la norma, que deben formalizarse para la posterior implementación del plan estratégico e, idealmente, constituir un Consejo de Turismo del Destino (CTD) para proyectar esa visión de destino en la planificación turística regional.

Con estos principios y concepción de la actividad turística, los gobiernos autónomos municipales de Trinidad y Loreto, junto con los múltiples actores comunitarios y privados que participan de la actividad turística y el apoyo de Wildlife Conservation Society (WCS Bolivia), en el marco del Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos (GTLM), decidieron elaborar el Plan Estratégico de Turismo para las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos.

## **1.2. Marcos conceptual y metodológico**

### **1.2.1. Marco conceptual**

La actividad turística es creciente en Bolivia, tanto en turismo internacional como interno (INE, 2020a). Los ingresos generados por turismo han aumentado a un ritmo superior al 10% en el periodo 2006-2019, hasta alcanzar los 837 millones de dólares en 2019, convirtiéndose en el cuarto producto de exportación más importante del país (Andersen y Gonzales, 2020).

A pesar de estos buenos datos, si comparamos con países del entorno, el crecimiento sigue siendo lento para las potencialidades que Bolivia alberga. Una serie de factores explican esta situación (bajo desarrollo empresarial, falta de infraestructuras, carencia de políticas públicas de impulso a la actividad, etc.); elementos que podemos reunir en la falta de una adecuada planificación turística junto con una insuficiente organización intergubernativa e intersectorial.

La actividad turística, por la cantidad y diversidad de actores que participan (empresas, proveedores, transporte, población, turistas, etc.) y los requerimientos de bienes y servicios que demanda, depende de diferentes niveles del Estado

(infraestructuras, energía, salud, etc.) y empresas privadas (medios de transporte, comunicación, bancos, etc.), haciendo que sea una de las actividades productivas más complejas que existen y, por tanto, imprescindible su planificación si se desea su desarrollo ordenado.

El Ministerio de Culturas y Turismo (2016a) indica que la planificación estratégica en turismo debe permitirnos:

- Generar productos competitivos en el mercado turístico.
- Lograr un incremento continuado del flujo de visitantes.
- Optimizar la rentabilidad de los recursos turísticos empleados y conservarlos en el tiempo.
- Ofrecer un esquema equitativo de costes y beneficios para los actores.
- Obtener los mejores niveles de satisfacción del turista.
- Generar prosperidad a la población local.
- Contribuir a la estrategia de competitividad del destino.
- Establecer una visión común entre los actores, con una dirección clara y compromisos definidos.
- Capacidad para adaptarnos con rapidez a los cambios en la demanda turística.

En definitiva, la planificación estratégica, evaluando las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas identificadas en un destino turístico, debe proponer una estrategia de desarrollo turístico sostenible, que prevenga los impactos negativos que la actividad puede provocar (en lo económico, lo sociocultural y sobre el medioambiente) y promueva el máximo beneficio para la población local, proponiendo productos turísticos que tengan mercados objetivos localizados y factibles, con capacidad de adaptarse a las tendencias del turismo nacional y mundial.

Para ello, la planificación estratégica debe determinar los “objetivos que desean alcanzar en conjunto los actores involucrados y que conciernen a un territorio determinado” (MCyT, 2016a: 7). A través de esta identificación conjunta de objetivos se deben alcanzar dos elementos clave para el Plan Estratégico de Turismo y su implementación: 1) Determinar metas, acciones y estrategias que guíen a los diferentes actores en sus actividades; 2) Generar un marco conceptual que oriente la toma de decisiones para generar los cambios deseables.

En este destino encontramos, por un lado, dos áreas protegidas municipales, con atractivos turísticos naturales y culturales, que demandan generar los instrumentos de ordenamiento para la actividad (espacial y normativo) y establecer las herramientas de seguimiento a la sostenibilidad, al tiempo que se crea un sistema concertado de gestión turística. Por otro lado, hay un centro urbano importante que si bien opera como centro de recepción y distribución de visitantes, también es emisor hacia estos espacios periféricos y tiene, al mismo tiempo, una dinámica turística propia no necesariamente vinculada a estas áreas protegidas por los flujos de visitantes que recibe motivados en gestiones administrativas, negocios, compras, etc., propios de una capital departamental.

En esta situación, los conceptos clave que se emplean para el PET IM-GM y guían su visión son:

**Áreas protegidas (AP):** áreas naturales con o sin intervención humana, declaradas bajo protección del Estado mediante disposiciones legales, con el propósito de conservar la flora y la fauna silvestre, recursos genéticos, ecosistemas naturales, cuencas hidrográficas y valores de interés científico, estético, histórico, económico y social, con la finalidad de preservar el patrimonio natural y cultural del país (Art. 60, Ley 1333 de Medio Ambiente, 1992).

**Área protegida municipal (APM):** área protegida que se encuentra dentro de una jurisdicción municipal, cuya gestión compete exclusivamente al gobierno

autónomo municipal (Art. 385, numeral 11 de la Constitución Política del Estado, 2009).

**Certificación:** procedimiento destinado a que un organismo independiente y autorizado valide o dictamine la calidad del sistema aplicado por una organización, partiendo y verificando si cumple o no lo dispuesto por un determinado referencial o modelo de calidad, reconocido y oficial. Es un proceso de evaluación de conformidad, que da como resultado un informe escrito en relación a un producto, una persona o una organización, asegurando que responda a ciertos requisitos, características y/o exigencias (<https://www.iso.org/fr/certification.html>).

**Destino turístico:** la Ley N° 292 (Ley General de Turismo “Bolivia te espera”) define destino turístico como el “espacio o área geográfica con límites de naturaleza física donde se desarrollan los productos turísticos para el aprovechamiento del turista, que conforman el Destino Bolivia” (artículo 6, inciso c).

**Ecoturismo:** actividad turística que se desarrolla en ambientes naturales bien conservados o en recuperación, responsable y ético, que busca la sensibilización y educación ambiental de los visitantes, promoviendo la protección y valorización del medio natural y cultural, mejorando las condiciones de vida de la población local. Sus principios son: a) minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad; b) construir respeto y conciencia ambiental y cultural; c) proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones; d) proporcionar beneficios financieros directos para la conservación; e) proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local; f) crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones; g) apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales (en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_ecologico](https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_ecologico)). Estos principios son coincidentes con los que se han formalizado y estructurado a nivel mundial con los Criterios Globales de Turismo Sostenible.

**Plan de manejo:** instrumento de planificación, fundamental para el ordenamiento espacial, que coadyuva a la gestión y conservación de los recursos dentro de las áreas protegidas. Contiene las directrices, lineamientos y políticas para la administración del área, modalidades de manejo, asignación de usos y actividades permitidas (Reglamento General de Áreas Protegidas [RGAP], 1997).

**Turismo de aventura:** modalidad de turismo de naturaleza caracterizada por la búsqueda del riesgo controlado y diferentes niveles de intensidad de esfuerzo físico requerido a quienes lo practican. Las actividades del turismo de aventura son, entre otros, ciclismo, senderismo, canotaje, espeleología, montañismo.

**Turismo científico:** modalidad que involucra rutinas organizadas y guiadas por científicos naturalistas u otros expertos para actividades de investigación. Puede contemplar cursos, talleres y otros semejantes en los cuales no está permitido hacer colectas de flora, fauna u otros recursos naturales sin autorización específica de la autoridad competente.

**Turismo de *birdwatchers*** (aviturismo): actividad de observar e identificar aves en sus hábitats naturales (Sekercioglu, 2002). Sus características principales son: a) la atracción principal son las aves; b) Visitas a lugares alternativos (fuera de los circuitos masificados); c) sus destinos principales son áreas naturales en buen estado de conservación; d) el observador de aves se traslada de un sitio a otro con más frecuencia que un turista convencional y pasa más días en promedio en el país o región visitada; e) tiene un alto nivel de conocimiento y respeto por el medio ambiente; f) al aviturista le agrada que los beneficios de su visita se dirijan

a la conservación y a la población local; g) están dispuestos a que su estadía sea en condiciones más básicas y menos servicios (Ecoclub de la IEP “Americano” de Piura, 2008). Esta modalidad de turismo tiene cada vez más demanda, sobre todo de países del centro y norte de Europa, que están acudiendo a zonas especiales de protección de aves y a lugares con poblaciones importantes de aves en peligro de extinción, poco abundantes, o de algún interés especial.

**Turismo comunitario:** es la relación directa del emprendimiento y la comunidad con los visitantes desde una perspectiva plurinacional e intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de sus recursos naturales, la valoración de los patrimonios culturales y territoriales, de las naciones y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados para el “vivir bien” (MCyT, 2015).

**Turismo cultural:** modalidad de turismo que resalta los aspectos culturales, tangibles e intangibles, de un destino, sean arqueológicos, históricos, artísticos o las culturas, costumbres y tradiciones de pueblos indígenas. Es un tipo de turismo que debe reflejar, en su planeamiento, organización, administración y gestión, la cultura y sistemas organizativos propios. Normalmente, este tipo de turismo suele combinar estos atractivos con otras motivaciones, lo que lo hace muy flexible y competitivo.

**Turismo de naturaleza:** tipo de turismo en el que la visita, conocimiento y disfrute de los recursos naturales es el factor principal que genera el desplazamiento de las personas, fundamentada en la oferta de atractivos naturales de flora, fauna, y todo lo relacionado con los paisajes que existen dentro de las áreas protegidas y sus zonas de influencia.

**Turismo de pesca deportiva:** según el Reglamento de Pesca y Acuicultura (D.S. 22581, Art. 30 inc. c), se considera pesca deportiva “la realizada por personas naturales con fines de recreación, cuyo producto no está autorizado para su comercialización”. En los últimos años, la pesca deportiva se ha dirigido a la pesca sin muerte, o pesca y suelta, que se caracteriza por la devolución de los peces al agua.

**Turismo sostenible:** aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía para la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (OMT, 1999 en: <https://www.unwto.org/es/omt>).

**Zonificación:** es el ordenamiento del uso del espacio con base en la singularidad, fragilidad, potencialidad de aprovechamiento sostenible, valor de los recursos naturales del área y de los usos y actividades a ser permitidos, estableciendo zonas sometidas a diferentes restricciones y regímenes de manejo a través de las cuales se espera alcanzar los objetivos de la unidad, guardando estrecha relación con los objetivos y categorías del área protegida (RGAP, 1997).

### 1.2.2. Marco metodológico

La base metodológica empleada para la elaboración del PET IM-GM es la establecida en el documento *Estudio apoyo al desarrollo de planes estratégicos sectoriales de turismo a nivel municipal* (MCyT, 2016a), que sigue los principios de planificación y líneas estratégicas establecidas en el Plan Nacional de Turismo (PLANTUR) (MCyT, 2015).

Se han mantenido los tres pasos metodológicos indicados en el documento, pero al elaborar un plan estratégico para un destino, que abarca dos municipios, con dos áreas protegidas municipales, múltiples comunidades indígenas y campesinas (algunas con actividad turística) y propietarios privados de estancias ganaderas, se han hecho algunos ajustes a esta metodología.

Velando por la protección de la integridad cultural, social y económica de los pueblos indígenas, garantizando su derecho a la participación y autodeterminación a decidir sobre actividades y proyectos que vayan a realizarse en sus territorios, tanto en su formulación como aplicación y evaluación, se ha desarrollado un proceso de consulta previa con la participación efectiva de las comunidades y sus organizaciones representativas.

La visión de destino trasciende los espacios municipales, de las APM, comunidades y propiedades privadas; por tanto, las prioridades de políticas o acciones finalmente propuestas deben responder a una estrategia colectiva capaz de identificar dónde, cuándo y cómo deben desarrollarse bienes y servicios turísticos, productos, normativa, etc., más allá de los ámbitos jurisdiccionales.

### **Momento 1. Organización del proceso:**

- a. Identificación de actores: sobre la matriz de identificación y caracterización de actores propuesta en la metodología se ha incorporado la influencia o autoridad que pueden ejercer a nivel municipal o de destino. Este aspecto es relevante para la definición e implementación de políticas y acciones estratégicas que pueden tener diferentes ámbitos espaciales y jurisdiccionales de aplicación, así como para la definición de la instancia de participación social que participa en la elaboración del Plan Estratégico de Turismo y su posterior implementación.
- b. Conformación de los consejos municipales de turismo: como parte del proceso de elaboración del PET IM-GM, se organizaron los consejos municipales de turismo de Trinidad y Loreto, instancias de consulta y participación de los actores locales. Además de las funciones ya establecidas en la norma para los consejos de coordinación sectorial de turismo, se deben asignar competencias de seguimiento, monitoreo y evaluación para la implementación del Plan Estratégico de Turismo. A partir de estos consejos municipales, se anunció la formación futura de un Consejo de Turismo para el destino turístico.
- c. Diagnóstico: realizado con base en la revisión de información secundaria existente para la región y, específicamente para la actividad turística, sistematizando datos estadísticos de distintas fuentes y recogiendo información primaria mediante talleres y reuniones de consulta con actores relevantes para el desarrollo de la actividad (gobiernos municipales, comunidades, prestadores de servicios turísticos, etc.).

### **Momento 2. Formulación de la propuesta estratégica de turismo:**

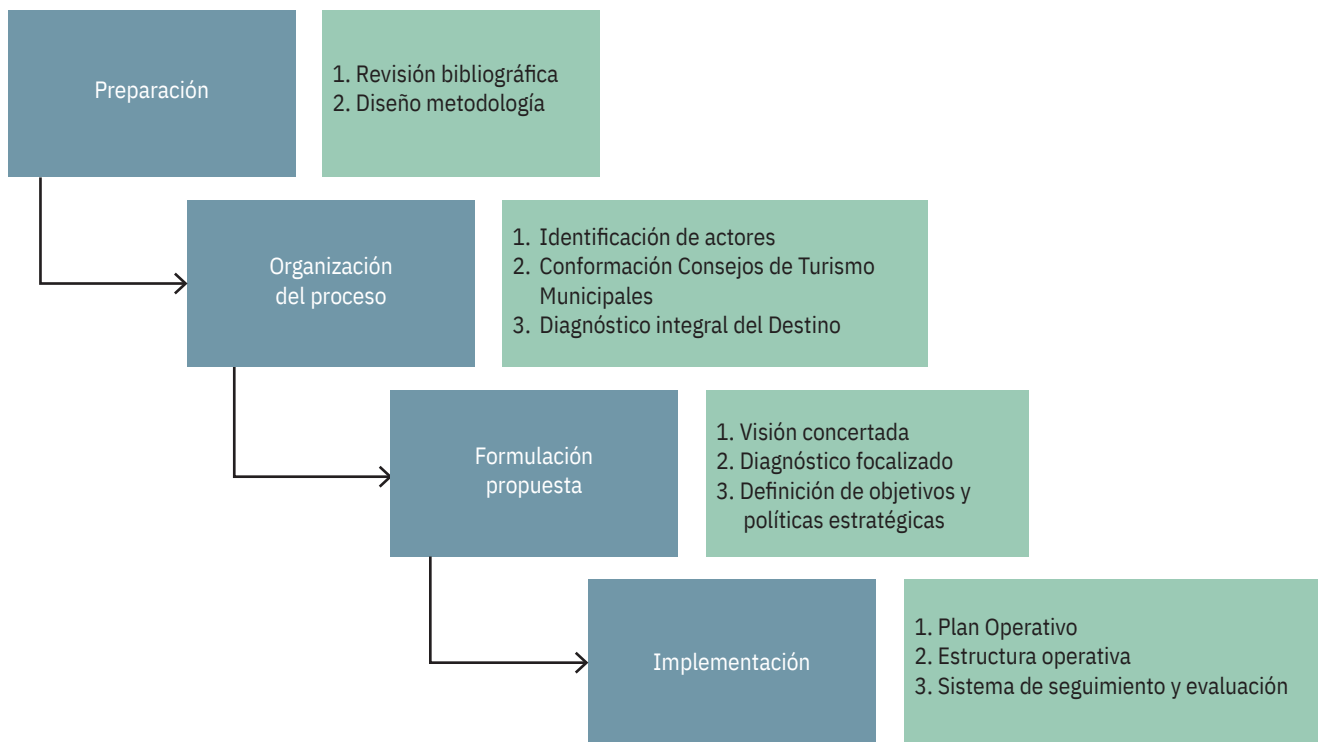
- a. Planteamiento de la visión: en la visión para el desarrollo turístico del destino se han recogido las diferentes percepciones y expectativas de los distintos actores sobre la actividad, definiendo una visión conjunta que expresa la situación ideal a alcanzar.
- b. Elaboración del diagnóstico focalizado: siguiendo los mandatos establecidos en el PLANTUR, se plantea la meta a alcanzar, los problemas y debilidades para lograrlo y el rol que pueden cumplir los consejos municipales de turismo para superar la situación.
- c. Definición de políticas y objetivos estratégicos: partiendo de la visión concertada y el diagnóstico focalizado, se han definido los objetivos y acciones prioritarios para el destino mediante talleres de consulta y validación.



### Momento 3. Implementación de la propuesta estratégica de turismo:

- a. Plan operativo: las matrices en las que se han definido las acciones estratégicas, responsables e indicadores de seguimiento, han mantenido la estructura propuesta en el documento metodológico de referencia del Ministerio de Culturas y Turismo. El procedimiento de trabajo fue rellenarlas con la información extraída del diagnóstico y de la matriz de formulación estratégica para proceder, en talleres de consulta, a su revisión, complementación y validación.
- b. Estructura institucional y operativa: la propuesta de estructura institucional y operativa para la implementación del Plan Estratégico de Turismo se enmarca en el sistema de gestión del destino, liderado por los consejos municipales de turismo.
- c. Sistema de seguimiento y evaluación: para facilitar el trabajo de seguimiento y evaluación de los consejos municipales de turismo se han elaborado matrices que permitirán ver, de manera sencilla, el grado de cumplimiento de las acciones comprometidas.

FIGURA 1. Proceso metodológico de elaboración del Plan Estratégico de Turismo IB-GM



Fuente: elaboración propia con base en MCyT (2016a).

El proceso de consulta a actores para la elaboración del PET IM-GM se desarrolló inicialmente en cada municipio mediante talleres con actores clave, siguiendo los protocolos de bioseguridad establecidos por la situación de pandemia. En este proceso, se ha ido modelando y organizando sus respectivos consejos municipales de turismo, al tiempo que se iban trabajando en los diferentes pasos metodológicos establecidos.

En total, se realizaron cuatro talleres de planificación con el Consejo Municipal de Turismo de Trinidad (18 de agosto, 8 de septiembre, 22 de septiembre, 6 de octubre) y dos con el de Loreto (11 y 17 de noviembre), precedidos de varias reuniones con responsables de la Dirección Municipal de Turismo (DMT) y/o de sus APM. Además, se realizó un taller de capacitación a técnicos comunales de la Subcentral de Comunidades Indígenas Ribereñas del Río Mamoré (5 de septiembre) para identificar interés en la

actividad turística, atractivos y condiciones básicas, encuestas que se llevaron a cabo a través del Grupo de Trabajo de los Llanos de Moxos (GTLM) entre septiembre y octubre de 2021. Para la aprobación y validación del PET IM-GM se realizaron talleres en Trinidad (21 de abril de 2022) y Loreto (29 de abril de 2022) para una mejor comprensión e interiorización de la propuesta por los actores locales.

Un tema fundamental, también tratado en los diferentes talleres, son los modelos de gestión empresarial que podrían dar viabilidad a los diferentes emprendimientos de turismo, considerando el bajo desarrollo empresarial y de conocimiento que hay sobre la actividad entre varios de los actores más relevantes (comunidades, propietarios ganaderos). Al respecto, el modelo económico establecido en la Constitución Política del Estado (CPE) permite un amplio abanico de opciones, desde lo público, comunitario y privado, a alianzas público-privado, público-comunitario, comunitario-privado, etc. Estos modelos deberán aplicarse con relación a las necesidades de los productos turísticos propuestos (inversiones necesarias, capacidades existentes, acceso a mercados, etc.), integrándolos a la estructura territorial, ambiental y sociocultural donde se vaya a desarrollar la actividad turística, enmarcados en la planificación y ordenamiento territorial turístico. Este aspecto es ampliado en el capítulo 3 (Desarrollo de productos).

Ara g<sup>l</sup>aucogularis, Steffen Reichle / Asociación Armonía



## 1.3. Contexto, caracterización y descripción

### 1.3.1. Marco normativo-competencial y político-institucional

#### 1.3.1.1. Marco normativo-competencial

La Constitución Política del Estado (CPE, 07 de noviembre de 2009) es la norma suprema del ordenamiento jurídico nacional y de las competencias y atribuciones atribuidas por ella y la ley a las diferentes jurisdicciones territoriales. Por tanto, todos los textos con rango de ley que desarrollen su contenido deben ceñirse a su espíritu y principios.

En la Ley Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Ibáñez” (Ley N° 031, del 19 de julio de 2010) se regula el régimen de autonomías y las bases de la organización territorial del Estado.

En este sentido, es importante conocer las competencias que tienen las diferentes entidades territoriales autónomas (ETA), ya que definen y delimitan el alcance de sus políticas. Las competencias pueden ser:

- a. Competencias exclusivas:** aquellas en las que un nivel de gobierno tiene las facultades legislativa, reglamentaria y ejecutiva sobre una determinada materia, pudiendo transferir y delegar estas dos últimas.
- b. Competencias privativas:** aquellas cuya legislación, reglamentación y ejecución no se transfiere ni delega, y están reservadas para el nivel central del Estado.
- c. Competencias concurrentes:** la legislación corresponde al nivel central del Estado y los otros niveles ejercen simultáneamente las facultades reglamentaria y ejecutiva.
- d. Competencias compartidas:** aquellas sujetas a una legislación básica de la Asamblea Legislativa Plurinacional, cuya legislación de desarrollo corresponde a las entidades territoriales autónomas, de acuerdo con sus características y naturaleza. La reglamentación y ejecución corresponderá a las entidades territoriales autónomas.

Las competencias exclusivas de los gobiernos municipales están establecidas en el artículo 302, parágrafo I, de la CPE, y son detalladas en la Ley 031 entre los artículos 81 y 100. Entre estas competencias destacan, por lo que influye en la actividad turística: planificar y promover el desarrollo humano; preservar, conservar y contribuir a la protección del medio ambiente; elaborar sus planes de ordenamiento territorial; estadísticas municipales; áreas protegidas municipales; promoción y conservación de la cultura, patrimonio cultural, histórico, artístico, monumental, arquitectónico, arqueológico, tangible e intangible municipal; políticas de turismo local; empresas públicas municipales; aseo urbano; servicios básicos.

En materia de turismo dos son las normas fundamentales en las que se establecen las competencias exclusivas de cada nivel del Estado, la ya mencionada Ley Marco de Autonomías, en el artículo 95, y la Ley General de Turismo (N° 292, del 25 de septiembre de 2012), en los artículos 20 y 21:

TABLA 1: Competencias exclusivas en turismo por nivel del Estado

LEY MARCO DE AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN	
Nivel central del Estado	1. Elaborar las políticas generales y el régimen de turismo.
	2. Elaborar e implementar el Plan Nacional de Turismo en coordinación con las entidades territoriales autónomas.
	3. Promover y fomentar los emprendimientos de las comunidades indígena originario campesinas y organizaciones de la sociedad civil, para que desarrollen actividades turísticas en coordinación con las instancias correspondientes.
	4. Establecer y desarrollar un sistema de categorización, registro y certificación de prestadores de servicios turísticos, definiendo mediante reglamentación expresa las responsabilidades de las entidades territoriales autónomas en la administración de dichos registros y la correspondiente certificación.
	5. Establecer y desarrollar un sistema de información sobre la oferta turística nacional, la demanda y la calidad de actividades turísticas, definiendo mediante reglamentación expresa, las responsabilidades de las entidades territoriales autónomas en la administración e integración de la información correspondiente.
	6. Formular, mantener y actualizar el catálogo turístico nacional en coordinación con las entidades territoriales autónomas.
	7. Velar por la defensa de los derechos de los usuarios de servicios turísticos y de los prestadores de servicios legalmente establecidos.
	8. Autorizar y supervisar a las operadoras de servicios turísticos, la operación de medios de transporte aéreo con fines turísticos, así como las operaciones de medios de transporte terrestre y fluvial cuyo alcance sea mayor a un departamento.
Gobierno autónomo departamental	1. Elaborar e implementar el Plan Departamental de Turismo en coordinación con las entidades territoriales autónomas.
	2. Establecer las políticas de turismo departamental en el marco de la política general de turismo.
	3. Promoción de políticas del turismo departamental.
	4. Promover y proteger el turismo comunitario.
	5. Supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos, con excepción de aquellos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal; preservando la integridad de la política y estrategias nacionales de turismo.
	6. Establecer y ejecutar programas y proyectos para emprendimientos turísticos comunitarios.
	7. Velar por la defensa de los derechos de los usuarios de servicios turísticos y de los prestadores de servicios legalmente establecidos.
	8. Autorizar y supervisar a las operadoras de servicios turísticos, la operación de medios de transporte aéreo con fines turísticos, así como las operaciones de medios de transporte terrestre y fluvial en el departamento.
Gobierno autónomo municipal	1. Elaborar e implementar el Plan Municipal de Turismo.
	2. Formular políticas de turismo local.
	3. Realizar inversiones en infraestructura pública de apoyo al turismo.
	4. Supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal, preservando la integridad de la política y estrategias nacionales de turismo.
	5. Establecer y ejecutar programas y proyectos que promuevan emprendimientos turísticos comunitarios.

LEY GENERAL DE TURISMO	
Nivel central del Estado	1. Autorizar y supervisar el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos que desarrollen actividades en más de un departamento.
	2. Llevar un registro de los prestadores de servicios turísticos establecidos en el territorio nacional.
	3. Categorizar y clasificar a todos los prestadores de servicios turísticos registrados a nivel nacional.
	4. Certificar la calidad de todos los prestadores de servicios turísticos registrados a nivel nacional.
Gobierno autónomo departamental	1. Autorizar el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos que desarrollen actividades en el departamento.
	2. Registrar en el sistema administrado por la autoridad competente en turismo, a los prestadores de servicios turísticos establecidos en el departamento.
	3. Controlar el funcionamiento de los servicios turísticos, con excepción de aquellos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal; preservando la integridad de la política y estrategias nacionales de turismo.
	4. Remitir información actualizada a la autoridad competente en turismo, referida a los prestadores de servicios turísticos establecidos en el departamento, conforme a reglamento.
	5. Remitir información actualizada a la autoridad competente en turismo, referida a los prestadores de servicios turísticos establecidos en el departamento, conforme a reglamento.
Gobierno autónomo municipal	1. Los gobiernos autónomos municipales, en el marco del Sistema de Registro, Categorización y Certificación, tienen la responsabilidad de supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal.
	2. Los gobiernos autónomos municipales, a fines de registro y a solicitud de la autoridad competente en turismo o del gobierno autónomo departamental, remitirán información actualizada referida a los prestadores de servicios turísticos establecidos en su municipio, conforme a reglamento.
	3. En el marco del artículo 298, párrafo II, numeral 37 de la Constitución Política del Estado, las entidades territoriales autónomas en el ejercicio de sus competencias, aplicarán las disposiciones regulatorias emitidas por la autoridad competente en turismo, de acuerdo con el artículo 24 de la presente ley.

Fuente: elaboración propia con base en la Ley Marco de Autonomías, (2010), y la Ley General de Turismo, (2012).

El Reglamento General de la Ley 292 (D.S. N° 2609 del 25 de noviembre de 2015) se centra en ordenar la actividad turística mediante la creación del Sistema de Registro y Categorización de Servicios Turísticos, la certificación de los mismos, la oferta y demanda turística, sistema de información estadística, etc.; es decir, aspectos relacionados directamente con la calidad turística y, por tanto, con su imagen (Marca País y Destino Bolivia) y la estrategia de promoción y mercadeo, bases para su competitividad.

En 2018 comenzó la aplicación del Reglamento de Registro y Categorización de Prestadores de Servicios Turísticos mediante la plataforma SIRETUR (Sistema de Registro Turístico) y los módulos de categorización de servicios turísticos. A partir de ese momento, todos los prestadores de servicios turísticos del país estuvieron obligados a registrarse y cumplir con los requisitos para obtener una categoría unificada a nivel nacional, semejante a los sistemas de categorización internacionales. Este sistema estuvo operativo hasta octubre 2019, desde entonces la plataforma SIRETUR no se ha vuelto a activar, dejando a las emisiones y renovaciones de las licencias de funcionamiento en un vacío hasta ahora.

Dentro de este desarrollo normativo-competencial, en el Beni se aprueba la Ley Departamental de Turismo (N° 79 de 16 de marzo de 2018) y su Reglamento de Licencia de Funcionamiento y Control de Prestadores de Servicios Turísticos, con los que se regula las competencias atribuidas en la legislación. En resumen, en cuanto a legislación y competencias en turismo, se ha estructurado en los últimos seis años un sistema estatal que otorga ciertos niveles de autonomía en cuanto a la planificación, normativa específica e inversión pública local, con es-

casas competencias para los municipios relacionadas con el sistema de registro, categorización y control de los servicios turísticos.

Sin embargo, hay que considerar que en el artículo 4 (Turismo ambientalmente sustentable) del Reglamento General de Turismo se indica que *“Las actividades turísticas se encuentran obligadas a desarrollarse en sujeción al ordenamiento jurídico relativo a la Madre Tierra, el Medio Ambiente, la Biodiversidad y las Áreas Protegidas”*, por tanto, además de consolidar la visión de sustentabilidad establecida en la CPE para esta actividad, aclara que las áreas protegidas poseen un orden jurisdiccional especial, acorde a la Ley 1333.

En este sentido, el Reglamento General de Áreas Protegidas (RGAP; D.S. 24781, del 31 de julio de 1997), define las atribuciones y funciones de la Autoridad Nacional en las áreas protegidas nacionales, que son las mismas que aplican a las áreas protegidas de carácter subnacional. En el Reglamento General de Operaciones Turísticas en Áreas Protegidas (RGOTAP; D.S. 28591 del 17 de enero de 2006), se regula la gestión del turismo dentro de las áreas protegidas. Desglosa el desarrollo de actividades, obras de infraestructura, operaciones y prestación de servicios de carácter turístico, así como el correspondiente régimen de ingresos económicos por actividades de turismo que se realicen en las mismas.

Por tanto, para las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos, si bien deben respetar los marcos generales establecidos en las leyes 031 y 292 con su respectiva reglamentación, tienen las atribuciones para desarrollar los instrumentos normativos y de planificación turística que las encaminen al cumplimiento de sus objetivos de conservación y desarrollo sostenible, al mismo tiempo que establecen los niveles de coordinación con los otros niveles del Estado para el desempeño de sus funciones específicas.

Además, debe considerarse en el marco normativo la presencia de comunidades indígenas en ambas áreas protegidas. La CPE indica, en cuanto a pueblos indígenas, en el artículo 2, que se garantiza la libre determinación de los pueblos indígena originario campesinos y su *“derecho a la autonomía, al autogobierno, a su cultura, al reconocimiento de sus instituciones y a la consolidación de sus entidades territoriales, conforme a esta Constitución y la ley”*.

Si bien no hay constituidas autonomías indígenas en el sentido administrativo establecido en la CPE dentro de este destino turístico, sí debe considerarse el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo Sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes (27 de junio de 1989), ratificado por Ley de la República N° 1257, en el que se establece: *“los estándares mínimos de respeto a los derechos de los pueblos indígenas, entre los que se incluyen la propiedad de sus tierras, los recursos naturales de sus territorios, la preservación de sus conocimientos tradicionales, la autodeterminación y la consulta previa”* (OIT, 2014). En el mismo sentido, la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas (7 de septiembre de 2007), también ratificada por Ley de la República N° 3760 (7 de noviembre de 2007), instituye en el artículo 32, numeral 1: *“Los pueblos indígenas tienen derecho a determinar y elaborar las prioridades y estrategias para el desarrollo o la utilización de sus tierras o territorios y otros recursos”*.

### 1.3.1.2. Marco político-institucional

La CPE dispone, en su artículo 337, párrafo I, que *“el turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo que tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente”*; y en el párrafo II, que *“el Estado promoverá y protegerá el turismo comunitario con el objetivo de beneficiar a las comunidades urbanas y rurales, y las naciones y pueblos indígena originario campesinos donde se desarrolle esta actividad”*. Esta calificación de actividad económica estratégica fue reflejada en el Plan de Desarrollo Económico Social 2016-2020 (Estado Plurinacional de Bolivia, 2016) que, para la actividad, establece como principales proyectos y logros para el 2020:

TABLA 2. Principales proyectos y logros para el 2020 establecidos en el periodo 2016-2020

Sector	Principales proyectos	Principales logros 2020
TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Complejos turísticos.</li> <li>• Diversificación de servicios de hospedaje.</li> <li>• Parques turísticos temáticos a nivel nacional.</li> <li>• Servicios turísticos: conectividad y accesibilidad turística; transporte turístico exclusivo; y desarrollo de capacidades.</li> <li>• Centros de convenciones.</li> <li>• Esparcimiento turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso generado por turismo receptivo: \$us 1.581 MM</li> <li>• Incremento del número de turistas extranjeros de 1,2 M a 2,6 M</li> <li>• Incremento del número de turistas nacionales: de 3,1 M a 4,5 M</li> </ul>

Fuente: PDES 2016-2020 (Estado Plurinacional de Bolivia, 2016).

Para el desarrollo de esta oferta turística y poder alcanzar los logros propuestos para el 2020 se planteó trabajar en cuatro componentes (MCyT, 2016b):

**e. Inversión privada:** enfocar la inversión privada para la generación de servicios de calidad que permitirían incrementar el gasto y la estadía del turista en los destinos prioritarios.

**f. Inversión pública:** esta inversión se debía orientar a generar infraestructuras de servicios de dinamización y diversificación de la oferta que permitan contar con alternativas de esparcimiento para aumentar el gasto y la estadía en los destinos turísticos. Al mismo tiempo, se plantea mejorar y facilitar las condiciones en seguridad jurídica, servicios básicos, incentivos y accesibilidad al crédito.

**g. Regulación:** con tres acciones principales: a) Regular al universo total de prestadores de servicios turísticos; b) Aprovechamiento de las áreas protegidas para el desarrollo turístico, para lo cual debe normarse el uso turístico en estos espacios; c) Generación de recursos económicos propios para turismo que otorguen sostenibilidad a las acciones del PLANTUR.

**h. Formación de capital humano:** desarrollando las carreras de turismo en las universidades del país y generando centros de formación específicos en niveles medios (guías, chefs, meseros/as, etc.).

En la práctica, de todos estos proyectos y logros propuestos, los avances más significativos se han dado en la regulación y elaboración de instrumentos de planificación. Por un lado, emanado del artículo 15 de la Ley 292 y de las políticas de los planes de desarrollo nacional, la Autoridad Nacional competente elabora el Plan Nacional de Turismo 2015-2020 y la Agenda Turística al 2025 (MCyT, 2015), principal instrumento de planificación turística nacional y marco de referencia para la elaboración de los planes estratégicos de turismo de las diferentes entidades territoriales autónomas (MCyT, 2016a). Por otro, como se ha comentado, con el D.S. N° 2609 se crea el Sistema de Registro y Categorización de Servicios Turísticos.

En cuanto a los logros esperados para 2020, aunque se ha ido produciendo un paulatino incremento anual de los flujos turísticos (internacional y nacional), junto con mayores ingresos generados por la actividad, frenados por los conflictos políticos de octubre de 2019 y la posterior expansión de la pandemia de Covid-19, los datos para 2018 y 2019 de turismo y movimiento económico promovido no parecen indicar que se fueran a lograr esas metas.

En el PDES 2021-2025 (MPD, 2021) la meta y resultados se presentan, sintetizados, en el siguiente cuadro:

TABLA 3. Principales resultados y metas para el 2025 establecidos en el periodo 2021-2025

Meta 3.4: Promover el desarrollo turístico del país con base en nuestra diversidad natural y cultural, promoviendo los emprendimientos, la iniciativa privada y las alianzas estratégicas			
RESULTADO	INDICADOR	LÍNEA BASE 2020	2025
Se ha mejorado el posicionamiento del destino turístico de Bolivia a nivel mundial	Índice Internacional de Competitividad de Viajes y Turismo <sup>1</sup>	Puntaje internacional: 3,50	Puntaje internacional: 3,70
Se cuenta con una estrategia para el desarrollo del turismo interno y de base comunitaria del país	Estadía promedio del turismo interno (nº de días)	5,1 días	7 días
	Flujo de visitantes por turismo interno	1,6 millones turistas nacionales (2019)	3,3 millones turistas nacionales
Se posicionó la imagen y marca turística “Destino Bolivia” del país como destino turístico prioritario a nivel mundial	Flujo de visitantes extranjeros	0,32 millones de visitantes extranjeros	1,3 millones de turistas extranjeros
	Estadía promedio del visitante extranjero (nº de días)	19 días	21 días
Se incrementó al menos un 10% el promedio de gasto turístico al interior del país, a través de la implementación de los 14 complejos turísticos	Gasto promedio turístico al interior del país por turista	Bs 638 de gasto promedio anual por persona por turismo interno (2019)	Bs 701 de gasto promedio anual por persona por turismo interno
	Gasto anual promedio turístico receptivo por turista	\$us 723,4 de gasto promedio anual por persona por turismo receptivo	\$us 796 de gasto promedio anual por persona por turismo receptivo

Fuente: PDES 2021-2025 (MPD, 2021).

No hay cambios significativos en los objetivos para el final del periodo de planificación, aunque es llamativo que se hayan reducido las expectativas de flujos de turismo interno y externo.

Considerando la presencia de dos áreas protegidas municipales en este destino, mencionar que el Plan Estratégico Institucional del SNAP (MMAyA, 2012) también prioriza el turismo como actividad estratégica para aportar a la conservación de estos espacios y al desarrollo económico y social de las comunidades.

En el Plan Territorial de Desarrollo Integral (PTDI) del Beni (GAD Beni, 2016) se menciona que, de acuerdo con la Cumbre de Turismo celebrada en Rurrenabaque en 2016, el departamento debía priorizar en los próximos años tres destinos turísticos: i) Rurrenabaque: Madidi-Pampas, ii) Iténez y el destino conformado por iii) Trinidad-Loreto-San Ignacio de Mojos, que combinaría atractivos naturales y culturales (arqueología precolombina, misional y de culturas vivas) con buen potencial.

Como objetivo estratégico, el PTDI propone: *Convertir al Beni en un destino turístico consolidado que se integra y participa entre los grandes destinos turísticos nacionales.* Para ello, indica seis acciones o lineamientos: i) estructurando tres circuitos turísticos en el destino integrando los productos turísticos más competitivos dirigidos a segmentos de mercado medio-alto y alto; ii). involucrando las rutas de los TIOC de los pueblos indígenas en los destinos turísticos regionales; iii) fortaleciendo las capacidades técnicas de la dirección de turismo de la Gobernación; iv) aplicando un apoyo de promoción y marketing turístico desde la Gobernación; v) Integrando los proyectos departamentales con la estrategia nacional de turismo y vi) estableciendo el mejoramiento de aeropuertos en regiones estratégicas del departamento.

1 El Índice de Competitividad de Viajes y Turismo es una iniciativa del Foro Económico Mundial, realizada de forma bienal desde 2006, cuyo fin es medir los factores y políticas que hacen posible el desarrollo sostenible del sector turístico y que contribuyan directamente al desarrollo y competitividad de los países. El puntaje se valora de 1 a 7.



De todas estas acciones propuestas, además de los avances normativos mencionados (Ley Departamental de Turismo N° 79 y su Reglamento de Licencia de Funcionamiento y Control de Prestadores de Servicios Turísticos), se llegó a elaborar un plan estratégico de turismo para el destino Rurrenabaque: Madi-di-Pampas, pero no un instrumento de planificación similar para el área central del departamento; se mejoraron los aeropuertos de Rurrenabaque y del norte del departamento (Riberalta, Guayaramerín); se trabajó en la promoción e integración de circuitos; se hizo un fuerte esfuerzo de normalización de los prestadores de servicios turísticos tanto en Rurrenabaque como en el norte y el área central del departamento; y se apoyaron algunas iniciativas en proceso de consolidación en diferentes lugares del Beni.

A nivel municipal, el PTDI de Trinidad (GAM Trinidad, 2015), entre las 10 políticas municipales de desarrollo humano que establece, hace referencia al turismo en dos de ellas: i) fundar las bases para que el gobierno municipal fortalezca las iniciativas económicas de servicios para la ciudadanía y el turismo, y de facilidades mediante programas de capacitación a emprendedores que mejoren la calidad de los servicios ofertados; ii) generar alianza público privadas para el fomento del turismo y la atracción del flujo de viajeros al municipio. En las acciones propuestas para el periodo de gestión, se indican: a) incrementar con dos nuevas infraestructuras turísticas las ya existentes (había una para el 2015); b) alcanzar un flujo turístico de 28.000 visitantes entre extranjeros y nacionales; c) incrementar siete nuevas rutas (existía una); d) elevar a Ley Municipal la Ordenanza de creación del APM Ibare-Mamoré.; e) acciones de promoción.

En cuanto a Loreto, no hay un PTDI estructurado, pero para el Programa de Fomento y Desarrollo al Turismo hay una partida presupuestaria de Bs 25.000, destinados a funcionamiento operativo y publicidad. Sin embargo, en el documento de creación del APM Gran Mojos (GAM Loreto, 2017) sí se tiene definido como objetivo específico “Promover turismo sostenible de calidad en el APM”, con tres lineamientos estratégicos a 10 años: i) generar las infraestructuras y servicios necesarios para a actividad turística; ii) elaborar la estrategia de desarrollo turístico del APM; iii) elaborar y aplicar un sistema de Buenas Prácticas en turismo para ofrecer servicios turísticos de calidad y competitivos.

Los avances en ambos municipios no han sido uniformes. En Loreto prácticamente no se logró desarrollar ninguno de los lineamientos; mientras que en Trinidad, quizás no de manera suficientemente planificada, sí se generaron nuevas rutas (ciclorutas), se construyeron las infraestructuras propuestas en comunidades ribereñas del Mamoré e Ibare y se realizaron acciones de promoción. En cuanto al flujo turístico propuesto, a falta de datos específicos de visitación a los atractivos turísticos, es difícil valorar, pero contabilizando turistas extranjeros y nacionales que han ingresado a establecimientos de hospedaje en 2019 (3.450 y 53.377 respectivamente; INE, 2020b), pudiera parecer que se han superado ampliamente esas cifras. Sin embargo, como se analizará en el apartado 2.1.3., buena parte de esos alojados muy probablemente no llegaron con la intención de hacer turismo.

En el aspecto institucional, la norma establece que la autoridad nacional competente es el Ministerio de Culturas y Turismo, que ejerce sus funciones a través del Viceministerio de Turismo (art. 24, inciso I, Ley 292). A nivel departamental son las direcciones o secretarías de turismo; y en los municipios, sus respectivas direcciones municipales de turismo.

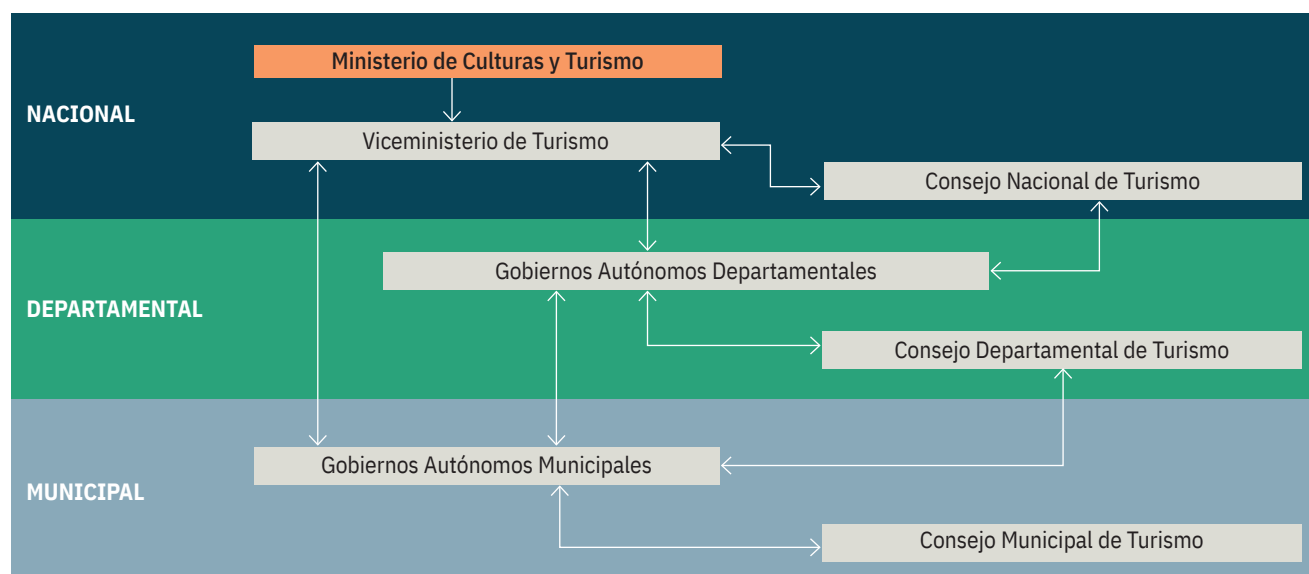
No obstante, uno de los pilares fundamentales en la gestión turística nacional, establecido en la Ley 031 y el PLANTUR, es la coordinación gubernativa e intersectorial, entendida como la relación armónica entre el nivel central del Estado y las entidades territoriales autónomas (ETA). Para ello, se elaboró el Reglamento de Conformación del Consejo de Coordinación Sectorial de Turismo (CCS-T), que tiene por objeto regular su organización, composición y funcionamiento.

Como establece la norma, estos consejos de coordinación sectoriales se deben desarrollar en los diferentes niveles autonómicos: Consejo Nacional de Turismo, en el que se encuentran la autoridad nacional y representantes de los nueve gobiernos autónomos departamentales; consejos departamentales de turismo en cada departamento, encabezado por cada gobierno departamental y con representación de cada uno de los gobiernos autónomos municipales, así como del sector (comunitario, privado, mixto o público), instancias de investigación, etc.; consejos municipales de turismo, encabezados por el gobierno autónomo municipal organizador y en el que están representados los diferentes sectores relacionados con la actividad turística, asesores externos, etc.

La labor de los consejos municipales de turismo es consultiva y propositiva para las entidades públicas de su territorio o el consejo departamental correspondientes y, de igual manera que en los consejos departamentales, participan los sectores locales implicados en el sector.

El sistema de coordinación y articulación turística se organiza bajo la estructura presentada en la Figura 2, en la que se representa, por cada gran ámbito territorial, el tipo de relación y de coordinación entre instancias en el marco del régimen de autonomía y el Sistema de Planificación Institucional del Estado (SPIE).

FIGURA 2. Marco institucional del régimen de turismo en Bolivia por ámbito territorial



Fuente: elaboración propia con base en PLANTUR (MCyT, 2015).

Por tanto, aunque las entidades territoriales autónomas pueden articular directamente entre sí y con la autoridad departamental y nacional, el sistema establecido pretende una relación más directa con los consejos sectoriales para operar de manera más eficiente y representativa al garantizar que prevalezcan los objetivos concertados entre todos los actores.

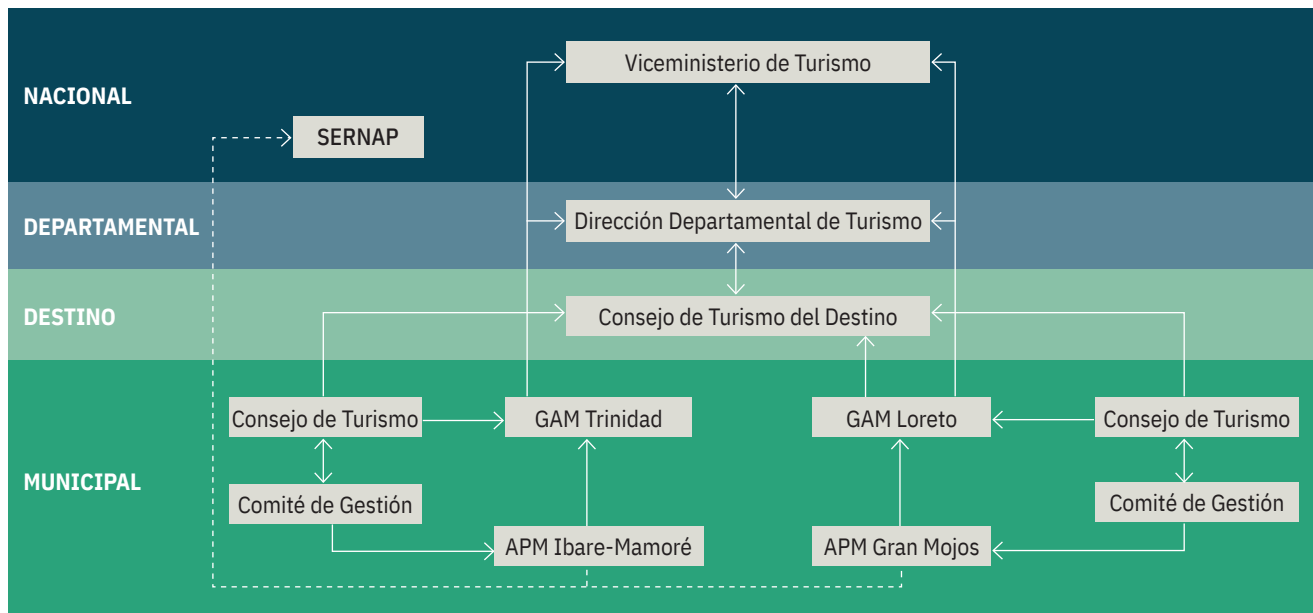
En la práctica, no se ha logrado estructurar el Consejo Departamental de Turismo, aunque se han hecho varios intentos para conformarlo; y las municipalidades del Beni tampoco han llegado a organizar sus consejos municipales de turismo; solo opera el Consejo de Turismo Sostenible del Destino Rurrenabaque: Madi-di-Pampas (CTSD). Es decir, las relaciones entre los diferentes niveles del Estado se hacen de manera directa, generalmente poco estructuradas y planificadas.

Si bien la estructura municipal sectorial debe organizarse y mantenerse, hay dos aspectos a considerar en la coordinación interinstitucional e intergubernativa de este espacio. Por un lado, se está planificando a nivel de un destino que engloba dos municipios y, por otro, que cada municipio tiene un área protegida

municipal, formalmente constituidas y reconocidas, que debieran tener organizados y operativos sus sistemas de participación social en la gestión de las mismas (comités de gestión) y, de alguna manera, algún tipo de articulación con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) a través del Servicio Nacional de Áreas Protegidas (SERNAP) para coordinar acciones enmarcadas en los objetivos planteados en el Plan Maestro del SNAP (MMAyA, 2012).

Con esta situación, la estructura organizativa y de coordinación debiera ser la siguiente:

FIGURA 3. Marco institucional y estructura de coordinación y articulación turística



Fuente: elaboración propia.

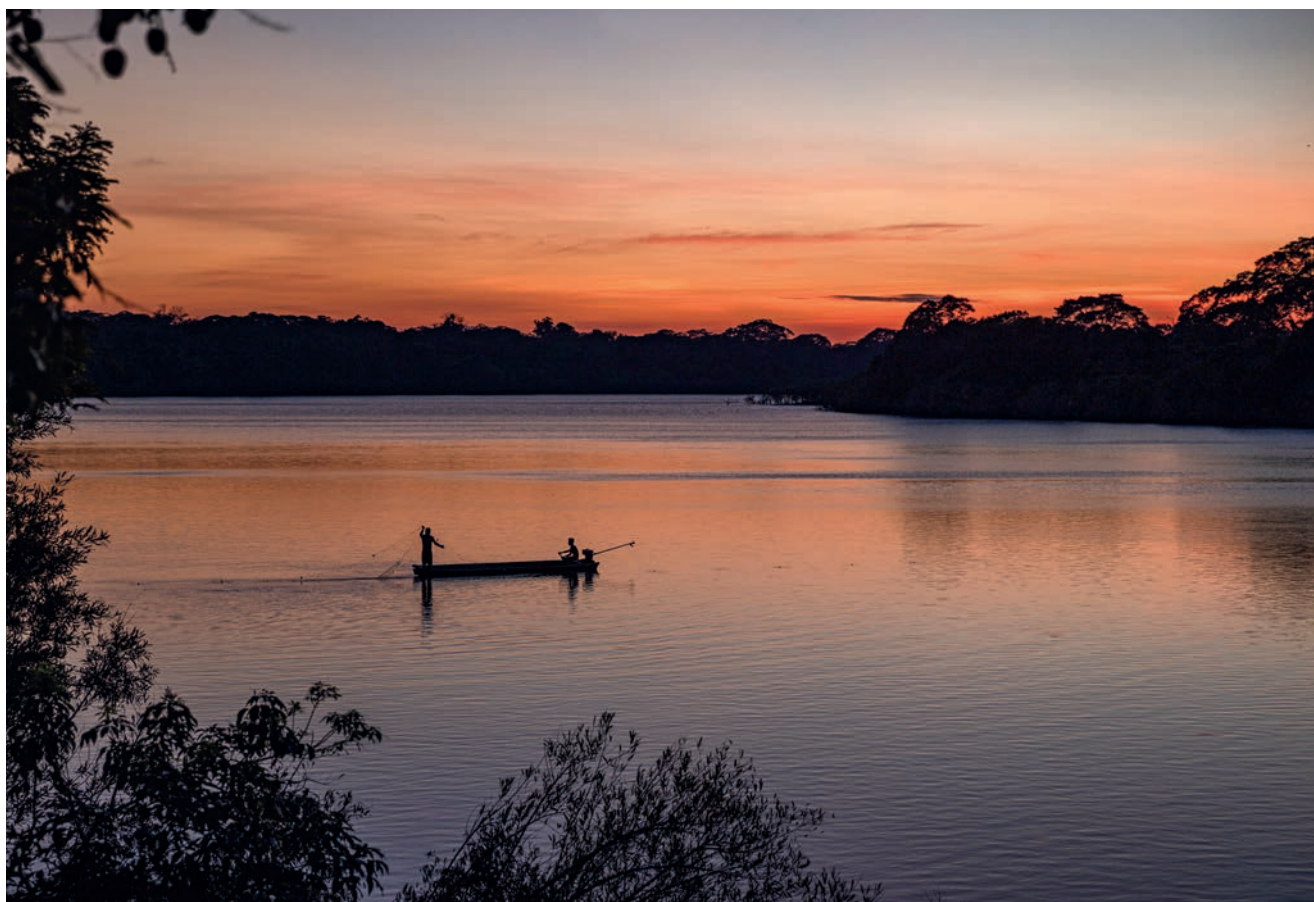
Sin embargo, hay importantes debilidades y carencias para el funcionamiento de esta estructura para el destino. Ninguno de los municipios posee normativa específica en turismo para sus espacios jurisdiccionales ni para sus áreas protegidas; no están bien delimitados los ámbitos competenciales entre gobiernos municipales, organizaciones comunitarias y las direcciones de las APM; ni están elaborados los instrumentos de gestión para las áreas protegidas (planes de manejo). Por otro lado, tampoco se dispone de una instancia intergubernativa sectorial consultiva de planificación para el nivel municipal ni para el destino que unifique los criterios y estrategias conjuntas para su desarrollo, ni un instrumento de planificación turística para el ámbito territorial del destino.

### 1.3.1.3. Conclusiones

Los marcos normativo-competencial y político-institucional existentes son favorables para el desarrollo de la actividad turística en ambos municipios y sus APM. La normativa sectorial y la estructura competencial, junto con la legislación complementaria (medio ambiental, áreas protegidas, desarrollo, etc.) ofrecen un marco adecuado para ordenar la actividad y generar los instrumentos de gestión y planificación necesarios.

En lo político, la actividad turística está priorizada a nivel nacional en la CPE y los Planes de Desarrollo Económico Social 2016-2020 y 2021-2025, también por el Plan Estratégico Institucional del SNAP para aportar a la conservación de las áreas protegidas y al desarrollo económico y social de las comunidades y, por último, para ambos municipios y sus APM es una actividad incorporada a sus estrategias de desarrollo.

No obstante, hay importantes debilidades en cuanto a normativa turística para ambos municipios; en sus APM y las comunidades indígenas no se disponen de instrumentos de planificación sectorial específicos ni aún opera una instancia intersectorial consultiva de planificación local ni a nivel de destino.



El Masi, Rob Wallace / WCS

FIGURA 4. Matriz FODA componente normativo-competencial y político-institucional para el desarrollo del turismo en el destino

MARCO NORMATIVO-COMPETENCIAL Y POLITICO-INSTITUCIONAL	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe un marco normativo-competencial claro para la actividad turística para los municipios y las áreas protegidas.</li> <li>• El Beni cuenta con la Ley departamental de Turismo y su Reglamento de Licencia de Funcionamiento y Control de Prestadores de Servicios Turísticos, indicando infracciones y sanciones.</li> <li>• Hay Dirección Municipal de Turismo Municipal en Trinidad y Loreto con técnicos con formación superior.</li> <li>• El marco político nacional, de áreas protegidas y de los municipios prioriza el fomento de la actividad turística.</li> <li>• Los productos turísticos que operan y propuestos para ambas APM y el destino (naturaleza y cultural) se enmarcan en los lineamientos del Plan Nacional de Turismo 2015-2025.</li> <li>• Existe un sistema para el registro y categorización de todos los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional.</li> <li>• Es alto el registro y categorización de prestadores de servicios turísticos en el municipio de Trinidad.</li> <li>• Las comunidades indígenas dentro del destino tienen planes de gestión territorial desde 2021.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad turística es considerada económicamente estratégica a nivel nacional y se viene promoviendo de manera planificada desde el Viceministerio de Turismo.</li> <li>• EL PLANTUR ha priorizado los municipios que conforman el destino.</li> <li>• La CPE establece que los emprendimientos de turismo comunitario deben ser protegidos por el Estado y el PLANTUR contiene una sección desinada al fomento de este modelo de gestión turística.</li> <li>• Los municipios (y las áreas protegidas) gozan de amplias competencias en la definición del desarrollo estratégico de la actividad turística en su jurisdicción establecidas en la CPE, Ley 031 y Ley 482.</li> <li>• Las competencias de los municipios y las áreas protegidas en temas ambientales y culturales permiten generar normativa específica para su conservación y puesta en valor.</li> <li>• Los emprendimientos de turismo comunitario acceden con mayor facilidad a ayudas de cooperación para la construcción de infraestructura, equipamiento y capacitación.</li> <li>• La normativa tributaria nacional y de áreas protegidas permite establecer un SISCO en las APM para fortalecer su gestión y la promoción del turismo.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para el destino.</li> <li>• Ninguno de los municipios y APM tienen estrategias de desarrollo turístico vigentes.</li> <li>• La actividad turística no está regulada en los municipios ni las APM que conforman el destino.</li> <li>• No están constituidos ni operativos los comités de gestión de las APM.</li> <li>• No existe una instancia sectorial consultiva de planificación concertada para la actividad turística ni en los municipios ni el destino turístico.</li> <li>• Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos no tienen plan de manejo ni zonificación concertada.</li> <li>• Debilidades organizativas y muy escasa experiencia en turismo de las comunidades indígenas dentro del destino.</li> <li>• El sector turístico local no está bien organizado.</li> <li>• No hay normativa específica de las organizaciones y comunidades indígenas para la regulación de la actividad turística en sus territorios.</li> <li>• Es bajo el registro y categorización de los prestadores de servicios turísticos del municipio de Loreto.</li> <li>• No hay establecido un SISCO en ninguna de las APM del destino.</li> <li>• No hay vínculos fuertes para la actividad turística entre los diferentes niveles del Estado: VMT-SERNAP-Gobernación-GAM de Trinidad y Loreto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La expansión de la frontera agropecuaria y la introducción de transgénicos podría generar un fuerte deterioro del patrimonio natural y cultural turístico en todo el destino.</li> <li>• El marco normativo para el funcionamiento de empresas de turismo comunitario no facilita su constitución y operación considerando las capacidades locales (administrativas, acceso a internet, proximidad a oficinas administrativas del Estado, etc.) y sus formas de organización tradicionales.</li> </ul>

# CAPÍTULO 2.

## Diagnóstico integral

### 2.1. Organización del proceso

#### 2.1.1. Identificación de actores

Siempre son múltiples los actores que participan de la amplia cadena de valor y la actividad turística. En la Tabla 4 se muestra la relación fundamental de actores, públicos, comunitarios y privados presentes en este destino turístico.

TABLA 4. Actores públicos, comunitarios y privados relevantes para la actividad turística en el destino

Actor	Tipo de organización	Rol	Recursos	Poder/ incidencia	Interés	Nivel
Públicos						
Viceministerio de Turismo	Persona jurídica	Normativo, promotor y planificador de la actividad a nivel nacional	Públicos	Alto	Alto	D
Dirección General de Biodiversidad y Áreas Protegidas	Persona jurídica	Responsable de las AP subnacionales. Asesoramiento legal y técnico	Públicos	Bajo	Bajo	B
SERNAP	Persona jurídica	Responsable de administración de las AP nacionales. Responsable del SNAP	Públicos	Bajo	Bajo	B
Dirección Departamental de Turismo, GAD Beni	Persona jurídica	Normativo, promotor y planificador de la actividad a nivel departamental	Públicos	Medio	Alto	D
Subgobernación (Cercado y Marbán)	Persona jurídica	Ejecuta proyectos de la Gobernación	Públicos	Bajo	Bajo	A
GAM Trinidad	Persona jurídica	Normativo, promotor y planificador de la actividad en su jurisdicción y el APM	Públicos	Alto	Alto	D
GAM Loreto	Persona jurídica	Normativo, promotor y planificador de la actividad en su jurisdicción y el APM	Públicos	Alto	Alto	D
Universidad Autónoma del Beni	Persona jurídica	Formador de profesionales en turismo	Públicos	Medio	Alto	D
CIBIOMA	Persona jurídica	Investigaciones biológicas y parte del Grupo de Trabajo para los Llanos de Mojos	Públicos	Medio	Alto	D

Actor	Tipo de organización	Rol	Recursos	Poder/incidencia	Interés	Nivel
<b>Comunitarios</b>						
Subcentral de Comunidades Indígenas Ribereñas Río Mamoré	Persona jurídica	Representa a las comunidades indígenas del APM Gran Mojos en el Mamoré	Propios	Medio	Alto	D
Subcentral Indígena Ribereña Río Isiboro	Persona jurídica	Representa a las comunidades indígenas del APM Gran Mojos en río Isiboro	Propios	Bajo	Medio	B
Subcentral Indígena Cercado Mamoré	Persona jurídica	Representa a parte de las comunidades indígenas del APM Ibare-Mamoré	Propios	Medio	Alto	D
Cabildo Indígenal Trinidad	Persona jurídica	Representan a los indígenas mojeños de Trinidad. Salvaguardan la cultura indígena	Propios	Medio	Alto	D
Comunidades indígenas y campesinas en el destino	Persona jurídica	Espacios comunitarios que alberga atractivos naturales y culturales	Propios	Medio	Alto	D
Emprendimientos comunitarios de turismo	Persona jurídica	Operación de productos turísticos	Propios	Medio	Alto	D
Comunarios (hombres y mujeres)	Privado	Habitantes de las comunidades	Propios	Bajo	Alto	D
<b>Público-Privado</b>						
Consejo de Turismo de Trinidad	Persona jurídica (planificado)	Proponer y monitorear la implementación del PET IM-GM en municipio	Propios	Medio	Alto	D
Consejo de Turismo de Loreto	Persona jurídica (planificado)	Proponer y monitorear la implementación del PET IM-GM en municipio	Propios	Medio	Alto	D
Consejo de Turismo del Destino	Persona jurídica (planificado)	Proponer y monitorear la implementación del PET IM-GM en destino	Propios	Medio	Alto	D
<b>Privado</b>						
Organización de agencias de viaje y operadores de turismo (CANOTUR)	Persona jurídica	Intereses sectoriales. Normativo interno y fiscalizador sectorial	Propios	Medio	Alto	D
Cámara hotelera de Trinidad	Persona jurídica	Velar por intereses de asociados	Propios	Medio	Alto	D
Cámara gastronómica Trinidad	Persona jurídica	Intereses sectoriales. Normativo interno y fiscalizador sectorial	Propios	Medio	Alto	D
Asociación de Caballeros Gastronómicos Ribereños		Ofertan servicios gastronómicos en comunidades ribereñas de Ibare y Mamoré	Propios	Bajo	Alto	D
Asociación de chalaneiros de cada comunidad APM IM		Realizan paseos por ríos Ibare y el Mamoré	Propios	Bajo	Alto	D
Hoteleros de Loreto	No organizados	Prestar servicios turísticos	Propios	Bajo	Alto	D
Restaurantes de Loreto	No organizados	Prestación de servicios turísticos	Propios	Bajo	Alto	D
Asociación de Artesanos	Persona jurídica	elaboración de artesanías	Propios	Bajo	Alto	D
Asociación Ganaderos Cercado (Asocercado)	Persona jurídica	Velar por intereses de asociados	Propios	Bajo	Medio	B
Asociación Ganaderos Loreto (ASOGALO)	Persona jurídica	Velar por intereses de asociados	Propios	Bajo	Medio	B

Actor	Tipo de organización	Rol	Recursos	Poder/incidencia	Interés	Nivel
Líneas de buses intra e interdepartamental	Persona jurídica	Conectividad con el destino	Propios	Bajo	Medio	B
Asociación de Transporte Libre (ATL)	Persona jurídica	Conectividad con el Destino	Propios	Bajo	Medio	B
Líneas aéreas (BOA, Ecojet, Amazonas)	Persona jurídica	Conectividad con el destino	Propios	Medio	Bajo	B
Propietarios ganaderos	Privado	Productores pecuarios. Realizan actividades de turismo	Propios	Bajo	Alto	D
Bancos	Privado	Ofrecer servicios bancarios	Propios	Medio	Bajo	B
Empresas de comunicación (Entel, Tigo, Viva)	Público y privado	Telefonía, internet	Propios	Medio	Bajo	B
Turistas	Privado	Usuarios del destino turístico que generan economías locales	Propios	Bajo	Medio	C
Universidad Domingo Savio	Privado	Formador de profesionales en turismo y ramas afines	Propios	Medio	Alto	D
Universidad Univalle	Privado	Formador de profesionales en turismo y ramas afines	Propios	Medio	Alto	D
Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos		Grupo de instituciones comprometidas con la conservación, conocimiento y desarrollo sostenible de los Llanos de Moxos	Propios	Medio	Alto	D
WCS-Bolivia	Persona jurídica	Conservación y desarrollo sostenible. Apoyo a planificación y emprendimientos	Propios	Bajo	Alto	D
CLB	Persona jurídica	Conservación de la paraba barba azul y aviturismo	Propios	Bajo	Alto	D
Armonía	Persona jurídica	Conservación de la paraba barba azul y aviturismo	Propios	Bajo	Alto	D
Loro Parque	Persona jurídica	Conservación de la paraba barba azul y aviturismo	Propios	Bajo	Alto	D
FEGABENI	Persona jurídica	Velar por intereses de asociados	Propios	Medio	Medio	B

Fuente: elaboración propia.

En la tabla, junto con la identificación del actor, sus roles, etc., cabe destacar algunos de sus componentes para la elaboración del PET IM-GM, sus objetivos e implementación:

**9. Poder/incidencia,** resalta la capacidad real para poder incidir en aspectos clave para el desarrollo turístico del destino, más allá del nivel de interés.

**10. Interés,** expresa el grado de esfuerzo que está dispuesto a realizar el actor para el desarrollo de la actividad turística, su planificación y ordenamiento.

**11. Nivel,** resultado de los parámetros de poder/incidencia e interés, siguiendo la clasificación propuesta en la metodología del MCyT (2016a): A (Mínimo esfuerzo), B (Mantener informado), C (Mantener satisfecho), D (Actores clave). El nivel D indica los actores que son realmente estratégicos para el destino en la actualidad.



Aclarar entonces algunos criterios para esta clasificación. Según el tipo de actor:

- a. Los **actores públicos**, por sus roles y funciones, debieran tener nivel D, sin embargo, en algunos casos, no es así. Destaca la baja relevancia de las subgobiernaciones (A), que no se han implicado en todo el proceso, aunque sus recursos pueden ser estratégicos para algunos proyectos (infraestructuras, caminos); las bajas incidencias de la DGBAP, importante por el relacionamiento que debiera tener con las áreas protegidas subnacionales; y el SERNAP, ya que las dos APM conforman un corredor conectado al TIPNIS, aunque sí ha habido contactos ocasionales entre esta institución y el APM Gran Mojos.

Respecto a la autoridad sectorial nacional, el Viceministerio de Turismo, se le ha dado un nivel D. Si bien no se ha solicitado su participación en los trabajos de elaboración del PET IM-GM ya que no es su competencia y sería muy complicada su presencia, sin duda, su poder e incidencia para el desarrollo de la actividad y potencial apoyo a la implementación de la estrategia debiera ser alto.

Es muy destacable el interés y esfuerzo demostrados por los gobiernos municipales de Trinidad y Loreto, incluso más allá de sus direcciones municipales de turismo, incorporando a otras oficinas municipales para poder desarrollar la estrategia desde su planteamiento integral. Aunque Loreto no tiene los medios y equipos de Trinidad por su reducido presupuesto, el interés e implicación demostrados ha sido muy elevado. No se han incluido a las dos APM como actores públicos, pues dependen directamente de sus respectivos gobiernos municipales y su gestión es aún bastante incipiente.

Finalmente, la Universidad Autónoma del Beni (UAB) y el Centro de Investigación en Biodiversidad y Medio Ambiente (CIBIOMA), dependiente de la UAB, están directamente implicados en la iniciativa, por un lado, como responsables de la Carrera de Turismo de la UAB, y por su participación en el diseño de la estrategia de turismo; y, por otro, CIBIOMA, como parte del Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos (GTLM). Su interés es, por tanto, muy alto, con un poder de incidencia en las políticas públicas y en la formación de capital humano relevantes y, al mismo tiempo, ser parte del Observatorio de Turismo que se está conformando paralelamente como instrumento técnico de apoyo al levantamiento de información y planificación estratégica.

- b. En los **actores comunitarios**, las expectativas e interés son, en general, muy altos, aunque su poder/incidencia puede ser medio o bajo, dependiendo este factor de su nivel de organización y representatividad, lo que les posibilita incidir en mayor o menor medida en las políticas públicas y la misma planificación comunitaria. En este sentido, son destacables el empeño y trabajo realizados por la Subcentral de Comunidades Indígenas Ribereña Río Mamoré y el Cabildo Indígenal de Trinidad, muy proactivos y comprometidos con el diseño de la estrategia de turismo.

Los emprendimientos comunitarios de turismo que hay en el destino son muy escasos, no formalizados como tales, mal organizados y no bien orientados. Aunque el interés es, en general, alto y hay cierto nivel de organización (Asociación de chalaneros, de artesanos, de cabañeros) en los emprendimientos de algunas comunidades ribereñas, más allá de que su poder/incidencia pueda ser más o menos significativo, el principal problema es la baja capacidad para adecuar sus productos a la demanda turística e innovar en la actual oferta.

Por otra parte, muchas comunidades y comunarios han expresado un alto interés en promover la actividad turística en sus espacios. Son actores clave en el potencial desarrollo de la actividad turística en el destino, tanto por los espacios natura-

les que habitan como por ser los poseedores de las culturas indígenas y tradicionales, por tanto, de los principales atractivos turísticos.

c. Respecto a los **actores públicos-privados**, el criterio fundamental para situarlos en el nivel D ha sido el rol que están cumpliendo en la elaboración e interiorización de la estrategia de turismo, su potencial incidencia en las políticas públicas y para la orientación de los diferentes actores hacia los objetivos propuestos. En este sentido, los consejos municipales de turismo han respondido bien a la iniciativa. Su papel ha de ser, por tanto, determinante para el futuro proceso de implementación de la estrategia de turismo.

d. Sobre los **actores privados**, la situación es variable:

→ Las asociaciones sectoriales (hoteleros, gastronómicos, CANOTUR, etc.) de Trinidad, tienen nivel D. A pesar de su deficiente nivel de organización y representatividad, e insuficiente participación en el trabajo de diseño de la estrategia de turismo, son un sector esencial para el desarrollo de la actividad y constituyen la base fundamental de servicios turísticos que hay ahora en el destino. No obstante, es preocupante la ausencia de una visión conjunta, los bajos conocimientos sobre las tendencias del mercado, escasa capacidad de innovación y aplicación de nuevas tecnologías para servicios al cliente, etc., por lo que el trabajo futuro con este sector será clave para la viabilidad de la estrategia de turismo.

En el mismo nivel se ha valorado a los propietarios ganaderos que están realizando algún tipo de actividad turística en sus predios por el interés mostrado en promoverlo. No obstante, con el bajo nivel actual de demanda, al no ser su actividad económica principal, delegan el mercadeo y la operación turística a entidades externas (GAM, operadores, ONG, etc.); lo que incluye también planificación o participación en organizaciones intersectoriales, debilidad que debe corregirse.

Con nivel D también se han calificado al Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos (GTLM) y a las ONG que trabajan en la región apoyando la conservación del patrimonio natural y cultural, junto al desarrollo de la actividad turística sostenible y su planificación. Además, estas organizaciones deben ser estratégicas para los futuros procesos de capacitación, apoyo a los emprendimientos comunitarios, investigación y estudios sectoriales, etc.

Los prestadores de servicios turísticos de Loreto, junto con los cabañeros y chaleneros de la ribera de Mamoré en Trinidad, aunque interesados, tienen un precario desarrollo organizativo y capacidad de adecuación a la demanda. Además, hasta ahora, y es un elemento preocupante, su interés en la actividad no se traduce en una implicación activa en la planificación estratégica y mejora de la oferta, si bien es cierto que se sienten desatendidos por los diferentes niveles del Estado.

Las dos universidades privadas que hay en el destino han mostrado, en inicio, un compromiso fuerte con la creación del Observatorio de Turismo, en participar en la planificación estratégica y el desarrollo de capacidades a diferentes sectores; sin embargo, su esfuerzo puede diluirse si desde los consejos de turismo no se mantiene una activa dinámica para alcanzar resultados.

→ En el nivel C se ha situado a los turistas, actor clave al que se debe mantener satisfecho.

→ Con nivel B se ha valorado a un sector relativamente interesado en la actividad, pero no necesariamente activo, como son las organizaciones de los ganaderos, tanto locales como su ente matriz, FEGABENI. En general, ven en el turismo una

interesante actividad económica complementaria, pero a la que ahora no van a destinar esfuerzos institucionales.

Finalmente, hay un conjunto de empresas, públicas y privadas, que ofrecen servicios que implican directamente a la actividad turística (bancos, comunicación, transporte, etc.), tanto a la oferta como a la demanda. Todos estos servicios son fundamentales para un desarrollo turístico de calidad y competitivo, pero no realizan ningún trabajo específico de apoyo ni muestran interés especial por coordinar y apoyar al sector, por esto su calificación B.

Esta clasificación refleja la situación actual de actores, pero debería haber cambios significativos con el tiempo, a medida que se vaya avanzando en la implementación del PET IM-GM, lo que incentivaría una mayor participación e implicación de otros actores. Por otro lado, la implementación del plan estratégico tiene entre sus objetivos fortalecer las organizaciones sectoriales y sociales importantes para la actividad como base para consolidar el destino turístico.

Con estos actores clave identificados se ha trabajado la estrategia de turismo y serán los fundamentales para su posterior implementación. Al mismo tiempo, deben cumplir una labor esencial en la difusión e interiorización de la estrategia entre el resto de actores identificados y la población de este espacio.

### **2.1.2. Consejos de turismo municipales y del destino**

Como se comentó en el apartado del marco político-institucional, la normativa nacional establece la conformación de consejos de coordinación sectoriales en los diferentes niveles autonómicos, como instancia consultiva y propositiva para las entidades públicas de su territorio, de los que deben emanar propuestas, estrategias, etc., que son elevadas a las instancias de coordinación intergubernativas.

En la práctica, los intentos para conformar estos consejos, salvo algunas excepciones, no han sido fructuosos. En Trinidad se ha tratado en más de una ocasión, pero no se logró consolidarlo y hacerlo operativo. En Loreto ni siquiera se ha ensayado. Muy posiblemente, un conjunto de problemas de base expliquen esta situación, muy frecuente a nivel nacional, pero un elemento fundamental ha sido la ausencia de una estrategia turística concertada y unas metas definidas a alcanzar que den sentido y orienten el trabajo de estos consejos.

Por ello, al mismo tiempo que se iniciaron las actividades para elaborar el PET IM-GM, se coordinó con las autoridades municipales la creación de sus respectivos consejos municipales de turismo cuya primera labor sería, precisamente, el diseño y definición de los componentes fundamentales de las estrategias de turismo locales y, posteriormente, de la del destino, estructurando entre consejos de turismo municipales un Consejo de Turismo del Destino.

Tras unas primeras reuniones de coordinación con las autoridades municipales de Trinidad (24 y 27 de mayo) y la presentación de la iniciativa en el Foro Municipal de Reactivación Económica Turística Municipal (4 de junio), se organizaron dos reuniones para la conformación del Consejo Municipal de Turismo (12 y 26 de julio). Establecidos sus representantes, en las reuniones del 18 de agosto, 8 y 22 de septiembre se fue completando la matriz del plan estratégico de turismo para Trinidad, definiendo los objetivos y políticas estratégicas por mandato del PLANTUR.

Para el municipio de Loreto, el proceso comenzó con dos reuniones con el director del APM Gran Mojós (11 y 23 de agosto) para identificar actores, lugar y mecanismos para iniciar el proceso de consulta y planificación. En las reuniones del 11 y 17 de noviembre, en Loreto y Camiaco se detallaron los objetivos y políticas requeridas, así como los problemas y necesidades.

Los consejos de turismo municipales asumen, entonces, las funciones que la normativa les otorga en su jurisdicción y deben velar por los avances de la estrategia de turismo en su ámbito territorial. Sin embargo, se requiere una instancia

con un horizonte espacial más amplio, que articule el área rural y urbana, con sus servicios y productos, haciendo más atractiva y competitiva la oferta. Ese debe ser el rol del Consejo de Turismo del Destino, responder a los objetivos y metas compartidos en la visión del destino, unificando esfuerzos y resolviendo los problemas comunes. Además, el Consejo de Turismo del Destino tiene que impulsar la articulación con otros espacios de municipios aledaños que compartan la visión y desarrollen productos turísticos complementarios, diversificando la oferta y, por tanto, la posibilidad de acceder a más mercados.

Los consejos municipales de turismo están encabezados por los gobiernos municipales, sin embargo, en el Consejo de Turismo del Destino otros actores, privados o comunitarios, pueden asumir la responsabilidad de su dirección, considerando que las instituciones públicas cambian periódicamente y no necesariamente se mantienen las políticas e intereses de las gestiones pasadas, poniendo en riesgo su continuidad y eficiencia.

## 2.2. Caracterización del área del destino

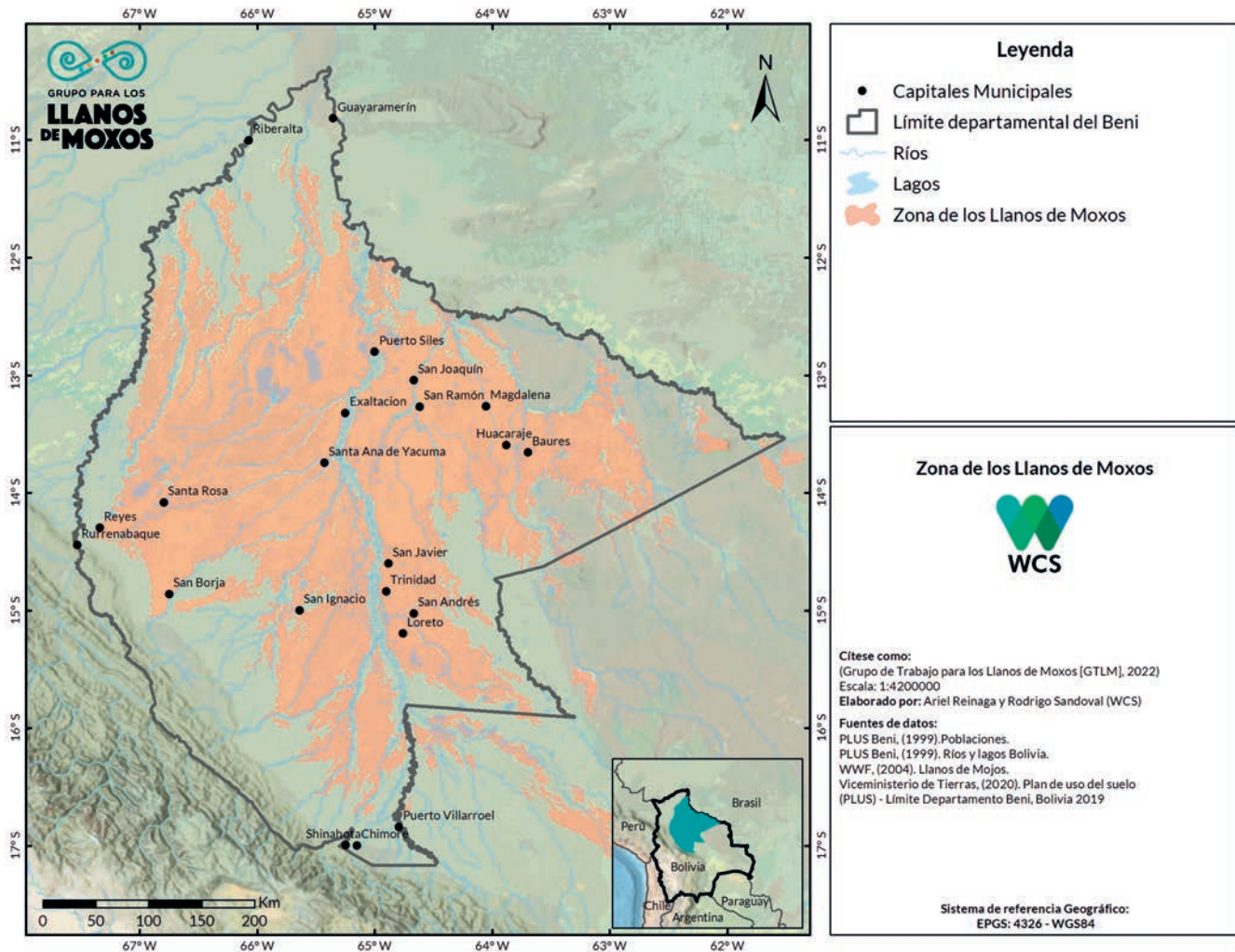
El área del destino, conformado por las APM Ibare-Mamoré y Gran Moxos, junto con la ciudad de Trinidad y su entorno, se encuentra en el corazón de los Llanos de Moxos. La información que se presenta en este punto y los apartados 2.2.2. y 2.2.3. ha sido extraída del documento “Programa de Conservación y desarrollo sostenible de los Llanos de Moxos” (inédito), elaborado por el Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos (2022).

Los Llanos de Moxos, situados en el extremo sudoeste de la Amazonía, entre el Escudo Precámbrico al este y los Andes al oeste y al sur, son una extensa llanura de inundación (Mayle et al., 2007) que, por su localización y extensión, se considera vital en el mantenimiento de la salud ecológica general de toda la Amazonía (Ovando et al. 2016 y 2018).



Gubernetes yetapa, Lennart Verheuve / Asociación Armonía

MAPA 1: Llanos de Moxos



Los nombres que recibe esta región (llanura de inundación, llanura beniana, Llanos de Moxos) hacen referencia a un sistema uniforme y plano. De hecho, la escasa pendiente, inferior a 10 m, las pequeñas variaciones en el relieve y el régimen de inundación estacional, hacen de Moxos una región geográfica distintiva (Larrea-Alcázar et al., 2010), conformada por un paisaje dinámico de bosques y sabanas que varía en el espacio y en el tiempo. Una llanura de más de 100.000 km<sup>2</sup> en la que el agua define no solo el paisaje natural, sino también los modelos de ocupación humana pasados y presentes (De Carvalho y Mustin, 2017; Langstroth, 2011).

Hace más de 10.000 años, los primeros pobladores de las extensas sabanas de Moxos, a través de sus actividades diarias, dieron origen a las más de 4.000 islas de bosques que hoy se observan dispersas en la llanura (Lombardo et al. 2020). Posteriores culturas precolombinas, a través de diversos tipos de obras de tierra, siguieron modificando el paisaje a una escala inigualable en ninguna otra parte de la baja Amazonía (Erickson, 2006; Walker, 2008), creando nuevos hábitats en la llanura, con nuevos recursos y posibilidades (Balée, 2002). En la actualidad, el Beni es hogar de 18 de los 36 pueblos indígenas de Bolivia, representantes de culturas diferenciadas, y cuna de una diversidad lingüística excepcionalmente alta que destaca por el elevado número de lenguas aisladas (Crevels y Muysken, 2012).

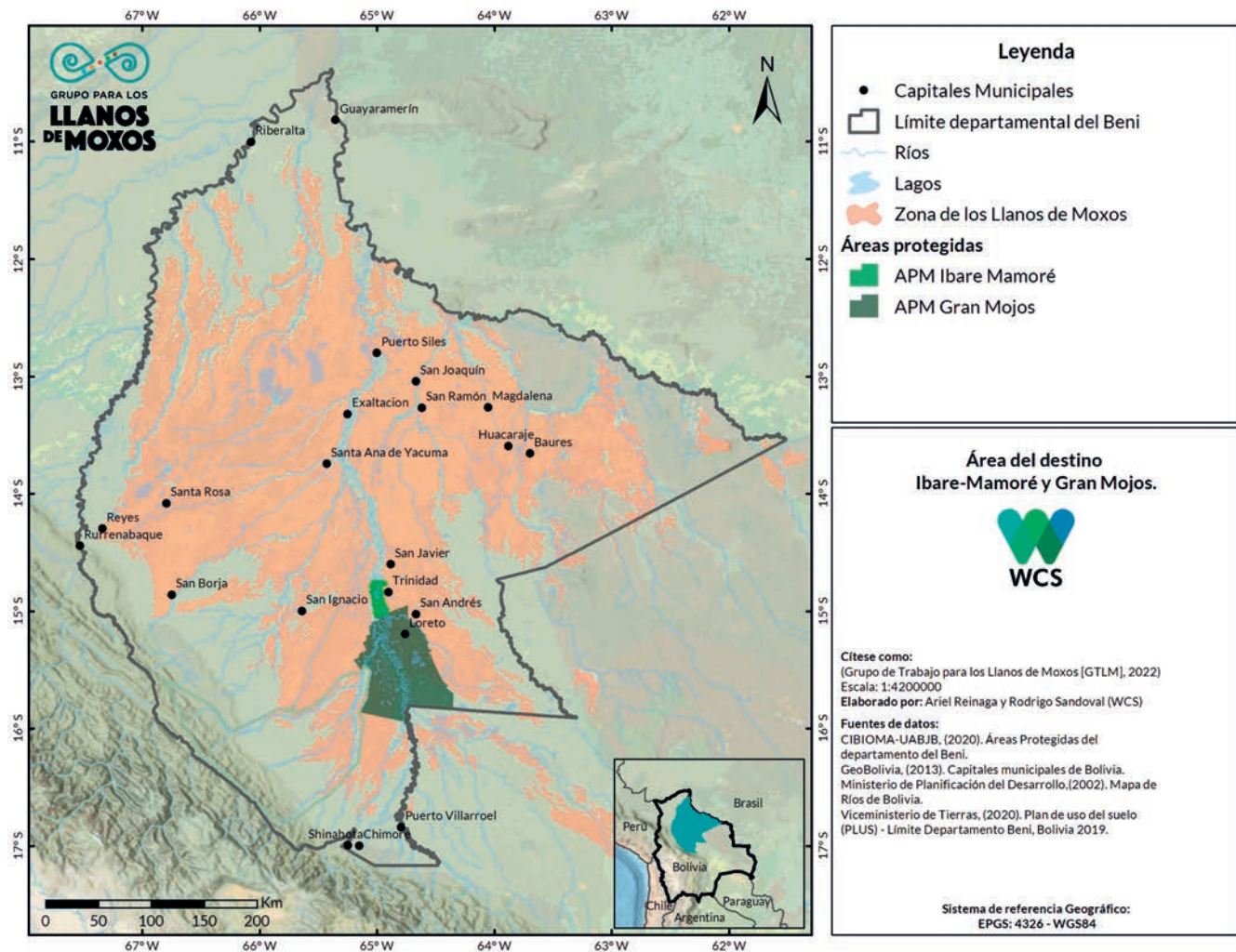
Esta coevolución de fuerzas naturales y culturales a lo largo de miles de años convierte a los Llanos de Moxos en un sistema socioecológico único, un paisaje biocultural: ecológico y culturalmente diferenciado.

### 2.2.1. Ubicación geográfica

El espacio de planificación turística lo componen:

- **APM Ibare-Mamoré:** el área protegida municipal Ibare-Mamoré se encuentra ubicada en el municipio de Trinidad, en la provincia Cercado. Con una extensión de 25.608 ha (aproximadamente el 14% de la superficie municipal), fue creada por ordenanza municipal (N° 06/2011) el 18 de marzo de 2011, bajo la categoría de Área Natural de Manejo Integrado (ANMI). En su interior se encuentran nueve comunidades campesinas e indígenas, estas últimas, en su mayoría, de origen trinitario y yuracaré (Ten, 2019).
- **APM Gran Mojos:** el **Área Protegida Municipal** Gran Mojos, en el municipio de Loreto, provincia Marbán, fue creada por Ley Municipal N° 01/2017, del 15 de febrero de 2017. Tiene una extensión de 580.430,34 ha, cerca del 95,20% de la superficie municipal, con doble categoría: Parque (84.913,63 ha) y ANMI (495.516,80 ha). En el APM hay 21 comunidades indígenas y campesinas, además de la capital municipal (GAM Loreto, 2017).
- **Ciudad de Trinidad:** el municipio de la Santísima Trinidad, con una extensión aproximada de 179.838 ha, es sección capital de la provincia Cercado, de la que ocupa un 15,60%, y capital departamental. Se sitúa al sureste del Beni y, a nivel nacional, en la región nororiental de Bolivia, entre los 14° 45´ de latitud sur y los 64° 28´ de longitud oeste. Limita al norte con el municipio de San Javier de la misma provincia Cercado; al sur, con el municipio de San Andrés y Loreto, de la provincia Marbán; al oeste, con el municipio de San Ignacio de Mojos, delimitado por el río Mamoré. Alberga a 106.596 habitantes (INE, 2012), distribuidos en 12 distritos municipales, acogiendo la capital municipal al 95,34% de esa población en el 1,95% de su extensión.

MAPA 2: Espacio de planificación del PET IM-GM



## 2.2.2. Características naturales

### Bioclima

La llanura amazónica boliviana tiene un clima tropical, con una estación de lluvias concentrada en el verano. El 60-80% de las precipitaciones ocurre entre diciembre y marzo al mismo tiempo que las temperaturas son más altas (Pouilly et al., 2004). Los niveles de agua más importantes son registrados generalmente de enero a marzo, meses de inundación estacional que periódicamente alcanza niveles extraordinarios, cuando las cuencas del Mamoré e Ibare aportan en forma simultánea sus aguas a la sabana.

Durante el invierno (junio-septiembre), los vientos polares procedentes del sur del continente y canalizados por los Andes (“sures”), caracterizados por una corta duración, disminución abrupta de la temperatura e intensa nubosidad, pueden producir cambios de temperatura en un día de 10-15°C. Esto se traduce en fluctuaciones desde 8 hasta 38°C durante la época fría (mayo – julio).

### Hydrografía

El espacio que abarca el PET IM-GM se encuentra dentro de la llanura de inundación del río Mamoré. Este río forma parte de la cuenca alta del río Madeira, uno de los principales tributarios del río Amazonas, situado en la parte suroeste de

la cuenca Amazónica. Los principales tributarios del Mamoré en la zona son: a) en el APM Ibare-Mamoré, el río Ibare, que se desplaza de forma paralela por la margen derecha del Mamoré, nace entre las lagunas de Viborilla y Conguagua, en el sudeste del Beni, en los abanicos de esparcimiento o bañados originados por el río Grande (Espinosa, 2015); b) en el APM GM, el río Isiboro, que se origina en Cochabamba, en la cordillera subandina.

Las aguas del Mamoré son turbias, de acuerdo con la geología de los paisajes que atraviesa, cargadas de sedimentos procedentes de la erosión de los Andes y, debido a su color, son llamadas aguas blancas. La procedencia de estas aguas es vital para la productividad biológica. Los nutrientes de la cuenca Amazónica provienen únicamente de la erosión de los sedimentos de los Andes, estos se depositan principalmente en la llanura de inundación, alrededor de los ríos de aguas blancas durante las inundaciones (Pouilly et al., 2004).

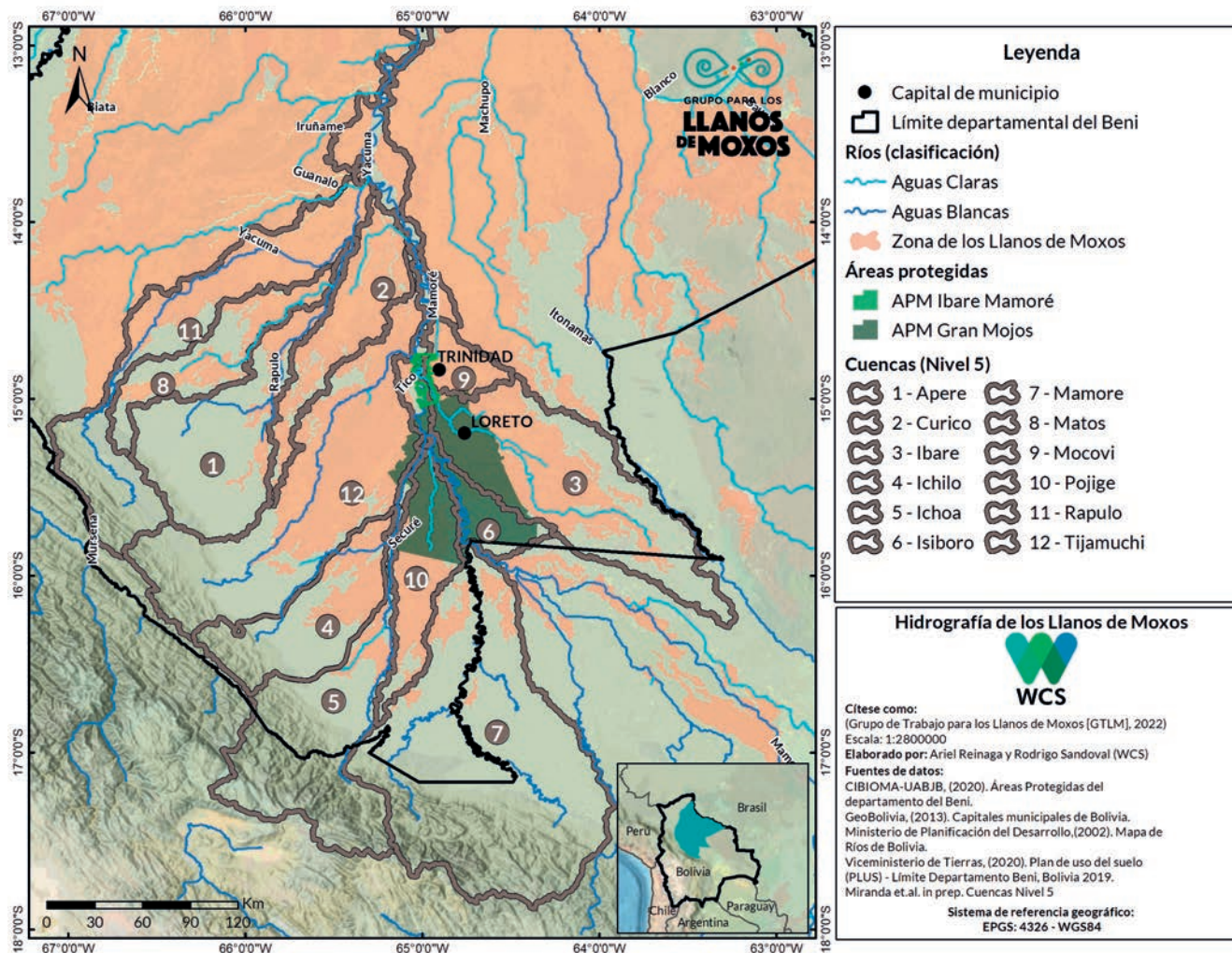
El funcionamiento hidrológico de la llanura central de inundación depende del ciclo hidrometeorológico anual. En la llanura de influencia del río Mamoré, los eventos de inundación pueden darse por procesos exógenos y/o endógenos. Los procesos exógenos causan inundaciones por el aporte de afluentes andinos, cuyas aguas recolectan y transportan una importante cantidad de sedimentos, que finalmente se mezclan en la cuenca del río Mamoré.

Consecuentemente, el cauce del río se incrementa y se produce la crecida de aguas, que inundan las regiones aledañas. Cuando esto ocurre, la inundación provee a la llanura de aguas con altos valores de conductividad y nutrientes. En cambio, cuando la inundación es causada por procesos endógenos, es decir por lluvias locales, el aporte de aguas a la llanura es de baja conductividad y pobre en nutrientes.

A pesar de la relativa homogeneidad de la llanura, el efecto estacional del agua sobre los sedimentos genera una serie de micro variaciones de relieve (barranco, laguna y playa de sedimentación, canales de drenaje, entre otros) que constituye la base para el desarrollo de la diversidad biológica animal y vegetal (GAM Loreto, 2017).



MAPA 3: Hidrología en el espacio del PET IM-GM



## Biogeografía

El marco biogeográfico de la Llanura corresponde a la provincia Amazónica, región Brasileño-Paranense (Navarro, 2006). La parte central y sur del Beni reflejan los verdaderos “Llanos de Moxos”, que junto con las sabanas del Pantanal forman las sabanas inundables de Bolivia. De esta manera, las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos se encuentran en el sector biogeográfico de los Llanos de Moxos.

Sin embargo, hay que considerar que en el área de influencia del río Mamoré coexisten especies características de las provincias biogeográficas Amazónica, Chaqueña y del Cerrado. Las especies amazónicas se dispersan a lo largo de los bosques de ribera en la sabana. El sur del Beni tiene mayor afinidad con el Pantanal, reduciéndose las especies características del Chaco.

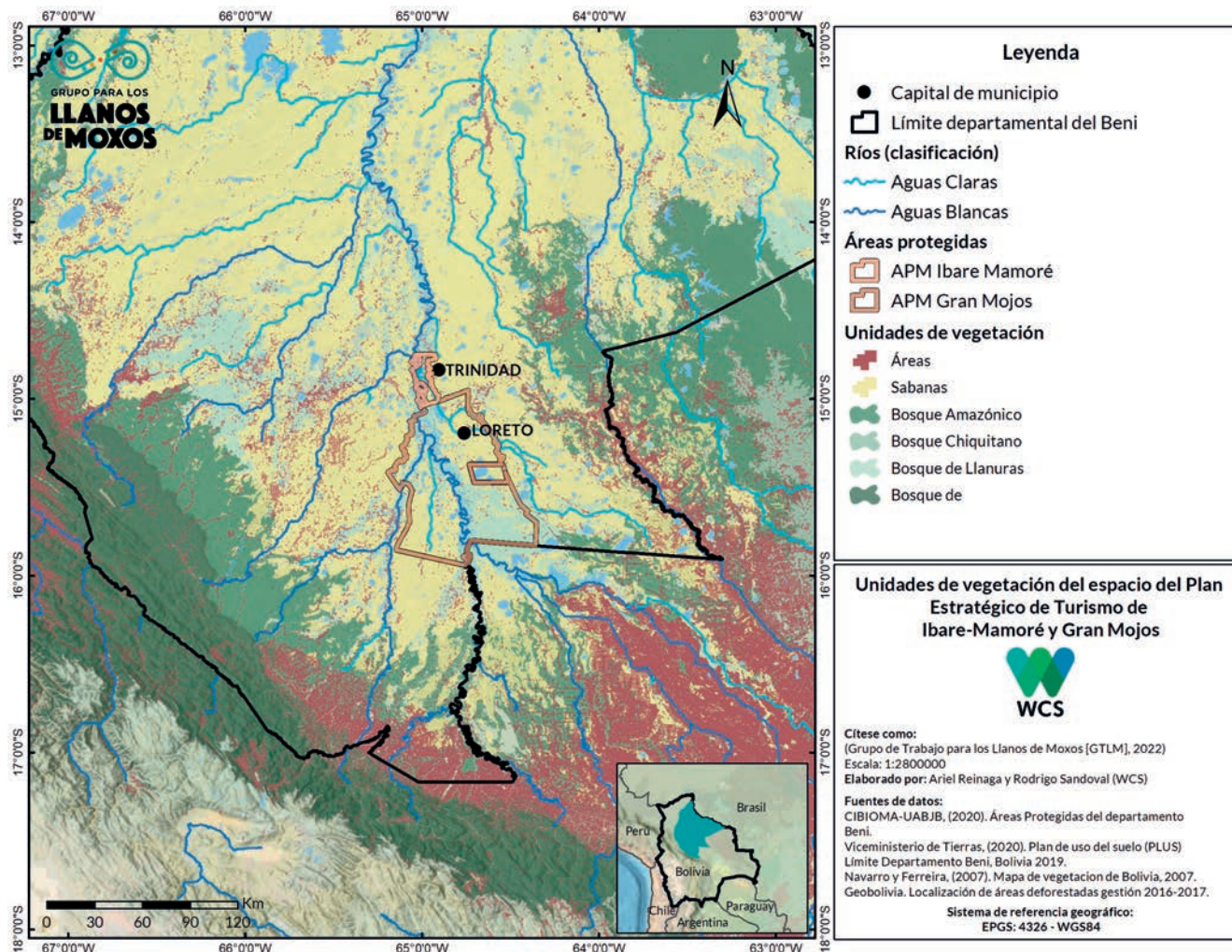
## Unidades de paisaje

Las Unidades Ecológicas presentes en las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos corresponden a Sabanas de Moxos y Bosque Amazónico Inundable de várzea (Araujo et al., 2010), un paisaje que comprende un mosaico de islas y bosques de galería desarrollándose en una matriz dominante de pajonales altos de tierras bajas y sabanas (GAM Loreto, 2017; Espinosa, 2015).

Las zonaciones de vegetación características del área de estudio correspondrían a (Navarro, 2006):

- a. Zonación de la vegetación en áreas más o menos próximas a los cauces, estacionalmente inundadas sobre todo por aguas blancas del desborde fluvial:
1. Bosque maduro de várzea flúvica del Beni: serie de *Xylopia ligustrifolia-Hura crepitans*.
  2. Pantanos de *Heliconia marginata* con aguas blancas semi-permanentes.
  3. Pampas arboladas de los bajíos de aguas estacionales. Macroserie de *Machaerium aristulatum-Erythrina fusca*.
  4. Cañuelares de cañuelas blancas. Comunidades de *Paspalum atratum-Paspalum densusum*.
  5. Cañuelares de cañuela colorada. Comunidades de *Hymenachne amplexicaulis*.
  6. Junquillares. Comunidades de *Cyperus giganteus*.
- b. Zonación de vegetación en las áreas más alejadas de los cauces principales y estacionalmente inundadas, sobre todo por aguas de lluvias locales:
1. Bosques semidecíduos de las alturas de los Llanos de Moxos: serie provisional de *Tabebuia heptaphylla-Anadenanthera macrocarpa*.
  2. Bosque palmar de semialturas alcalinas: Serie de *Tabebuia heptaphylla-Copernicia alba*. Suelos anegables y microrrelieve saternejal con termiteros. Comunidades de pajonal.
  3. Pampas palmar abiertas: Comunidad de *Combretum cf. lanceolatum-Copernicia alba*. Con tacuarillas en zonas menos inundables y cañuelares de cañuelas blancas en zonas más inundables. Microrrelieve de saternejal con termiteros.
  4. Pampas arboladas de los bajíos de aguas estacionales. Macroserie de *Machaerium aristolatum-Erythrina fusca*. Sin microrelieve saternejal ni termiteros.
  5. Cañuelares de cañuelas blancas. Comunidades de *Paspalum atratum-Paspalum densusum*. Suelos ácidos estacionalmente inundados. Sin microrelieve saternejal ni termiteros.
  6. Junquillares de *Rhynchospora corymbosa*. En aguas secundariamente no mineralizadas y suelos ácidos subacuáticos.
  7. Junquillares de *Cyperus giganteus*. En aguas secundariamente no mineralizadas y suelos ácidos subacuáticos.
- c. Zonación de vegetación en las áreas de los cauces y estacionalmente inundadas por precipitaciones locales y secundariamente por desborde fluvial.
1. Bosque palmar de semialturas alcalinas. Serie de *Tabebuia heptaphylla-Copernicia alba*. Microrrelieve de saternejal con termiteros,
  2. Pampas palmar abiertas: Comunidad de *Combretum cf. lanceolatum-Copernicia alba*. Sin microrelieve saternejal ni termiteros.
  3. Cañuelares de cañuelas blancas. Comunidades de *Paspalum atratum-Paspalum densusum*.
  4. Cañuelares de cañuela colorada. Comunidades de *Hymenachne amplexicaulis*.
  5. Junquillares inundados de *Cyperus giganteus*.

MAPA 4. Unidades de paisaje (o mapa vegetación) del espacio del PET IM-GM



Las áreas forestales en ambas APM han sufrido pérdida y degradación por actividades antrópicas (Ten, 2019; GAM Loreto, 2017), especialmente los bosques de galería de los ríos Ibare y Mamoré, en áreas de fácil acceso y cercanas a las comunidades.

Los pobladores apuntan como principal causa de pérdida del bosque la sobreexplotación de madera, seguida de la inundación y la quema. La tala selectiva de especies con valor maderable y, en menor grado, de especies de madera blanda, aunque puede ser practicada o consentida por los comunarios, una parte significativa la realizan terceros que ingresan sin autorización, aprovechan la cercanía de las APM con Trinidad.

Resaltar, además del valor ecológico y paisajístico de la variedad de hábitats que se encuentran en este espacio, el conocimiento de usos que poseen los pueblos indígenas sobre las especies de plantas, muestra de la relación especial con su entorno natural que forma parte de sus culturas ancestrales, aún muy vigente, y que debe valorarse como un alto potencial turístico.

## Fauna

La observación de fauna en su entorno natural es, sin duda, uno de los atractivos turísticos más importantes que puede ofrecer un destino amazónico, por ello, forma parte de algunos productos turísticos del destino IM-GM. Por tanto, la diversidad de especies, estado de conservación, facilidad para el avistamiento y presencia de especies endémicas, emblemáticas, amenazadas o difíciles de observar en otros lugares, van a ser aspectos clave para la competitividad de un destino que pretende atraer a turistas de naturaleza.

Si bien la riqueza de especies para casi todos los taxa no está completamente documentada, la alta variedad de hábitats en los Llanos de Moxos da lugar a una diversidad media a alta para casi todos los grupos (Daniele et al. 2018; Embert, 2007; Moraes y Sarmiento, 2018; Reichle, 1997, 2007). Con 967 especies de peces y casi 95 especies de gramíneas Panicoideae, esta región es el centro de diversidad para estos grupos en Bolivia (Jézéquel et al., 2020; Meneses et al., 2014) y la tercera con mayor diversidad de aves (647 especies), a lo que se suma su papel clave en los movimientos migratorios anuales tanto de peces como aves (Jézéquel et al., 2020; Lanctot et al., 2016). Finalmente, Larrea et al. (2011) identificaron centros regionales de diversidad espacialmente divergentes para murciélagos y reptiles (sabanas); y palmeras y anfibios (bosques de várzea).

Mientras que el APM Ibaré-Mamoré dispone de algunos estudios de vertebrados en el área (Altamirano y Del Águila, 2010) y conteos de bufeo (*Inia boliviensis*) (Aliaga-Rossel y Quevedo, 2011; Aliaga-Rossel et al. 2012), para el APM Gran Mojós los trabajos se han centrado en la paraba barba azul (*Ara glaucogularis*) realizados por las ONG WPT (Berkunsky et al. 2014, Berkunsky et al. 2015, Tella et al. 2015, Berkunsky et al. 2016), Asociación Armonía y CLB.

Con este conocimiento actual, el APM Ibare-Mamoré contaría con un total de 67 especies de mamíferos, 189 de aves y 13 especies de reptiles (Ten, 2019).



Euphractus sexcinctus, Lennert Verheuve / Asociación Armonía

Mientras que para el APM Gran Mojós, se tendrían reportadas 43 especies de mamíferos, 463 especies de aves y, aunque no se establece diversidad de especies de reptiles, se presume una cantidad mínima similar al APM Ibare-Mamoré (GAM Loreto, 2017).

Si bien la falta de estudios específicos y las características naturales del espacio hace que la diversidad biológica en este destino sea relativamente baja frente a otros destinos amazónicos del país, como Rurrenabaque: Madidi-Pampas, más estudiados, en el que se reportan cerca de 2.000 especies de vertebrados, con más de 1.000 especies de aves o 380 de mamíferos (VMT y GAD Beni, 2018), se pueden encontrar especies de alto valor natural y muy atractivas para el turismo, como el bufeo (*Inia bolivienses*), jaguar (*Panthera onca*), cocodrilianos (*Caiman yacare* y *Melanosuchus niger*), sicurí (*Eunectes* sp.), las 2 especies de tortugas de agua (*Podocnemis expansa* y *P. unifilis*), diversidad de primates, destacando las dos especies de manechi (*Alouatta caraya* y *A. sara*) y el marimono (*Ateles chamek*), junto con una importante diversidad de aves, entre las que se encuentra la endémica paraba barba azul (*Ara glaucogularis*).

El APM Gran Mojós tendría una especial relevancia al albergar una muestra representativa de la avifauna de los Llanos de Mojós, que tendría en esta área un espacio que podría garantizar el mantenimiento de sus poblaciones a través de la conservación de sus hábitats e individuos (GAM Loreto, 2017).

Aunque ambos espacios están alterados por las actividades humanas, especialmente el APM Ibare-Mamoré por su proximidad a Trinidad, se encuentran amplios lugares con alto valor natural, relativamente bien conservados, muy atractivos para un potencial turista de naturaleza. Y, sin duda, la abundancia y diversidad de peces, ya ha generado el principal producto de pesca deportiva en el Beni, en la zona del río Pojige y su encuentro con el Mamoré.

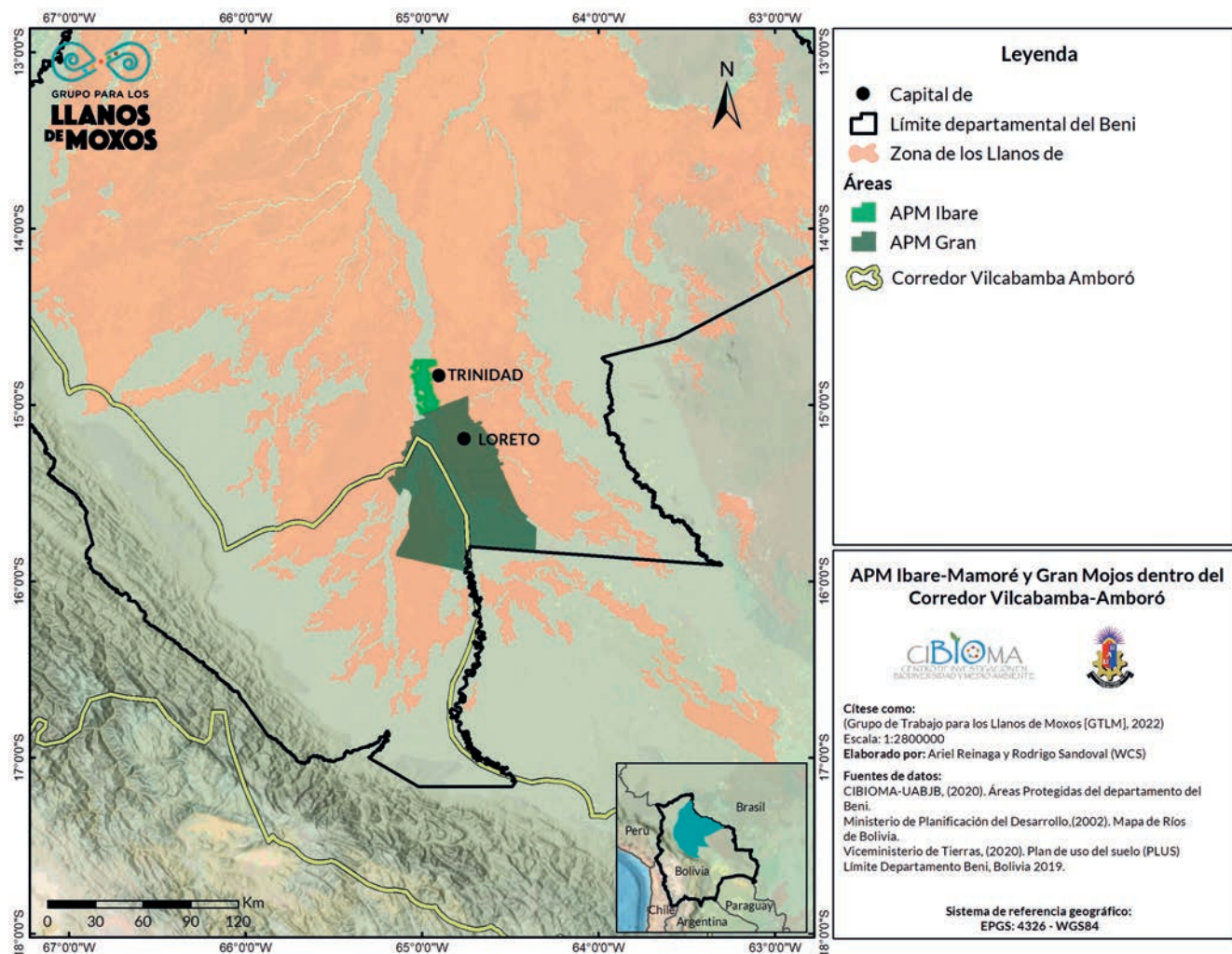
### Importancia biológica-ecológica

Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojós tienen una elevada importancia biológica y ecológica. La alta diversidad de ambientes naturales y ecosistemas, en su mayoría en buen estado de conservación, especialmente en Gran Mojós, con presencia de fauna representativa de los Llanos de Moxos, varias de ellas amenazadas, y lugares claves para la reproducción de múltiples especies de aves y peces, les confieren este alto valor natural (GAM Loreto; 2017, Ten, 2019) y de representatividad, ya que estos ecosistemas, característicos de la Llanura Beniense, no se encuentran bien representados en las 22 áreas protegidas de carácter nacional existentes.

La gran riqueza y diversidad de los componentes bióticos y abióticos de los humedales hacen que se encuentren entre los ecosistemas más complejos y productivos del planeta. Poseen una gran variedad de biotopos y hábitats intermedios entre los ambientes terrestres y acuáticos, y juegan por tanto un importante papel en la conservación de la biodiversidad y en el desarrollo económico regional (Espinosa, 2015).

La situación geográfica de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojós, las ubica en un lugar estratégico de conectividad ecológica-funcional, donde importantes ambientes ribereños, acuáticos, palustres y bosques, logran mantener franjas continuas de cobertura vegetal en buen estado de conservación, conectando de manera funcional procesos e interacciones ecológicas hacia ecosistemas de sabanas y palmares hidrofíticos del Beni. Hacia el norte y sur está conectada funcionalmente con los sistemas de várzea que se encuentran ampliamente distribuidos a lo largo del río Mamoré (Espinosa, 2015; GAM Loreto, 2017), además de garantizar la conectividad con otras áreas protegidas (TIPNIS) y de parte del Corredor de Conservación binacional Villcabamba-Amboró.

MAPA 5. APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos dentro del corredor Villcabamba-Amboró



### Amenazas sobre la biodiversidad

Hasta fechas recientes las principales amenazas para la biodiversidad en las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos eran comunes, aunque con distinto grado de presión (Espinosa, 2015; GAM Loreto, 2017, Ten, 2019). Las principales identificadas son:

- Inundaciones catastróficas, como las ocurridas en 2007, 2008 y 2014, que impactaron significativamente a muchas especies terrestres, hasta el punto que la caza de autoconsumo ha disminuido drásticamente en las comunidades.
- Aprovechamiento forestal selectivo, que ha modificado la estructura original de gran parte de los bosques de várzea.
- Ausencia de prácticas de manejo sostenible de los recursos piscícolas, sobre los que no hay ningún control a las actividades extractivas.
- Presión de caza sobre fauna ya impactada por inundaciones extremas y pérdida de hábitat.
- Quemadas estacionales y desmontes de islas de bosque, que afectan a ecosistemas únicos y las poblaciones que en ellos habitan.
- Procesos de colonización, especialmente en la zona sur del APM Gran Mojos, límite con Santa Cruz, precisamente en el espacio categorizado como Parque.

A estas amenazas hay que añadir, desde 2019, con la aprobación del nuevo Plan de Uso del Suelo del Beni (PLUS) (GAD Beni, 2019), el cambio de uso del suelo, especialmente en sabanas y humedales, que se constituye ahora en una de las mayores amenazas. Se prevén impactos directos negativos en términos de degradación de suelos y contaminación de aguas por agroindustria, el uso descontrolado y demasiado frecuente de fuegos en la ganadería, sustracción de agua para agroindustria, polución por efluentes agrícolas herbicidas y pesticidas, la introducción de especies exóticas e impactos indirectos sobre la fauna silvestre acuática y terrestre, invasión de los territorios indígenas y tierras comunales, pérdida de medios de vida de las comunidades indígenas y ribereñas, alta exposición de la población a enfermedades zoonóticas y otras derivadas de la alteración de los ecosistemas y contaminación, daños y destrucción de los sitios arqueológicos por cambios drásticos en el paisaje (GTLM, 2022).

### 2.2.3. Historia y cultura

La gran riqueza biogeográfica y cultural de Bolivia es una de las singularidades que la identifican y, al mismo tiempo, su mayor potencial turístico. En el espacio que abarca el PET IM-GM, se desarrollan a lo largo de su historia culturas y procesos culturales muy particulares y excepcionales dentro de la Amazonía. Diferenciamos tres grandes periodos culturales-históricos:

1. Periodo prehispánico: desde el ingreso de los primeros hombres hasta la llegada de los españoles a América (aprox. 8000 a.C.-1492 d.C.).
2. Periodo colonial: comprendería desde la llegada de los españoles a la independencia y formación de Bolivia como nación (1492-1825).
3. Periodo republicano: desde la creación de Bolivia a nuestros días (1825- ).

#### Periodo Prehispánico (aprox. 8.000 a.C. - 1492 d.C.)

Las primeras ocupaciones humanas en los Llanos de Moxos datan del Holoceno temprano, asociadas a islas de bosque, algunas de las cuales tienen acumulaciones de gasterópodos de agua dulce (*Pomacea* sp.) (Lombardo et al. 2013). En estas islas se documentó ocupaciones humanas entre +8.000 a. C. y el +2.000 a. C., destacando desde sus inicios el cultivo de calabaza (*Cucurbita* sp.), mandioca (*Manihot* sp.) y, a partir de +4.800 a. C., el cultivo del maíz (*Zea mays*) (Lombardo et al., 2020). Entre este periodo de sociedades cazadoras-recolectoras, con agricultura incipiente, y el periodo de sociedades sedentarias-heterogéneas con una creciente complejidad social, existe un vacío cronológico de más de 2.000 años (Jaimes y Prümers, 2015).

Alrededor del 300 d. C. acontece en el paisaje de los Llanos de Moxos una diversidad de expresiones culturales que se manifiestan en diferentes formas de construcciones en tierra, muchas de ellas relacionadas con el manejo del agua, diversos patrones de enterramiento y una variedad de tradiciones cerámicas. Hasta ahora se tiene por lo menos siete áreas culturales bien definidas, reflejo de la gran diversidad lingüística y cultural existente desde tiempos inmemoriales.

Al sureste de los Llanos de Moxos, donde se encuentran las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos, destacan montículos monumentales de la cultura Casarabe (500 d. C. - 1.400 d. C.). Se trata de construcciones arquitectónicas de forma piramidal que pueden tener más de 20 metros de altura (Jaimes y Prümers, 2018). Cerca de 500 montículos monumentales se encuentran interconectados por ríos, canales y terraplenes, formando una compleja red espacial con sitios centrales y otros sitios sucursales (Lombardo y Prümers, 2010). Detalladas excavaciones arqueológicas en la Loma Mendoza (Prümers et. al., 2015) y en la Loma Salvatierra (Jaimes, 2012; Prümers y Jaimes, 2014) revelan una ocupación continua de casi un milenio, identificándose por lo menos cinco horizontes culturales que expresan los cambios, transformaciones e interacciones de estas sociedades. La cuidadosa planificación de estas obras arquitectónicas, así como la presencia de enterra-

mientos de alto estatus, como el que se encontró en la Loma Salvatierra, datado 600 d. C. y que ostentaba un ajuar con objetos de metal, permiten suponer que estas sociedades estaban jerárquicamente organizadas.

Análisis paleobotánicos demostraron que los habitantes de los montículos estaban cultivando en la pampa una diversidad de plantas, destacando principalmente en su dieta el maíz, la yuca, el maní, el zapallo y diversidad de ajíes, entre otros. Los análisis zooarqueológicos evidenciaron una amplia diversidad de prácticas de caza y pesca.

### **Periodo Colonial (1492-1825)**

El origen del nombre “Moxos” aún hoy genera polémica. De cualquier modo, parece evidente, por las crónicas del Inca Garcilaso de la Vega, que los incas ya tenían noticias de una región denominada Musu “a la que los españoles llamaron Moxos”<sup>2</sup> (De la Vega, G. [1539-1616], 1918).

Al igual que muchos lugares de América, especialmente durante el siglo XVI y la primera mitad del XVII, la región de Moxos fue escenario de las búsquedas de reinos de incalculables riquezas por los conquistadores europeos. Aquí, el Paitití fue nombrado Moxos. Desde 1539, los ingresos de los conquistadores españoles se realizaron desde Cuzco, La Paz, Cochabamba y Santa Cruz (Chávez, 1986; Saignes, 1981, Meyers y Combes, 2011). Para el régimen colonial, Moxos constituía un extenso espacio, ubicado al norte o al este, sin límites definidos, una región desconocida y lejana.

Uno de los mayores impactos de la conquista fue la caída demográfica de las poblaciones indígenas por la difusión de enfermedades frente a las cuales no tenían defensas. Se estima que un 90% de la población de Moxos disminuyó en los primeros 100 años de la conquista (Denevan, 1980). Esta pérdida demográfica, la introducción de las herramientas de metal y la demanda de esclavos indígenas transformaron dramáticamente los sistemas de organización interna y las relaciones interétnicas en los Llanos de Moxos (Lehm, 1999).

Agotadas las esperanzas de encontrar riquezas, la Corona española dispuso la conquista de Moxos por la vía de la evangelización. Fue la Compañía de Jesús la que a partir de 1667 se hizo cargo de las incursiones y del establecimiento de las misiones en la región. El ciclo jesuítico en Moxos duró hasta 1767, cuando la Compañía fue expulsada. Durante este periodo se fundaron 26 centros reduccionales (Barnadas, 1985). En la actualidad, los centros urbanos más importantes de la región tienen su origen en las misiones del período jesuítico.

El primer pueblo misional fue fundado por el sacerdote Pedro Marbán el 25 de marzo de 1682, a orillas de la laguna Acere (hoy denominada Anteojos) bajo la advocación de Nuestra Señora de Loreto. Casi 100 años después, afectado el asentamiento por inundaciones y enfermedades, el P. Pedro de Venegas y el Cabildo Indígenal trasladan la misión a orillas del río Tico, al lugar denominado Palmar de Vista Alegre, donde actualmente se encuentra la capital municipal de Loreto. Desde esta primera misión de Loreto comienza todo el proceso de fundación de misiones en Moxos. La segunda misión fue La Santísima Trinidad, en 1686, fundada por el P. Cipriano Barace a orillas del Mamoré, trasladada a su ubicación actual en 1769.

El establecimiento de las misiones implicó profundos cambios en la vida de los pueblos indígenas de la región, entre ellos, la concentración de poblaciones de diverso origen étnico, la sedentarización, la preeminencia de la agricultura, la introducción de nuevas especies agrícolas y del ganado vacuno, el desarrollo de nuevos oficios, nuevas formas de gobierno, diferenciación social interna (con el empoderamiento de élites indígenas funcionales al sistema misional), y externa

2 La crónica indica que el Inca Tupa Yupanqui realizó dos expediciones y que, durante la segunda, tomó contacto con “los musus”. De esta manera, el nombre haría referencia tanto a una región como a sus habitantes (de la Vega, G. [1539-1616], 1918: 270-273).



entre los pueblos reducidos considerados como más “civilizados” frente a otros que resistieron y mantuvieron su autonomía, considerados “salvajes” o “bárbaros”, dicotomía que aún perdura. Entre los resultados más importantes del experimento jesuítico en Moxos destaca el surgimiento de culturas reduccionales caracterizadas por la articulación de elementos europeos y las diversas culturas locales, en las que los indígenas jugaron un papel activo (Block, 1997). A la postre, el hecho reduccional impulsó profundos procesos de etnogénesis. La diversidad cultural de los pueblos indígenas que hoy existen deviene de la interacción entre los propósitos homogeneizadores de los misioneros y la resistencia cultural de estos pueblos, muchos de los cuales se extinguieron en este proceso.

Los Llanos de Moxos son herederos de un importante legado, tangible e intangible, del periodo misional, el cual se expresa en las culturas indígenas actuales, así como en un patrimonio musical, mobiliario y artístico barroco, cuya producción se extendió incluso con posterioridad a la expulsión de los jesuitas. Excepto por los esfuerzos por mantener la música que realiza la Escuela y el Ensamble Moxos en San Ignacio, las obras de mobiliario y las manifestaciones artísticas se conservan precariamente en distintos pueblos de Moxos (Díez Gálvez, 2017).

La expulsión de los jesuitas implicó que los pueblos indígenas fueran sujetos al orden colonial general; es decir, a las obligaciones y el pago del tributo a la Corona, además de la apertura de la región al mercado. Ante el temor de los administradores coloniales de que los indígenas evangelizados se remontaran abandonando los centros reduccionales, esta política se aplicó solo parcialmente. En el periodo postjesuítico, la administración de las misiones pasó a manos de sacerdotes seculares, cuya proverbial corrupción fue descrita por Gabriel René Moreno a fines del siglo XIX. Los abusos condujeron a que muchos indígenas de las misiones se dispersaran de regreso a sus antiguos parajes alejados de los centros exreduccionales, o escaparan a Brasil (Moreno, 1888). Algunos artesanos formados en las escuelas jesuíticas se trasladaron a Santa Cruz.

En 1876, con las reformas borbónicas, la Audiencia de Charcas pasó a depender del recién creado Virreinato de La Plata. Como parte de estas reformas y, especialmente, como resultado de los conflictos entre España y Portugal, Moxos, otrora provincia de la Gobernación de Santa Cruz, fue erigido como Gobierno Militar de Moxos y Apolobamba, con las provincias de Moxos, Apolobamba y Yuracarés. En Moxos, los indígenas no fueron ajenos a las luchas anticoloniales. Desde 1803, particularmente entre 1809 y 1811, en Loreto, San Pedro y Trinidad se registraron sublevaciones contra el gobierno colonial.

### **Periodo Republicano (1825 - )**

La instauración de la República, en 1825, encontró en Moxos unos pueblos empobrecidos por los saqueos perpetrados por las huestes realistas (Moreno, 1888). En 1842, bajo el gobierno de José Ballivián, se creó el departamento del Beni con las tres provincias de la gobernación colonial: Moxos, Yuracarés y Caupolicán (nombre que recibió Apolobamba). Con los decretos de creación del departamento, los indígenas de las misiones fueron “elevados”, con un sentido marcadamente liberal, a la condición de ciudadanos “capaces de los derechos de libertad, igualdad y propiedad”. Es decir, “libres” para ejercer los derechos de propiedad y comercio. Se les asignó los terrenos urbanos que ocupaban, tierras de cultivo, plantaciones de cacao y ganado (Limpías, 1942). Algunas élites indígenas, conocedoras de las leyes, accedieron a estos derechos. Sin embargo, al haber sido otorgados individualmente, y con el arribo de los comerciantes no indígenas, tras la apertura de las puertas de la región al comercio, estas tierras y sus bienes fueron progresivamente transferidos a los no indígenas recién llegados (Guiteras, 2011; Lehm, 1987).

En el siglo XIX, Moxos fue escenario de varias exploraciones geográficas y científicas que buscaban el reconocimiento de las riquezas naturales, de las vías de acceso, de sus poblaciones y, en algunos casos, la delimitación de las fronteras

nacionales con los países vecinos (Guiteras, 2017, Córdoba, 2012). Durante la primera mitad del siglo XIX, la extracción de la quina en los bosques de la cuenca del río Beni sería el augurio de una economía extractivista aún más intensa y de mayor envergadura basada en la extracción de gomas elásticas que duraría hasta las primeras décadas del siglo XX. Si bien la quina y la goma no se distribuían naturalmente en la región sabanera de los Llanos de Moxos, sino en las regiones boscosas del oeste, norte y este, la fuerza de trabajo indígena para la extracción fue reclutada de las ex misiones de Moxos y Apolobamba (Vallvé, 2010).

Entre los impactos importantes de estos procesos cabe mencionar: nuevas caídas demográficas entre los pueblos indígenas; el surgimiento de modalidades de sujeción de la fuerza de trabajo como los enganches, matrículas y habilitos (algunos, como estos últimos, perduran hasta nuestros días); la presencia de numerosa población no indígena proveniente especialmente de Santa Cruz, Cochabamba y La Paz; la incorporación del norte de Bolivia y del Beni a las dinámicas políticas y económicas del país a través de la economía extractivista; y la creación de establecimientos agroindustriales en el centro y sur del departamento para atender la demanda norteña de derivados de la caña de azúcar, el cuero y el sebo del ganado vacuno. En este periodo el hato ganadero del Beni casi desaparece.

La expansión de esta frontera extractivista en el norte implicó el encuentro con pueblos indígenas diferentes a los hasta entonces conocidos, y en este nuevo escenario se establecieron y desarrollaron complejas interrelaciones entre los grupos indígenas y entre estos y los diferentes agentes nacionales (Córdoba, 2012). Frente a los abusos de la época, entre los mojeños de las exreducciones de Trinidad y San Javier, se gestó hacia 1887 una resistencia mesiánica conocida entonces como la Guayoquería y, hasta nuestros días, como la Búsqueda de la Loma Santa (Lehm, 1999).

Desde 1940 hasta la década de 1990, la demanda del mercado internacional de pieles de animales silvestres y mascotas determinó la drástica reducción de las poblaciones de especies como la londra (*Pteronura brasiliensis*), el lagarto (*Caiman yacare*), el caimán (*Melanosuchus niger*) y el jaguar (*Panthera onca*), entre muchas otras.

Las reformas de la Revolución Nacional de 1952, que en los Andes significaron la abolición del latifundio y de las formas serviles de explotación de la fuerza de trabajo, en los Llanos de Moxos consolidaron la estancia ganadera en las sabanas naturales y la puesta en valor de la carne de res con la introducción del transporte aéreo y la consolidación de un mercado cautivo en las minas nacionalizadas del Altiplano. Con ello, se produjo el confinamiento de las comunidades indígenas en las zonas boscosas, y estas no gozaron de los beneficios de la Reforma Agraria de 1953, sino hasta la década de 1970. En realidad, pocas fueron las comunidades que accedieron a este beneficio. En los casos que lo lograron, se estima que los procesos duraron entre 10 y 15 años.

La Reforma Educativa trajo la democratización de la educación, el incremento de las escuelas rurales y la castellanización, con lo cual las lenguas y los conocimientos indígenas empezaron a perderse. A su vez, la denominada “Marcha al Oriente”, como política pública, impulsó aspectos a destacar: la apertura de carreteras para integrar el oriente con el occidente del país y, al mismo tiempo, promover la colonización de un espacio al que se consideraba “vacío” sobre la base de la negación de la existencia de los pueblos indígenas. En la década de 1970, la apertura de las carreteras Trinidad - La Paz, y Trinidad - Santa Cruz intensificó la extracción maderera, actividad que en la década de 1980 encontraría niveles nunca antes registrados (Quiroga y Salinas, 1996).

En respuesta a estos procesos, en el Beni se crearon áreas protegidas de alcance nacional como el Parque Isiboro-Sécure (1965), la Reserva de Inmovilización Forestal del Iténez (1986), la Estación Biológica del Beni (1982), reconocida como Reserva de la Biósfera por la UNESCO en 1987, y la Zona de Conservación de Cuencas Eva Eva-Mosetenes (1987) (GAD Beni - CIBIOMA, UAB, 2016).

Simultáneamente, preocupados por su situación, y al influjo del movimiento indígena continental y nacional, en 1986 los pueblos indígenas del Beni empezaron a organizarse en un sistema federativo de representación para reclamar sus derechos ante el Estado, especialmente sus derechos territoriales. En 1990, aglutinados en la Central de Pueblos Indígenas del Beni (CPIB), protagonizaron una primera marcha hasta la ciudad de La Paz, denominada por el Territorio y la Dignidad; por primera vez en la historia, obtuvieron el reconocimiento de cuatro territorios indígenas. También, con este evento, los pueblos indígenas de las tierras bajas se constituyeron en un actor político gravitante en el escenario nacional (Lehm, 1999). En adelante, los pueblos indígenas del Beni, junto con otros de las tierras bajas de Bolivia, protagonizaron más de 10 marchas por el reconocimiento y respeto a sus derechos territoriales y de autodeterminación (Lehm y Lara, 2021).

A partir de la marcha de 1990, y con la influencia del movimiento global que generó la Cumbre de la Tierra, se reconocieron nuevos territorios indígenas y áreas protegidas, algunos de los cuales gozan de una doble condición, como el TIPNIS o la TCO Reserva de Biósfera Pilon Lajas. En 1992 se promulgó la Ley del Medio Ambiente, reconociendo la compatibilidad entre los territorios indígenas y las áreas protegidas. En 1996, con una segunda marcha, se reconocieron los territorios indígenas bajo el nombre de Tierras Comunitarias de Origen (TCO), así como 16 nuevas demandas, la mayoría de ellas en el Beni. Sin embargo, estas demandas fueron sujetas a un proceso de saneamiento, que determinó que las tierras tituladas a los pueblos indígenas fueran las sobrantes luego de sanearse las propiedades de los terceros. Y debido a los conflictos que se suscitaron, el proceso de titulación de algunas tierras aún no ha concluido. En la actualidad, en el Beni existen 14 áreas protegidas nacionales, departamentales y municipales, sobre una superficie de 7.821.000 ha, 18 territorios indígenas, con 5.575.886 ha; y tres sitios Ramsar, con 6.920.255 ha.

#### **2.2.4. Zonificación**

No existe una zonificación turística en los municipios de Trinidad y Loreto. Ni siquiera en las dos APM, ya que no disponen de planes de manejo. No obstante, hay algunos aspectos que permiten definir algunos criterios espaciales relacionados con la actividad.

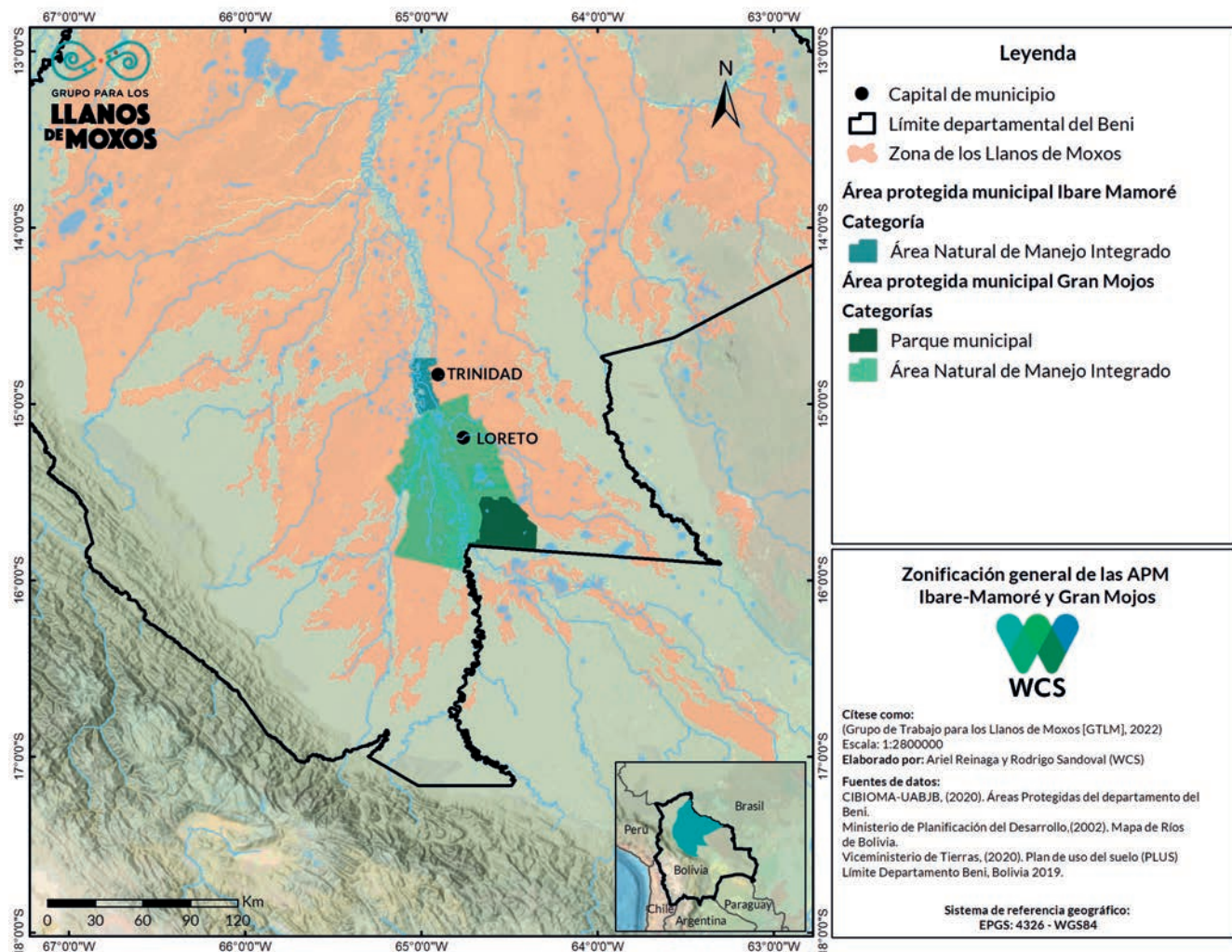
En primer lugar, toda el APM Ibare-Mamoré está categorizada como Área Natural de Manejo Integrado (ANIMI), por lo tanto, no hay ninguna restricción para realizar turismo en todo su espacio. Por su parte, el APM Gran Mojós tiene 84.913,63 ha bajo la categoría de Parque (14,63% de la superficie total), en la que no se podrían desarrollar este tipo de actividades, mientras que las restantes 495.516,80 ha de ANMI no tendrían impedimentos iniciales.

En el “Diagnóstico y Plan Integral de Gestión Ambiental del Área Protegida Municipal “Ibare-Mamoré” (Espinosa, 2015), hay zonificaciones de las comunidades del APM Ibare-Mamoré, aunque descritas como preliminares, en el que se identifican los espacios con potencial turístico.

De manera más precisa, resultado de los diagnósticos comunales participativos que se están elaborando en el marco de las actividades del Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos, se obtendrán zonificaciones en todas las comunidades que conforman las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojós. En estas zonificaciones se están considerando los espacios sagrados y lugares arqueológicos, que requieren un tratamiento especial.

Con base en las categorías de cada APM, a la espera de tener las zonificaciones comunales y los planes de manejo de las APM, se puede hacer una primera aproximación a la zonificación turística del destino (Mapa 6).

MAPA 6. Zonificación general de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos



Contar con una zonificación turística definida de un destino es importante, permite evaluar el potencial de los recursos y atractivos turísticos identificados, facilita el diseño de rutas y circuitos, planificar y priorizar inversiones en infraestructura, etc.

Por otro lado, incorporando a la zonificación las rutas existentes, las actividades permitidas, servicios ofrecidos u otra información que pueda ser de interés para el turista, se ofrece una imagen gráfica de los valores naturales y culturales que se encuentra en este destino, facilita su actividad y la promoción del espacio.

## 2.2.5. Condiciones Territoriales

### 2.2.5.1. Características demográficas

En el área del PET IM-GM, la población total es 110.424 habitantes (INE, 2012), de los que el 92,03% se concentra en el área urbana de Trinidad (Tabla 5).

TABLA 5. Población total, urbana, rural, por sexo e identificación indígena en el destino IM-GM

Municipio	Total	% Urbana	% Rural	% Hombre	% Mujer	Población indígena	
						Total	%
Trinidad	106.596	95,34	4,66	50,24	49,76	26.532	28,00
Loreto	3.828		100	46,24	53,76	1.421	37,10
TOTAL	110.424	92,03	7,97	50,10	49,90	27.953	25,31

Fuente: elaboración propia con base en datos del INE (2012), PTDI Trinidad (GAM Trinidad, 2015) y PTDI Beni (GAD Beni, 2016)

De este total, la población en las 31 comunidades de las dos APM (22 en Loreto<sup>3</sup> y 9 en Trinidad) es de 6.247 personas (2.954 Loreto y 3.293 Trinidad) (GAM Loreto, 2017; Espinosa, 2015), por tanto, el 5,66% de la población total de ambos municipios.

La estructura de la población (Tabla 6), aunque mantiene los rasgos comunes al departamento del Beni, con fuerte predominio de población infantil y juvenil, refleja las distintas dinámicas poblacionales de las áreas rurales y urbanas. En el grupo etario de 0-11 años hay una marcada diferencia de casi 8 puntos entre ambos municipios, mostrando una natalidad claramente inferior en la ciudad. Mucha similitud en el grupo 12-17 años, durante el periodo de educación media, para pasar a un incremento significativo en el área urbana de los grupos de 18 a 28 años y 29-59, muestra de las tendencias generales de concentración de población en edad laboral y de formación superior en los centros urbanos. En el segmento de 60 años o más se vuelven a equilibrar los porcentajes.

TABLA 6. Estructura de la población en los municipios del destino IM-GM

Municipio	Población por grupos de edad									
	0-11 años		12-17 años		18-28 años		29-59 años		≥ 60 años	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Trinidad	27.223	25,54	14.191	13,31	24.659	23,13	33.251	31,19	7.272	6,82
Loreto	1.295	33,83	522	13,64	700	18,29	1.067	27,87	244	6,37
TOTAL	28.518	25,83	14.713	13,32	25.359	22,97	34.318	31,08	7.516	6,81

Fuente: elaboración propia en base a datos del INE (2012).

Los datos de variación intercensal para el periodo 2001-2012 ratifican estos procesos migratorios comentados, mientras que Trinidad tuvo para el periodo un crecimiento del 2,5%, en Loreto fue negativo, con un -0,1% (INE, 2012).

Estamos, por tanto, en una región con un fuerte núcleo urbano que concentra a la mayor parte de la población, opera como centro articulador regional al ser nudo del eje viario fundamental y regional, tener el principal aeropuerto del departamento e importantes puertos fluviales.

La densidad de la población en el espacio de destino es de 12,92 hab/km<sup>2</sup>, pero no uniformemente distribuida. En Trinidad, la densidad es de 59,16 hab/km<sup>2</sup>, sin embargo, el área urbana, que concentra al 95,3% de la población, ocupa solo el 2,4% de la superficie.

3 Se ha incluido la capital municipal por no ser considerado centro urbano. Por otro lado, la comunidad de Marsella no es estable, sus habitantes hacen actividades agrícolas en ella, pero residen en otros espacios.

Para Loreto, la densidad poblacional es de 0,57 hab/km<sup>2</sup>. En las dos áreas protegidas municipales las densidades poblacionales van de muy baja, en el caso de Gran Mojos (0,51 hab/km<sup>2</sup>), a alta (en el contexto amazónico) en Ibare-Mamoré (12,86 hab/km<sup>2</sup>).

Hay que destacar la significativa presencia de pueblos indígenas en el espacio del destino. En el caso de Trinidad, con un 28% de la población identificada con algún pueblo indígena, la mayor presencia corresponde al mojeño-trinitario y yuracaré. En Loreto, todas las comunidades identifican sus orígenes con un pueblo originario (GAM Loreto, 2017).

### **2.2.5.2. Características socioeconómicas**

La participación del Beni en el Producto Interno Bruto (PIB) nacional es muy baja, solo por encima de Pando. En el quinquenio 2015-2019 nunca ha superado el 3,28% (INE, 2020c).

La composición del PIB departamental según actividad económica, para el periodo 2015-2019, muestra al sector terciario como el más importante, con una participación promedio del 43%, siendo los servicios de la administración pública, el comercio y los servicios financieros y de bienes inmuebles los más importantes. Muy próximo se encuentra el sector primario, con un 40%, en el que destaca el sector pecuario, que por sí solo aporta un 26% al PIB departamental en 2019, convirtiéndola en la principal actividad económica del Beni. El poco desarrollado sector secundario contribuye con un 17%.

La población en situación de necesidades básicas insatisfechas (NBI) es muy alta en el Beni; para 2012 alcanzaba el 56,4%; solo un 16% tendría sus necesidades básicas satisfechas (INE, 2012). En Trinidad, empleando la misma fuente, el porcentaje de población en situación de NBI sería del 38%, mientras que en Loreto alcanza al 82%.

Un análisis sobre la situación de pobreza más actualizado y bajo una óptica multidimensional de cumplimiento y desempeño sobre los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), evaluando 62 indicadores, es el realizado en el Atlas Municipal de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Bolivia 2020 (Andersen et al., 2020). Bajo este método, Bolivia se encuentra en el puesto 76 de 166 países. A nivel municipal, Trinidad se sitúa en el ranking 24 (sobre 339 municipios del país), mientras que Loreto ocupa el puesto 294. Destacar que ninguno de los municipios cumple el ODS 1, Fin de la Pobreza, encontrándose Loreto muy lejos de poder alcanzarlo.

Las características ocupacionales de la población de 10 años en adelante que trabaja (INE, 2012) muestra significativas diferencias entre ambos municipios (Tabla 7), relevantes para el desarrollo de la actividad turística. En cuanto al sector económico, mientras que en Trinidad solo un 7,10% es empleado por el sector primario, en Loreto alcanza al 71,50% de la población ocupada y, al contrario, en Trinidad el 83% se dedica al sector terciario, mientras que en Loreto solo el 23,40%.

TABLA 7. Características ocupacionales de la población en los municipios del destino IM-GM

CARACTERÍSTICAS OCUPACIONALES	MUNICIPIO	
	TRINIDAD	LORETO
SECTOR ECONÓMICO (%)		
Primario	7,1	71,5
Secundario	9,5	5,0
Terciario	83,4	23,4
SITUACIÓN DE EMPLEO (%)		
Trabajador asalariado	56,4	40,6
Trabajador por cuenta propia	36,1	51,5
Otras categorías ocupacionales	7,5	7,8
GRUPO OCUPACIONAL (%)		
Trabajador de servicios y vendedores	24,6	5,1
Trabajadores agrícolas, pecuarios, forestales y pesqueros	5,9	65,9
Trabajadores de construcción, industria, manufactura y otros oficios	21,7	6,8
Otros grupos ocupacionales	47,9	22,2

Fuente: elaboración propia con base en datos del INE (2012).

Coherente con esta situación, el grupo ocupacional principal en Loreto es el de trabajadores agrícolas, pecuarios, forestales y pesqueros (65,90%); mientras que en Trinidad son más importantes las ocupaciones relacionadas con los sectores secundario y terciario. En cuanto a la situación de empleo, se observa que los porcentajes entre trabajador asalariado o por cuenta propia casi se invierten entre ambos municipios.

En cuanto a la participación (Tabla 8), se evidencia lo comentado en la estructura poblacional, la población en edad de formación superior o por búsqueda de trabajo, abandona las áreas rurales, lo que explica que la tasa de participación sea algo más alta en Loreto. Por otro lado, se observa una clara desproporción entre géneros, casi 35 puntos a favor de los hombres en Loreto y 20% en Trinidad.

TABLA 8. Tasa global de participación actividades laborales en los municipios del destino IM-GM

MUNICIPIO	TASA GLOBAL DE PARTICIPACIÓN (%)		
	Hombres	Mujeres	Total
Trinidad	68,20	48,10	58,00
Loreto	75,50	41,20	60,40

Fuente: elaboración propia con base en datos del INE (2012).

### Principales actividades productivas

La ciudad de Trinidad ejerce como centro articulador departamental, con especial incidencia en las provincias Mojós y Marbán; en esta última se encuentra Loreto. Además del sector terciario en la ciudad capital, destacan entre los sistemas productivos la ganadería comercial, cierto desarrollo agroindustrial en algunos puntos de la región y el turismo, junto con la agricultura tradicional en las comunidades indígenas y campesinas (GAD, Beni, 2016). Sin embargo, como se ha visto en las características ocupacionales, existen importantes diferencias entre Trinidad y Loreto (Tabla 9).

TABLA 9. Miembros de las unidades productivas agropecuarias (UPA) por actividad

ACTIVIDAD PRINCIPAL	TRINIDAD	%	LORETO	%
Agrícola	580	42,34	497	42,88
Ganadero	236	17,23	292	25,19
Avícola	51	3,72	13	1,12
Forestal	3	0,22	1	0,09
Extracción	8	0,58	14	1,21
Recolección	3	0,22	2	0,17
Caza	1	0,07	1	0,09
Piscícola	53	3,87	11	0,95
No participa	301	21,97	274	23,64
Sin especificar	134	9,78	54	4,66
<b>TOTAL</b>	<b>1.370</b>	<b>100,00</b>	<b>1.159</b>	<b>100,00</b>
ACTIVIDAD SECUNDARIA	TRINIDAD	%	LORETO	%
Minería	2	0,31	2	0,34
Industria manufacturera	6	0,91	0	0,00
Comercio	51	7,78	22	3,72
Construcción	6	0,91	6	1,02
Transporte	13	1,98	5	0,84
Otros servicios	284	43,29	176	29,78
Ninguno	294	44,82	380	64,30
<b>TOTAL</b>	<b>656</b>	<b>100,00</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

Fuente: elaboración propia con base en la Ficha Municipal Agropecuaria (INE, 2013).

Destacar, en primer lugar, que en ambos municipios, a pesar de ser Trinidad capital departamental y su significativa menor extensión territorial, la relevancia y similitud en la cantidad y porcentaje de las actividades *Agrícola* y *Ganadería*, con solo una diferencia de 8 puntos a favor de la segunda en el caso de Loreto. Esto indica que en Trinidad aún se mantienen las principales actividades productivas tradicionales en el Beni.

El resto de actividades tienen muy escasa importancia, aunque sí hay una mayor presencia en Trinidad de producción *Piscícola*, *Avícola* y *Comercio*. Resalta la poca relevancia de la actividad *Forestal* en ambos municipios y la mayor presencia de actividades de *Extracción* en Loreto.

Respecto a las actividades secundarias, *Otros servicios* es en ambos casos la más destacada, posiblemente relacionado con trabajos temporales. Por último, mencionar el muy bajo alcance de la *Construcción* en Trinidad, lo que habla del escaso dinamismo urbano que tiene la capital departamental.

### Agricultura

Hay que considerar diferentes datos para entender el tipo de actividad agrícola que se realiza en cada municipio (Tabla 10). Por un lado, la superficie media por UPA en Trinidad es de 149,30 ha, mientras que en Loreto es 678,10 ha. Por otro, en la extensión destinada a los diferentes cultivos, Trinidad ocupaba en 2013 para el arroz con cáscara (en verano) 441,90 ha, Loreto 235,20 ha, mientras que el resto de productos básicos (maíz, yuca, plátano), Loreto empleaba mayor extensión. Finalmente, si se observan los rendimientos kg/ha, para el arroz con cáscara, Trinidad logra 4.497,60 kg/ha, mientras que Loreto obtiene 1.128,50 kg/ha. De la misma manera, se observan importantes diferencias de rendimiento en el plátano (postre), 5.517,40 kg/ha frente a 1.450,50 kg/ha a favor de Trinidad, y en el plátano (banano), 8.531,70 kg/ha en Trinidad, 1.614 kg/ha en Loreto.



TABLA 10. Características de las unidades productivas agropecuarias (UPA) municipios del destino

		TRINIDAD		LORETO	
CULTIVO		Superficie (ha)	Rendimiento (Kg/ha)	Superficie (Ha)	Rendimiento (Kg/ha)
Invierno	Maíz	6,60	1.930,00	13,70	1.861,90
	Yuca	23,70	4.099,80	-----	-----
	Frijol	5,80	1.064,00	2,90	1.026,90
	Arroz con cáscara	-----	-----	1,20	900,00
	Sandía	-----	-----	1,00	8.989,00
	Otros cultivos	11,60		1,70	
	<b>Total</b>	<b>52,30</b>		<b>20,40</b>	
Verano	Plátano (postre)	89,20	5.517,40	242,80	1.450,50
	Arroz con cáscara	441,90	4.497,60	235,20	1.128,50
	Maíz	105,00	2.540,20	207,70	2.425,50
	Yuca	71,70	6.418,90	170,10	5.515,40
	Caña de azúcar	61,60	28.109,60	35,10	22.761,60
	Plátano (banano)	21,10	8.531,70	34,00	1.614,00
	Cacao	17,60	433,90	5,00	690,00
	Frijol	-----	-----	2,00	408,30
	Otros cultivos	44,00		15,80	
	<b>Total</b>	<b>874,20</b>		<b>1.197,60</b>	

Fuente: elaboración propia con base en Ficha Municipal Agropecuaria (INE, 2013)

Estos datos implican para Trinidad la aplicación de sistemas agrícolas intensivos en algunas zonas con algunos productos, mientras que en Loreto se mantiene la agricultura tradicional, destinada al autoconsumo y venta de algunos excedentes en los mercados locales.

En Trinidad, esta agricultura mecanizada e intensiva en insumos agroquímicos, no se realiza dentro de su APM Ibare-Mamoré. Aquí, al igual que ocurre en las comunidades del APM Gran Mojos, el sistema de producción practicado es el tradicional de roza, tumba y quema del bosque, posterior limpieza del terreno y siembra, realizada en pequeñas superficies (media anual de 2-3 ha), con empleo de mano de obra familiar esencialmente. No se cuenta con maquinaria o equipos destinados a la actividad agrícola, utilizándose únicamente herramientas manuales (hachas, palas y machetes), sin empleo de semillas certificadas (Ten, 2019).

### Ganadería

La principal actividad ganadera en el Beni es la bovina, en general destinada a producción de carne para venta, aunque en Trinidad, las comunidades y estancias privadas próximas a la ciudad, la producción de leche es preferente. Loreto tiene una cantidad significativamente superior en bovinos, 96.885 cabezas de ganado, frente a 32.343 de Trinidad (INE, 2013)<sup>4</sup>.

En todos los casos, el sistema de producción es extensivo, aprovechando las praderas (pampas) naturales, dedicado a la cría de ganado esencialmente, realizando la recría y el engorde en Santa Cruz. Sin embargo, hay importantes

4 Hay una diferencia significativa en cantidad de ganado bovino en el municipio de Loreto entre los datos del INE y los ofrecidos por la Asociación de Ganaderos de Loreto (ASOGALO). Según sus fuentes, en ASOGALO hay registradas 125 estancias ganaderas que suman más de 300.000 cabezas de ganado (GAM Loreto, 2017).



diferencias en el manejo de campos y ganado, desde el tradicional extensivo (empleado por comunidades y estancias ganaderas más pequeñas) a sistemas más eficientes con división de campos, monta controlada, clasificación del hato, mejora genética, inseminación artificial, etc. Algunos ganaderos, para aumentar la capacidad de carga animal y mejorar la alimentación de los animales en ciertos periodos, han introducido plantas forrajeras no nativas, no en grandes extensiones. En el caso de Trinidad, en el 2013 era el 21,44% (8.490,30 ha) de la extensión total de suelo destinado a esta actividad, y en Loreto apenas el 2,70% (5.656,10 ha).

No existe, por tanto, ganadería intensiva (estabulada y alimentada con productos enriquecidos) en el destino. El mayor impacto ambiental y sobre el paisaje generado por esta actividad es el producido por las quemas estacionales para fomentar el rebrote de pasto palatable y combatir a los parásitos, práctica que se estuvo reduciendo por temor a sanciones de la ABT (Autoridad de Control y Fiscalización Social de Bosques y Tierra), y la mencionada introducción de plantas forrajeras no autóctonas, del género *Brachiaria*, muy agresivas para las áreas de monte (impiden su sucesión natural)<sup>5</sup>.

Además, por lo general, en todas las comunidades se crían animales de granja (gallinas, chanchos, patos, etc.) en el entorno del hogar, siempre a pequeña escala.

Este sistema tradicional de ganadería beniana, asociado a prácticas culturales ganaderas propias, es un potencial atractivo turístico que se está poniendo en valor en otros espacios del Beni y países del entorno (Brasil, Argentina, etc.).

### Forestal

Si bien en la Ficha Municipal Agropecuaria de los municipios de Trinidad y Loreto la actividad forestal aparece como marginal, existe un aprovechamiento forestal informal que sí es relevante. En general, para ambos municipios, las especies maderables con valor comercial ya han sido extraídas, especialmente de los bosques de ribera del Mamoré y, en Loreto, también en la zona del río Pojige (GAM Loreto, 2017; Ten, 2019).

<sup>5</sup> De manera creciente, se viene evaluando la contribución de la ganadería al cambio climático por las emisiones de gases de efecto invernadero, especialmente de metano.

Actualmente, la extracción forestal maderable sigue siendo informal, sin que haya datos específicos de volúmenes, centrada en ochoó (*Hura crepitans*), palo María (*Calycophyllum spruceanum*) y piraquina (*Xilopia* sp.), realizada por las comunidades, dirigida al mercado de Trinidad. Además, es importante el aprovechamiento no controlado que se realiza de chuchío (*Gynerium sagittatum*) en toda la región, empleado como material para construcción en Trinidad. No obstante, el mayor uso forestal en la zona se destina al autoconsumo, madera para la construcción en las comunidades y leña como principal combustible.

La sobreexplotación forestal es la principal causa de la evidente degradación del bosque de ribera de los ríos Mamoré e Ibare en el área del APM del municipio de Trinidad, seguida de las inundaciones y las quemadas (Ten, 2019). Mientras, en el APM Gran Mojós, solo su límite suroeste, límite con Santa Cruz, zona declarada con la categoría de Parque, estaba libre de actividades humanas, pero recientemente el INRA ha dado autorizaciones de asentamiento.

Una atención especial merece las “islas de bosque”, sobre todo en el municipio de Loreto, al ser hábitat de la endémica paraba barba azul (*Ara glaucogularis*), uno de sus atractivos turísticos. En la última década se ha producido un claro retroceso en la extensión de estos parches de bosque, transformándose en campos de pastoreo y zonas de “altura” para salvataje del ganado al ser espacios libres de inundaciones estacionales (GAM Loreto, 2017).

### Caza, pesca y recolección

En la tabla 11 se observa que la actividad de **caza** es irrelevante en las unidades productivas agropecuarias, en ninguno de los municipios alcanza el 0,1%. Sin embargo, es ampliamente practicada como actividad de autoconsumo, al igual que la pesca tradicional, con mayor incidencia en Loreto.

TABLA 11. **Personas que realizan caza y pesca en las UPA por municipio del destino**

MUNICIPIO	Caza animales silvestres	Realizan pesca
Trinidad	95	206
Loreto	181	270

Fuente: elaboración propia con base en Ficha Municipal Agropecuaria (INE, 2013)

Las UPA que tiene como actividad principal la caza, una por municipio, deben hacer referencia a las comunidades que están participando del Programa Nacional de Aprovechamiento Sostenible del Lagarto (*Caiman yacare*). Son tres las comunidades dentro del APM Ibare-Mamoré incluidas en este programa, Puerto Geralda, Los Puentes y Mangalito del Río, con un cupo asignado de 338 individuos. En el caso de Loreto, son 22 comunidades indígenas y campesinas, junto con 30 estancias ganaderas, las autorizadas para hacer aprovechamiento, con un cupo de 1.378 lagartos.

A pesar de los datos de la tabla 11, Espinosa (2015) señala para el APM Ibare-Mamoré que la caza ha casi desaparecido debido a la alta presión que ejerce la ciudad sobre este espacio, las inundaciones recurrentes y las actividades de transporte terrestre y fluvial. No obstante, en el trabajo de Ten (2019), si bien se menciona un fuerte descenso en la abundancia de fauna disponible, aclara que la caza oportunista, especialmente durante el periodo de inundación, cuando la fauna se concentra en las escasas alturas, es considerada un grave problema, sobre todo para especies poco frecuentes en la zona, como anta (*Tapirus terrestris*) y urina (*Mazama gouazoubira*). Además, otras especies estarían sometidas durante todo el año a presión de caza, como jochi colorado (*Dasyprocta variegata*) y tatú (fam. Dasyproctidae).

Un problema específico de sobre explotación de fauna en la zona es la captura de petas (*Podocnemis* spp.) y la recolección de sus nidos en las riberas de todos los

ríos. Anualmente, durante el periodo de puesta de las tortugas de río, se produce una recolección intensa de los nidos encontrados para el comercio local, centrado en Trinidad, pero llega a venderse en Santa Cruz y otros mercados. Aunque la gobernación del Beni tiene un programa de repoblamiento de petas en el río Pojige, dentro del APM Gran Mojos, esta recolección y consumo de especímenes es claramente insostenible.

Respecto a la pesca, la situación es compleja. Existen cuatro modalidades de aprovechamiento del recurso pesquero en la zona: comercial, autoconsumo, recreación y turístico. Cada una de estas modalidades tiene actores diferentes, generando una complicada problemática por el alto valor social que tiene este recurso.

La pesca comercial realizada en el Mamoré y sus afluentes ha venido incrementándose en los últimos años. Por un lado, hay una creciente captura comercial ilegal procedente de Santa Cruz y Cochabamba sobre la que no se ejerce ningún control por la autoridad departamental competente. Por otro, la pesca comercial local, que suministra a Trinidad y, ocasionalmente, a Santa Cruz, también ha intensificado sus actividades, sin que se estén monitoreando sus impactos. La importancia de la actividad queda reflejada en que algunas comunidades del APM Ibare-Mamoré se dedican casi exclusivamente a esta actividad (Espinosa, 2015).

La pesca de autoconsumo la efectúan todas las comunidades, como parte importante en su alimentación. Se emplean técnicas tradicionales (anzuelo y lineada) y se realiza en todos los cuerpos de agua, dentro o fuera del espacio comunitario.

La pesca por recreación, que hace especialmente la población urbana de Trinidad, también ha crecido notablemente en la última década. Esta actividad, muy extendida, está generando conflictos entre la ciudad y comunidades por los permanentes ingresos de personas ajenas a los cuerpos de agua de uso tradicional de las comunidades.

Finalmente, existe pesca por turismo, desarrollada sobre todo en el río Pojige y áreas del Mamoré próximas a la comunidad de Camiaco (Loreto). No es una pesca deportiva en sentido estricto, es decir, muchos de los peces capturados no son devueltos, los pescadores se lo llevan a sus lugares de origen, ocasionalmente en grandes cantidades. Esta actividad se concentra en los fines de semana, durante los meses de mayo a diciembre, realizada por pescadores procedentes de Santa Cruz, principalmente, y Cochabamba en menor medida, con mucha frecuencia acompañados por sus familias (GAM Loreto, 2017). No hay regulación, zonificación de actividades ni control por parte de ninguna autoridad local o departamental.

Existe, por tanto, un problema en la gestión del recurso pesquero que, asociado a problemas de contaminación y alteración ambiental, está poniendo en riesgo esta fuente de alimento esencial para muchas comunidades y su potencial turístico. Desde la perspectiva local se menciona que, especialmente las lagunas, ya demuestran una clara disminución de la capacidad pesquera (Espinosa, 2015).

Respecto a la **recolección**, tampoco es significativa la cantidad de miembros de las UPA que la realizan. Si bien en las comunidades la recolección es frecuente para acceder a recursos tradicionales, su comercialización es esporádica, con productos como chocolate, miel y algún otro asociado a medicina natural.

### **Turismo**

Se desarrolla en el apartado 2.3.

### **Niveles de formación de la población del destino IM-GM**

La actividad turística requiere personal cualificado e, idealmente, con buenos niveles educativos y de formación, con hábito de estudio para actualizar los conocimientos necesarios para el desarrollo de sus actividades. Por ello, es importante conocer los niveles de formación de la población en los municipios del destino IM-GM.

Las tasas de alfabetismo son elevadas en ambos municipios, con una buena evolución en el periodo intercensal 2001-2012 (Tabla 12), especialmente en el área rural. La diferencia entre los ámbitos urbano y rural no es significativa actualmente, aunque se mantienen contrastes entre géneros, especialmente en Loreto (96,50% hombres, 92,30 mujeres). Señalar que la media de alfabetismo en Trinidad se sitúa por encima de la media nacional (94,90%) y Loreto se encuentra muy próximo.

TABLA 12. Tasa de alfabetismo de la población de 15 años o más municipios del destino (2001-2012)

MUNICIPIO	2001							2012						
	Total	Urban	Homb	Mujer	Rural	Homb	Mujer	Total	Urban	Homb	Mujer	Rural	Homb	Mujer
Trinidad	95,54	95,94	97,75	94,16	87,59	91,17	82,11	98,50	98,60	--	--	96,60	--	--
Loreto	81,88	--			81,88	86,38	75,83	94,60	--			94,60	96,50	92,30

Fuente: elaboración propia con base en datos del INE (2001 y 2012)

La tasa de asistencia escolar entre 6 y 19 años también es alta en Trinidad, de un 86,30%, prácticamente equiparada entre géneros, un punto por debajo de la media nacional, aunque con 8,60% de diferencia entre el área rural y urbana. En Loreto, sin embargo, es una de las más bajas del departamento, 79,20%, nivelada entre géneros, pero 7 puntos menos que el área urbana de Trinidad.

En cuanto a los niveles de instrucción alcanzados por la población de 19 años o más (Tabla 13), resalta la fuerte evolución durante el periodo intercensal en los niveles secundario y superior, aunque Loreto sigue estando por debajo de la media departamental. Otro aspecto destacable es que en Trinidad el porcentaje de población con nivel secundario y con formación superior está muy por encima de la media nacional. En el caso de Loreto, aunque mantiene bajos niveles de población con nivel superior de instrucción, se ha casi cuadruplicado en el periodo intercensal.

TABLA 13. Nivel de instrucción de la población de 19 años o más municipios del destino (2001-2012)

MUNICIPIO	2001						2012					
	Nin.	Prim.	Sec.	Sup.	Inst.	Otros	Nin.	Prim.	Sec.	Sup.	Inst.	Otros
Trinidad	5,00	24,50	45,50	20,30	3,60	1,10	2,60	17,20	48,70	26,90	3,70	0,80
Loreto	22,30	48,20	26,00	2,70	0,40	0,40	7,50	39,40	41,80	9,80	1,20	0,20
BENI	10,00	36,00	42,10	9,30	1,90	0,70	5,20	26,40	49,00	16,30	2,40	0,60
BOLIVIA	14,00	35,00	33,10	14,90	2,30	0,80	7,90	27,60	39,70	21,30	2,90	0,50

Fuente: elaboración propia con base en INE (2001 y 2012)

Este importante incremento de personas con nivel secundario y superior se debe a que se han facilitado las oportunidades de acceso a centros de formación en los municipios y a una amplia oferta universitaria en Trinidad. En la capital departamental funcionan actualmente tres universidades, una pública (la Universidad Autónoma del Beni José Ballivián [UABJB]) y dos privadas [la Universidad del Valle (Univalle) y la Universidad Privada Domingo Savio (UPDS)]. En dos de ellas, en la UABJB y en la Univalle, hay carreras de turismo; mientras que en la UPDS se está planificando la apertura de esta carrera asociada a otras ramas técnicas.

### Uso de tecnología y acceso a internet

Como en otros componentes presentados, el uso de tecnología y acceso a internet ha mejorado sustancialmente en el periodo intercensal, sin embargo, sigue

siendo baja la presencia de ordenadores y la conexión a internet, especialmente preocupante en Loreto (Tabla 14). No obstante, los datos son de 2012, sin duda actualmente hay mucho mejor acceso a internet y el uso de teléfonos inteligentes está muy extendido entre la población, incluidas muchas comunidades, aunque quedan lugares donde aún no se ha dispone de internet.

TABLA 14 Disponibilidad de TIC en los hogares municipios del destino (2001-2012)

MUNICIPIO	2001			2012				
	Radio	TV	Tfno	Radio	TV	Tfno	PC	Internet
Trinidad	72,08	71,30	34,83	49,50	77,40	71,40	27,70	14,90
Loreto	68,25	2,87	0,43	52,00	28,00	23,40	4,70	1,30
<b>BENI</b>	65,15	46,94	15,94	52,80	63,30	56,80	16,60	6,30
<b>BOLIVIA</b>	75,70	54,40	22,70	75,50	66,50	65,10	23,60	9,60

Fuente: elaboración propia con base en datos del INE (2001 y 2012).

En cuanto a uso de computadoras, la diferencia entre Trinidad y Loreto es muy grande. En este aspecto es muy posible que el avance haya sido mucho menor, siendo marginal la presencia de ordenadores en las áreas rurales.

### Actitud de la población hacia el turismo

El desarrollo de la actividad turística, como se ha comentado, es una prioridad en ambos municipios, inserta en su planificación estratégica, y ha sido un aspecto clave para la creación de las dos áreas protegidas municipales. Esta actitud positiva de los habitantes del destino hacia la actividad turística se ve reflejada en el Estudio de Línea Base Llanos de Moxos (2021), impulsado por el Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos, en el que se concluye que un 25,10% de la población entrevistada en Trinidad y Loreto consideran al turismo como la actividad sostenible hacia el futuro más interesante, por encima de la ganadería sostenible (21%) o la agricultura sostenible (18,20%).

En los talleres realizados con las comunidades del destino y los trabajos para la elaboración de este plan estratégico, organizados junto con los gobiernos municipales y diferentes actores, se ha manifestado no solo una actitud positiva, también propositiva y de altas expectativas.

En ambos municipios hay personal municipal destinado a la actividad turística. En el caso de Trinidad, su Dirección Municipal de Turismo está muy desarrollada, con plantilla cualificada. En este sentido, los documentos técnicos elaborados para la promoción y desarrollo del turismo, tanto en Trinidad como Loreto, así como las iniciativas emprendidas en gestiones pasadas, son muestra del interés público, comunitario y privado existentes.

En cuanto al aspecto propositivo, actualmente son las instancias públicas las más comprometidas con el desarrollo turístico. Desafortunadamente, el nivel organizativo del sector privado es aún insuficiente y prácticamente inexistente en el comunitario para esta actividad, lo que refleja la actual situación de desarrollo turístico. No obstante, hay una interesante dinámica de propuestas de productos desde diferentes sectores, que se han concretado en proyectos durante los últimos años.

### 2.2.5.3. Infraestructura básica

#### Servicios básicos

La situación sobre la disposición de servicios básicos en los municipios del destino y su evolución en el periodo intercensal 2001-2012 se muestra en la tabla 15.

TABLA 15. Servicios básicos en los hogares de los municipios del destino, a nivel departamental y nacional (2001-2012)

	AGUA		SANEAMIENTO BÁSICO		ENERGÍA ELÉCTRICA	
	2001	2012	2001	2012	2001	2012
<b>BOLIVIA</b>	72,80	80,80	41,40	52,70	66,10	85,40
Área urbana	87,90	90,20	45,50	58,60	90,30	96,60
Área rural	47,60	61,20	34,50	40,40	26,10	62,00
<b>BENI</b>	<b>42,20</b>	<b>52,20</b>	<b>20,00</b>	35,10	54,30	83,70
Trinidad	55,90	66,30	4,90	32,00	82,70	94,30
Loreto	21,80	41,40	55,80	82,10	5,60	56,50

Fuente: elaboración propia con base en datos del INE (2001 y 2012)

Hay varios aspectos en estos datos que son relevantes para la actividad turística. En la parte positiva, la ciudad de Trinidad tiene actualmente un servicio eléctrico muy estable y generalizado, con buen acceso a este servicio incluso en el área rural (72,90%). En Loreto se ha producido un gran avance en este aspecto durante los años del periodo intercensal, beneficiado, como Trinidad, por su integración al Sistema Interconectado Nacional (SIN), aunque centrado en los asentamientos más poblados, en las comunidades no hay conexión a la red eléctrica. Un problema importante es el alto costo de la energía eléctrica en la región, lo que encarece mucho los servicios turísticos (hotelería, gastronomía, etc.), restando competitividad.

En cuanto a saneamiento básico, si bien se observan importantes avances también, destaca el bajo porcentaje de viviendas conectadas al sistema de alcantarillado, agravado porque no se hace tratamiento de las aguas servidas y residuales. En el caso de Loreto llama la atención sus elevados números, tanto en 2001 como en 2012, muy por encima de la media nacional y departamental, pero esto no implica un sistema de alcantarillado y posterior tratamiento de las aguas. En realidad, al igual que ocurre en el área rural de Trinidad, donde el 80% de las viviendas particulares tiene acceso a saneamiento (frente al 29,70% en el área urbana), indica, por lo general, que el desagüe se conecta a un pozo ciego o cámara séptica.

Esta fuerte carencia de un sistema de saneamiento básico público con tratamiento de aguas es uno de los aspectos más negativos en ambos municipios para el desarrollo de una actividad turística sostenible y, sin duda, uno de la que más afecta a la imagen de la ciudad de Trinidad y su potencial atractivo. Por otra parte, esta ausencia de un sistema de gestión ambiental tiene fuertes implicaciones negativas sobre el entorno natural y la salud humana.

Respecto a la cobertura de agua por cañería o pileta pública, en Trinidad un 27,10% de los hogares en 2012 no disponían de distribución de agua por cañería y en un 25,80% la cañería se encontraba fuera del hogar. En el caso de Loreto, solo un 15,20% tiene servicio de agua por cañería dentro de la vivienda y un 66,40% no dispone de agua por cañería. A estos malos datos hay que agregar que la el agua distribuida por cañería no implica que sea apta para consumo humano.

### **Sistema vial**

La red de carreteras del Beni está conformada por la Red Vial Fundamental (1.692 km), la Red Vial Departamental (1.107 km) y la Red Vecinal (1.044 km). Si bien se considera consolidada la integración vial interprovincial e interdepartamental (GAD Beni, 2016), la situación no es ideal.

La capital departamental del Beni está vinculada por vía terrestre solo con las capitales de 3 departamentos del país, Santa Cruz (554 km), La Paz (602 km) y Cobija (1.188 km). La carretera a Santa Cruz, si bien completamente asfaltada, se ha deteriorado mucho en los últimos años y se encuentra en proceso de reasfaltado. La carretera a La Paz no se encuentra totalmente asfaltada, aunque hay un importante nivel de avance. Sin embargo, la carretera a Cobija no es un camino transitable todo el año. Por otra parte, la estructura de la red vial fundamental es lineal, no radial, es decir, que la conexión de Trinidad con las capitales de los municipios es mediante una sola vía que va conectando los diferentes municipios.

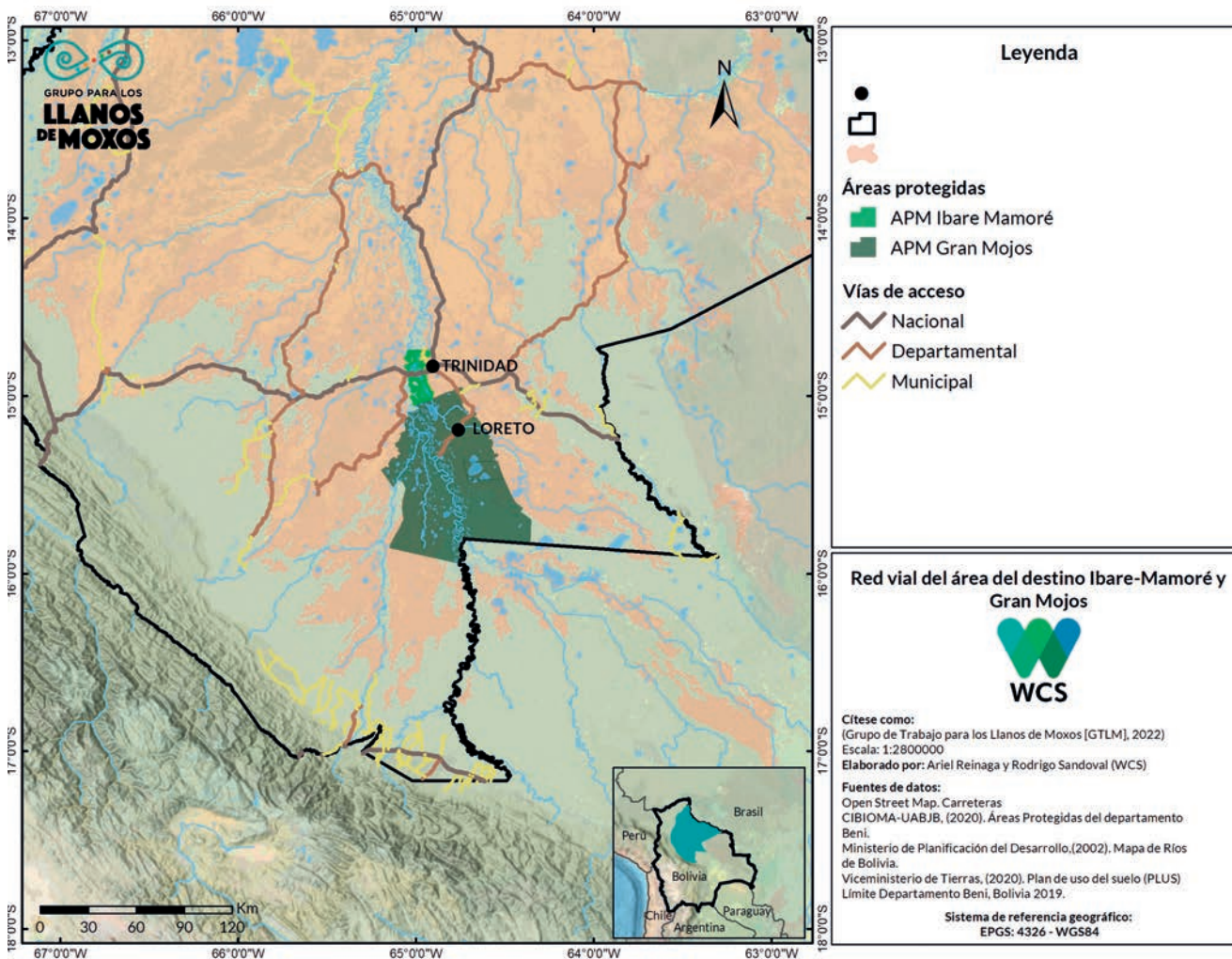
En peor situación se encuentra la red departamental, que afecta al municipio de Loreto. La carretera entre Trinidad y Loreto (55 km), si bien había proyecto para asfaltarla en 2015, las obras no se concluyeron y, actualmente, es un camino intransitable tras una lluvia un poco intensa. Desde Loreto a Camiaco (20 km), el camino de tierra solo opera en tiempo seco (mayo a noviembre).

Por tanto, Trinidad sí está vinculada por vías terrestres a importantes circuitos y mercados turísticos nacionales (Santa Cruz y La Paz), sin embargo, la situación de Loreto es bastante precaria, con fuertes problemas de conectividad terrestre.

La articulación vial interna dentro de los municipios en el Beni con otros centros poblados y comunidades es, en general, insuficiente e inestable. Estos caminos suelen estar cerrados muchos meses al año con permanente interrupción de las vías. Esto es un problema grave a la hora de generar productos turísticos viables en el área rural. La excepción sería alguna comunidad del municipio de Trinidad, como Loma Suárez (12 km) o Puerto Varador (13 km), a las que se llega por carreta asfaltada.



MAPA 7. Carreteras presentes en el destino turístico



### Transporte terrestre

Desde la ciudad de Santa Cruz de la Sierra hasta Trinidad operan numerosas líneas de buses, en su mayoría nocturnas, con diversa calidad de servicios, desde el común al semicama y el bus cama, con precios muy asequibles. El horario de salida y llegada de buses está regulado por la Policía de Tránsito. Hay salidas desde las 19:00 pm a 21:00 pm, y la llegada de 6:00 am a 8:00 am; el viaje suele durar entre 10 y 11 horas.

Según datos del PTDI municipal (GAM Trinidad, 2015), el 95 % de los viajeros que salen de Trinidad lo hacen mediante transporte terrestre. Sus encuestas sobre motivación del viaje indican que el 57 % lo hace por negocio y trabajo, y un 36 % por turismo. La demanda estimada diaria oscila entre las 900 y 1040 personas/día, sumando llegadas y salidas.

Con la ciudad de La Paz, vía Yucumo, la oferta es bastante más limitada: solo opera la línea de buses Yungueña. El viaje puede durar, si no aparecen problemas, alrededor de 15 horas. Estas flotas no reúnen las condiciones mínimas de comodidad y seguridad para su uso como transporte turístico. Sin embargo, a medida que se va completando el asfaltado en la carretera La Paz-Trinidad, se está anunciando la incorporación de buses con mejor calidad de servicios.

Existe también la alternativa de uso de autos con diversos sindicatos de transporte (ATL), tanto desde Santa Cruz como La Paz, haciendo el recorrido por tra-

mos o contratando un expreso directo. Este medio no es muy empleado para viajar a o desde Santa Cruz, por la extensa oferta de buses que existe y los relativos bajos precios que tienen; sin embargo, para La Paz sí es más frecuente recurrir a ellos. También es el medio más utilizado para trasladarse de Trinidad a Loreto, hay un sindicato que oferta esta ruta (7 de septiembre), aunque la frecuencia de salidas es bastante escasa.

Estos vehículos, no matriculados en su mayoría, están reacondicionados para transportar a más personas que las contempladas en su diseño inicial y la norma establece (inician el viaje cuando tienen 6 pasajeros), no aplican los sistemas de seguridad (cinturones), el estado mecánico y de las ruedas es impredecible y la limpieza interna, escasa. Es decir, están destinados a un empleo local con público nacional.

Para los desplazamientos internos en Trinidad hacia sus atractivos locales se pueden emplear moto taxis, pero no aplican medidas de seguridad (casco, botas, etc.).

### **Infraestructuras aeroportuarias y transporte aéreo**

Trinidad posee el principal aeropuerto del Beni (Teniente Jorge Henrich Arauz), que lo conecta con las principales ciudades capitales del país y el resto del departamento. Actualmente operan las líneas aéreas: Boliviana de Aviación (BOA), con vuelos a La Paz, Cochabamba y Santa Cruz; Ecojet, que conecta con las mismas ciudades, además de Guayaramerín y Riberalta, dentro del departamento del Beni; Transporte Aéreo Militar (TAM), con las mismas conexiones en el país y otros de nivel departamental; Amaszonas, actualmente en periodo de reestructuración de la empresa. Desde las ciudades de La Paz, Santa Cruz de la Sierra y Cochabamba, hay conexiones con el resto de país y destinos internacionales.

Un problema señalado es que los costos de este medio de transporte son altos, entre 80 y 120 US \$ (GAD Beni, 2016), los más altos del país, lo que se considera un freno para el desarrollo local, incluida la actividad turística.

En el municipio de Loreto no existe ninguna infraestructura aeroportuaria, hay pistas de aterrizaje de tierra en las comunidades de Loreto, Gundonovia, Monte Cristo y Nueva Cotoca, además de en algunas estancias de uso particular. No hay por tanto ninguna línea aérea que opera en este municipio, los vuelos lo realizan avionetas ligeras, sin operación regular y sujetas a las condiciones climáticas. No obstante, los vuelos son escasos debido a la proximidad con la ciudad de Trinidad.

En 2019, la cantidad de pasajeros embarcados en el aeropuerto de Trinidad fue de 108.622, (<https://www.aasana.bo/storage/TRANSPARENCIA/RPC>), lo que supone el 65,70% del total departamental.

### **Infraestructuras portuarias y transporte fluvial**

La red hidrográfica en los municipios de Trinidad y Loreto es muy extensa, de un valor inestimable para la vida de sus habitantes. Más allá de las vitales funciones ecológicas que desempeña y servicios ambientales que ofrece, ha sido y sigue siendo un medio para el transporte y comunicación esencial, especialmente para las comunidades ribereñas.

Para la actividad turística en la región es, de igual manera, un recurso fundamental, como atractivo paisajístico, vía de acceso a diferentes productos turísticos, potencial para pesca deportiva, actividades acuáticas, etc.

Desde La Santísima Trinidad se accede a una de las vías navegables más importante del país, la Ichilo-Mamoré. A través del río Mamoré se conecta con la ciudad de Guayaramerín, al norte, en el límite con Brasil (825 km), y con Puerto Villarroel, al sur, en el departamento de Cochabamba (492 km). Si bien esta ruta fluvial es empleada para el transporte de carga, actualmente no tiene incidencia en para el desplazamiento de personas.

En Trinidad se encuentran varios de los principales puertos del río Mamoré: Puerto Varador y Puerto Geralda, y en su afluente, el río Ibare, Puerto Ballivián,

Puerto Almacén y la Loma Suárez. En Loreto el puerto más importante se localiza en Camiaco, a la ribera del río Mamoré, integrado en los circuitos económico productivos en perspectiva relacionado con turismo (GAD Beni, 2016).

Si bien estos son puertos importantes para la actividad económica y turística, por las características de estos ríos, con fuertes desniveles entre el periodo de inundación y sequía, no disponen de una infraestructura para la operación turística de embarque y desembarque (muelles, plataformas, áreas de descanso, baños, etc.). De la misma manera, el acceso a las comunidades se realiza mediante puertos informales, de tierra, sin ningún tipo de equipamiento.

En cuanto al transporte turístico fluvial en la región, hay una oferta diversa. Desde un hotel flotante (flotel), el Reina de Enín, con servicios completos de alojamiento y alimentación de alto nivel, a las tradicionales embarcaciones de madera, poco o nada acondicionadas, para hacer paseos cortos. Salvo en el caso del Flotel, que emplea motor diésel para mover una embarcación grande y pesada, los motores utilizados para las diferentes actividades turísticas suelen ser o fuera de borda de dos tiempos o peque-peque, en ambos casos, muy ruidosos y, para los fuera de borda, de alto consumo. No se han incorporado, por tanto, motores de menor impacto (como los de cuatro tiempos) o movidos por energías limpias (eléctricos), como ya se está haciendo en otros espacios amazónicos (Ecuador), más amigables con el medio ambiente y acordes a los criterios del turismo sostenible.

#### **Otros: terminales de buses, alquiler de autos**

Como se comentó anteriormente, la ciudad de Trinidad tiene un fuerte movimiento de pasajeros y carga por vía terrestre, por lo que la terminal de buses soporta una alta demanda de uso. Desde 2018 hay una nueva terminal de buses, situada en la carretera a Santa Cruz, que viene a subsanar la deficiente infraestructura en la que se operaba anteriormente, muy criticada por la población por su incomodidad, suciedad, antiestética, etc. (GAM Trinidad, 2015). En Loreto no hay una terminal ni para buses ni autos.

No hay servicio oficial de alquiler de autos en todo el destino. Se pueden contratar expresos con los autos de los diferentes sindicatos de transporte, pagando el tramo que se desea recorrer por los 6 pasajeros que lleva el auto en su ruta.

#### **Señalización turística**

La poca señalización turística que se encuentra en el destino se concentra en Trinidad, especialmente en su área urbana (museos, centros interpretativos, etc.) y en algunos enclaves y rutas turísticas, aunque no necesariamente realizada bajo el “Manual de Señalización Turística de Bolivia” (MCyT, 2012), salvo en aquellas infraestructuras financiadas por el Viceministerio de Turismo.

Precisamente, la mejora de señalización turística es identificada como parte de los objetivos estratégicos establecidos en el documento *Contribución del Área Protegida Municipal Ibare Mamoré y del municipio de Trinidad, al cumplimiento de la meta Aichi 1 y Fortalecimiento del Centro de Educación Ambiental – CIBIOMA* (Ten, 2019).

Por tanto, para los espacios urbanos del destino debe planificarse y promoverse la señalización de calles y sitios de información o interés turístico, actualmente muy escasa en Trinidad e inexistente en Loreto. De estos espacios debe irradiar una adecuada señalización en carreteras y caminos hacia los atractivos y servicios turísticos del área rural, así como en los espacios turísticos en sí, para informar sobre puertos, caminos y sendas, alojamientos y servicios gastronómicos, lugares patrimoniales y sagrados, miradores, áreas de descanso, información sobre fauna emblemática, etc.

Esta señalización debe responder a los principios establecidos en el documento del MCyT:

- **Claridad**, en la información.
- **Sencillez**, empleando la cantidad de elementos mínimos en las señales.
- **Exclusividad**, mediante la utilización de una imagen corporativa del destino turístico.
- **Atracción turística de las señales**, debe referirse al recurso que puede motivar el desplazamiento de personas.
- **Acuerdo común por la instalación**, no puede generar una actitud adversa en la población sino ser parte del patrimonio de la comunidad.
- **Actualidad de la información**, los datos que se consignan deben ser vigentes.
- **Identidad**, debe relejar la pertenencia étnica, fortaleciendo así la identidad cultural.
- **Religiosidad, simbolismo y significado de los sitios turísticos**, lugares sagrados e históricos reconocidos por los comunarios.
- **Preservación Ambiental**, utilizando materiales adecuados al entorno natural en el marco del desarrollo sostenible de la actividad turística.
- **Preservación Patrimonial**, sobre todo, sitios arqueológicos, arquitectura residencial, monumentos históricos que han sido declarados Patrimonio de la Humanidad.
- **Rentabilidad**, por ser un instrumento de información para los visitantes de los lugares y sitios turísticos.

### Seguridad

Los componentes públicos fundamentales relacionados con la seguridad de los turistas son la atención sanitaria y la seguridad ciudadana. El Gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia declara prioridad nacional el financiamiento y ejecución de los planes de seguridad ciudadana nacional, departamental, municipal e indígena originario campesino. La Gobernación debe formular y ejecutar en el departamento, en concurrencia con el nivel nacional del Estado, los planes, programas y proyectos departamentales en materia de seguridad ciudadana en sujeción a la Política Pública Nacional y al Plan de Seguridad Ciudadana, con la participación de la Policía Nacional. En la norma, se contempla la creación de un cuerpo especial de Policía Turística en los municipios donde se considere necesario.

En Trinidad, como capital departamental, se encuentran las comandancias de todos los cuerpos de la Policía Nacional, con un número importante de efectivos. Si bien no hay una Policía especializada en turismo, se está planificando su constitución, a semejanza de lo que ocurre en otras capitales del país. En la capital municipal de Loreto hay presencia policial, con un cuerpo reducido por la escasa población que tiene y la proximidad con Trinidad. Los niveles de delincuencia con violencia son relativamente bajos en Trinidad, comparados con otras capitales departamentales; sin embargo, hay una evidente debilidad en la seguridad ciudadana, elemento muy negativo para la atracción turística. En Loreto la delincuencia es ocasional.

En cuanto a la seguridad en salud y los servicios sanitarios que se encuentran en el destino, Trinidad cuenta con 4 hospitales de segundo nivel; mientras que en la capital municipal de Loreto hay un microhospital de nivel 1, que dispone de sala de partos, radiografía, análisis clínicos, etc., pero es poco utilizado porque los pacientes prefieren desplazarse para ser atendidos en los hospitales de Trinidad.

Respecto a las comunidades del APM Gran Mojos, en Sachojere, Camiaco y Villa el Carmen del Remanso, hay centros de salud con atención muy básica. En el APM Ibare-Mamoré, las comunidades de Loma Suárez, Puerto Varador, Puerto Almacén, Puerto Ballivián y Los Puentes son las únicas que tienen centro de salud.

Existe, por tanto, una capacidad para atención en salud en el área del destino por la presencia de la capital departamental, muy precaria en el área rural, complicada por los problemas de accesibilidad, especialmente desde el municipio de Loreto.

Por otro lado, aunque no hay un equipo de rescate destinado específicamente a los turistas, sí hay grupos especializados y equipados en Trinidad, como la Cruz Roja o el Grupo SAR (Search and Rescue), con protocolos establecidos y capacitados para evacuar a personas accidentadas o en situación de emergencia médica, de búsqueda en casos de extravíos o desastres naturales.

Un problema de salud, que influye de manera negativa en la actividad turística, son las enfermedades tropicales endémicas. Sin considerar aquellas que disponen de vacuna preventiva (fiebre amarilla), dengue, chikunguya y zika tienen una incidencia preocupante en la región, especialmente en Trinidad, por la concentración de población y su bajo nivel de saneamiento ambiental.

### **Recolección de basuras**

Otro de los graves problemas relacionados con la gestión ambiental en la región es el manejo integral de residuos sólidos. En Trinidad hay un sistema de recojo de basuras en el radio urbano, sin selección en origen, con un muy precario sistema de disposición y tratamiento de los mismos, lo que genera un preocupante problema ambiental y para la salud pública. En Loreto ni siquiera hay un sistema municipal de recojo establecido, cada vecino se encarga de sus basuras. Además, tampoco se han implementado mecanismo para la recogida y tratamiento de residuos tóxicos y peligrosos, aceites, etc. En este poco favorable contexto, sigue siendo frecuente, incluso en la ciudad de Trinidad, el basureo y posterior quema de residuos en los canchones de las viviendas particulares.

Por otra parte, cabe mencionar que la ciudad de Trinidad tiene un sistema de barrido del entramado urbano de calles muy limitado, inexistente en Loreto, por lo que la presencia de basura en las calles y cunetas, así como en el entorno, es permanente, generando una mala imagen de aseo público. En los espacios turísticos locales, puertos, etc., la presencia de basura es una constante.

### **Contaminación acústica**

Un problema generalizado en Bolivia, agravado en las concentraciones urbanas, es la contaminación acústica (<https://www.lostiempos.com/oh/actualidad/20180514/erase-pais-contaminado-ruido-bulla>).

La Organización Mundial para la Salud (OMS), considera al ruido como uno de los principales peligros ambientales para la salud física, mental y el bienestar de la población. Los límites que recomienda oscilan entre los 54 decibeles (db) de día y 45 db de noche, con un máximo de 70 db combinando todas las fuentes de ruido en situaciones excepcionales, como conciertos, etc. (<https://www.fceia.unr.edu.ar/acustica/biblio/omscri.htm>).

La norma nacional establece como límite máximo permisible 68 db en el día y de 65 db durante la noche, bastante superior a lo recomendable por la OMS; pero, y es lo más preocupante, no se cumplen estos límites ni es considerado un problema por muchas autoridades. Desde el tráfico vehicular a tiendas o particulares, no hay ningún control sobre la emisión de ruidos que generan, provocando evidente molestia a la población e impactando de manera muy negativa a la imagen de un destino turístico. En este sentido, es urgente generar una normativa específica y desarrollar un programa de sensibilización para la población que vaya corrigiendo la actual situación.

### **Telecomunicaciones**

La cobertura de telefonía fija alcanza al 90% del área urbana de la capital departamental aproximadamente (GAM Trinidad, 2015), y en telefonía celular operan las compañías Entel, Tigo y Viva. En el caso de Loreto, apenas hay desarrollo de telefonía fija, Entel tiene cabinas en las comunidades de Loreto y Gundonovia.

En relación al servicio de internet móvil de última generación (4G LTE), según datos de ENTEL, el área urbana de Trinidad goza de esta mayor velocidad gracias a la instalación de fibra óptica. Pero la mayoría de las comunidades no poseen

este servicio y, en aquellas que tienen alguna cobertura, la calidad es dispar. En la capital municipal de Loreto, hay servicio de telefonía celular ofrecido por las compañías Entel, Tigo y Viva. En el resto de las comunidades, incluido Camiaco, solo opera Entel, con una señal relativamente óptima.

El servicio de internet y su calidad no solo es importante para la promoción y mercadeo turístico, actualmente es vital para la venta (reservas, pagos, etc.), por lo que su velocidad y costo es fundamental para la competitividad de un destino turístico, especialmente tras la pandemia del Covid-19.

### **Servicios complementarios**

Un servicio complementario fundamental para la actividad turística es el bancario. En Trinidad hay una amplia oferta (Banco Unión, Banco Nacional de Bolivia, Banco Bisa, Banco Sol, Banco Ganadero, Banco Mercantil Santa Cruz, Banco FIE, Banco de Crédito de Bolivia, Banco Prodem, Banco Ecofuturo, Los Andes Banca, Crecer IFD, además de algunas Cajas de Ahorro), acompañada de cajeros automáticos y cambio de moneda. En Loreto hay oficina del Banco Unión.

La actual oferta de servicios bancarios para los visitantes parece suficiente, no se han constatado quejas; aunque el flujo de extranjeros en el destino es demasiado bajo para evaluar la idoneidad del sistema, especialmente tras la pandemia y la expansión del uso de tarjetas y “dinero” plástico (tarjetas de crédito, de débito y monederos electrónicos).

### **2.2.6. Conclusiones**

Los Llanos de Moxos es un paisaje natural y cultural único. Es uno de los mayores humedales del planeta, asociado a una rica diversidad de fauna con presencia de especies endémicas, en el que habitan 18 pueblos indígenas, con una historia cultural singular reflejada en los monumentales yacimientos arqueológicos existentes, la tradición misional o el periodo del auge de la goma durante la República. Todo ello otorga a este espacio una alta potencialidad para el desarrollo de la actividad turística sostenible.

Estos altos valores naturales y culturales, destacados como ventaja comparativa en el PLANTUR, permiten generar diversas actividades turísticas dirigidas a diferentes segmentos del mercado turístico local, nacional e internacional. Sin embargo, a pesar de esta potencialidad, actualmente hay un bajo desarrollo de la actividad turística, tanto en las dos APM del destino como en la ciudad capital, Trinidad. Un conjunto de factores explica esta situación, pero un elemento clave es la limitada y poco estructurada oferta turística, asociado al rol de la ciudad como polo de atracción o desmotivador de los flujos turísticos.

En este segundo aspecto, el bajo nivel de saneamiento ambiental, junto con el problema de la limpieza urbana (que se extienda a toda el área rural próxima), son elementos clave y básicos a corregir si se desea promover la actividad turística. Como se ha establecido en la estrategia, la unión urbano-rural es necesaria para promover un desarrollo turístico integral y, en este sentido, además del problema antes mencionado, se debe añadir que la vinculación entre ambos espacios es, en general, mala. Muchos de los accesos a los actuales atractivos turísticos rurales no son estables, durante muchos meses al año no son operables, limitando enormemente su potencialidad y sostenibilidad.

FIGURA 5. **Matriz FODA de los componentes ambientales y culturales, de zonificación y de condiciones territoriales para el desarrollo de la actividad turística en el destino**

<b>ASPECTOS AMBIENTALES Y CULTURALES</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>Los llanos de Moxos es un paisaje biocultural único. Se encuentran especies emblemáticas de la Amazonía y endémicas de los Llanos de Moxos. Existe un patrimonio arqueológico e histórico- cultural muy rico e identificativo. Continúan las investigaciones arqueológicas en los Llanos de Moxos, que ponen de relieve su importancia. Se mantienen vivas las culturas indígenas y las tradiciones culturales. Perviven sistemas productivos tradicionales con interés cultural.</p>	<p>Las actividades de turismo de naturaleza y cultural están priorizadas en el PLANTUR. Las tendencias de turismo internacional apuntan al crecimiento del turismo de naturaleza y cultural. Alta riqueza ictícola y especies endémicas permite desarrollar productos turísticos para nichos de mercado específicos.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos no tiene planes de manejo ni estrategias definidas de conservación de su patrimonio natural y cultural. No hay un sistema de Buenas Prácticas para la actividad turística que incorpore los aspectos ambientales y culturales. No están definidas las estrategias de los pueblos indígenas para conservar sus culturas. Baja sensibilización de la población del destino sobre la conservación de su patrimonio natural y cultural. Ausencia de un sistema de monitoreo de impacto de la actividad turística bajo los principios de turismo sostenible.</p>	<p>Fuerte presión de la ciudad de Trinidad sobre su entorno, especialmente el APM Ibare-Mamoré. El PLUS del Beni podría generar un fuerte impacto ambiental negativo en las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos. Pérdida de riqueza cultural por influencias externas. Escasa inversión en investigación y rescate del patrimonio arqueológico.</p>
<b>ZONIFICACIÓN</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>Existe una zonificación turística preliminar en las comunidades del APM Ibare-Mamoré. Se están elaborando zonificaciones de todas las comunidades de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos. Todas las comunidades indígenas ribereñas del Mamoré en APM Gran Moxos, cuentan con planes comunales de gestión territorial El GTLM tiene planificado que cada comunidad indígena y campesina de las APM Ibare-Mamoré y Gran Moxos cuenten con sus planes de vida o de gestión territorial y se ha iniciado su implementación.</p>	<p>Para 2022 se tiene proyectado elaborar los planes de manejo de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos, con zonificación de usos y recomendaciones de manejo. Existen espacios con actividad turística definida en ambas APM.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>No hay una zonificación turística definida para el espacio del destino.</p>	<p>No existen sistemas eficientes de control a actividades ilícitas en las APM.</p>
<b>CONDICIONES TERRITORIALES</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>Hay una buena conexión aérea de Trinidad con las principales capitales del país y otros destinos turísticos nacionales. Trinidad está bien vinculada con el eje troncal nacional y los principales mercados turísticos del país. La ciudad de Trinidad dispone de una oferta de servicios complementarios suficiente. Hay acceso a internet en algunas comunidades rurales. La actitud de la población hacia el turismo es muy positiva. El GTLM está desarrollando una fuerte campañas de difusión de los valores naturales y culturales de los Llanos de Moxos mediante su sitio web, redes sociales y otros medios.</p>	<p>Se está completando el asfaltado de la carretera Trinidad-La Paz. Está en construcción un hospital de tercer nivel en Trinidad.</p>

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>El sistema de saneamiento básico es claramente deficiente en todo el espacio.</p> <p>No hay acceso a agua potable por cañería en todo el destino.</p> <p>La imagen de limpieza y salud ambiental de Trinidad es mala.</p> <p>Hay un grave problema de manejo de basuras en todo el espacio.</p> <p>La oferta de servicios turísticos (alojamiento, gastronomía, etc.) en toda el área rural del destino es muy escasa y de baja calidad.</p> <p>El acceso a la mayoría de los productos turísticos rurales es muy precario, se corta durante varios meses al año.</p> <p>Los servicios de salud en el área rural son muy deficientes.</p> <p>El nivel de seguridad ciudadana, especialmente en Trinidad, no es óptimo.</p> <p>No existen puertos turísticos en todo el destino.</p> <p>No hay una adecuada señalización turística.</p>	<p>La mayor frecuencia de eventos climáticos extremos afecta a la conectividad, servicios turísticos y la seguridad.</p> <p>La respuesta sanitaria ante potenciales epidemias y control de enfermedades tropicales endémicas es poco eficiente.</p>

## 2.3. Caracterización de la actividad turística en el Destino Ibare-Mamoré y Gran Mojos

### 2.3.1. Tendencias y contexto de la actividad turística

#### 2.3.1.1. Tendencias del mercado turístico

Conocer las tendencias del mercado turístico, en cuanto a flujos y demanda de productos, es una información fundamental para diseñar una estrategia de turismo. En este análisis y proyección de turismo ha irrumpido la pandemia por covid-19, que ha provocado crisis y cambios profundos en el sector, junto con un panorama aún poco definido e incierto, difícil de prever por las nuevas olas y aparición de variantes.



Flotel Reina de Enin, Rob Wallace / WCS



Hasta inicios de 2020, el turismo se caracterizó por un crecimiento ininterrumpido a nivel mundial y nacional, más allá de crisis puntuales. Se ha pasado de 25 millones de turistas internacionales en 1950 a 1.500 millones de llegadas registradas en el mundo en 2019, con crecimiento en todas las regiones del planeta. En aquel momento se preveía un incremento entre el 3% y el 4% para 2020 (OMT, 2020). Sin embargo, ese año, con la expansión del covid-19, el turismo internacional cayó un 74% (1.000 millones de turistas menos que en 2019), con unas pérdidas estimadas de \$us 1,3 billones, afectando entre 100 y 120 millones de empleos (OMT, 2021). Hasta mayo de 2021, el turismo internacional había caído un 85% respecto a 2019, se habían perdido 147 millones de turistas respecto a 2020.

En el verano boreal europeo de 2021, ya con altos niveles de vacunación de la población, aún con medidas restrictivas y controles, se produce un repunte respecto a 2020 en países tradicionalmente receptores. Los vuelos internacionales a destinos europeos en julio y agosto alcanzaron el 39,9% de los niveles pre-pandémicos, mejorando en 2020 (26,6%), pero aún muy lejos de 2019. En un ranking de recuperación de turismo internacional para julio y agosto de 2021 respecto a 2019, Grecia logra recuperar un 85,70%; Chipre, el 64,50%; Turquía, un 62%; Islandia, el 61,80%; Croacia, un 60,30%; España, 50,50%; Portugal, el 48,80%; Polonia, 42,40%; Francia, un 36,60% y Suiza, el 36,50% (Forwardkeys, 2021). La misma fuente ofrece un panorama de recuperación alentador para México y el Caribe. Las llegadas de vuelos internacionales al Caribe entre julio y septiembre de 2021 se redujeron un 25% respecto a 2019 y solo un 6% para el mismo periodo en México.

Hay, por tanto, un panorama de reactivación turística, en el que los países de América Latina están comenzando a ritmos diferentes, dependiendo de su ubicación, las restricciones que impone, su tasa de vacunación y los atractivos que ofrece a un público más amplio de viajeros. Durante este periodo de restricciones a los desplazamientos internacionales y pérdida de confianza de los consumidores debido a las cambiantes condiciones para realizar los viajes, muchos países en el mundo han optado por fomentar el turismo interno como medio para mitigar la crisis.

Pero, en todo caso, los escenarios ampliados para 2021-2024 de la OMT indican que el turismo internacional podría tardar entre dos años y medio y cuatro en volver a los niveles de 2019 (OMT, 2020). Sobre esta base, podemos pensar en un escenario para 2021 con una lenta recuperación del turismo internacional a partir del tercer trimestre, por lo que aún se mantendrá una fuerte dependencia del turismo interno. Un periodo de transición entre los años 2022-2023, con un mejor conocimiento del virus, desarrollo de medicamentos y vacunas más eficientes que logran bajar sustancialmente el peligro de esta enfermedad y mecanismos para su control epidémico más claramente establecidos, permitiendo una recuperación gradual del turismo receptivo. Finalmente, a partir de 2024, se estaría volviendo a una normalidad pre covid-19, lo que no significa necesariamente un regreso a los anteriores mercados, por el contrario, muchos de los cambios provocados por la pandemia en la demanda turística es muy posible que se mantengan en el tiempo.

Por tanto, la pandemia de covid-19 también ha impactado sobre las tendencias en los mercados, reforzando algunas que ya se estaban dando anteriormente y generando otras nuevas, que se mantendrán durante un tiempo. Estas principales tendencias del turismo postcovid-19 son:

- 1. Vacunación contra covid-19:** un factor fundamental para muchos turistas está siendo la salud biosanitaria del destino que van a elegir y, por ello, el grado de vacunación y la eficiencia de la/s vacuna/s que se han empleado en el lugar para inmunizar a la población y prevenir contagios. Esta misma lógica debe aplicarse a los emprendimientos y servicios turísticos, que deberán garantizar que el personal que los atiende esta inmunizado.

- 2. Viajes a la naturaleza:** las perspectivas para el ecoturismo son excelentes. El turismo de naturaleza (cultural y de aventura, asociados a un medio natural conservado) se prevé que crezca rápidamente en las dos próximas décadas (ONU, 2020). Se estima que el gasto mundial en ecoturismo aumentará a un ritmo mayor que el crecimiento medio de todo el sector (Consejo Mundial de Turismo Sostenible, 2019). Las experiencias asociadas al bienestar físico y mental en entornos naturales serán preferentes (CESAE, 2020).
- 3. Restricciones fronterizas:** durante toda la pandemia, la mayoría de los países han impuesto restricciones y diferentes controles sanitarios para los visitantes extranjeros. Estas medidas se han ido flexibilizando en muchos estados a medida que se ha ido inmunizando a la población y desescalando en las restricciones, permitiéndose en algunos países el ingreso sin restricciones mostrando el carnet de vacunación, aunque con ciertas limitaciones. Este factor es muy posible que se mantenga durante 2022, cuando menos, hasta que la pandemia sea controlada y se logre una óptima inmunización global, por lo que unas medidas restrictivas acordes con las tendencias mundiales pueden promover el turismo receptivo.
- 4. Destinos sostenibles:** unido a la tendencia de elección de destinos de naturaleza, la aplicación de medidas de sostenibilidad para su conservación se ven más necesarias que nunca. El 69% de los viajeros optará por opciones de viajes más sostenibles, y un 53% intentará reciclar y reducir la emisión de residuos durante sus vacaciones (National Geographic, 2020). Relacionado estrechamente al concepto de sostenibilidad, también son tendencia los viajes que aporten algo a los destinos, es decir, aquellos destinos turísticos que puedan garantizar que el dinero del viajero genera impactos positivos y directos en la sociedad local. Dos tercios de las personas encuestadas (67%) aseguraron que les gustaría que su viaje contribuyera a la recuperación de un destino, y más de la mitad (55%) quiere que su dinero quede para las comunidades locales (National Geographic, 2020).
- 5. Digitalización:** la digitalización ha sido impulsada por el covid-19 en todos los ámbitos (familiar, laboral, educativo, etc.) y, desde luego, para la actividad turística será clave, hasta el punto que la productividad se va a asociar directamente a la digitalización (CESAE, 2020). El empleo de las nuevas tecnologías se debe orientar a los siguientes objetivos. 1. Control de riesgos: en todo el viaje, ofreciendo procedimientos operacionales seguros (protocolos biosanitarios, pagos con dinero electrónico, etc., es decir, evitar contactos y facilitar los trámites a los viajeros) (ONU, 2020); el 63% de los encuestados considera que los alojamientos tendrán que usar lo último en tecnología para que los clientes se sientan seguros (National Geographic, 2020). 2. Agilidad de respuesta al cliente: en tiempos de incertidumbre, muchas decisiones de viaje pueden ser adoptadas a última hora, por lo que se debe disponer de una capacidad de respuesta ágil (GNA Hotel Solutions, 2020). 3. Personalizar experiencias: la comunicación digital permite ofrecer productos y servicios adaptados a las necesidades del cliente; un 55% de los turistas desea personalizar sus experiencias (National Geographic, 2020). 4. Conocimiento de los cambios en el mercado: el análisis de los datos de funcionamiento del mercado permite tomar decisiones para adaptarse con rapidez a su evolución (GNA Hotel Solutions, 2020).
- 6. Seguridad:** el futuro del turismo pasa inevitablemente por una dimensión sanitaria de la seguridad que va a incidir en las decisiones de compra, en los desplazamientos, la conectividad aérea y en la modalidad de alojamiento (CESAE, 2020, Observatur, 2020). Hasta el 70% de las personas encuestadas afirman que solo reservarán un servicio turístico si las medidas de salud e higiene son óptimas y claras (National Geographic, 2020). Por tanto, aplicar y saber comunicar de manera adecuada y transparente los protocolos adoptados de salud y seguridad será fundamental para

lograr la confianza de los viajeros, sin que ello implique más limitaciones a las personas con discapacidades o mayores (ONU, 2020; GNA Hotel Solutions, 2020). Aclarar que la seguridad se debe extender a todos los componentes del viaje, los trabajadores que participan de la actividad y la comunidad receptora. En este sentido, es esencial la colaboración con los organismos públicos responsables, las agencias de cooperación, las organizaciones sociales y privadas sectoriales.

- 7. Destinos y atractivos turísticos no masificados:** coherente con la búsqueda de lugares naturales e inspiradores, la protección de la salud y servicios personalizados, el 63% de los viajeros evitará los destinos y atractivos más multitudinarios, el 51% buscará viajar fuera de temporada alta, y el 48% optará por destinos sin aglomeraciones (National Geographic, 2020, Observatur, 2020).
- 8. Proximidad vs lejanía:** para 2021 aún serán priorizados los lugares próximos y conocidos (dentro del mismo país o países ya visitados y seguros). Sin embargo, aumenta con fuerza, frente al 2020, el interés por viajar a lugares lejanos (un 21% de los encuestados para 2021, frente al 6% en 2020); tendencia que muy probablemente vaya creciendo a buen ritmo con el control de la pandemia (National Geographic, 2020). Esto significa que los mercados internos y de países cercanos aún serán los predominantes durante el 2021, pero los jóvenes empezarán a salir a destinos lejanos con mayor rapidez (Observatur, 2020).
- 9. Flexibilización en las reservas:** encuestas y estudios coinciden en que, debido a este escenario incierto, durante 2021, cuando menos, para los clientes será un factor decisivo a la hora de elegir un destino o servicio turístico las condiciones de cancelación, reembolsos y cambios de sus reservas (Observatur, 2020), sin que ello deba afectar a la sostenibilidad del negocio (GNA Hotel Solutions, 2020). La flexibilización en estos aspectos será crucial, incluso más valorado que los procesos de limpieza y sanitización (CESAE, 2020). Así lo han indicado hasta un 74% de las personas encuestadas (National Geographic, 2020).
- 10. Hipersegmentación y personalización:** los turistas estarán dispuestos a pagar más por servicios privados, productos especiales y el diseño de una experiencia turística exclusiva, así como la solicitud de servicios adicionales que reduzcan el contacto con otros huéspedes o pasajeros (CESAE, 2020; GNA Hotel Solutions, 2020). Posiblemente, debido a la crisis económica, los clientes con mayor poder adquisitivo van a encabezar el reinicio del turismo en 2022, pero junto con el auge del turismo de lujo y exclusivo, habrá un público joven y familiar deseoso de viajar en la medida de sus posibilidades, lo que generará una hipersegmentación del mercado turístico.
- 11. Experiencias innovadoras:** incorporar aspectos diferenciadores de la competencia siempre es importante para mejorar la competitividad, entre ellos, nuevas formas de alojamiento y hospitalidad (ahora dirigidos a la privacidad y la distancia social), gastronomía con sabores locales y tradicionales o la aplicación de las nuevas tecnologías para hacer más eficientes los servicios al cliente (CESAE, 2020). Estas innovaciones deben encaminarse hacia experiencias sostenibles, aportando a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y al Acuerdo de París sobre el cambio climático (ONU, 2020), aprovechando iniciativas existentes (como la Red One Planet) o mediante procesos de certificación en turismo sostenible.
- 12. Precio:** la crisis económica asociada a la pandemia, junto al hecho de que el público más joven es el más interesado en salir de sus fronteras, explica que el factor precio sea relevante en el momento de elegir un destino o servicio. Hasta un 55% de los encuestados han expresado su interés por promociones y descuentos (National Geographic, 2020).

**13. Incremento del transporte privado o exclusivo:** enmarcado en el valor que el turista da a la seguridad, a corto plazo se producirá un fuerte incremento en el uso de transporte privado o exclusivo, evitando el contacto con personas externas al grupo que desea viajar. Hasta el 46% de los viajeros expresaron su intención de prescindir de medios públicos de transporte (National Geographic, 2020).

Muchas de estas tendencias internacionales deben aplicarse al turismo interno, si bien la relevancia de una u otra puede variar. La experiencia de los años 2020 y 2021, con un incremento de turismo interno en momentos de reducción de contagios y levantamiento de restricciones, han mostrado una clara elección por destinos bioseguros, de alto valor natural y cultural, no masificados, alta personalización de servicios, flexibilización en las reservas, uso de medios digitales, etc. Las diferencias se centran más en la distribución del gasto, el turista nacional invierte más en servicios urbanos (hospedaje, alimentación, etc.), y en los tipos de tours, normalmente más breves para el turista nacional cuando se hacen en un medio natural.

### 2.3.1.2. Contexto nacional y regional

Bolivia ha participado del permanente crecimiento del turismo mundial hasta 2019. El número de visitantes extranjeros ha aumentado de 529.601 en 2008 a 1.239.281 en 2019, lo que corresponde a una tasa de crecimiento anual promedio de 8%. De igual forma, el gasto promedio por visitante extranjero subió a un ritmo mayor del 10% anual entre 2006 y 2019, situándose en USD 676 en 2019 (Andersen y Gonzales, 2020).

En esta situación, para 2019, el turismo internacional ya representaba el cuarto producto de exportación más importante del país, después del gas natural, oro y zinc; por encima de la soya y de sus derivados (Andersen y Gonzales, 2020). Acompañando este impacto económico positivo, los beneficios sociales generados son muy altos: el turismo en Bolivia crea más puestos de trabajo que la minería e hidrocarburos juntos [Análisis Real-Latinoamérica, 2018]; además, los puestos de trabajo en el sector turismo proveen mejores condiciones laborales que los otros sectores, acrecentando la calidad de vida de los trabajadores; y participa activamente en la equidad de género, ya que un 70% de los empleos son ocupados por mujeres.

Como consecuencia de este crecimiento de la actividad, la oferta hotelera y gastronómica ha aumentado significativamente en los últimos 10 años. En 2010 el número de empresas formales registradas en Fundempresa en el rubro de actividades de alojamiento y servicios de comida era de 5.209; para 2020 esta cifra se ha casi cuadruplicado, con una tasa de crecimiento promedio anual de 14% (Andersen y Gonzales, 2020).

En este contexto positivo de crecimiento del sector, el reporte de Competitividad en Viajes y Turismo [Calderwoody Soshkin, 2019] menciona que Bolivia es el país de la región que más ha mejorado en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (TTCI) entre 2017 y 2019, subiendo en el ranking de la posición 99/140 a 90/140.

Si bien sigue manteniendo una posición bastante baja, hay ciertas áreas en las que se muestran interesantes ventajas para el desarrollo de la actividad: recursos naturales (27/140), recursos culturales (50/140) y competitividad de precios (61/140). Las debilidades principales se encontrarían en: capital humano y mercado laboral (114/140), priorización del turismo (116/140), infraestructura terrestre (127/140) y entorno empresarial (139/140). Se mantiene las ventajas ya identificadas en el PLANTUR, pero la persistencia de los problemas estructurales mencionados muestra la ausencia de políticas e inversiones públicas para promover el sector, a pesar de su actual relevancia socioeconómica y las interesantes potencialidades que tiene.

Es significativo que entre los principales países emisores de visitantes a Bolivia destaque la presencia latinoamericana. Para 2019, el 71,80 % de los turistas procedían de Latinoamérica, solo los cuatro primeros, Argentina, Perú, Brasil y Chile, todos ellos fronterizos con Bolivia, sumaron 63,80 %. Sin embargo, Estados Unidos y los principales países europeos emisores (Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y España) alcanzaron solo el 15,80 %, muestra evidente del aún débil posicionamiento de Bolivia en los principales mercados turísticos internacionales.

No obstante, estos datos contrastan con lo que ocurre en los dos principales atractivos naturales de Bolivia, en Andes y Amazonía, ambos con los mejores niveles de satisfacción del país. En el Salar de Uyuni y la Laguna Colorada, Europa aporta el 52,40 % de los turistas; Sudamérica, el 21,40 %; Estados Unidos, el 9,60 %; Oceanía, el 7,60% y resto del mundo, un 9 % (MCyT, 2011a). En el destino Rurrenabaque: Madidi-Pampas, para 2017 Europa supuso el 56,61%; Sudamérica, el 5,60 %; Norteamérica (incluye EEUU y Canadá), un 5,25 %; Oceanía, el 5,95% y el resto del mundo, el 13,97 % (con fuerte predominio de Israel); Bolivia contribuye con el 12,62 % del flujo total.

Esta baja correlación entre los porcentajes totales de nacionalidades que ingresan al país respecto a los principales países que visitan los atractivos turísticos más importantes de Bolivia puede deberse a los motivos que han impulsado el desplazamiento. La encuesta de gasto del turismo receptor de 2014 (UDAPE, 2015), informa que el 60% de los viajeros que visitan el país lo hacen por vacaciones, recreación u ocio; un 19%, para visitar familiares y amigos y, entre los otros múltiples motivos que determinan el viaje al país, realizar negocios y participar en congresos o seminarios representa el 5,8% del total de viajeros. En este sentido, es significativo que, a pesar del incremento de visitantes extranjeros en 2019 respecto al 2018 de un 8,50%, se produce un descenso de entrada por vía aérea (-7,70%) y una disminución del ingreso de extranjeros a establecimientos de hospedaje del -6,80% (UDAPE, 2020), que parece claramente relacionado con esta fuerte presencia de visitantes de los países del entorno que vienen por otros motivos no relacionados con vacaciones, recreación u ocio.

Otro dato relevante para el impacto económico local que genera la actividad es la estadía media de los visitantes según continente. Mientras que Europa se sitúa en los 30,10 días; Norteamérica se reduce a los 25,90; África tiene una media de 21,60 días; Oceanía, de 20,20 días; Asia tiene 18,90 días y Sudamérica posee la media más baja, con 14,90 días.

En cuanto a la estructura de gasto de turismo receptivo, si se comparan los datos de UDAPE 2016 y 2020, se ve una alta continuidad, una media del 16% del gasto es en hospedaje, mientras que cerca del 60% se invierte en servicios de transporte, alimentación y esparcimiento. El restante 24% se gasta en bienes como souvenirs, artesanías, vestimenta u otros servicios.

Respecto a turismo interno, también ha aumentado constantemente en los últimos años, con un crecimiento promedio del 1,80%, que llegó al 4% para el periodo 2017-2018, según datos del Ministerio de Culturas y Turismo ([https://www.hosteltur.com/lat/126073\\_el-turismo-interno-en-bolivia-aumento-4-y-para-2019-proyectan-un-6-mas.html](https://www.hosteltur.com/lat/126073_el-turismo-interno-en-bolivia-aumento-4-y-para-2019-proyectan-un-6-mas.html)).

Sin embargo, los datos del INE (2020b) sobre ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje no reflejan esta situación. Para el periodo 2015-2018 tenemos, por un lado, un fuerte predominio de la ocupación hotelera por personas del país, con una relación estable del 73% nacional frente al 27% extranjero para los años 2015, 2016 y 2017, que varía un poco en 2018, situándose en 71,87% y 28,13% respectivamente, en buena medida por el descenso de la ocupación hotelera por nacionales. En cuanto a la evaluación de la ocupación, mientras que el turismo extranjero crece en todo el periodo (0,38% en 2016 respecto a 2015, 3,41% para 2017 y 0,53% en 2018), el turismo nacional aumenta la ocupación en 2016 un 0,70% respecto a 2015, un 2,74% en 2017, pero des-

ciende para 2018 en -2,77%, aunque recupera en 2019, sin alcanzar las cifras de 2017.

Para el Beni, en el caso de Trinidad, aunque la evolución muestra una tendencia similar, es importante destacar otros aspectos. El primero es la escasa participación de la ciudad capital en el contexto nacional. Para 2015 supone el 1,57% del total de ocupación hotelera en el país, 2,15% para 2016, 2,64% para 2017 y 2,40% en 2018; solo Cobija está por debajo desde 2016, aunque la afluencia de extranjeros es mayor. En segundo lugar, es significativo que, para todo el periodo, la ocupación hotelera por extranjeros, el mejor año, 2015, apenas supuso el 8,94% del total para Trinidad, descendiendo desde entonces hasta el 6,01% en 2018. Por último, al igual que en el resto de país, se produce un decrecimiento en 2018 (-10,55%), pero en esta ocasión afecta tanto a nacionales como extranjeros, recuperándose en 2019, sin alcanzar las cantidades de 2017.

A nivel regional, el destino más consolidado es Rurrenabaque: Madidi-Pampas, con una media de visitación en los últimos años de 21.000 turistas, de los que más del 85% son extranjeros, y una estadía media de 6 días (VMT y GAD Beni, 2018). Su oferta se centra en la alta biodiversidad, paisajes diferenciados (selva y pampa), facilidad para observar fauna y buena relación calidad-precio en sus servicios. En la actualidad, su estrategia de posicionamiento en los mercados internacionales se centra en procesos de certificación internacional de turismo sostenible, tanto de los espacios como de las empresas prestadoras de servicios, junto con un mercado con mayor uso de medios digitales y diversificación de la oferta.

En menor nivel, muy dirigido al turismo nacional y al segmento especializado de pesca, se encuentra la localidad de Camiaco, en Loreto, que durante la estación seca puede recibir alrededor de 2.000 turistas anuales, aunque la gestión de esta actividad es precaria y poco lucrativa para la población local. Por otro lado, en el norte amazónico, el municipio de Riberalta registraba antes de la pandemia unos niveles de ingreso de visitantes a establecimientos de hospedaje relativamente altos, alrededor de la mitad de Trinidad, sin embargo, trabajo, visita de familiares y estudios fueron los motivos principales que motivaron el viaje; por turismo no llegaba al 2% (VMT y GAD Beni, 2018).

Puntualmente hay picos de actividad turística en otros lugares del departamento, sobre todo coincidiendo con las fiestas patronales, destacando en este sentido San Ignacio de Mojos con su Ichapekene Fiesta, declarada Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad por la Unesco. Otras iniciativas, como la observación de la endémica paraba barba azul (*Ara glaucogularis*), en los municipios de Loreto y Santa Ana mueve pequeños flujos de visitantes de observadores de aves.

En definitiva, se registra un bajo desarrollo turístico del Beni, salvo en Rurrenabaque: Madidi-Pampas. Sin embargo, cuando se evalúan las principales actividades realizadas por los turistas cuando el motivo es “Vacaciones – Recreación – Ocio” (UDAPE, 2015), destacan: navegar ríos (90,8%), visitas a ruinas arqueológicas (87,6%), excursiones en la selva (86%), actividades culturales (81%) y actividades de entretenimiento (74,2%); actividades que, en buena medida, entran dentro de la oferta de productos actuales y planificados para Trinidad y Loreto.

### **2.3.2. Caracterización de la oferta turística en el destino IM-GM**

#### **2.3.2.1. Productos y atractivos turísticos**

No hay una oferta estructurada de productos turísticos en forma de circuitos en el espacio de este destino. Se trata más de productos específicos, con segmentos de mercado diferenciados, en general muy poco promocionados y con un bajo desarrollo empresarial.

Dentro del APM Ibare-Mamoré y el municipio de Trinidad, los principales productos turísticos son:

- a. Flotel Reina de Enín:** si bien la actividad puede considerarse de observación de naturaleza, el flotel se constituye como un atractivo en sí mismo, ofertando un crucero por la Amazonía boliviana. Opera dentro del APM Ibare-Mamoré, navegando por los ríos Mamoré e Ibaré, cuando el nivel de las aguas en este último lo permite, incluyendo visitas a alguna comunidad ribereña. El flotel, único en el Beni, ofrece servicio de hospedaje y alimentación, con un nivel alto de calidad de servicios. Su oferta no se restringe a paquetes cerrados, se pueden hacer actividades de día completo a varias noches y días, a solicitud del cliente. Antes de la pandemia, el flujo medio anual al barco se situaba alrededor de 1.000 pasajeros, de los que el 80% eran extranjeros.
- b. Laguna Suárez:** situada a escasos 5 km de la capital departamental, es un espacio tradicional de recreación para la población local durante los fines de semana. Una serie de balnearios alrededor del cuerpo de agua ofrecen servicios gastronómicos, algunos con alojamiento, dirigido al mercado nacional e internacional. En ella se practican algunos deportes acuáticos, como jet ski, esquí acuático, etc. Los inadecuados sistemas de tratamiento de aguas residuales y el cambio climático están afectado a esta laguna, por lo que se están tomando medidas para su conservación.
- c. Ruta del bufeo:** experiencia de observación de naturaleza centrada en el delfín de agua dulce (*Inia boliviensis*), conocido localmente como bufeo. El tour dura unas dos horas y media, realizado en los ríos Ibare y/o Mamoré, según niveles de las aguas, cubre guiaje, navegación, alimentación con productos tradicionales, visita a comunidades y una pequeña travesía por el bosque de ribera. La ruta opera oficialmente desde 2016, pero no hay datos estadísticos sobre su demanda, aunque es escasa.
- d. Ruta de los museos:** engloba a los museos ictícola (Universidad Autónoma del Beni José Ballivián (UAB JB)), etnoarqueológico Kenneth Lee, botánico (UAB JB), histórico y héroes benianos del Chaco. La información que ofrecen algunos de estos museos es interesante, sin embargo, sus horarios no son adecuados (en general, todos están cerrados los fines de semana); los guías no siempre están suficientemente cualificados y algunos de ellos requieren reformas y mantenimiento.
- e. Turismo de estancia:** existe una pequeña oferta de turismo de estancia en Trinidad, en la que el visitante conoce la tradicional actividad de la ganadería extensiva beniana, disfrutando de su entorno natural y su gastronomía típica. Los paquetes son abiertos, desde visitas breves a pernoctar algunas noches dentro de la estancia. Como otros productos turísticos de la región, la estacionalidad es marcada por la accesibilidad. De igual manera, sus flujos son bastante escasos, aunque no se dispone de datos oficiales.
- f. Gastronomía:** además de la oferta gastronómica de Trinidad, en algunos de los puertos sobre el Ibare y Mamoré (Puerto Varador, Loma Suárez, Puerto Ballivián) se encuentra una propuesta culinaria, con base en pescado fundamentalmente, con una demanda local concentrada en los fines de semana y feriados. Informalmente se ofrecen paseos en bote; en Loma Suárez calculan en unos 600 los visitantes que llegan a la comunidad. En la comunidad de Copacabana ofrecen gastronomía, paseos en bote y senderismo, con una oferta más integral, que puede llegar a las 1.000 visitas anuales.
- g. Ciclorutas:** son cinco las que están habilitadas: Patujú, Curi, Bibosi, Guembé y Pantaco. Todas ellas se encuentran dentro del APM Ibare-Mamoré, oscilando su recorrido entre los 1,5 y los 8 km, conectando algunas comunidades del APM. Su uso es gratuito y es utilizada esencialmente por la población local durante los fines de semana en la estación seca.

En Loreto, dentro del APM Gran Mojos, las principales actividades turísticas son:

- a. Pesca deportiva:** el río Pojige es reconocido por su alta riqueza de pesca (entre otros valores naturales), por lo que se ha posicionado en el mercado nacional como un buen lugar para practicar esta actividad. Entre mayo y octubre (estación seca) llegan a Camiaco unos 2.000 pescadores deportivos. La actividad se concentra los fines de semana; los pescadores llegan viernes en la tarde, en sus propios vehículos (entre 3 y 5 personas por automóvil), transportando en muchas ocasiones sus propios botes y motores. Desde ese mismo **día salen a pescar por el río Pojige** o alrededores del Mamoré. Ocasionalmente contratan un guía local, acampando en playas o espacios no destinados específicamente para este fin. El domingo regresan a Camiaco para retornar a sus ciudades de origen. La actividad no se realiza mediante empresas operadoras ni guías acreditados. A cada pescador se le permite llevar hasta 15 kg de pescado, por lo que no se puede hablar de pesca deportiva en sentido estricto. Todos los visitantes pagan el SISCO por ingreso al APM; en el caso de nacionales, es de Bs 50.
- b. Observación de la paraba barba azul:** la actividad de observación de la endémica paraba barba azul (*Ara glaucogularis*) se desarrolla en cinco estancias dentro del municipio. Dos de ellas pertenecen a ONG relacionadas con la conservación de esta especie (Armonía y Loro Parque), y otras tres se mantienen en propiedades privadas y organizan la actividad con la dirección del APM directamente. En general, la actividad comienza con pernocte y alimentación en la capital municipal para ingresar, al día siguiente, a la estancia, donde se desarrolla el tour convencional de una noche/dos días. Todos los visitantes pagan su SISCO, para los extranjeros, Bs 150.
- c. Turismo religioso:** la Virgen de Loreto es la patrona del Beni, su festividad (7 de octubre) es feriado departamental. En esas fechas se producen importantes peregrinaciones hasta su santuario en la capital municipal, pero a lo largo del año recibe visitas de fieles locales y del país, aunque en cantidades muy inferiores. También en Sachojere se celebran peregrinaciones al santuario del Divino Niño (agosto), pero con volúmenes muy inferiores a los que convoca las Lágrimas de Loreto.

Hay otras ofertas turísticas puntuales. En Loreto tienen su feria anual del pescado y la peta o el certamen de pesca deportiva, que reúne mucha gente, pero por unos pocos días, lo que no permite generar una oferta sostenida y el consecuente desarrollo de servicios y empresarial. En Trinidad, de igual manera, cuentan con ofertas turísticas de eventos anuales, como la Chope Piasta (finales de mayo-inicios de junio) o la semana de festejos que celebra la Fundación del Beni (18 de noviembre), en las que hay un significativo incremento de las visitas a la capital departamental.

En cuanto a atractivos turísticos, el GAM Trinidad (2012) y Chambi (2013) identifican hasta 51 en el APM Ibare-Mamoré, 30 de ellos sitios naturales; 9 relacionados con patrimonio urbano arquitectónico, artísticos, museos y manifestaciones culturales; 2 como recurso cultural (material e inmaterial); 9 de acontecimientos programados (fiestas patronales de comunidades) y 1 con realizaciones técnicas y científicas. Si bien en ambos documentos se mencionan la jerarquización de atractivos empleada por el Viceministerio de Turismo (MCyT, 2011b), esta no se realiza, pero se evidencia que no se identifica ninguno de jerarquía V o IV, esto es, atractivos de valor excepcional capaz de motivar por sí solos una corriente de visitantes significativa, bien de extranjeros o nacionales. En el caso de Loreto no se dispone de una identificación de atractivos turísticos.

En todo caso, estas identificaciones se han realizado con criterios muy generales, toda laguna, yacimiento prehispánico o fiesta patronal es incorporado como atractivo, sin definir qué actividades se realizarían ni identificar los mercados. Si



bien no dejan de ser potenciales atractivos, en el trabajo de planificación que se ha desarrollado con cada consejo municipal de turismo, se ha trabajado desde una visión más integral enfocada a la generación de un destino turístico que se va consolidando mejorando la oferta actual y genera una dinámica asociada a nuevos productos turísticos competitivos, acorde con las tendencias del mercado, para ser impulsados y promovidos a corto y mediano plazo, creando un verdadero destino turístico.

En el apartado 3.4 se presenta esta estrategia de renovación e innovación de productos turísticos que incorpora el área urbana de Trinidad no solo como centro de recepción y distribución de visitantes, o por los servicios turísticos que ya tiene, sino también porque debe convertirse en un componente de atracción de visitantes con su oferta urbana.

### 2.3.2.2. Planta turística

Casi todos los establecimientos de hospedaje y buena parte de los servicios gastronómicos se concentran en el área urbana de Trinidad. Su condición de capital político-administrativa departamental y ser eje de conexión con el resto del departamento y el país explican esta presencia de servicios.

La amplia oferta de alojamiento, que le permite atender a una variada gama de segmentos de mercado con necesidades y capacidades de gasto diferenciadas, no es equiparable a la oferta gastronómica, más limitada, con escasas propuestas para segmentos con capacidad de gasto medio y alto.

En el área rural, tanto en Gran Mojós como en Ibare-Mamoré, la planta turística es muy escasa, especialmente en alojamiento, prácticamente inexistente; muestra del bajo desarrollo turístico de este espacio.

#### Alojamiento

Cabe aclarar, en primer lugar, que la categoría general de los establecimientos de hospedaje indicadas en la tabla 16 para Trinidad son oficiales, es decir, han sido establecidas por el Viceministerio de Turismo tras su registro en la plataforma SIRETUR, lo que también significa que disponen de licencia departamental de funcionamiento. Por otra parte, hay señalar que, tras la crisis generada por la pandemia de covid-19, algunos de estos establecimientos han cerrado y se desconoce, a la fecha, si van a reabrir. El precio es orientativo, la franja establecida indica el costo entre habitación individual y doble.

TABLA 16. Establecimientos de hospedaje en el área urbana de Trinidad

N°	Nombre	Categoría	Precio en Bs
1	Campanario	Hotel	280-450
2	Aguahí	Hotel	320-440
3	Jacarandá	Hotel	240-350
4	Beni	Hotel	
5	Monte Verde	Hotel	150-220
7	Piesta	Hotel	170-270
8	Tarope	Hotel	
9	Chope	Hotel	130-250
10	Tropical Sun	Hotel	250-300
11	Jacarandá Suites	Hotel	360-480
12	Don Bernardo	Hotel	160-220
13	El Remanzo	Hotel	170-240
14	Asael	Hotel	110-180

N°	Nombre	Categoría	Precio en Bs
15	Colonial	Hotel	250-350
16	Trinidad	Hotel	
17	Alma Mojeña	Hotel	190-270
18	Río Ibare	Hotel	250-280
19	Moxos Palace	Hotel	180-250
20	Del Rey	Hotel Boutique	
21	Casa Lucía	Hotel Boutique	280-350
22	Jacarandá Suite	Hotel	360-480
23	Tapacaré	Resort	350-400
24	Chichu	Hostal	100-150
25	Ibáñez	Hostal	100-200
26	Santa Anita	Hostal	180-220
27	El Tajibo	Hostal	120-250
28	Djl Mamoré	Hostal	80-150
29	Sirari	Residencial	170-200
30	Santa Cruz	Residencial	100-150
31	Fátima	Residencial	150-200
32	Totachi	Residencial	100-120
33	Evita	Residencial	80-150
34	La Posada del Misionero	Casa de huéspedes	150-360
35	Jericob 's	Residencial	80-120
36	Brasilia	Residencial	50-80
37	Los Tajibos	Residencial	50-70
38	Doña Choca	Residencial	40-80
39	Delfín	Residencial	80-120
40	3 de Mayo	Residencial	40-70
41	Madison	Residencial	
42	Ramírez	Residencial	60-90
43	Marayaú	Residencial	80-130
44	Loli	Residencial	80-100
45	30 de Agosto	Residencial	100-180
46	Leiva	Residencial	50-100
47	Calle	Residencial	70-90
48	Fátima	Residencial	100-200
49	Castedo	Residencial	50-80
50	Totachi	Residencial	100-120
51	Terminal 1	Residencial	80-100
52	Terminal 2	Residencial	80-100
53	Paulista	Residencial	80-120
54	Santísima Trinidad	Residencial	90-140
55	Santa Cruz	Residencial	70-150
56	Evita	Residencial	80-100
57	Pompeya	Alojamiento	50-80
58	Plaza Pompeya	Alojamiento	30-60

N°	Nombre	Categoría	Precio en Bs
59	El Buen Samaritano	Alojamiento	15-30
60	Belén	Alojamiento	80-150
61	Pedrito	Alojamiento	40-70
62	Bolívar	Alojamiento	80-105
63	Yacuma	Alojamiento	40-50

Fuente: elaboración propia con base en datos del GAM Trinidad

En el APM Ibare-Mamoré no hay establecimientos de hospedaje formales, salvo los ofrecidos por el Flotel Reina de Enín, con 22 camarotes con baño privado y aire acondicionado. En algunas comunidades (Copacabana, Puerto Varador, Loma Suárez) hay servicios de alojamiento informales en las casas privadas de los comunarios, que no reúnen las condiciones adecuadas para la actividad turística.

En Loreto solo hay dos alojamientos, uno en la capital municipal, tiene 4 habitaciones con baño compartido, y en Camiaco, con las mismas características, alojamiento bastante precario, de 4 habitaciones con baño compartido. Hay un hostel municipal, pero solo para servidores públicos, no atiende al público. Ninguno de estos establecimientos está regularizado, es decir, no están registrados en la plataforma SIRETUR ni cuentan con licencia departamental que autorice su funcionamiento.

### Servicios de alimentación

Los servicios de alimentación no están tan concentrados en el área urbana de Trinidad, aunque una amplia mayoría se encuentra en ella. A pesar de existir una numerosa oferta de establecimientos (si se consideran mercados, puestos ambulantes y restaurantes en sí), ésta es relativamente poco diversa, muy dirigida al mercado local.

Además de incluir una breve selección de los 53 establecimientos de alimentación registrados por el GAM de Trinidad (que no contabiliza mercados, puestos informales, etc.), Trip Advisor hace una relación de los 12 más valorados (Tabla 17), pero hay otros restaurantes que ofrecen cocina internacional, churrasquerías, pizzerías, etc., aunque lo más abundante son los sitios de comida rápida, destacando la casi total ausencia de cocina tradicional y alta cocina.

TABLA 17. Restaurantes de Trinidad recomendados por Trip Advisor

Nombre	Tipo de comida
El Tábano	Latina, española
La Estancia	Churrasquería
La Terraza del Club	Internacional
Eat Clean	Saludable
Brasileirinho	Brasileña
La Coruna	Caribeña. Cubana
Siete Toros	Churrasquería. Italiana
Chicken`s Joel	Comida rápida
Burguer House	Comida rápida
Estela	Comida rápida
Pizzería Tatú	Comida rápida
Al-Sabat	Comida rápida

Fuente: elaboración propia con base en Trip Advisor

En cuanto al área rural, dentro del APM Ibare-Mamoré hay restaurantes y/o cabañas para comer en las comunidades de Loma Suárez, Puerto Ballivián, Puerto Varador y Puerto Almacén, como se ha comentado, con una oferta centrada en pescado y los fines de semana.

En Loreto hay cinco pensiones, tres en la capital municipal (Doña Tina, Chapo, Yajaira) y dos en Camiaco (Doña Miriam y Doña Lorena), que venden plato del día. Estas pensiones tienen un horario muy limitado, sin oferta de platos a la carta.

#### **Agencias de viaje y operadores de turismo**

Solamente en Trinidad existen agencias de viaje y operadores de turismo, pero en escaso número. Hay cinco agencias de viaje legalmente constituidas: Turismo Moxos, Paraíso Travel, Asaisal, Travel Plan y Trinitours. En cuanto a operadoras de turismo, también la presencia es escasa: Reina de Enín, EcoTerra y Turismo Moxos. Solo dos de ellas están asociadas a la Cámara Nacional de Operadores de Turismo (CANOTUR), Ecoterra y Paraíso Travel. Este reducido número de empresas operadoras y agencias es otra prueba del bajo desarrollo del turismo receptivo en la zona.

#### **Servicio de guías**

No hay guías acreditados en todo el destino. Esta labor se hace de manera informal en los trabajos que realizan las operadoras, en buena medida por lo esporádico de la labor, salvo en el caso de la Reina de Enín, que sí mantiene unos flujos más constantes. En el caso de Camiaco, cualquier persona que posea motor hace de guía para los pescadores.

Si bien en Trinidad hay tres universidades, no se forman guías de turismo. Tampoco se han realizado cursos para la formación y capacitación de personas en esta labor, salvo en los museos, en los que sí hay personal relativamente cualificado, aunque no acreditado por la autoridad competente.

#### **Información turística**

Solo en Trinidad hay espacios que ofrecen información al turista. Los más estables son las oficinas de la Dirección Departamental de Turismo y la Dirección Municipal de Turismo, aunque no son lugares destinados a este fin ni cumplen con las especificaciones que debe tener una oficina de información, menos aún si el turista no habla español.

Eventualmente se abren oficinas de información al turista en el aeropuerto de Trinidad, pero no es constante, no están bien concebidas ni el personal está suficientemente cualificado. En ningún caso cumplen con funciones de una oficina de defensa al consumidor (ODECO) aunque, por normativa, la Dirección Departamental de Turismo debe recoger las denuncias y hacer cumplir la legislación nacional y departamental vigente.

### **2.3.2.3. Oferta complementaria de equipamientos e infraestructuras**

#### **Museos**

Como se mencionó anteriormente, en Trinidad hay una ruta de los museos, conformado por varios espacios de información arqueológica, histórica, cultural y biológica.

El **museo ictícola** del Beni, dependiente del Centro de Investigación de Recursos Acuáticos (CIRA) de la Universidad Autónoma de Beni José Ballivián (UAB JB), fue fundado en 1994. Es considerado el tercero **más grande de Sudamérica**, con 320 especies de peces en exhibición y una base de datos de ictiología con un registro de 430 especies de la Amazonía boliviana. La visita puede ser guiada, de lunes a viernes en horario laborable.

El **museo etnoarqueológico Kenneth Lee**, gestionado por la Gobernación del Beni, fue construido entre 2001 y 2002. Consta de dos salas contiguas de expo-

sición más una sala multifuncional. La primera sala es la etnológica, en la que se exhiben vestimentas, máscaras tradicionales e instrumentos musicales de los actuales pueblos indígenas del Beni. La sala arqueológica muestra piezas arqueológicas de las culturas precolombinas de Moxos (utensilios en arcilla de uso doméstico, urnas funerarias, piezas antropomorfas y zoomorfas, etc.), especialmente entre el 500 d.C. al 1400 d.C., aunque hay elementos más antiguos y parte de la colección no está datada. El museo puede ser visitado de lunes a viernes en horarios laborales.

El **museo de CIBIOMA**, dependiente de la UAB JB, ofrece información sobre la biodiversidad del Beni. Mantiene varias exposiciones permanentes destinadas a especies endémicas del Beni (monos lucachis, paraba barba azul, bufeo), ecología (bosques y biodiversidad, bosques, agua y conectividad para la vida) y sensibilización ambiental (energías renovables), así como exposiciones itinerantes que puedan estar entre 30 y 45 días, además de áreas de juegos interactivos, etc. El museo es visitable de lunes a sábado hasta el mediodía en horario laboral.

El museo histórico del Beni, situado en la antigua Casa de la Cultura, brinda información sobre el pasado colonial y republicano del Beni, acompañado de objetos y documentos de esos periodos. El museo está cerrado desde hace algunos años.

El **museo de los héroes del Chaco**, visitable desde 2014, es una caseta situada en la plaza del mismo nombre, con información muy básica sobre este conflicto con Paraguay y la participación de benianos en ella.

En el presente, el museo etnoarqueológico se encuentra algo deteriorado, tanto su infraestructura como las piezas que alberga, aunque hay proyectos para su refacción y ampliación con sala para rescate y curado de las piezas.

### **Espacios de interpretación ambiental**

Además del museo de CIBIOMA, que al mismo tiempo es un espacio de interpretación ambiental del Beni y los Llanos de Moxos, en el parque Pantanal hay un Centro de Interpretación de Sitios Ramsar, abierto en 2018, con información sobre los tres grandes espacios Ramsar que se encuentran en el Beni, además de hacer actividades de sensibilización entre la población para la conservación de los humedales.

### **Salud, bienestar, deporte y actividades de tiempo libre**

En Trinidad y el APM Ibare-Mamoré se encuentran algunos servicios turísticos complementarios. Además de piscinas en algunos hoteles, a las que se puede acceder pagando por su uso, hay una piscina pública, aunque con horarios restringidos para el público en general. De igual manera, hay un gimnasio público y algunos privados con oferta convencional de salas de máquinas y diferentes deportes “fitness”.

Relacionados con salud y bienestar, hay varios spas en el área urbana, aunque no identificativos con lo amazónico y los conocimientos etnoculturales de salud, es decir, no se emplean de manera preferente productos de origen amazónico y los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas.

En cuanto a actividades al aire libre, hay parques con circuitos para correr equipados con algunos aparatos, pero lo más relevante son las cinco ciclorutas (Patujú, Curi, Bibosi, Guembé y Pantaco) dentro del APM Ibare-Mamoré, apoyadas por servicio de alquiler de bicicletas en Trinidad.

### **2.3.3. Caracterización de la demanda turística**

No hay datos sistematizados sobre las actividades turísticas en Trinidad ni en las APM Gran Mojós e Ibare-Mamore. Se va a recurrir, por tanto, a datos generales de fuentes oficiales y estimaciones locales de ingreso a algunos atractivos turísticos para mostrar el panorama general que hay actualmente.

### 2.3.3.1 Ingreso de turistas

El dato oficial más relevante que se posee es el de ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje en Trinidad. En la tabla 18 se muestra las cantidades totales para nacionales y extranjeros en el periodo 2015-2019 (no se ha considerado 2020 por el impacto de la pandemia en la actividad), contrastado con los totales nacionales.

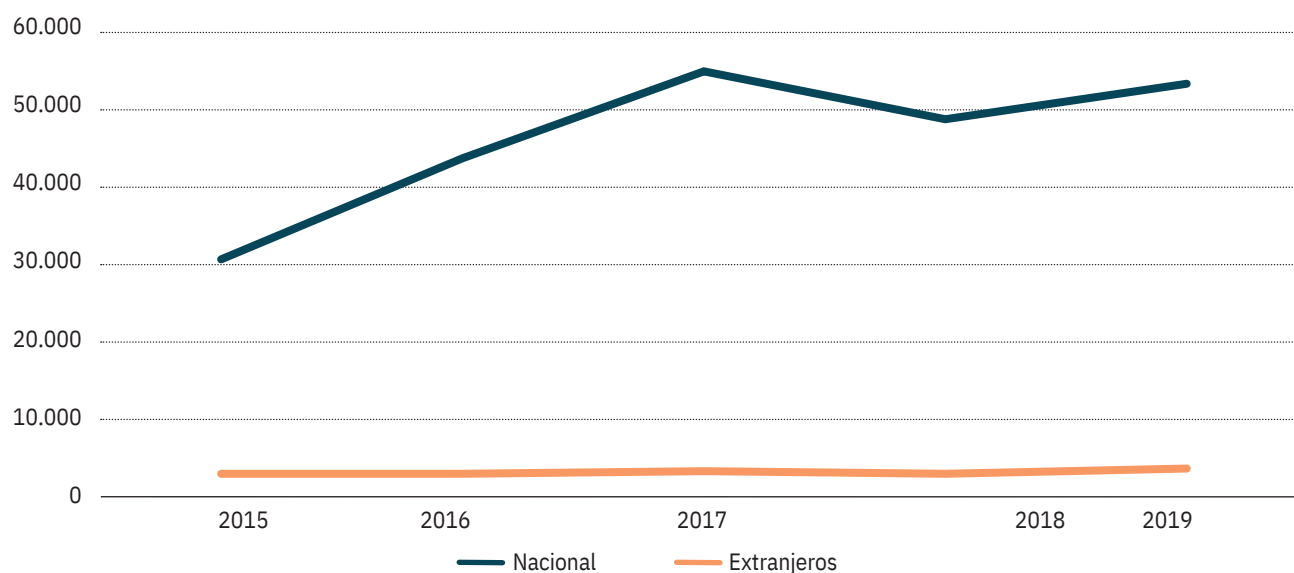
TABLA 18. Ingreso de viajeros a hospedajes de Trinidad y a nivel nacional (2015-2019)

ORIGEN	2015	2016	2017	2018	2019
Nacional	30.834	43.696	54.837	48.787	53.377
Extranjeros	3.027	2.916	3.197	3.122	3.450
TOTAL	33.861	46.612	58.034	51.909	56.827
Bolivia	2.152.013	2.165.232	2.201.189	2.160.077	2.101.536
Nacional	1.569.763	1.580.783	1.596.800	1.552.513	1.535.186
Extranjeros	582.250	584.449	604.389	607.564	566.350

Fuente: elaboración propia con base en datos del INE (2020b)

Ya se comentó la baja relevancia de Trinidad en cuanto a ingreso de visitantes dentro del panorama nacional. Considerando su mejor año, 2017, apenas alcanza el 2,64% del total de ingresos de viajeros a establecimientos de hospedaje en el país; 3,43% para viajeros nacionales y solo el 0,53% del total de extranjeros. El incremento de ingresos de nacionales a establecimientos de hospedaje en Trinidad entre 2015 y 2017 fue de un 77,84%, mientras que entre 2017 (el año más alto) y 2019, se produce un descenso del 2,66%. Para todo el periodo, de 2015 a 2019, hay un incremento del 13,97% en cuanto a ingresos de visitantes extranjeros.

GRÁFICO 1. Evolución de ingresos de turistas nacionales y extranjeros a hospedajes de Trinidad (2015-2019)



Fuente: elaboración propia con base en datos del INE, 2020b.

### 2.2.3.2. Procedencia

No hay información sobre la procedencia de los visitantes que llegan a Trinidad o Camiaco, ni por países en caso de extranjeros, ni por departamentos si son nacionales. Desafortunadamente, los datos tampoco indican el motivo del viaje. Esta información sería clave para conocer mercados estratégicos, cuántos de

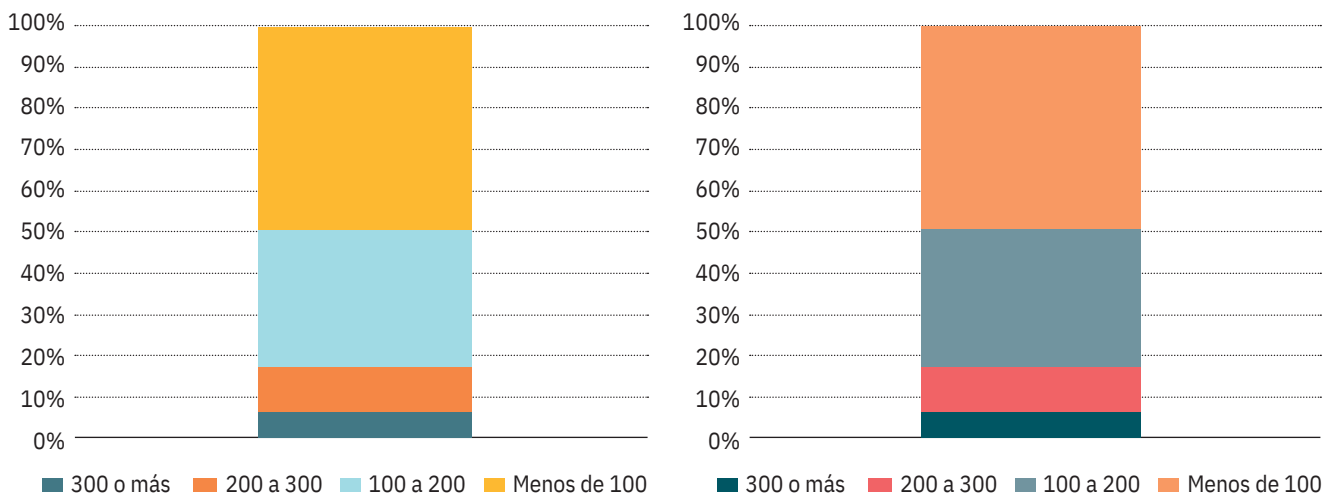
estos viajeros se han desplazado motivados por hacer turismo o si el viaje se ha debido a trabajo, negocios, compras, asuntos familiares, estudios u otros.

Considerando las actividades turísticas actuales en el destino, el flotel Reina de Enín es, con pocas dudas, el principal atractivo para el segmento de turistas extranjeros. Sus datos cifran en alrededor de 800 los visitantes internacionales que ingresan al flotel a lo largo del año, esto es, un 23 % del total de extranjeros que han pernoctado en Trinidad en 2019 (aunque no todos los visitantes al flotel hacen noche en Trinidad). El resto, salvo alguna excepción, posiblemente haya llegado a Trinidad por otros motivos (trabajo, negocios, visitas, etc.).

Respecto a los nacionales, hay que tener presente que los turistas que van a Camiaco a realizar pesca no pernoctan en Trinidad, por lo que buena parte de los visitantes registrados en los hoteles se pueden considerar personas de paso (en camino a otros puntos del país o de regreso a sus lugares de origen), al ser la capital departamental punto central de interconexión del Beni con el resto del país, funcionarios públicos del interior o del resto del país que llegan para realizar actividades con la Gobernación o la alcaldía de Trinidad, particulares que necesitan hacer gestiones con diferentes instituciones públicas o privadas, compras, negocios, etc.

El fuerte predominio de alojamientos, hostales y residenciales con bajos precios en Trinidad (Grafico 2) son indicativos de la fuerte presencia de este segmento de mercado en la ciudad.

GRÁFICO 2. Composición de la oferta de hospedaje por tipo y precio en Trinidad 2021



Fuente: elaboración propia con base en datos del GAM de Trinidad.

### 2.3.3.3. Caracterización del visitante

No hay un perfil homogéneo para los visitantes en el espacio porque no existe una oferta articulada y los productos se dirigen a mercados muy específicos. Así, en Camiaco ingresan nacionales de clase media y alta, mientras que para observar la paraba barba azul son extranjeros interesados específicamente en aves. Pero de la gran mayoría que se alojan y pernoctan en Trinidad, no existe ninguna información sobre sus características.

A falta de datos oficiales sobre grupos etarios y género, la información local indica que el grupo de pescadores deportivos se caracteriza por una amplia mayoría de hombres, a partir de 20 años (anteriormente llegaban familias completas, pero las bajas condiciones de servicios turísticos han motivado que las esposas e hijos menores no viajen). Respecto a los observadores de la paraba barba azul, también hay una mayoría de varones, generalmente superan los 40 años, con niveles de formación alta.

Con relación a los que pernoctan en Trinidad, no se tiene ningún dato sobre edad y género; no existe esa información a nivel nacional. Con respecto a los extranjeros, se disponen de información en destinos turísticos específicos, como Rurrenabaque: Madidi-Pampas (VMT y GAD Beni, 2018), en el que puede observarse una fuerte primacía del grupo 21-30 años, seguido del grupo 31-40 años, muy similar a los que ofrece Uyuni (VMT, 2011b).

Información general sobre el perfil del turista nacional (MCyT, 2011c) indica que se caracteriza, principalmente, por ser personas que realizan viajes rápidos de dos días y una noche, generalmente solas, están casadas, con educación de nivel secundario, tienen entre 26 y 35 años de edad, viajan para visitar a sus familiares, por lo general dos veces al año.

#### 2.3.3.4. Estacionalidad y duración de las visitas

La única información, para Trinidad, que nos puede indicar la estadía media es la diferencia entre la cantidad de ingresos a establecimientos de hospedaje comparada con la cantidad de pernoctaciones ocurridas en el mismo periodo (Tabla 19 y Gráfico 3).

TABLA 19. Ingreso de viajeros a hospedajes de Trinidad y pernoctaciones totales (2015-2019)

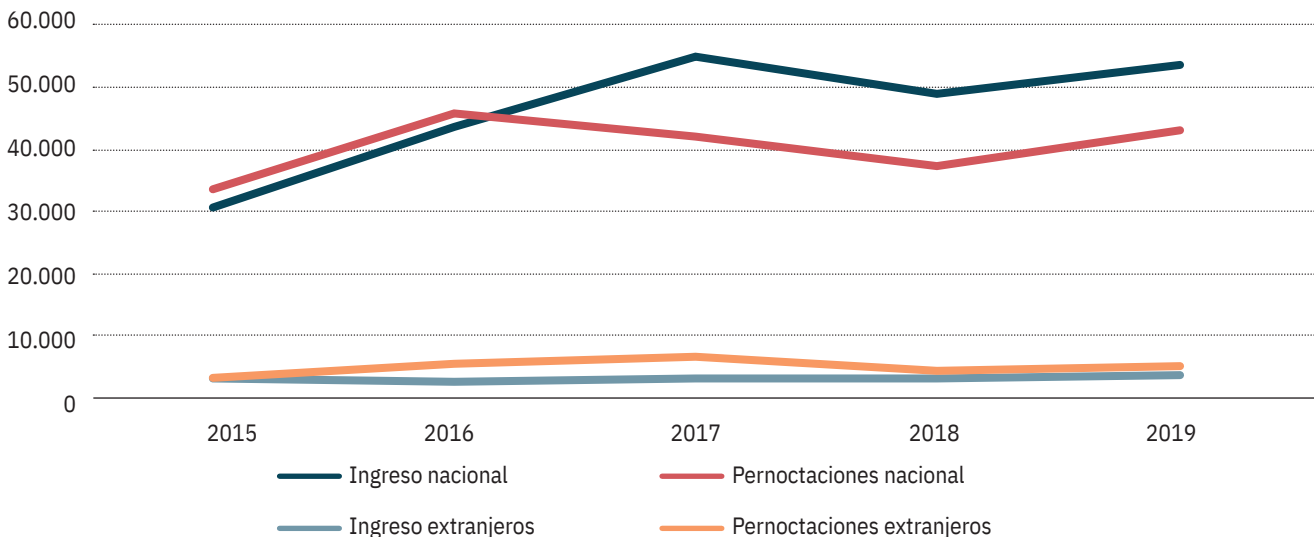
INGRESOS	2015	2016	2017	2018	2019
Nacional	30.834	43.696	54.837	48.787	53.377
Extranjeros	3.027	2.916	3.197	3.122	3.450
TOTAL	33.861	46.612	58.034	51.909	56.827
PERNOCTACIONES	37.349	50.996	48.393	41.786	48.145
Nacional	33.903	45.499	42.087	37.255	43.012
Extranjeros	3.446	5.497	6.306	4.531	5.133

Fuente: elaboración propia con base en datos del INE, 2020b.

Entendiendo que las pernoctaciones son consideradas por el INE como noches que el cliente se queda, además de la del ingreso, se observa que antes de 2017 la media se situaba en 2,10 noches por visitante y, desde esa fecha, esa media se reduce a 1,83 noches/visitante. Considerando que no hay prácticamente establecimientos de hospedaje en toda el área rural, se tendría una aproximación de la estadía media de los visitantes, que coincide con lo indicado por el Ministerio de Culturas y Turismo (2011c) y el IBCE (2014), con un 59% de los visitantes que pasan de 1 a 3 días, aunque la Encuesta de Hogares 2019 (INE, 2020b) menciona que la estadía media de turismo interno a nivel nacional es de 5,12 días.



GRÁFICO 3. Evolución de ingresos y pernoctaciones de viajeros nacionales y extranjeros en Trinidad (2015-2019)

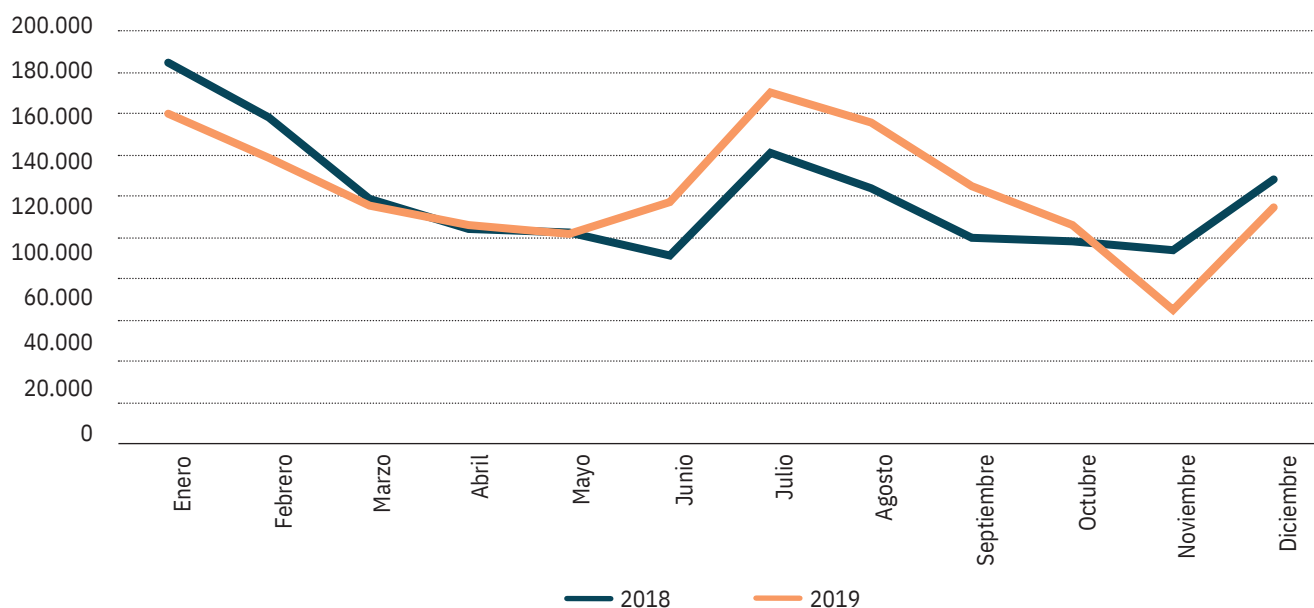


Fuente: elaboración propia con base en datos del INE, 2020b.

Con la media que se ha calculado sobre la base de ingresos/pernoctaciones, se reafirma la idea de que buena parte de los visitantes que llegan a Trinidad están de paso o motivados por causas distintas a visitar atractivos turísticos. En el caso de Loreto, sin embargo, sí se puede afirmar que la estadía media de los pescadores que van a Camiaco es de 2 noches, similar a los que desean observar la paraba barba azul. Para turismo religioso, lo normal es la visita en el mismo día, sin pernocte, en Loreto.

En cuanto a estacionalidad, hay datos generales para turismo receptivo. En el Gráfico 4 se muestra, para los años 2018 y 2019, que hay dos picos marcados, que corresponden a los veranos austral (diciembre-febrero) y boreal (junio-agosto). Sin que haya extremos muy destacables por países, en los meses de julio-agosto hay mayor presencia europea y en diciembre-enero latinoamericana y asiática, aunque las cifras son relativamente próximas en ambos picos.

GRÁFICO 4. Llegadas de viajeros extranjeros a Bolivia por mes, años 2018 y 2019



Fuente: elaboración propia con base en datos del INE (2020b)

Para el turismo interno, a nivel general, los picos con mayores desplazamientos internos se sitúan en los meses de diciembre-enero y junio-julio, coincidiendo con las vacaciones estivales e invernales. Entretanto, los que menos flujos tienen son abril, marzo y mayo (MCyT, 2011c; Munguía, 2015), similar a lo observado en el destino Rurrenabaque: Madidi-Pampas (VMT y GAD Beni, 2018).

### **2.3.3.5. Tamaño y tipo del grupo**

La información más precisa sobre tamaño y tipo de grupo se tiene para los visitantes que llegan a Loreto. Los pescadores que van a Camiaco suelen viajar en grupos de 3 a 5 personas, mientras que los observadores de la barba azul, la media se sitúa en 2 personas.

Respecto a los que pernoctan en Trinidad, de nuevo se ha de estimar con datos generales para el país. El MCyT (2011c) señala que el 56% de los viajeros nacionales lo hizo solo, el 19% acompañado por una persona y el 12% por dos personas, mientras que con 3 personas o más alcanza el 13%, que hace referencia a grupos familiares, promociones, torneos, etc.

En cuanto a los turistas extranjeros, el INE (2015) indica que el 54,30% declararon haber viajado individualmente a Bolivia, 24,20% en familia y 21,5% en grupo.

### **2.3.3.6. Transporte**

El INE (2020b) informa que, para turismo interno, el medio de transporte preferente es el terrestre y público (79,44%), seguido del terrestre privado (16,62%); entretanto, el transporte aéreo es marginal (3,78%). En el caso de los pescadores que llegan a Camiaco, el uso de vehículos privados llega al 100%.

Respecto a los extranjeros, en 2019 el 30,90% ingresó al país vía área y el 69,10%, por carretera. Estos datos reflejan ese predominio de visitantes procedentes de países vecinos, pero, también, el que muchos visitantes de otros continentes entran a Bolivia desde Perú o Chile (destinos principales). Por ello, entre los pasos fronterizos de Desaguadero (La Paz), Kasani/Copacabana (La Paz) y Villazón (Potosí) se producen el 60% de las llegadas de extranjeros por puntos fronterizos (UDAPE, 2020). Una vez dentro del país, dependiendo de los destinos turísticos que se van a visitar, se combinan diferentes medios de transporte.

Por la importancia de los ríos en el destino y las principales actividades turísticas que se realizan, el transporte fluvial adquiere una gran relevancia. Además del flotel Reina de Enín, único por sus características en el país, el uso de embarcaciones fuera de borda y botes de madera de mayor o menor capacidad son ampliamente utilizados. En ocasiones, estos botes son techados y con asientos para dar mayor comodidad al visitante.

### **2.3.3.7. Gasto**

La Encuesta de Hogares 2019 (INE, 2020b) señala que el gasto medio diario para turismo interno es de 165,25 Bs/día, mientras que el turista extranjero (aunque hay importantes diferencias entre países) hace un gasto promedio de 425 Bs/día (MCyT, 2014); este dato es congruente con los obtenidos para Rurrenabaque: Madidi-Pampas, que estima una media de 450 Bs/día para turistas extranjeros en 2017 (VMT y GAD Beni, 2018).

Este importante contraste entre turismo interno y receptivo se explica en, como se expuso anteriormente, la diferente estructura de gasto justificada en la motivación de viaje. Es decir, el turista extranjero debe realizar gastos especiales en transporte, alojamiento, etc., para ingresar a los atractivos turísticos, mientras que una considerable parte del turista nacional se desplaza entre ciudades por motivos distintos a las vacaciones o recreación, preferentemente con transporte terrestre público, que es relativamente barato en Bolivia. Aun así, para el turista nacional, hasta el 30% del gasto total del viaje es el transporte (INE, 2020b), y un

porcentaje similar se destina a alimentación. Por otro lado, el turista nacional no suele comprar paquetes turísticos, las visitas a los atractivos las reduce, emplea medios informales, etc., rebajando mucho el gasto para esta actividad.

#### **2.3.3.8. Segmentación de la demanda**

Como se ha comentado, los productos turísticos que actualmente operan en el destino se dirigen a segmentos de mercado distintos, prácticamente aislados, que no comparten productos y de los que no se disponen de datos oficiales. Dentro del mercado de turismo receptivo, los dos productos principales son la observación de la paraba barba azul en Loreto (unos 50 turistas al año) y el flotel Reina de Enín (alrededor de 800 visitantes anuales) en el APM Ibare-Mamoré. Mientras que el primero es un mercado de turismo de naturaleza muy especializado, los que compran los paquetes turísticos del Reina de Enín son turistas de naturaleza más generalistas, que disfrutan tanto de la observación de fauna como de los paisajes o la navegación. Para el mercado nacional, por un lado, en Loreto se tiene a los pescadores deportivos, con una estimación de 2.000 al año. Por otro, estarían esos más de 50.000 visitantes que ingresan a establecimientos de hospedaje en Trinidad, pero de los que se desconoce qué actividades realizan, aunque todo indica que es un porcentaje muy pequeño el que llega a visitar atractivos turísticos locales.

Finalmente, se encuentra el mercado local, que visita las comunidades próximas a Trinidad, en el APM Ibare-Mamoré, con una demanda centrada en gastronomía y durante los fines de semana. También realizan algunas otras actividades, como las ciclorutas, paseos en bote, etc. De todos estos grupos, solo los observadores de aves y los que ingresan al Reina de Enín compran paquetes turísticos, y los primeros no necesariamente a través de agencia u operadoras formalmente establecidas. Por otro lado, no existe una oferta de “circuitos”, esto es, que el visitante pueda desarrollar varias actividades durante su estadía.

Esta hipersegmentación y ausencia de circuitos hace que la oferta sea muy limitada y poco atractiva, salvo para públicos muy especializados, lo que restringe enormemente el acceso a mercados más generalistas con mayor potencial de demanda.

#### **2.3.3.9. Intereses y expectativas**

Con la ausencia de información específica que hay en este destino, un primer análisis se basará en la motivación principal del viaje por turismo interno, principal segmento que llega a Trinidad. Según los datos del INE, el 13,33% se desplaza por trabajo o motivos laborales, mientras que un 86,67% lo hace por motivos personales, recreacionales y vacacionales. De este último, solo el 30,21% viajó por recreación o vacaciones, un 57,87% lo hace por visitar a familiares o amigos, y atención médica u otros supone el 11,92% (INE, 2020b). Por tanto, apenas un 25% del turismo interno está motivado por recreación o vacaciones. En la Encuesta a Hogares 2019 (INE, 2020b) se indica que apenas el 15% de los visitantes realizaron el viaje por turismo interno.

A este bajo porcentaje de turistas internos, debemos considerar que las ciudades del eje central (La Paz, Santa Cruz, Cochabamba), principales emisores, eligen con mayor preferencia sus propios departamentos para hacer turismo o dentro de ese eje central; y cuando salen de ellos, suelen visitar destinos turísticos reconocidos en el país, entre los que no se encuentra Trinidad.

Por otro lado, es importante destacar que las motivaciones e intereses de los visitantes extranjeros y nacionales son bastante distintos, como lo prueban los análisis realizados en el destino Rurrenabaque: Madidi-Pampas (VMT y GAD Beni, 2018). Mientras que el turista internacional desea conocer la riqueza natural y cultural de Bolivia, sus paisajes, etc., y destina buena parte de su tiempo a recorrer espacios naturales y culturales significados del país, el

turista nacional suele emplear **más tiempo y gasto en espacios humanizados, donde puede disfrutar de comodidades y buena gastronomía**, asignando menos tiempo y esfuerzo a recorrer los espacios naturales, especialmente si las condiciones son exigentes (alta temperatura y humedad, presencia de mosquitos y/o enfermedades tropicales, acceso difícil, etc.). En este sentido, para el turista nacional, la calidad y variedad en la oferta de servicios urbanos es muy importante.

En todo caso, no existe información (encuestas, etc.) sobre los intereses y expectativas de los visitantes que llegan al destino, en ninguna de las propuestas que operan actualmente.

#### **2.3.3.10. Percepción, grado de satisfacción**

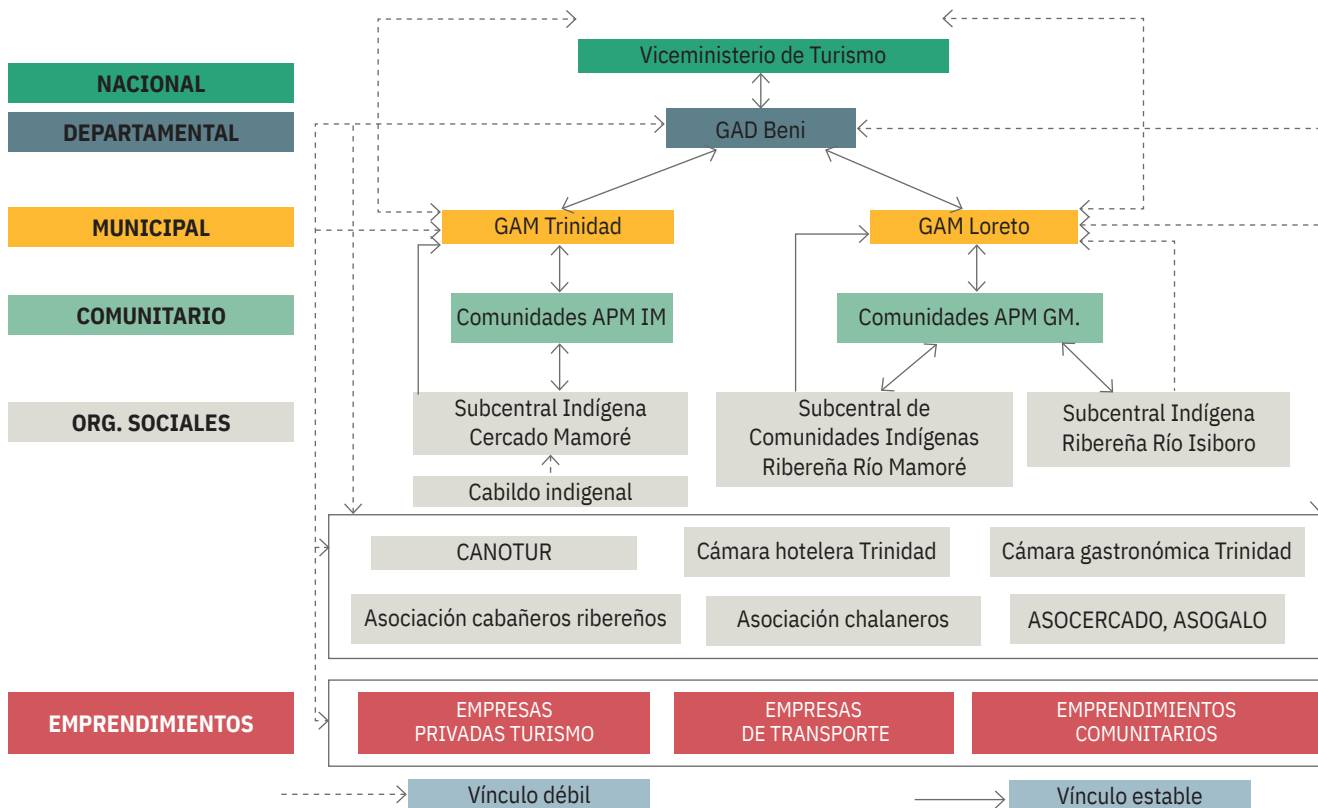
No existe ninguna evaluación sobre el grado de satisfacción de los visitantes. Sobre Loreto se podría estimar que es óptima, pues lleva manteniendo flujos constantes de visitantes en los últimos años, impulsada esta satisfacción por la calidad del sitio para realizar pesca más que por los precarios y escasos servicios turísticos existentes. Hay valoraciones de algunos productos y servicios turísticos de Trinidad que se pueden encontrar en Tripadvisor, pero no datos oficiales. Más preocupante aún es que son escasos los servicios turísticos que ofrecen a los visitantes rellenar fichas de evaluación del nivel de satisfacción.

#### **2.3.4. Gestión turística**

Una de las debilidades más importantes detectadas es la falta de planificación y gestión turística. Entre los múltiples actores que participan de la actividad turística (públicos, comunitarios y privados) los problemas se encuentran en los niveles intergubernativos, intrasectoriales e intersectoriales. En el plano intergubernativo, entre los tres niveles del Estado, aunque pueda existir una buena relación formal, la ausencia de una estrategia concertada con objetivos definidos hace poco efectivo este relacionamiento, que, además, es poco frecuente. Por otro lado, a nivel intrasectorial, las organizaciones son muy débiles, con falta de una visión y propuesta conjunta, baja representatividad y débil coordinación con las instituciones estatales. Una situación más precaria aún se encuentra en la organización intersectorial, con total ausencia de instancias de coordinación y propositivas.

En este escenario de articulación poco favorable, además faltan normativas sectoriales para los municipios, las áreas protegidas y las comunidades, así como instrumentos de planificación estratégica, a lo que debe sumarse la ausencia de información sobre la actividad turística. La situación actual se refleja en la Figura 6, estableciendo por niveles (nacional, departamental, etc.) estos niveles de articulación.

FIGURA 6. Relación actual entre actores en el destino IM-GM respecto a la actividad turística



Fuente: elaboración propia.

Cabe comentar sobre esta figura algunos aspectos relevantes:

- No se han representado todos los actores, sí los fundamentales para el desarrollo de la actividad turística y la definición de políticas. Por ello, universidades y las ONG, que son las que mayor incidencia han podido tener en alguna ocasión, no han sido incorporadas. Tampoco se han ilustrado las relaciones poco significativas o esporádicas para hacer más legible las relaciones.
- Lo primero que destaca es la preeminencia de vínculos débiles, lo que habla del generalizado bajo relacionamiento interinstitucional y, al mismo tiempo, muestra el escaso nivel de desarrollo institucional, especialmente respecto a la actividad turística. Incluso en los casos que se han representado con vínculos fuertes (Viceministerio de Turismo y Gobernación, por ejemplo), no significa que se hayan establecido políticas conjuntas o se están desarrollando estrategias concertadas, simplemente expresa que hay canales de comunicación estables.
- En el nivel nacional, hay que aclarar que sus competencias son limitadas en áreas protegidas, aunque sean de carácter municipal; estas APM no se han representado porque dependen de los gobiernos municipales. Sin embargo, los marcos normativos y de planificación nacionales son, en general, aceptados por todos los actores, más bien, lo que se demanda es su aplicación más eficiente. En todo caso, las relaciones del Viceministerio de Turismo con todos los actores, cuando existen, son muy débiles. La escasa actividad que está realizando en esta gestión el VMT, incluso dejando de cumplir atribuciones importantes para el registro y categorización de prestadores de servicios turísticos, promoción, etc., unido a la ausencia de políticas efectivas de apoyo al sector y reactivación de la actividad durante y post pandemia, explican esta situación.

d. La Gobernación del Beni, a través de su Dirección Departamental de Turismo, ha estado muy activa al inicio de su gestión. Mantiene buenas relaciones con los gobiernos municipales y el resto de actores, sin embargo, por sus prioridades, estas relaciones no son las ideales. No están participando del proceso de planificación estratégica del destino ni de la creación del observatorio de turismo, aunque apoyan estas iniciativas, si bien es cierto que, al igual que el VMT, la Gobernación no tiene competencias en áreas protegidas, por lo que ambas APM se podrían considerar ajenas al ámbito normativo y de planificación departamental. Destacar que tampoco se puede hablar de relaciones fuertes con las organizaciones sociales ni los emprendimientos del destino, pero en este caso es la propia debilidad de las organizaciones y los emprendimientos los que explican esta débil relación, unido a que una de las funciones principales de este nivel del estado, el registro, control y categorización de los prestadores de servicios turísticos, no se está ejerciendo porque el VMT no tiene activada la plataforma SIRETUR. En todo caso, la falta de estrategia de desarrollo turístico departamental, en los destinos (salvo Rurrenabaque: Madidi-Pampas) o locales, no permite impulsar actualmente procesos planificados, aunque sí están participando activamente en resolver problemas urgentes generados por la actual crisis turística.

e. En los dos municipios hay relaciones más complejas con los diferentes actores:

- A pesar de ser Trinidad capital departamental, el relacionamiento del Gobierno Municipal con la autoridad nacional es, prácticamente, inexistente; en este primer año de gestión no se ha producido ninguna reunión estratégica entre ambas instituciones. El Gobierno Municipal de Loreto apenas mantiene vínculos con el VMT. El GAM de Loreto tiene un proyecto para Camiaco, presentado hace años, que fue aprobado por el VMT en gestiones pasadas, pero está frenado en el Ministerio de Planificación, sin que se haya logrado que el VMT impulse su financiación.
- Si bien no es la situación ideal, sin duda, es mucho más estrecho el contacto entre los gobiernos municipales con la Gobernación, con buena predisposición para apoyar iniciativas.
- Los **vínculos** son fuertes entre las comunidades y sus organizaciones representativas, aunque puntualmente puedan existir problemas internos, el principal nivel de actuación de estas instancias es con sus gobiernos municipales. El problema principal es la falta de planificación turística local y que no se generaron los consejos municipales de turismo o no operaron.
- En sentido opuesto, la relación con las organizaciones sectoriales suele ser bastante pobre, salvo que sean asociaciones locales, pero no se desarrollan propuestas técnicas.
- Destacar que no existe ningún contacto entre ambos Gobiernos Municipales relacionado con la actividad turística.

f. En cuanto a las organizaciones sociales, considerar:

- Las organizaciones representativas de las comunidades indígenas, en general, realizan sus actividades principales en el nivel comunitario, en menor medida con los gobiernos municipales y, a partir de ahí, su accionar con las autoridades departamental y nacional es infrecuente o inexistente.
- Las diferentes cámaras sectoriales, muy poco activas, suelen preferir actuar en el nivel departamental, salvo la CANOTUR, que opera más con la autoridad nacional, aunque no desde la representación en Trinidad que, a su vez, tiene muy poca incidencia con las otras organizaciones sectoriales y escasa representatividad.
- Las organizaciones locales de ganaderos no tienen al turismo como actividad principal, por lo que su representación en este sentido es casi nula, aunque hay asociados que sí están realizando esta actividad o alguno de sus miembros está interesado.

→ En general, no existen relaciones internas entre estas organizaciones, menos aún relacionadas con la actividad turística.

g. En el nivel de los emprendimientos, destacar:

→ Todas las relaciones con el resto de los actores son bajas. La más relevante es con los niveles municipal y departamental por exigencias de cumplimiento de normativas (licencias, inspecciones, etc.), actualmente paralizado.

→ Muy significativa es la escasa vinculación entre emprendimientos y organizaciones, tanto del sector privado como comunitario, muestra, por un lado, de los bajos niveles organizativos y, por otro, su escasa representatividad específica para esta actividad.

Este panorama, con muchos vacíos y débiles relacionamientos entre actores clave, agravado por la falta de instrumentos de planificación turística, ha motivado impulsar la creación, en una primera fase, de Consejos Municipales de Turismo, tanto en Trinidad como Loreto, para iniciar los trabajos de planificación estratégica y de coordinación intergubernativa e intersectorial, al tiempo que se debe promover el fortalecimiento de las organizaciones sectoriales.

El objetivo final es generar un sistema de gestión del destino, no solo por alcanzar la gobernanza necesaria para desarrollar la actividad turística, también para asumir funciones esenciales en la implementación de la visión y lograr los objetivos propuestos en el plan estratégico. La idea es consolidar un modelo de gestión turística no lineal sino en red, basado en el trabajo entre diferentes actores en turismo del destino vinculados por un enfoque y objetivos comunes, que potencia y hace más competitivo un espacio que no parte de buenas condiciones básicas, en capacidades ni productos turísticos desarrollados.

#### 2.3.4.1. Instituciones públicas

Las principales instituciones públicas presentes son:

**1. Dirección Departamental de Turismo del Beni:** sus funciones principales son:

→ Reguladora, mediante la aplicación de la legislación nacional y departamental sectorial en todas sus competencias.

→ Estadística, levantando información de la operación turística. Actualmente, en el espacio del destino, los datos recogidos se centran en la ocupación hotelera.

→ Emisión de las licencias departamentales de funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos en su jurisdicción.

→ Control y fiscalización de los prestadores de servicios turísticos.

→ Coordinar acciones conjuntas de promoción y mercadeo, junto con gobiernos municipales y prestadores de servicios turísticos, mediante sistemas virtuales, ferias, workshops, etc.

→ Recoger, tramitar e inspeccionar las denuncias por incumplimiento de la normativa turística nacional y/o departamental, por parte de los prestadores de servicios turísticos.

→ Financiar y facilitar inversiones en infraestructura turística pública y comunitaria.

**2. Servicio Departamental Agropecuario (SEDAG):** es el ente competente que regula la actividad pesquera en el Beni. Por la importancia de este recurso en la actividad turística local y las fuertes presiones externas que tiene este recurso, su función reguladora y de control es importante.

**3. Gobiernos Autónomos Municipales:** aunque con importantes diferencias técnicas y económicas entre los municipios de Trinidad y Loreto, las funciones más importantes que ejercen son:

- Planificación turística en sus jurisdicciones, actualmente reforzada con la elaboración de sus planes estratégicos para las APM y la ciudad de Trinidad.
- Impulsar algunos emprendimientos y proyectos de turismo locales, con alguna inversión en infraestructura turística en el caso de Trinidad.
- En Trinidad, junto con la Gobernación, supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos.
- Levantamiento de información sobre prestadores de servicios turísticos.
- Promoción de atractivos y productos turísticos de sus municipios

**4. Universidad Autónoma del Beni José Ballivián:** la UAB JB tiene abierta la Carrera de Turismo. Recientemente ha cambiado su currícula para adaptarla a las necesidades específicas sectoriales. Así mismo, la UAB JB está participando en la conformación del Observatorio de Turismo.

**5. Policía Nacional:** en Trinidad se encuentra el Comando Departamental de la Policía. Hay el compromiso de constituir una Policía Turística especializada.

**6. Otras:** existen otras oficinas de instituciones públicas en Trinidad, SENASAG, ABT, INRA, Impuestos Nacionales, Banco Unión, etc., que pueden tener cierta incidencia indirecta en la actividad turística

#### 2.3.4.2. Normativa específica

Además de la regulación nacional, para el espacio de destino, la única normativa turística de aplicación es la Ley Departamental de Turismo (Ley N° 79 de 16 de marzo de 2018) y su reglamento. La Ley se ajusta a la normativa nacional; cabe destacar que, en su reglamento, además de establecer los requisitos para la obtención de la licencia departamental bajo el SIRETUR, incorpora un sistema de infracciones y sanciones a los diferentes prestadores de servicios turísticos, dirigido a la aplicación de buenas prácticas en turismo y a garantizar la calidad de los servicios.

Ni los municipios ni sus APM disponen de normativa turística, general y específica, tanto para la actividad turística como para establecer un sistema de cobros (SISCO) por ingreso a las APM, aunque en Loreto sí se exige un pago a los visitantes.

#### 2.3.4.3. Apoyo a la actividad desde la gestión pública

Durante los últimos cinco años, las ayudas e iniciativas desde las instancias públicas para el desarrollo de la actividad turística en el área del destino han sido escasas y no bien planificadas, por lo que sus impactos no han sido los deseados. Desglosando, se podría indicar:

- **Viceministerio de Turismo:** no es un área priorizada por el VMT, sin embargo, se financió la construcción de cabañas gastronómicas y costanera en Puerto Ballivián, con una inversión de casi Bs 3 millones. Además, los gobiernos municipales del destino han sido invitados a participar en ferias y eventos nacionales de promoción a los que, normalmente, no se ha acudido, salvo alguna empresa puntualmente.
- **Dirección Departamental de Turismo:** además de participar junto con el VMT en el proceso de consolidación del proyecto para las cabañas gastronómicas de Puerto Ballivián, la Dirección Departamental de Turismo participó en la elaboración del proyecto de albergue turístico para Camiaco, en el registro y categorización de los prestadores de servicios turísticos, y en la organización de eventos de promoción y mercadeo.



- **Municipio de Trinidad:** desde la Dirección Municipal de Turismo se han ido trabajando algunas iniciativas: a) apoyo a la implementación del proyecto de cabañas gastronómicas para Puerto Ballivián; b) apoyo a la Dirección Departamental de Turismo en el registro y categorización de los prestadores de servicios turísticos en su jurisdicción; c) diseño e implementación de las ciclorutas dentro del APM Ibare-Mamoré; d) construcción del canopy en Puerto Ballivián; e) capacitaciones turísticas en diferentes aspectos, desde gastronomía a normativas, etc.
- **Municipio de Loreto:** los esfuerzos se han centrado en la elaboración de proyecto para el albergue turístico en Camiaco y apoyo a eventos promocionales al mercadeo del producto de observación de la paraba barba azul dentro del APM Gran Mojos.
- **Universidad Autónoma del Beni José Ballivián:** acompañado su función formativa de profesionales en turismo, la UAB ha participado de los diferentes eventos de planificación y, ocasionalmente, promocionales, organizados por la Dirección Departamental de Turismo o desde los municipios, especialmente Trinidad.

Si bien pueden considerarse escasas estas acciones, han servido para tomar conciencia, especialmente en el nivel municipal, sobre la necesidad de disponer de una planificación turística integral que no se avoque solo al desarrollo de productos, más o menos estructurados, o a una promoción de bajo contenido.

#### 2.3.4.4. Planes de desarrollo turístico

Ninguno de los municipios ni las APM tienen planes estratégicos de turismo vigentes, pero sí lineamientos relacionados con sus áreas protegidas. En ningún caso estos documentos han presentado una visión de destino que integre sus propuestas turísticas para hacer más competitiva su oferta.

Para Trinidad y el APM Ibare-Mamoré se encuentran los siguientes documentos:

- Plan de Desarrollo Turístico de Trinidad (Ecoterra, 2008). La estrategia para Trinidad es concebida desde una doble posibilidad, como producto turístico en sí y, al mismo tiempo, como centro de distribución a otros atractivos del Beni. Por ello, se identifican 35 atractivos, con jerarquía 2 y 3, todos ellos en la jurisdicción municipal, pero presenta 22 circuitos turísticos que trascienden su ámbito, incorporando a otros municipios: 1. Etnia sirionó en las culturas hidráulicas de Moxos (1 día); 2. Arqueología de paisaje (1 día); 3. Visita al centro de interpretación de la cultura hidráulica de Moxos (2 horas); 4. Ruta del bufeo (1 día); 5. Turismo rural y étnico en uhccojirico y wenco (Loreto) y la comunidad de Naranjito (San Andrés) (1 día); 6. Sobrevuelos al parque científico, arqueológico y ecológico Kenneth Lee (Baures) (2 horas); 7. Chope Piesta Santísima Trinidad (2 días); 8. Fiesta patronal de San Ignacio de Mojos (3 días); 9. Curichis y lagunas del Carmen del Iténez (Huacaraje) (2 días); 10. Gastronomía y tradiciones con la familia de Jacinto López (San Andrés) (1 día); 11. Turismo rural en la hacienda ganadera Serrano (2 días); 12. Historia Misional en San Javier y San Pedro de Moxos (San Javier) (1 día); 13. Circuito histórico en Loma Suárez (1 día); 14. Navegación en el río San Pablo hacia Pedro Ignacio Muiba (San Andrés) (2 días); 15. Cultura misional en San Ignacio de Moxos (San Ignacio) (2 días); 16. Semana Santa en San Ignacio de Moxos (San Ignacio) (2 días); 17. Feria ganadera y remates de Loreto (Loreto) (2 días); 18. Turismo religioso de las Lágrimas de Loreto (Loreto) (1 día); 19. City tour clásico en Trinidad (medio día); 20. City tour panorámico Trinidad (medio día); 21. City tour cultural Trinidad (medio día); 22. Parque Departamental y área natural de Manejo Integrado Iténez (Magdalena y Baures) (3 días).

- Estrategia para el desarrollo del ecoturismo en el Área Protegida Ibare-Mamoré 2012-2016 (GAM Trinidad, 2012). Se establecen las modalidades de turismo a desarrollar dentro del APM, indicando ecoturismo (atractivos naturales), turismo vivencial (atractivo comunidades indígenas y campesinas), turismo cultural (atractivo histórico y patrimonial) y turismo rural (turismo participativo con atractivos del área rural). Se presentan, bastante definidos, 6 circuitos turísticos: Trinidad natural y cultural, que engloba museos urbanos, ruta del bufeo y camellones agrícolas (1 día); ruta histórico cultural “La Bomba” (medio día); ruta loma y lagunas (1 día), ruta gastronómica y artesanal (medio día); ruta turismo comunitario (2 días), en la comunidad Copacabana y estancia Bersati; ruta cadena de lagunas (1 día). En todas las rutas se combinan muchos de los mismos atractivos, la mayoría urbanos, con total dependencia de los servicios turísticos de la ciudad.
  
- Lineamientos estratégicos de desarrollo turístico en el Área Protegida Municipal Ibare-Mamoré. Municipio de Trinidad, Beni (Chambi, J., 2013). Es un proyecto de grado, con mucho plagio del documento de GAM Trinidad (2012) en el diagnóstico, que concluye con una serie de lineamientos estratégicos para oferta, demanda, institucional y ambiental, con propuesta de objetivos y actividades generales, así como un plan financiero.
  
- Plan estratégico financiero Área Protegida Municipal Ibare-Mamoré (FUNDESNA, 2014). Diseña una estrategia financiera para el APM, que no se ha implementado, no obstante, es interesante el análisis de requerimientos para la gestión del APM. Por otro lado, presenta, de manera muy sintética, la potencial oferta turística del APM, aunque reconoce el bajo desarrollo de la actividad en este espacio motivado por la baja calidad de servicios, el escaso desarrollo empresarial y la insuficiente iniciativa municipal.
  
- Plan Estratégico Municipal (PEI) 2016-2020 (GAM Trinidad, 2016). En este documento se encuentran, entre sus objetivos, elementos sustanciales para la estrategia de turismo que ahora se plantea. Entre los programas, cabe destacar el fomento al turismo, saneamiento básico, mejora de la gestión ambiental, planificación urbana y valorización de los elementos culturales en armonía con los pueblos y comunidades indígenas.
  
- Diagnóstico y Plan Integral de Gestión Ambiental del Área Protegida Municipal “Ibare-Mamoré” (Espinosa, C. 2015.). El objetivo del documento es presentar una estrategia de gestión del APM, pero se hace referencia a la actividad turística. Tras un breve análisis de la situación, en sus lineamientos básicos de gestión se propone, entre otros, poner en valor el patrimonio natural y cultural del APM como base para el desarrollo turístico, impulsando los emprendimientos de turismo comunitario, generar la normativa para el APM, diversificar su actividad turística y promocionar el APM en mercados objetivos.
  
- Contribución del Área Protegida Ibare-Mamoré y del municipio de Trinidad, al cumplimiento de la Meta Aichi 1 y Fortalecimiento del Centro de Educación Ambiental-CIBIOMA. Informe Técnico de resultados (Ten, S., 2019). Se encuentra un detallado análisis de las amenazas y debilidades, fortalezas y oportunidades, para el desarrollo de la actividad turística, en base a los documentos anteriores. En sus conclusiones y recomendaciones para la actividad turística destacan: a) establecer un sistema de coordinación entre actores públicos, comunitarios y privados; b) generar un sistema de información integral sobre la actividad turística (flujos, características, satisfacción, etc.); c) elaborar un reglamento de operación turística para el APM; d) implementar un sistema de control con base comunal; e) generar sistemas de ingresos por turismo al APM (SISCO, licencias, etc.); f) señalización del APM; g) mejorar las infraestructuras turísticas; h) sensibilización y capacitación

turística; i) gestionar emprendimientos de turismo comunitario; j) desarrollar un sistema de monitoreo de impacto.

En cuanto a Loreto, solo hay un documento que plantea algunos lineamientos para la actividad turística:

→ Creación del Área Protegida Municipal Gran Mojos (GAM Loreto. 2017.). En este documento técnico, elaborado para la creación del APM Gran Mojos, se hace un breve análisis de la actividad turística en ese momento, y en sus objetivos y lineamientos estratégicos se propone elaborar la estrategia de turismo para el APM, junto con un sistema de buenas prácticas para ofrecer servicios de calidad, competitivos y sostenibles.

Hay, por tanto, lineamientos generales para ambas áreas protegidas, significativamente más desarrollados para el APM Ibare-Mamoré; sin embargo, muy poco de lo propuesto se ha implementado, lo que habla de la necesidad de acompañar técnicamente estos procesos. Por otro lado, falta una visión más integral para la actividad, si bien entre todos los documentos se mencionan aspectos clave, ninguno los unifica o reúne bajo el entendido que es poco probable que se produzcan cambios significativos si no se trabaja en todos los componentes de la planificación que requiere la actividad. Por último, destacar que, aunque en algún caso sí se han propuesto productos específicos, aunque no se identifica si existen mercados objetivo (en la práctica, muy pocos de esos productos se venden actualmente), no se encuentran propuestas de productos o rediseño de los actuales atendiendo a demandas insatisfechas en los diferentes mercados.

#### **2.3.4.5. Promoción de la actividad**

El GAM de Trinidad dispone de medios para realizar una oferta turística, tanto del APM como de la capital municipal, por medios virtuales, presencia en ferias, eventos de promoción y mercadeo, etc. El APM Ibare-Mamoré y Trinidad tienen páginas webs informativas, blogs, folletería y afiches de promoción, mapas turísticos, etc., apoyados por otras instituciones, como CIBIOMA, que cuentan con medios propios de difusión. Además, las operadoras de turismo que trabajan en el APM, hoteles y algún restaurante tienen sus propias páginas web y material de promoción. Sin embargo, salvo alguna operadora que ha realizado sus propios estudios de mercado, esta promoción no se enfoca en mercados identificados.

El bajo posicionamiento de Trinidad y su APM en el mercado nacional (menos aún en el internacional) es prueba clara que la oferta y su promoción es poco atractiva y, muy posiblemente, mal enfocada. Únicamente alguna operadora privada, como se ha mencionado, trabaja con estrategias de mercadeo planificadas para su producto específico, sin englobar al resto de la oferta municipal o del APM.

En cuanto a Loreto, su promoción es baja. Apenas disponen de recursos, tienen su propia web municipal con una pestaña dedicada a turismo y al APM Gran Mojos, sin demasiado desarrollo, y hay otras webs que mencionan al municipio. La mayor actividad se encuentra en Facebook (<https://www.facebook.com/APM-GranMojos>). Para el sector de pescadores que visita Camiaco, el principal medio de conocimiento para el público nacional es el boca a boca, si bien hay una empresa que lo mercadea desde una web (<https://www.civitatis.com/es/trinidad-bolivia/pesca-camiaco/>). Mayor impacto deben generar los concursos anuales de pesca que se realizan en la comunidad, que facilita una amplia difusión en redes entre el público interesado.

En cuanto al turismo con la paraba barba azul, las principales difusoras de esta actividad son las ONG que trabajan con esta especie, llegando al mercado especializado con el que trabajan. Sin embargo, los escasos visitantes que llegan al APM con este motivo prueban que el producto sigue sin consolidarse.

#### 2.3.4.6. Cooperación y alianzas

Como se ha podido observar por los documentos estratégicos existentes que tienen Trinidad y Loreto, especialmente sobre sus APM, ambos municipios reciben el apoyo de instituciones externas, aunque no exclusivamente direccionadas a la actividad turística. Respecto a instituciones públicas, destaca, por un lado, la casi nula presencia del Viceministerio de Turismo, con el que se mantienen relaciones muy esporádicas y no relacionadas con la planificación turística. Por el contrario, la UAB JB, a través de CIBIOMA, ha trabajado estrechamente con ambos gobiernos municipales en los últimos años, ofreciendo asistencia técnica, elaborando documentos técnicos y procesando información, con incidencia en la actividad turística.

En el caso de Loreto, por la presencia de la paraba barba azul, ha sido muy importante la presencia de organizaciones civiles de conservación (Armonía, CLB, Fundación Loro Parque), tanto para la investigación científica de la especie como para la creación del APM Gran Mojos y el manejo turístico de la barba azul.

El Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos (GTLM), conformado por varias instituciones de la sociedad civil, académicas, financieras, empresas y organizaciones sociales [Wildlife Conservation Society (WCS) Bolivia, la Fundación Gordon y Betty Moore, el Centro de Investigación en Biodiversidad y Medio Ambiente (CIBIOMA) de la Universidad Autónoma del Beni José Ballivián (UAB JB), la Asociación Civil Armonía, FAUNAGUA, la Universidad de Bonn y la Iniciativa Capital Natural de la Universidad de Stanford], ha venido trabajando, como grupo, desde el 2020 en múltiples temas de investigación, difusión, etc. en el ámbito espacial de los Llanos de Mojos, apoyando la realización de este plan estratégico de turismo para ambas APM y Trinidad, fortalecimiento de la gobernanza de las APM, la gestión territorial por las comunidades indígenas y campesinas que la habitan y la difusión de los valores naturales y culturales de los Llanos de Moxos. El GTLM tiene proyecciones para seguir apoyando el turismo sostenible y, por lo tanto, constituye, junto con otras instituciones, un aliado importante.

En el sentido contrario, el bajo nivel empresarial de los prestadores de servicios turísticos locales y el escaso desarrollo de productos e interés que despierta actualmente este destino, explica el reducido nivel de alianzas estratégicas con empresas externas o grupos de influencia en la opinión pública. Aunque, en la actualidad, la mayoría de las ventas de productos turísticos se hacen por medios virtuales, sigue siendo fundamental el mercadeo que pueden realizar empresas aliadas por la confiabilidad que representan, capacidad de incidencia en mercados, etc. Esto, salvo en algún caso excepcional de alguna empresa que opera en el destino, no ocurre.

#### 2.3.4.7. Proyectos de turismo

En el APM Ibare-Mamoré, los principales proyectos de turismo desde 2015 han sido:

- Cabañas gastronómicas y costanera en Puerto Ballivián: con una inversión de casi Bs 3 millones realizada por el Viceministerio de Turismo en 2015, con este proyecto se pretende consolidar los servicios turísticos que se ofrecen en esta comunidad, utilizados esencialmente por la población local.
- Balneario público en laguna Suárez: entregado en 2016, con un presupuesto de casi Bs 805.000, actualmente opera bajo contrato de comodato con un particular.
- Malecón en Puerto Ballivián: con una inversión del GAM de Trinidad de Bs 536.376, en inicio, se pensó para que fuera gestionado por la comunidad. Por problemas internos, se concesionó a un particular, pero el proyecto finalmente no logró ser viable. Actualmente está abandonado y no operativo.

- Zip Line en Ballivián: financiado por el GAM de Trinidad, con un presupuesto inicial de casi Bs 1.650.000. Además del canopy, el proyecto contempla la realización de un circuito de interpretación ambiental y capacitación a guías locales para la operación del canopy e interpretación ambiental. Posteriormente se hizo una ampliación del canopy, con una inversión de algo más de un millón de bolivianos, obra entregada en 2021.
- Puente para la comunidad de Copacabana: también inversión del municipio de Trinidad, con un costo de 1.768.300 bolivianos, permite el acceso estable a la comunidad de Copacabana durante todo el año, punto de partida de la ruta del bufeo y la cicloruta denominada Bibosi.
- Ciclorutas: las 5 ciclorutas del APM Ibare-Mamoré tienen un presupuesto anual para su mantenimiento, aunque no tiene infraestructuras.

En cuanto al APM Gran Mojos, ya se comentó que el GAM de Loreto presentó una propuesta de albergue comunitario para Camiaco, con el objeto de ofrecer buenos servicios turísticos a los pescadores y sus familias. Este proyecto fue aprobado por el Viceministerio de Turismo ya en 2018, sin embargo, no ha logrado a la fecha la financiación del gobierno nacional.

#### 2.3.4.8. Centros de formación y capacitación

En Trinidad, dos de las tres universidades presentes ofrecen la carrera de turismo: la Universidad Autónoma del Beni José Ballivián y la Universidad del Valle (Univalle). Además, en las tres se encuentran carreras relacionadas con la actividad, como administración de empresas, marketing, etc. En definitiva, se podría contar con personal cualificado para las diferentes actividades que requiere el sector.

Sin embargo, se han observado algunas importantes deficiencias. Una de las más significativas es la ausencia de guías cualificados para los diferentes productos que se están ofreciendo, en naturaleza, museos, etc. Por otro, también se ha hecho patente que la formación recibida no es suficiente para generar especialistas en planificación turística, desarrollo de productos, etc. Frente a otros des-



Río Ibare, Rob Wallace / WCS

tinios del Beni, en Trinidad y Loreto no se han desarrollado cursos especializados ofrecidos por entidades de cooperación destinados a cubrir estos vacíos. Como consecuencia, no hay guías acreditados en todo el destino, lo que supone, además de un problema legal, una posible falta de calidad en los servicios.

Existe en Trinidad la Escuela Gastronómica Internacional (IGLA), que viene operando los últimos años. Forma chefs en cocina internacional y nacional. Su impacto en la oferta gastronómica local, por ahora, no es perceptible por el escaso tiempo de funcionamiento.

### **2.3.5. Conclusiones**

El turismo es una de las actividades económicas más prometedoras para el país. Sus niveles de crecimiento anual, tanto en turismo receptivo como interno, asociado a sus buenas ventajas competitivas en cuanto a calidad y diversidad de atractivos naturales y culturales, competitividad de precios y ser un destino poco masificado, explican el incremento de la inversión privada en el sector. Sin embargo, el escaso desarrollo de políticas públicas para el sector, las fuertes amenazas al medio natural y cultural por los incentivos políticos a actividades extractivistas de alto impacto y la falta de adecuación e innovación de servicios y productos turísticos a las tendencias de turismo internacionales no permiten el propicio posicionamiento en los mercados ni el despegue deseado.

Esta situación se agrava aún más en destinos marginales, como Trinidad y Loreto, con una oferta muy limitada, no estructurada e inadecuada a las tendencias de turismo internacional y nacional, además de otros problemas estructurales. En este contexto, juega un rol fundamental la ciudad de Trinidad, nudo de comunicación fundamental en el Beni y, por tanto, centro de recepción de visitantes y de muchos servicios turísticos que, sin embargo, resulta poco o nada atractiva para la demanda turística, lo que explica que los productos turísticos más relevantes estén fuera de la ciudad, trabajen con pequeños mercados muy especializados y poco exigentes en cuanto a servicios.

En estas condiciones de bajo desarrollo turístico y empresarial, la gestión que se realiza sobre la misma es muy precaria en todos los niveles. Si bien las APM disponen de algunos instrumentos de planificación, no tienen planes de manejo, estrategias de turismo ni normativa turística específica. Además, no se dispone de personal cualificado en aspectos esenciales para la actividad turística, si bien existen varios centros de formación superior que ofrecen la carrera de turismo y otras ramas conexas.

FIGURA 7. Matriz FODA componentes tendencia y contexto de la actividad turística, oferta, demanda y gestión turística en el destino

TENDENCIAS Y CONTEXTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>El flujo de visitantes que llega a Trinidad ha ido creciendo en los últimos años. Se ha producido un permanente crecimiento de la oferta de servicios turísticos a nivel nacional y en el destino. Hay flujos consolidados de turismo nacional en Camiaco.</p>	<p>El turismo receptivo e interno es creciente en Bolivia. La importancia económica del turismo en Bolivia la sitúa entre las principales del país. Panorama de reactivación turística muy positivo desde 2022. Alto potencial demanda mundial de productos de naturaleza y culturales, no masificados. Alta competitividad del país en recursos turísticos naturales, culturales y precios. Alta coincidencia entre actividades turísticas realizadas por visitantes extranjeros y potencial oferta del destino.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>La relevancia del turismo para el país no se refleja en políticas ni inversiones públicas. Aunque hay mejora en el ranking de competitividad para Bolivia, sigue siendo bajo frente a países del entorno. Baja presencia de los principales mercados emisores mundiales en Bolivia. Escasa relevancia de Trinidad en el contexto turístico nacional y departamental. Insuficientes niveles de vacunación contra covid-19 en el país. Bajo nivel de digitalización de los servicios turísticos. Escasa capacidad de adaptación a los mercados y sus tendencias. Poca innovación en los servicios y productos turísticos locales.</p>	<p>Fuerte presión sobre la salud ambiental de los ecosistemas naturales del país por actividades extractivistas. Cierre de fronteras y limitaciones de desplazamiento por Covid-19 y sucesivas oleadas.</p>
OFERTA TURÍSTICA	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>En Trinidad hay una oferta de servicios turísticos (alojamiento y alimentación) relativamente amplia. Hay un producto de turismo internacional (flotel Reina de Enin) de larga trayectoria, asociado al APM Ibare-Mamoré. Existen productos de turismo especializado (observación de aves y pesca deportiva) operando en el APM Gran Mojos. Hay buena conectividad aérea, terrestre y fluvial de Trinidad y su APM con el resto del país y el mundo. En Trinidad se encuentra una oferta de servicios complementarios de ocio y recreación</p>	<p>Los Llanos de Moxos son un espacio biocultural único. Las tendencias de turismo internacional se dirigen a espacios naturales de alto valor natural y cultural.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>La actual oferta turística en el destino es marginal para el turismo receptivo y nacional. Bajo desarrollo de productos turísticos, muy centrados en la demanda local. Escasos beneficios económicos generados por la actual oferta turística. En las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos no hay servicios de alojamiento ni guaje formales y los gastronómicos se dirigen a público local. Bajo desarrollo empresarial para la operación turística. En general, no hay personal cualificado trabajando en mucho de los servicios turísticos actuales para atender una potencial demanda nacional o internacional. No hay una oferta integral y estructurada de productos y servicios turísticos. No existe oferta de turismo cultural basado en los pueblos indígenas, culturas precolombinas o gastronomía identificativa. No hay una estrategia de promoción y mercadeo conjunta de los productos turísticos del destino. Ausencia de una estrategia de “marca” del destino. Baja digitalización y oferta “personalizada” en servicios y productos. Mala conectividad del APM Gran Mojos con Trinidad.</p>	<p>Actividades ilícitas (pesca, tráfico de fauna, avasallamientos, etc.) pueden poner en riesgo los recursos turísticos naturales y culturales. Informalidad en muchos servicios turísticos en las APM Ibare-Mamore y Gran Mojos.</p>

DEMANDA TURÍSTICA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Existen pequeños flujos de turismo nacional e internacional a las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos.</p> <p>Hay una actividad turística local en algunas comunidades del APM Ibare-Mamoré.</p>	<p>Existe un flujo relevante de personas que se hospedan en Trinidad.</p> <p>Hay algunos productos y servicios turísticos que se pueden adecuar a la demanda nacional.</p> <p>A Camiaco ingresaban familias que, por falta de servicios turísticos, dejaron de ir, pero se pueden recuperar.</p> <p>El turismo especializado (pescadores, observadores de aves) suele mantener alta fidelización con los sitios donde realizan la actividad.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Trinidad (y el destino) no es foco de atracción turística, su posicionamiento es marginal en el país.</p> <p>No hay establecido un sistema de recogida de información de visitantes a los productos turísticos.</p> <p>La información recogida sobre caracterización de los visitantes en los establecimientos de hospedaje y posterior tratamiento es muy insuficiente.</p> <p>Los accesos a Loreto y Camiaco son muy inestables, por lo que hay una marcada estacionalidad.</p> <p>El turismo interno en el APM Ibare-Mamoré se concentra en los fines de semana y feriados, apenas hay actividad en días laborables.</p> <p>Los medios de transporte a Loreto y Camiaco son escasos y poco especializados.</p> <p>La hipersegmentación y ausencia de circuitos hace que la oferta sea muy limitada y poco atractiva para turistas generalistas.</p> <p>La demanda interna de turismo es bastante baja y con poca intención de gasto.</p> <p>La estadia media en el destino es baja.</p> <p>No existe información sobre nivel de satisfacción de los visitantes ni de demanda insatisfecha.</p>	<p>Inestabilidad y conflictos políticos (alertas diplomáticas).</p> <p>Alertas de salud y seguridad ciudadana.</p> <p>Inconsistencias entre la política exterior del país y las necesidades para el desarrollo turístico (p.e., política de visados, facilidad para el tránsito en frontera, etc.).</p> <p>Trinidad suele sufrir anualmente varios bloqueos de sus dos principales vías de acceso con el resto del país.</p>
GESTIÓN TURÍSTICA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Alto interés en el nivel departamental, municipios y organizaciones indígenas en fomentar la actividad turística.</p> <p>Se han elaborado zonificaciones de todas las comunidades de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos.</p> <p>Existen algunos documentos de planificación de las APM con lineamientos para turismo.</p> <p>En Trinidad hay centros de formación superior para la actividad turística y otras conexas.</p> <p>Hay una escuela de gastronomía en Trinidad.</p>	<p>Se están organizando los Consejos Sectoriales de Turismo para los municipios de Trinidad y Loreto, con representación de actores públicos, comunitarios y privados.</p> <p>El cobro por ingresos a las APM (SISCO) podría permitir cubrir parte de los gastos de gestión de ambos espacios.</p> <p>El Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos realiza promoción de los Llanos de Moxos como un lugar único y mágico. Tiene una estrategia de comunicación que busca incidir en cambios de actitudes y comportamientos negativos hacia el medio ambiente y los valores naturales y culturales de la región entre las poblaciones de Trinidad y Loreto</p> <p>El Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos podría ofrecer asesoramiento técnico para la implementación del Plan Estratégico de Turismo</p>



DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Escasa y poco eficiente coordinación intergubernativa e intersectorial.</p> <p>Ausencia de planificación integral, visión y propuesta conjunta.</p> <p>No hay normativa turística en los municipios, las APM y nivel comunitario.</p> <p>Muy bajo desarrollo organizativo del sector, con escasa representatividad.</p> <p>Ninguna de las dos APM dispone de Plan de Manejo.</p> <p>La promoción de la actividad, salvo alguna excepción, es poco eficiente.</p> <p>El bajo desarrollo empresarial no permite generar un buen sistema de alianzas estratégicas.</p> <p>No hay formación especializada en aspectos clave para la actividad, como guiaje, desarrollo de productos, planificación, etc.</p>	<p>Politización de las organizaciones sectoriales.</p>

Laguna Suárez, Márton Hardy / WCS.



## CAPÍTULO 3.

# Desarrollo de productos

**E**l proceso de convertir un potencial atractivo en producto turístico es complejo, requiere un conjunto de acciones, en el que el análisis de los mercados y las oportunidades que ofrece el medio son aspectos fundamentales y básicos para la formulación de una experiencia turística integral y satisfactoria.

Como se ha ido viendo, en el espacio de trabajo hay algunos productos turísticos, en general poco desarrollados, mal organizados y nada estructurados para construir circuitos. Además, el centro de recepción y distribución de visitantes, la capital departamental, no ofrece una propuesta interesante a ninguno de los mercados potenciales (local, nacional o extranjero), como prueba el bajo volumen de ingresos a establecimientos de hospedaje y la escasa estadía media.

Por tanto, si bien se encuentran elementos que pueden conformar un destino (atractivos, servicios, algo de capital humano e infraestructuras), faltan componentes esenciales, como imagen, planificación y gestión, junto al desarrollo de una oferta de productos diversa, estructurada y acorde a las tendencias del mercado.

En este sentido, la propuesta de desarrollo turístico debe ser integral. Es decir, la generación de una actividad turística sostenible y de impacto socioeconómico significativo para la región pasa por convertir a este espacio en un polo de atracción turística para diferentes segmentos de mercado, lo que implica cambios en aspectos esenciales como punto de partida para la viabilidad de la estrategia:

1. El primer componente a construir es el **elemento identificativo** del destino, esto es, encontrar, señalar y poner en valor los aspectos diferenciadores con otros destinos, que lo destacan y hace “único”. La unicidad (natural, cultural, paisajística, etc.) es, sin duda, el mayor atractivo turístico que puede ofrecer un destino. En nuestro caso, para Trinidad-APM Ibare Mamoré y Loreto-APM Gran Mojos, son los Llanos de Moxos como espacio biocultural singular que se ha identificado como único dentro de la Amazonía<sup>6</sup>. Por tanto, los elementos singulares a los Llanos de Moxos deben estar presentes en los productos turísticos y su estrategia de posicionamiento en los mercados.
2. Por otro lado, la **relación urbano-rural** se ha visto fundamental para el desarrollo turístico regional, no solo por concentrar Trinidad servicios o ser eje de vinculación

6 Los Llanos de Moxos abarcan un espacio mucho mayor a Loreto y Trinidad. Dentro de él se encuentran diferentes zonas de planificación turística con realidades distintas. Por tanto, la lógica de la propuesta es que se haga un esfuerzo común de posicionamiento de los Llanos de Moxos como espacio de identificación conjunto y, desde cada destino específico, se diferencien por sus características naturales y culturales específicas.

fundamental, también porque para el turismo interno es especialmente importante disponer de una base urbana atractiva y confortable para decidir visitar un destino. Por tanto, un componente clave de la estrategia de desarrollo turístico pasa por un reordenamiento urbano de Trinidad, para generar una ciudad “amigable” y atractiva para el visitante. De igual manera, en el caso de Loreto, se debe ir creando una ciudad turística en su capital municipal, como espacio receptor con atractivos y servicios propios, desde el que se distribuyen los visitantes al resto de productos turísticos locales.

3. La **complementariedad y diversificación de productos** es otro componente estratégico esencial para el desarrollo de un destino que no goza de atractivos de primer nivel. Los productos turísticos con mejores niveles de visitación (flotel Reina de Enín y pesca en Camiaco), fuera del mercado local, aunque completamente distintos en cuanto a desarrollo empresarial, mercados objetivo, etc., comparten un problema común al resto de propuestas peor posicionadas, la falta de productos y servicios complementarios y diversos que hagan más atractivo el desplazamiento hasta la zona, facilitando llegar a más segmentos de mercado. Si estos productos funcionan se debe, en buena medida, a la escasa competencia regional que tienen actualmente.
4. Un cuarto elemento fundamental es la **planificación y gestión del destino**, disponer de una adecuada gobernanza mediante una eficiente coordinación interinstitucional e intersectorial, al tiempo que se generan las normativas necesarias para la actividad turística. Este componente, que podría parecer el más sencillo, no necesariamente lo es pues depende de la voluntad de los actores públicos, comunitarios y privados para alcanzarlo. Su funcionalidad es estratégica para consolidar el destino y encaminarlo hacia la sostenibilidad.
5. Finalmente, antes de pasar a los productos, un elemento esencial es la **sostenibilidad** de la actividad turística. Si bien, por el bajo desarrollo actual de la actividad puede no ser recomendable en inicio apuntar hacia certificaciones internacionales de turismo, sí es necesario ir generando componentes básicos de sostenibilidad, como códigos éticos de conducta, manuales de buenas prácticas en turismo, certificaciones contra la trata y tráfico de personas con decididos compromisos contra la explotación sexual, etc. En un futuro próximo, cuando el destino esté más consolidado y se dispongan de instrumentos de planificación turística y de las APM, se podrá optar a estas certificaciones internacionales.

Todos estos componentes deben estar presentes en el desarrollo de los productos, actuales y por desarrollar. Si bien se pueden realizar acciones específicas para mejorar algunas ofertas actuales y alcanzar mayores beneficios para la población local, no se va a lograr un cambio significativo en el destino si no se afronta el problema desde una visión global que permita fomentar experiencias más que consumo de productos específicos, es decir, que el visitante se sienta “impactado”, que las actividades le hayan dejado una “huella”, percibiendo nuevas sensaciones, otras formas de vida, etc., de tal manera que la experiencia sea enriquecedora no solo en el plano del conocimiento, también del espíritu.

Para ello, es necesario combinar productos en los que se puedan experimentar sensaciones distintas que aproximen al visitante a sentir esa singularidad del espacio biocultural en el que se encuentra. La oferta de productos turísticos, en la medida de lo posible, debe ser holística (integrando todos los servicios de la visita en el destino con criterios de homogeneidad de calidad) y personalizada para el cliente, ofreciendo todas las opciones que tiene el destino (de naturaleza, culturales, ocio y recreación, etc.), promoviendo autenticidad. Este tipo de ofertas, además, aumenta los precios de venta y estimula el consumo de productos.

### 3.1. Productos consolidados del destino

Pocos son los productos turísticos que se pueden valorar como consolidados en el destino. En realidad, solo el flotel Reina de Enín cumpliría con las condiciones de un producto que gestiona su cadena de valor. No obstante, vamos a incluir entre estos productos la pesca deportiva en Camiaco y observación de la paraba barba azul en Loreto, aunque su gestión empresarial es muy baja, pues tienen un nicho de mercado bastante definido y estable.

#### Flotel Reina de Enín

Los cruceros amazónicos tienen un formato bastante estandarizado y, por la alta calidad de servicios y precios, un público meta muy definido. En la larga experiencia empresarial del flotel Reina de Enín, se han puesto en marcha varias estrategias de marketing y adecuaciones del producto para intentar llegar a más segmentos de mercado, sin embargo, su cifra de visitantes se ha mantenido bastante estable en los últimos años prepandemia. Parte del problema se debe a la falta de productos complementarios que enriquezcan la experiencia del barco y el bajo atractivo de Trinidad que pudiera fortalecer la oferta y motivar el desplazamiento de los potenciales visitantes. Si bien estos elementos pueden considerarse externos al producto en sí, como se ha explicado al inicio del apartado, estos aspectos de la estrategia general de turismo son fundamentales para el desarrollo de productos.

Precisamente, parte del valor agregado que ofrecen estos cruceros es que pueden incorporar otros atractivos y productos turísticos en sus recorridos, comunidades, estancias ganaderas, etc., con sus actividades específicas, enriqueciendo la propuesta y aproximando al visitante a experiencias más cercanas con la población local y sus formas de vida. Hay que valorar que el flotel navega en el APM Ibare-Mamoré y en su recorrido suele pasar por algunas comunidades indígenas ribereñas, así como algún puesto ganadero.

Para este producto, muy importante para el destino, pues es el único flotel que opera en la Amazonía boliviana y constituye una empresa de turismo con alta reputación, las recomendaciones se dirigen a reforzar aspectos en los que ya está trabajando:

- 1. Certificación de turismo sostenible:** obtener una certificación internacional de turismo sostenible, además de mostrar un compromiso con los Criterios Globales de Turismo Sostenible de la OMT, podría facilitar un mejor posicionamiento del flotel en los mercados internacionales, que es su principal segmento de mercado. Certificadoras, como la *Biosphere Responsible Tourism*, visibilizan estos emprendimientos en ferias internacionales y a través de sus redes, ampliamente visitadas por potenciales turistas.
- 2. Identificación con los Llanos de Moxos:** aunque el flotel siempre ha relacionado su producto con los Llanos de Moxos y se ha caracterizado por impulsar su conocimiento y reconocimiento, es importante reforzar la información que transmiten los guías y la que se ofrece en el barco, promoviendo una experiencia tan única como el espacio natural y cultural en el que se realiza. En este sentido, la oferta gastronómica debe ser identificativa y con productos locales, en la medida de lo posible, al tiempo que las visitas y experiencias culturales con el pasado y el presente se refuerzan. El flotel incorpora estos elementos, pero debería profundizar en estos elementos, buscando experiencias más “auténticas” y de mayor impacto para el cliente.
- 3. Fortalecer relaciones estratégicas con el APM y las comunidades:** relacionado con los criterios de sostenibilidad y la “singularización” del producto, es recomendable tejer de una manera más estratégica sus relaciones con la APM Ibare Mamoré

ré y las comunidades de su entorno, ayudando a que ellas también contribuyan al turismo y accedan a beneficios adicionales. Es decir, una articulación virtuosa en la que todas las partes incrementan sus beneficios.

**4. Enriquecer el producto:** uno de los problemas del flotel ha sido encontrar opciones con las que combinar su producto. La ciudad de Trinidad no ofrece propuestas interesantes, sin embargo, durante los recorridos sí se han hecho esfuerzos para incorporar comunidades indígenas, asentamientos prehispánicos y la actividad ganadera extensiva tradicional del Beni. Sin duda, agregar estos productos puede ser complicado en algunos aspectos, pero añade unos mejores niveles de experiencia vivencial pueden ser muy significativos en la valoración final de la propuesta. Lo fundamental para este tipo de experiencias es que sean auténticas y no un “teatro” organizado para los turistas, para ello, debe identificarse muy bien las actividades a realizar y el modo.

### **Pesca deportiva en la comunidad de Camiaco**

La pesca deportiva es una actividad de interés para muchos municipios del Beni; los múltiples concursos de pesca durante la estación seca son prueba de ello. Hay mercados diferenciados con relación a las especies y lugares donde se desarrolla la actividad. El nicho con mayor capacidad de gasto, en su mayoría extranjero, se centra en la pesca del dorado (*Salminus brasiliensis*), que actualmente se realiza en el TIPNIS y se proyecta a otras áreas protegidas que cuentan con esta especie, de rango de distribución muy restringido (RB TCO Pílon Lajas y PN ANMI Madidi).

Otro espacio con una trayectoria relevante en pesca deportiva se encuentra en la reserva del Iténez, en la zona conocida como Caño Negro, que se opera mediante una alianza entre la empresa Caño Negro Fishing Lodge y la comunidad de Versalles. Aquí la pesca se realiza sobre otras especies, siendo el tucunaré (*Cichla ocellaris*) una de las principales. En este caso, por los costos de operación de la actividad, el público tiene una capacidad de gasto media, ya con mayor presencia de nacionales, aunque sigue siendo significativa la cantidad de extranjeros. Por último, está la pesca deportiva dirigida al público nacional, cruceños y cochabambinos sobre todo, con menor intención de gasto, que buscan espacios donde la abundancia de pesca garantice un buen disfrute de la actividad, sin demasiada discriminación de especies; es el caso de Camiaco, en el municipio de Loreto.

Si bien muchos municipios del Beni desean desarrollar esta actividad, por las características que tienen la comunidad de Camiaco y el mercado nacional que le llega, es difícil que otro lugar le pueda competir. Los pescadores tienen el fin de semana para acceder al sitio y retornar a su lugar de origen, se desplazan en sus vehículos propios y transportan embarcaciones y motores. En estas condiciones, considerando que deben llegar a Trinidad, desde ahí, el lugar más próximo es Camiaco (apenas dos horas de viaje), si además transportan embarcaciones y motores, el uso de avionetas queda descartado. Por tanto, no hay otros espacios alternativos reales para este mercado. Por otro lado, el río Pojige es reconocido por su riqueza y abundancia piscícola, lo que da buenos niveles de satisfacción a los visitantes.

Aunque las condiciones de partida son ventajosas para Camiaco, la gestión del recurso turístico es insostenible y muy poco eficiente. La actividad no genera apenas beneficios a la población local, no se aprovechan las oportunidades que podrían desarrollarse y el recurso pesquero mismo está en riesgo por las actividades no controladas y mal gestionadas que ocurren.

Las principales recomendaciones son:

**1. Desarrollo normativo:** el municipio y el APM no tiene normativa turística. Se debe promover, por tanto, procesos de consulta previa, libre e informada, en el caso de los pueblos indígenas, y sobre procedimientos participativos para los diversos ac-

tores, para generar un cuerpo normativo en el que se establezcan las bases generales para la actividad, incluyendo los derechos y deberes de los turistas, las modalidades de turismo permitidas, la actividad dentro del APM, régimen financiero, etc., y desarrollarse en la reglamentación específica. Además, hay que normalizar el cobro del SISCO por ley municipal, como exige la norma tributaria y, en lo posible, llegar a acuerdos internos claros sobre la distribución de los ingresos obtenidos. Pero junto con esta, debe regularse específicamente la actividad de pesca dentro del APM (deportiva y comercial), con las técnicas permitidas, periodos de veda, cobros especiales, etc. En la actual situación de presión pesquera, en general ilegal, el recurso corre riesgo de perderse o, cuando menos, disminuir significativamente, deteriorando su potencial atractivo turístico. En esta normativa debe establecerse los espacios autorizados para acampar, el empleo de guías locales, la seguridad de la navegación, etc., como mecanismo para evitar accidentes y, al mismo tiempo, ordenar la actividad y generar empleo e ingresos para la comunidad.

- 2. Zonificación pesquera:** asociada a la normativa, hay que concertar con los actores locales y las instituciones competentes, una zonificación pesquera del APM mediante procesos participativos, considerando el reconocimiento de las zonificaciones internas en las comunidades que ya dispusieran de ésta o facilitar procesos de compatibilidad entre zonificaciones. Con esta zonificación se tiene que garantizar que el recurso no se pone en peligro para las comunidades ribereñas y se restringe la actividad pesquera comercial en los espacios destinados a la pesca deportiva. Asociado a la normativa y la zonificación, hay que establecer un sistema de control mediante guardaparques.
- 3. Infraestructura turística:** Camiaco está perdiendo actualmente fuentes de ingreso y visitantes por la ausencia de servicios turísticos. Anteriormente, a la comunidad llegaban los pescadores con sus familias, pero por falta de alojamiento en las condiciones demandadas y de servicios de alimentación, han dejado de acudir. El proyecto de alberge para Camiaco, presentado por el GAM de Loreto a las autoridades nacionales competentes en 2017, se encuentra actualmente en el Ministerio de Planificación del Desarrollo, pero con pocas opciones de obtener financiación. En esta situación, se deben buscar alternativas urgentes para ir rescatando ese mercado perdido y potenciar otras actividades de turismo.
- 4. Desarrollo de oferta complementaria:** en un doble sentido, por un lado, para los propios pescadores, que compren productos locales (ajiseros, charque de pescado, etc.), pero claramente mal mercadeados y sin marca, además de presentar una escasa oferta cuando la demanda de otros productos locales puede ser muy alta y, por otro, para las familias que pueden acompañar a los pescadores que, además de alojamiento y alimentación, requerirán de otros servicios complementarios de ocio y recreación. El potencial, en ambas líneas, es muy alta, pues se trata de un segmento de mercado con buen poder adquisitivo.
- 5. Gastronomía:** al igual que en el resto de productos turísticos, se debe posicionar la gastronomía local como un atractivo en sí mismo dentro de la oferta turística. Esta mejora de la oferta gastronómica no solo busca incidir en el actual mercado de pescadores deportivos, el objetivo ha de ser convertirse en un atractivo para otros mercados si se logra un buen rescate de la gastronomía tradicional y sus productos, junto con una nueva propuesta moderna en base a estos productos locales.
- 6. Accesibilidad:** si bien la cercanía a Trinidad y su accesibilidad es una de las ventajas de Camiaco frente a otros potenciales competidores del Beni, sin embargo, su camino de conexión no es operable durante la estación de lluvias, perdiendo meses de actividad. Aunque la pesca se hace más complicada en el periodo de lluvias, se sigue pudiendo hacer, con atractivos añadidos, por lo que no necesariamente

se cortaría la actividad. Por ello, es fundamental que el acceso viario sea estable todo el año, reduciendo la actual marcada estacionalidad que quita sostenibilidad económica.

- 7. Marketing y posicionamiento de marca:** más allá del mercadeo realizado por una empresa privada (Civitatis), no hay una estrategia de promoción institucional de la actividad que posicione a Loreto-Camiaco como un destino de pesca deportiva. Ha sido el boca a boca, dentro de este sector especializado, el que ha promovido esta localidad, sin embargo, si se desea acceder a mejores nichos de mercado y diversificar actividades, se requiere desarrollar una estrategia específica de marketing encaminada a este objetivo.
- 8. Modelo de gestión:** los bajos niveles organizativos y de las iniciativas locales, junto con las escasas capacidades que existen actualmente y las importantes necesidades de planificación y normalización de la actividad, demandan una fuerte alianza entre comunidad y gobierno municipal para alcanzar los objetivos propuestos. En este proceso, al inicio cuando menos, se requiere asesoramiento técnico externo para encauzarlo e ir generando los instrumentos técnicos y normativos requeridos. En un futuro próximo, si se van desarrollando servicios turísticos (alojamiento, alimentación, etc.), habrá que ir definiendo el modelo según la procedencia de la fuente de financiamiento de estos servicios, si fueran privados se podría pensar en una asociación *ad hoc* entre comunidad y empresa/s, en caso que la inversión fuera pública, el emprendimiento podría ser gestionado desde la comunidad con el apoyo del gobierno municipal.

### Observación de la paraba barba azul

La observación de aves corresponde a un mercado especializado de turismo de naturaleza. Bolivia se encuentra entre los 6 países con mayor diversidad de aves del mundo, por lo que es un destino conocido, aunque los flujos siguen siendo bajos en comparación con otros lugares de Latinoamérica (Costa Rica, Ecuador, Perú, Colombia).

El mercado de *birdwatchers* se caracteriza por tener altos niveles educativos, un buen poder adquisitivo (supera en dos veces el gasto medio de un turista convencional), edades entre 25 y 70 años, y mantener estadías largas en los destinos (entre 15 y 20 días). Actualmente, el mercado potencial se cifra en 9,17 millones de miembros asociados a 7 organizaciones internacionales, aunque países como Estados Unidos tiene a 48 millones de observadores de aves con diferente nivel de interés (<https://www.audubon.org/es/conservacion/turismo-ecologico-internacional-de-aves>).

En general, las condiciones para desarrollar un producto de alto interés para este mercado especializado requieren asegurar la observación de unas 500 especies, junto con la garantía de ver una o dos endémicas y 8-10 especies raras, en un tour de 5 días. Esto no se encuentra en Loreto, si bien hay una especie endémica, el resto de requisitos no se cumplen.

Sin embargo, en el mundo de los avituristas se encuentran tres tipos de turistas: 1) Los *hard core*: aquellos muy especializados que viajan exclusivamente para observar aves. Este es un turista dispuesto a viajar largas distancias para ver aves, sin grandes exigencias en servicios turísticos. Tiene entre 40 y 70 años, un alto nivel educativo y está muy influenciado por recomendaciones o comentarios de blogs, revistas especializadas y asociaciones de observadores; 2) Los *soft core*: aquellos que realizan un viaje al extranjero para observar aves, tienen entre 50 y 70 años, con ingresos medios y altos. Exigen guías muy especializados, así como buenos alojamientos y calidad en la alimentación; 3) Los ocasionales: son viajeros que dedican menos del 40% de su tiempo a la observación de aves. El avistamiento suelen complementarlo con otras actividades de ecoturismo, bus-

cando vivir una experiencia más integral. Suelen buscar sitios ya reconocidos y optar por tours más cortos (Cantero, 2016).

En la actual oferta de Loreto, como se comentó, los visitantes no pernoctan en las estancias. La visita se centra en la paraba barba azul, sin otras actividades complementarias relevantes, en un paquete de 1 noche y 2 días.

Por otro lado, hay que considerar que el mercadeo de la actividad es muy precario, no existe ninguna web que oferte el producto. Algunos de los espacios donde se puede observar la paraba barba azul es propiedad de ONG cuya finalidad es la conservación de la especie, y otros son de propietarios ganaderos cuya principal actividad es la pecuaria, no el turismo.

En este contexto, las principales recomendaciones son:

- 1. Desarrollar una propuesta de gestión del producto en el municipio:** desde el GAM, concertar entre los actores que son parte de la oferta, una propuesta integral para esta actividad estableciendo transporte, responsables del marketing y venta, horarios y calendarios, logística para la operación turística y oferta complementaria. La actual gestión es muy débil en todos los aspectos, desde el mercadeo del producto, prácticamente inexistente, hasta la estandarización de los protocolos para observar esta especie En Peligro Crítico, se necesita acordar criterios que fortalezcan la actividad y la conservación de la especie. En el modelo de gestión, por tanto, se debe pensar en una alianza gobierno municipal, las ONG de conservación de la especie y los propietarios de predios donde se realiza actividad de observación de la paraba barba azul. Estos acuerdos entre partes deben ser lo más específicos posible en cuanto a roles, funciones y responsabilidades pues, finalmente, el nivel de satisfacción del visitante dependerá del buen funcionamiento de todos los servicios y el cumplimiento de expectativas con las actividades contratadas.
- 2. Enriquecer la oferta de aviturismo:** ofreciendo hospedaje (puede ser en *glamping*<sup>7</sup>), una gastronomía identificativa, rutas de ecoturismo, etc., con el objeto de hacer más atractivo a un perfil de turista más ocasional o *soft core*, generando estrategias de captación diferenciadas adaptadas al perfil del visitante. Este elemento es muy importante por lo que anteriormente se había comentado, en Loreto no se puede desarrollar una oferta de alto interés para un aviturista tipo *hard core*, por lo que enriquecer la actual oferta es estratégico para ampliar los nichos de mercado.
- 3. Promover el mercadeo en redes:** como parte de la gestión municipal, se debe desarrollar la estrategia de mercadeo en redes, especialmente para acceder a los mercados de ocasionales y *soft core*. En esta estrategia debe incorporarse la marca del destino y las acciones de conservación y sostenibilidad que se realizan como valor agregado al producto.
- 4. Desarrollar un modelo de buenas prácticas para observación de aves:** si bien son ONG de conservación de aves quienes han impulsado la actividad en Loreto e, incluso, alguna de ellas tiene propiedades donde se observa a esta especie, el APM no tiene un manual o guía de Buenas Prácticas para la observación de la barba azul u otras aves. Es importante disponer de estos manuales para garantizar la sostenibilidad de la actividad y encaminar el destino hacia certificaciones internacionales de turismo sostenible.

El resto de la oferta turística no se puede considerar ni en proceso de desarrollo, sin apenas incidencia en el mercado nacional e internacional, prácticamente limitada al mercado local o de paso, con una oferta carente de estructura, gestión e innovación. No obstante, algunas de las actividades pueden ser parte

7 *Glamping* es una fusión de los términos *glamour* y *camping*, acuñado a finales del s. XX. Hace referencia a la experiencia de acampar al aire libre con las comodidades y condiciones de un hotel.



de la propuesta integral para el destino, incorporándose a circuitos más amplios compuesto de varios productos mejor organizados.

### 3.2. Propuesta de nuevos productos

La propuesta de nuevos productos se ha generado considerando el **contexto** en el que se encuentra el destino (condiciones básicas y aspectos institucionales), los **recursos turísticos** (valorando sus atributos, como unicidad, valor intrínseco, reconocimiento, etc.), el **estudio de los mercados** (tendencias, potenciales turistas interesados, etc.) y el análisis del **modelo de gestión** (estrategia comercial, calidad, sustentabilidad ambiental y social, competencia), siguiendo la metodología del Ministerio de Culturas y Turismo (2016a).

Es importante aclarar que la siguiente propuesta de nuevos productos no es limitativa en ningún caso. Por el contrario, puede llamar la atención que no se desarrollen potenciales iniciativas en la dirección de ese “rescate” de elementos identificativos. En este sentido, una ruta misional en el área central de las misiones jesuíticas de Moxos parece una propuesta evidente. Sin embargo, hay que entender que esta estrategia se limita ahora a un espacio que no abarca lugares que son esenciales para estructurar una ruta misional, como San Ignacio de Mojos, con su catedral, museo y la orquesta de Ensamble Moxos, entre otra herencia de las Misiones en San Ignacio, San Javier o San Pedro. No obstante, se tiene previsto articular esta estrategia de turismo con el Plan Misiones de Moxos, que acaba de iniciar actividades, enriqueciéndose ambos trabajos para ir generando una propuesta integrada de productos turísticos competitivos en un destino que irá ampliando su espacio de acción.

#### Ciudad de Trinidad

El turismo urbano es una modalidad específica de turismo, con una demanda que también tiene sus características propias, entre las que destacan: nivel de exigencia en servicios más elevada; multiplicidad de motivaciones para realizar el desplazamiento; gasto medio por día más elevado que en otras modalidades de turismo y, en el caso de turismo nacional, estadías más largas que en destinos rurales y relativa fidelización de los visitantes. Estas características de la demanda de turismo urbano, hacen necesaria unas estrategias *ad hoc* para el posicionamiento y mercadeo de las diferentes propuestas urbanas.

Como se ha indicado, Trinidad concentra buena parte de los servicios turísticos del destino y es un nudo de comunicación fundamental, interno y externo, para el Beni, sin embargo, está lejos de poder considerarse una ciudad turística. Por el contrario, la poca atracción que tiene, la convierte en un freno al desarrollo de la actividad turística en la región.

Trinidad posee una serie de ventajas comparativas para convertirse un destino turístico. Su tamaño intermedio y ser una ciudad de servicios (no industrial), le permitiría acceder al amplio mercado de turistas que desean alejarse de las grandes urbes y disfrutar de un espacio más tranquilo y singular. Esta situación se ve reforzada por la relativa seguridad de la que goza Trinidad en el contexto nacional, con bajos niveles de delincuencia con violencia. Por otro lado, ya dispone de una oferta sociocultural distintiva (museos, mercado campesino, cabildo indígena, artesanías, etc.), de servicios turísticos (alojamientos, gastronomía), buena accesibilidad interna y externa (incluyendo medios de comunicación), actividades de ocio y recreación e, incluso, atractivos y productos turísticos muy próximos a la ciudad (ruta del bufeo, ciclorutas, turismo de playa, gastronomía, canopy, etc.), en un entorno natural y cultural importante y único.

No obstante, múltiples aspectos inciden para que Trinidad no haya podido constituirse en un destino turístico. Conocer estos problemas es necesario para lograr la transformación de la ciudad. Por su importancia, destacar:

- **Limpieza y saneamiento básico:** este es un aspecto básico ampliamente reconocido. Las cunetas con aguas servidas discurriendo por ellas y la presencia permanente de basura en las calles, generan una imagen de suciedad e insalubridad inaceptable para cualquier tipo de visitante. Sin duda, es un problema complejo que la ciudad no ha sabido resolver en décadas, por el contrario, se ha ido agravando con su crecimiento poco planificado. Sin embargo, es un elemento fundamental para una ciudad turística. A corto plazo, se puede pensar en ir generando espacios limpios, es decir, si contar con saneamiento básico y limpieza urbana es inviable para toda la ciudad a corto plazo, sí disponer, cuando menos, de estos servicios en los espacios que se van a potenciar turísticamente (presentado posteriormente) y en las áreas donde se concentren los principales servicios turísticos, manteniendo como meta final incorporar a toda la ciudad en un plazo de tiempo razonable.
  
- **Identidad:** si bien la diversidad de la oferta turística es imprescindible para un buen desarrollo turístico, la identidad de esta oferta, es decir, que no sea “copia” de la ofrecida en otros espacios, es esencial para el crecimiento y la consolidación turística de un espacio. Esa “personalidad” de la ciudad la confiere un conjunto de elementos, no solo lo urbanístico, que es muy importante, también entran los diferentes productos y servicios que se ofrecen. Ya se ha identificado los Llanos de Moxos como el espacio biocultural identificativo, por tanto, el medio urbano y el área rural próxima, debería evocar esa identidad mostrando sus características naturales e histórico-culturales, y hacerla “sentir” al visitante a lo largo de su estadía en los lugares y servicios que emplee. Esta identidad es la pieza clave en la imagen que se proyecte a nivel nacional e internacional.
  
- **Planificación urbana:** el plan urbanístico de Trinidad debería incorporar la proyección turística de la ciudad. Más allá de los graves problemas de saneamiento básico y de basura que, actualmente, es un elemento negativo que identifica a la ciudad, hay que pensar en cómo se organiza la ciudad y qué elementos urbanos deben articularse para llegar a ser una ciudad turística. En documentos de planificación turística anteriores (Ecoterra, 2008; Chambí, 2013)) se mencionan una serie de atractivos urbanos e incluso algún circuito. Sin pasar a valorar la pertinencia de cada uno de los lugares propuestos, recalcar que el turismo urbano, en general, se sustenta en atractivos socioculturales, por tanto, los principales atractivos con estas características que posee la ciudad deben articularse. En este sentido, sin pretender dar políticas de ordenamiento urbano que trascienden a los objetivos de este documento y que deben resultar de un fuerte compromiso por parte de la autoridades públicas, organizaciones y sociedad civil, sí se debe destacar que ya existen 4 ejes evidentes: 1. Desde la plaza principal a la zona de los museos (Kenneth Lee, CIBIOMA, Ictícola); 2. Plaza principal al mercado campesino; 3) Plaza principal al cabildo indígenal y su centro artesanal y; 4) Plaza principal a la laguna Suárez. La primera, la segunda y cuarta, además de ser avenidas importantes, son vías de salida de la ciudad hacia otros municipios del Beni.
  
- La intervención propuesta debe ser integral. Además de mejorar, en los casos necesarios, el pavimento, hay que pensar en aceras uniformes y amplias, sombra natural, transitabilidad, decoración urbana, señalética, normativa edilicia, etc., hasta disponer de unas avenidas que embellezcan a la ciudad, animen a circular caminando o en bicicleta, etc. Por otro lado, hay que incorporar las actuaciones sobre los sitios en sí, por ejemplo, el mercado campesino, con todo el interés de visita que podría lograr, se encuentra en un espacio muy sucio, está mal concebido para su posicionamiento turístico, etc. De igual manera, el cabildo indígenal, ahora situado en un espacio casi marginal de la ciudad, o el museo Kenneth Lee, muy descuidado y con escasa capacidad para renovar sus exposiciones o generar presentaciones de mayor interés. En estas avenidas vertebradoras, se tendría que potenciar la presencia de servicios turísticos, áreas de esparcimiento y compras,

etc. Es decir, todo un ambicioso replanteamiento urbano, que debe ser identificativo, singular, sostenible, producto de un trabajo de especialistas, concertado con la población y bajo una visión compartida de la ciudad que se desea tener.

- **Gastronomía:** se va a desarrollar posteriormente como parte de las propuestas de nuevos productos del destino, pero adelantar que, si bien se encuentra alguna iniciativa interesante dentro de la oferta urbana, una de las debilidades identificadas es la actual propuesta gastronómica, en general, de comida rápida, baja calidad, nada identificativa e innovadora. Hay que considerar que la oferta gastronómica es, cada vez más, parte fundamental de una experiencia turística satisfactoria. Por tanto, es necesario impulsar un desarrollo de la gastronomía desde los principios que se van a presentar en el producto de turismo gastronómico, que ponga en valor la tradición culinaria local, sus productos y técnicas.
- **Circuitos integrados:** bajo el concepto de “experiencia turística”, en la propuesta de Trinidad se deben ofertar circuitos del que participen la oferta urbana y rural, frente a la actual dinámica que, en el mejor de los casos, ofrece productos específicos aislados. Es evidente que, de esta forma, no solo se hace más competitivo al destino, también se logra aumentar la duración de la estadía, mejorar el nivel de satisfacción e incrementar el gasto realizado. En este aspecto, es necesario que haya una buena colaboración entre el sector público, el privado y el comunitario para garantizar que los productos y servicios turísticos están operando con una calidad y precios óptimos, se realice una adecuada promoción y se aplique el plan estratégico de turismo.
- **Turismo familiar, de negocios y laboral:** en el análisis de la demanda vimos que, en buena medida, los principales motivos actuales del traslado a Trinidad son la visita a familiares, negocios o por razones laborales. Este tipo de viaje no debe ser desestimado, generan un gasto y cierta demanda de servicios, además suele ser muy importante para reducir la estacionalidad turística. Para este turismo, sin dejar de aspirar a generar un turismo nuevo, también hay que desarrollar productos, pues actualmente no hay constancia que este tipo de visitante realice actividades turísticas significativas. Por otra parte, este viajero que ya llega a Trinidad, puede cumplir un papel relevante recomendando la visita a la ciudad en su entorno familiar y laboral, promoviendo el turismo hacia el destino.

Una ciudad turística, que visibilice la singularidad natural y cultural del medio en que se encuentra, posibilitaría la generación de negocios relacionados con el turismo, una mejora de la calidad de vida de su población y convertiría a Trinidad en nodo del desarrollo turístico regional.

### **Turismo arqueológico**

Como parte de la singularidad del destino y muy identificativa de los Llanos de Moxos, se encuentra su riqueza arqueológica. La monumentalidad de las grandes lomas artificiales prehispánicas podría convertirse en un atractivo turístico de interés para amplios públicos en ciertas condiciones.

El turismo arqueológico en Latinoamérica se centra en Mesoamérica y Perú, de manera bastante más limitada, Chile (isla de Pascua) y Argentina (Cueva de las manos). La Amazonía, aunque tiene múltiples sitios arqueológicos, apenas dispone de productos turísticos relacionados con estos espacios, muy posiblemente porque la monumentalidad de los sitios juega un papel decisivo en el interés que despierta para los turistas. En todo caso, sí debe considerarse que en la mayoría de las ocasiones el atractivo de los recursos arqueológicos no es lo suficientemente llamativo para convertirlo en un producto turístico.

Precisamente, como se ha visto en el apartado 1.2.2. (Historia y culturas), en el espacio de planificación turística se encuentran montículos monumentales con

forma piramidal, que pueden tener más de 20 metros de altura y ocupar varias hectáreas. Estos 500 montículos hasta ahora encontrados, están interconectados por canales, ríos y terraplenes, conformando una compleja red de sitios principales y sucursales, otorgando, si cabe, una mayor monumentalidad a estos yacimientos.

A pesar de la impresionante magnitud de estas obras y su singularidad, es difícil posicionarlas como producto turístico porque su interpretación directa es complicada. Estas lomas y sus redes de interconexión, si no han sido muy transformadas por actividades humanas posteriores, se encuentran cubiertas por vegetación, lo que impide percibir su dimensión y recrear esta cultura única que pervivió por 1.000 años en los Llanos de Moxos.

Ha habido propuestas para poner en valor turístico estos conjuntos monumentales, bien visitándolos como se encuentran ahora o sobrevolando con avioneta, sin embargo, no han logrado prosperar, en buena medida por el motivo indicado sobre la dificultad de interpretación para el visitante bajo esas modalidades. Es un error, por tanto, equiparar recurso arqueológico con recurso turístico, se requiere toda una gestión y ciertas condiciones.

Como propuesta del Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos, se pretende impulsar excavaciones en alguna de estas lomas, permitiendo ir creando gradualmente un museo de sitio de base comunitaria como elemento adicional en alguna comunidad a la que ya asistan turistas locales que, al mismo tiempo, opere como espacio educativo que transmita una experiencia de un sitio arqueológico en Moxos, e impulse la mejora del actual Museo Kenneth Lee.

El International Council of Museums (ICOM), define al museo de sitio como aquel concebido y organizado para proteger un patrimonio natural y cultural, mueble e inmueble, conservado en el lugar donde este patrimonio ha sido creado o descubierto. Si bien la principal función de un museo de sitio es la conservación del patrimonio cultural, también han mostrado una alta eficiencia en la sensibilización y educación de la población, fortaleciendo su identidad, así como en convertirse en atractivo turístico y dinamizador regional de esta actividad, como lo demuestran múltiples museos de estas características en el mundo.

La demanda de productos turísticos arqueológicos está creciendo constantemente desde hace varias décadas a nivel internacional. El turismo arqueológico se ha extendido desde los años setenta en muchas ocasiones a áreas antes raramente visitadas y es parte de los cambios económicos y sociales que éste está provocando, sobre todo en los casos en los que los yacimientos se integran en la lista de Patrimonio Mundial (Moreno y Sariego, 2017).

La propuesta es interesante y viable, con seguridad vendría a enriquecer la oferta turística del destino y promover su identidad, sin embargo, dependiendo de la escala del museo de sitio y mejora del museo Kenneth Lee, requiere de un fuerte compromiso entre las instancias arqueológicas especializadas que llevarían adelante las excavaciones y las instituciones públicas, municipales y el gobierno departamental, para apoyar esta iniciativa por las altas inversiones que demanda, no solo para las excavaciones, también para la construcción y gestión del museo de sitio en sí y la reforma del museo Kenneth Lee. Como dato referencial nacional, el principal museo de sitio del país, Tiwanaku, supera las cien mil visitas anuales, entre extranjeros y nacionales, que puede parecer poco frente al millón y medio que recibe Machu Picchu, pero es una cifra que ofrece un enorme potencial para su sostenibilidad y dinamizar la actividad turística en toda la región.

No está definido aún el lugar donde podría hacerse la excavación y el posible museo de sitio, en la decisión primarán los criterios arqueológicos, pero a nivel de potencial turístico, además de su singularidad y monumentalidad, influirán otros factores, como la accesibilidad, los servicios básicos y turísticos que se dispongan, así como la estrategia para posicionarlo en el mercado. Pero un

elemento fundamental será el cómo se acondicione el sitio para ser visitado, en su diseño debe primar la conservación del patrimonio y la seguridad de los visitantes, al tiempo que se promueve una experiencia turística impactante, esto es, una buena comprensión del pasado fascinante que se muestra.

En función del lugar donde se realice el museo de sitio, éste podría incentivar y promover otras iniciativas de turismo local, haciendo participar a alguna comunidad próxima en la oferta del producto, ofertando servicios o complementando la actividad con la visita a la comunidad.

En todo caso, los sitios arqueológicos que reciben turistas son muy sensibles a su degradación, por lo que la actividad debe estar muy bien planificada y permanentemente monitoreada. Además, se requiere una gestión del sitio por el ente responsable, municipal o departamental, que va a requerir del asesoramiento externo especializado, pues actualmente no hay experiencia de gestión turística de estos espacios.

### **Turismo cultural vivencial con pueblos indígenas**

El turismo cultural es muy amplio, tanto como los aspectos espirituales, materiales y sociales que componen una cultura; en este sentido, las propuestas de turismo arqueológico o gastronómico, son parte del turismo cultural, como muchas otras actividades turísticas actuales. Al mismo tiempo, lo cultural es uno de los elementos más identificativos de un lugar y, por tanto, que más fácilmente lo singulariza y hace único.

El turismo vivencial es una tendencia dentro del turismo cultural, también conocido como “turismo de inmersión”. Está enfocado a los viajes que se centran en experimentar un país, ciudad o lugar en particular, mediante la conexión a su historia, población y cultura ([https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_vivencial](https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_vivencial)). Este tipo de experiencia turística, más holística, es una fuerte tendencia en el turismo mundial.

Entre las opciones de turismo vivencial se encuentra la posibilidad de convivir y compartir con pueblos indígenas. Este tipo de turismo también es nombrado como turismo rural, sin embargo, para ceñir más la actividad, ya que el concepto de turismo rural es muy amplio, lo nombraremos como turismo vivencial con pueblos indígenas.

En el destino se encuentran muchas comunidades indígenas, en su mayor parte de origen mojeño, pero también hay de la etnia yuracaré. Esto permite ir generando diversas propuestas en las comunidades a medida que se vayan consolidando productos y adquiriendo experiencia en gestión de iniciativas de turismo comunitario. Ahora bien, es esencial entender que los pueblos indígenas no deben ser considerados como un objeto del desarrollo turístico, sino como sujetos del mismo (Pereiro, 2015).

Quizás una de las experiencias más impactantes y transformadoras para un turista sea compartir los saberes y valores con pueblos indígenas. Es por eso que es una fuerte y creciente tendencia en el turismo mundial. Sin embargo, también sea posiblemente la que genera mayor frustración en los visitantes porque es muy difícil encontrar que esta convivencia sea auténtica y no una mera teatralización de preconceptos culturales en ambos sentidos, esto es, un poco enriquecedor encuentro entre lo que creemos es un pueblo indígena y lo que suponemos que el visitante desea ver o “sentir”.

Un primer aspecto que destaca es que, a pesar de los importantes avances logrados por los pueblos indígenas en las últimas décadas para su reconocimiento y derechos, aún perviven profundas secuelas de la dominación y marginación sufrida por siglos, generando efectos distorsionadores en la percepción propia de su cultura, manifestados en el rechazo por parte de su población (especialmente jóvenes) a sus expresiones, ocultamiento, etc. y, al mismo tiempo, una sensación de que lo “auténtico” se ha perdido irremediablemente tras el proceso iniciado con la conquista y colonización hasta nuestros días.

De esta imagen distorsionada es probable que también participe el turista al partir de preconcepciones estereotipadas de qué es una cultura indígena amazónica, reduciendo a vestimentas (o su ausencia), ornatos (plumas, tembetas, etc.) y uso de herramientas tradicionales (arcos y flechas, etc.) la “pureza” cultural de ese pueblo, sin comprender que esos elementos externos han podido cambiar en el tiempo, pero no el legado trascendental de esa cultura.

En este sentido, se hace necesario generar las bases de partida de qué es una cultura (en su sentido antropológico) y lo “auténtico” en ellas, que sirva de base para la reflexión y discusión interna de cada pueblo indígena y, al mismo tiempo, de información al visitante que desea conocer y vivir una experiencia cultural con pueblos indígenas, pudiendo percibir toda su enorme riqueza. En definitiva, no se trata entonces de mostrar lo que “imaginan” fue (unos y otros) sino lo que realmente se es ahora.

Hay una amplísima literatura sobre turismo con pueblos indígenas y, específicamente, para América Latina, con análisis sobre lo ocurrido en las múltiples experiencias que se han dado. La mayor preocupación, como ocurre con otras actividades turísticas, es evitar los potenciales impactos negativos que la actividad puede provocar, especialmente por tratarse de poblaciones vulnerables.

Sin duda, es complejo presentar una cultura en condiciones de equidad con el visitante. Y, por otro lado, que esos componentes culturales que integran la visita no sean estereotipados con el tiempo. Por tanto, además de la necesaria soberanía de decisión de la comunidad para decidir si desea realizar esta actividad, se necesita una profunda reflexión sobre cómo realizarla para que sea un intercambio cultural genuino, positivo para ambas partes, responsable y debidamente monitoreado, que promueva la revitalización cultural y la afirmación de la identidad étnica.

Del artículo 2 de la Declaración de San José (2003) sobre Turismo Rural Comunitario, resultado de la consulta regional a organizaciones comunitarias por la Red de Turismo Sostenible (REDTURS), se extraen los Principios del Turismo Comunitario Sostenible (Maldonado y Hernández, 2011):

**Socialmente solidario:** promueve una efectiva cooperación entre los miembros de la comunidad y entre comunidades, en un marco de distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios que genera la actividad turística.

**Ambientalmente responsable:** fomenta una conciencia respetuosa y formas de gestión sostenible de los recursos naturales y de la biodiversidad, vinculándolas a la defensa de los derechos a la tierra y a los territorios ancestrales.

**Económicamente viable:** incorpora objetivos e instrumentos de gestión eficientes en el uso y valoración de los recursos que se movilizan, buscando beneficios que permitan remunerar convenientemente el trabajo y las inversiones realizadas.

**Culturalmente enriquecedor:** propicia experiencias y encuentros interculturales de calidad entre los visitantes y las comunidades anfitrionas, respetando las expresiones de la identidad cultural.

Las experiencias exitosas de turismo comunitario muestran que la minimización de impactos negativos y maximización de beneficios se produce cuando la actividad se incorpora a una estrategia económica y cultural comunitaria. Para ello se recomienda que:

- a. El emprendimiento turístico sea controlado y gestionado por miembros de las comunidades indígenas organizados a tal fin y, al mismo tiempo, articulados con los sistemas organizativos comunales y supracomunales o territoriales propios de los pueblos indígenas.

- b. Genere una distribución de beneficios concertada y justa entre sus miembros hombres y mujeres.
- c. Permita una adaptación creativa en las relaciones global-local.
- d. Sea un elemento importante para la conservación del territorio y el medio natural.
- e. Promueva una afirmación étnica positiva, aumentando la autoestima colectiva.
- f. Las manifestaciones culturales sean auténticas, respondan a una decisión de la comunidad o del pueblo indígena, y no a estereotipos promovidos por presiones comerciales externas, gobiernos locales o nacionales.

Cumplir con estos principios de turismo sostenible comunitario requiere que la actividad se haga de manera planificada, concertada, controlando la velocidad del proceso, la forma y recursos empleados, valorando el empoderamiento de la actividad no solo por la comunidad que la realiza, sino por todo el pueblo indígena o habitantes del territorio comunitario.

A la hora de definir qué elementos culturales se desean mostrar y cómo, se debe realizar un análisis interno con la comunidad y su organización representativa, valorando los aspectos positivos y negativos. Esos elementos a evaluar son:

- **Historia:** de la comunidad, del mismo pueblo indígena, de sus hitos, de sus movilizaciones, logros alcanzados, etc.
- **Mitos y leyendas:** entendiendo por mito los relatos sobre seres sobrenaturales que sirven para explicar determinados hechos o fenómenos, y las leyendas como los relatos de sucesos maravillosos o imaginarios encuadrados en cierto momento histórico. Es, por tanto, un amplísimo campo cargado de conocimiento e identidad.
- **Religiosidad:** relacionada con toda la rica espiritualidad que rodea la vida cotidiana. Dentro de la religiosidad se encuentran los lugares sagrados (motivo por el que lo son y que deben ser respetados) y los ritos y ceremonias que deben realizarse para mantener una buena relación con el mundo espiritual.
- **Gastronomía:** no solo entendida como platos y productos locales, también la forma en que se cocinan.
- **Música:** engloba los instrumentos y expresiones musicales tradicionales.
- **Danzas:** asociadas a la música, rescatar las danzas ancestrales, con su simbología.
- **Otras manifestaciones artísticas:** relacionadas con la artesanía, como tejidos, cerámica, tallados, etc.
- **Vestuario tradicional:** mostrado en momentos especiales, como una danza, etc., o simplemente informando con ilustraciones.
- **Actividades productivas:** abarca desde las técnicas agrícolas y sus productos, a las actividades de pesca y recolección de autoconsumo mostrando el conocimiento del medio y las técnicas ancestrales.
- **Relación con el medio natural:** el conocimiento milenario de los pueblos indígenas sobre su medio ambiente y su interrelación respetuosa con éste, puede ser mostrado en todos los momentos en que se realizan actividades en el entorno de la comunidad.
- **Medicina tradicional:** entendida como el conjunto de prácticas, creencias y conocimientos sanitarios basados en el uso de recursos naturales (plantas, animales o minerales), terapias espirituales y técnicas manuales que buscan mantener la salud individual y comunitaria, ofrece un amplio campo para transmitir al visitante.
- **Idioma:** puede ser empleado en muchos momentos de la visita, durante la narración de mitos y leyendas, al nombrar productos o utensilios, etc.
- **Leyes y normas internas:** que rigen la convivencia en la comunidad y que deben ser respetados por los visitantes.

Con base en todos estos elementos culturales se pueden elaborar unos tours de varios días y noches en las comunidades, con esas características de “inmersión” para el visitante. En función de las decisiones tomadas por la comunidad, se

establecen bloques de actividades, mañana (agricultura, recolección, etc.), tarde (gastronomía, pesca, artesanías, etc.) y noche (música, mitos y leyendas, bailes, etc.) del que participan los miembros de la comunidad que lo deseen. Los grupos de visitantes no deben ser muy numerosos, sobre todo para promover un contacto más personal.

Los requerimientos en infraestructura para los visitantes no son necesariamente muy exigentes. Se puede iniciar empleando como alojamiento un *glamping* para dar comodidad y mejor aproximación al entorno, con bajo costo de inversión inicial y fácil mantenimiento. Además, se requerirían unos baños rústicos y una pequeña pascana con cocina tradicional.

La primera comunidad en la que se ha definido iniciar esta modalidad de turismo es la Loma del Masí, en el municipio de Loreto. Además de ciertas ventajas paisajísticas y del entorno de la comunidad, un factor importante para su elección, además del interés de la comunidad y el acuerdo con la organización matriz, es su accesibilidad. A la Loma del Masí se puede llegar por tierra durante toda la estación seca, desde Camiaco, a solo una hora más de viaje, lo que abarata enormemente los costos de operación. Sin embargo, como se ha dicho, la idea es ir desarrollando nuevas propuestas en otras comunidades a medida que se vayan consolidando experiencias y conocimientos.

### **Turismo gastronómico**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo gastronómico como “un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimenta durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina”.

Desde la segunda mitad del siglo XX se ha ido produciendo un cambio en la forma de apreciar la gastronomía por parte de los turistas. Desde un predominio y uniformización de la oferta gastronómica con la llamada cocina internacional, que se asoció a calidad, se ha ido pasando, cada vez más, a la búsqueda y valoración de la cocina regional, con sus productos y técnicas. En ese tiempo, algunos países ya se posicionaron en el mercado turístico mundial como destinos gastronómicos (España, Italia, Francia, México, India, etc.) por su fuerte tradición culinaria y relevancia turística.

Con el cambio de milenio, esta valoración por la gastronomía se fortalece, hasta el punto que es difícil pensar en un desarrollo turístico de un espacio sin una cocina de calidad e identificativa. Es el caso del esfuerzo realizado por Perú o algunos países asiáticos para mejorar su competitividad internacional. En un principio los tours gastronómicos se asociaban a grandes ciudades, pero actualmente hay un marcado desarrollo en pequeñas ciudades e incluso en áreas rurales, que va desde la alta cocina a la comida en la calle, pasando lo gastronómico de ser un producto transversal fundamental al turismo a convertirse incluso en un atractivo en sí mismo.

Actualmente, la gastronomía es uno de los sectores más valorados por los turistas. Es difícil concebir ahora un viaje sin el deseo de saborear la cocina local, sus productos típicos y, si es posible, degustar sabores sorprendentes, únicos y especiales. Los datos de la OMT así lo confirman, más de un tercio del gasto de un turista está dedicado a la comida, confirmando a la gastronomía como uno de los principales motivos para viajar (OMT y BCC, 2019).

Este auge de la gastronomía ha hecho que, cada vez en más países, esta actividad se haya convertido en un sector estratégico por su contribución a la generación de empleo y riqueza, agregando valor a toda la cadena que la compone, la producción de alimentos de calidad, su transformación, impulso a la hostelería y al turismo, además de contribuir a promover la marca país.



Por tanto, el turismo gastronómico se sustenta en conocer, degustar y aprender de la cultura gastronómica identificada de un territorio, entendiendo que ese espacio natural y cultural ha de ser el eje central de esta oferta gastronómica.

Esta relevancia de la gastronomía también genera una fuerte competencia, en un escenario turístico que es muy cambiante. Por este motivo, es igual de necesario planificar y gestionar el desarrollo gastronómico de un destino turístico, entendiendo que requiere un proceso largo que debe ser bien orientado para lograr resultados.

Si bien trasciende a este documento la elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Gastronómico que, en general, tiene las mismas fases de elaboración que un plan estratégico de turismo y que, en el caso de los Llanos de Moxos y el destino específico de estudio, demanda un trabajo de investigación especializado, sí es importante presentar las principales tendencias del turismo gastronómico desde la demanda para valorar la situación actual y el rumbo que debe tomarse. Estas tendencias, enmarcadas en los Criterios Globales de Turismo Sostenible, son:

1. Básico y fundamental, primar los productos de alimentos y bebidas que sean locales, que permitan conocer la cultura gastronómica de la región. Este aspecto es esencial para la demanda y para el posicionamiento del destino, pues es evidente que en ningún otro lugar se podría encontrar el producto de un modo tan “puro”. Pero, además, su valoración se incrementa porque esta elección de productos cercanos contribuye a la sostenibilidad ambiental (minimiza transporte, potencia los recursos autóctonos, etc.), económica (promueve desarrollo de las economías locales) y social (genera empleo, empoderamiento cultural, etc.), cumpliendo con los ODS.
2. Productos de calidad, mejor si disponen de marcas oficiales de garantía, como Denominaciones de Origen, Marcas Propias, Áreas Protegidas o Territorios Indígenas de Origen, etc.
3. Basada en productos y cocina tradicional, pero también que presente innovaciones. Para alcanzar una oferta integral de turismo gastronómico y de alto interés, ésta debe combinar la cocina tradicional con propuestas creativas.
4. Buena relación calidad-precio, entendiendo que hay diferentes nichos de mercado y capacidades de gasto, por lo tanto, la adecuada relación calidad-precio va desde la alta cocina a la comida callejera.
5. Búsqueda de la multiculturalidad, tanto en el ámbito interno del destino (incorporando la gastronomía de las distintas culturas que se encuentran en él) como al innovar sobre combinaciones de productos, alimentos y técnicas.

Con estas tendencias, indicativas de los lineamientos para el desarrollo gastronómico del destino se evidencia que nos encontramos lejos de la situación ideal, no tanto porque no existan productos, comidas o técnicas propias, como por los escasamente valorados que se encuentran en su mayor parte y ser poco significativos en la oferta gastronómica actual. Además, en innovación no se han dado los primeros pasos aún. A esto se puede añadir una falta de atención al cliente, generar espacios apropiados, etc. Los datos son evidentes, la variedad y diversidad de la oferta actual es baja, al igual que los niveles de profesionalización del sector, lo que explica, entre otros factores, que la visibilidad y posicionamiento del destino en este aspecto sea prácticamente nula.

Para corregir esta situación, partiendo que sí hay una alta potencialidad para desarrollar turismo gastronómico que, al mismo tiempo, impulse a toda la actividad turística y desarrolle la marca del destino, se propone crear o fortalecer una escuela de gastronomía que incorpore en su formación:

- Investigación: aplicada al rescate de productos, alimentos, platos y técnicas tradicionales, pero también a la innovación con base en estos productos locales.

- Técnicas: aprendizaje de técnicas tradicionales y actuales, no solo en cocina, también en conservación de alimentos, procesamiento, etc.
- Sostenibilidad: referido a la aplicación de los Criterios Globales de Turismo Sostenible en gastronomía.
- Profesionalización: en todos los aspectos que conciernen al sector, desde lo culinario a lo administrativo, legislación, manejo de instalaciones, promoción y mercadeo, comunicación, etc.

Las experiencias del restaurante de alta cocina Gustu (abierto en 2013), que exclusivamente trabaja con productos bolivianos, y la escuela de gastronomía Manq`a (abierta en 2014), muestran un evidente impacto positivo en la oferta gastronómica de La Paz en relativamente poco tiempo.

Precisamente, WCS Bolivia y el restaurante Gustu realizaron su cuarta expedición de Sabores Silvestres en el Beni entre noviembre y diciembre de 2021, ingresando, entre otros lugares, a Trinidad y las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos, destacando su alta diversidad de productos y su potencialidad para crear una oferta gastronómica de alto interés.

### Turismo de estancias

El turismo en estancias ganaderas no es una novedad en los municipios de Trinidad y Loreto, pero claramente es marginal y no se ha desarrollado con toda su potencialidad, aunque tiene experiencias de largo recorrido (Rancho La Victoria). Productos similares se han trabajado en los municipios de Los Santos Reyes y Santa Rosa del Yacuma, logrando valoraciones muy positivas de empresas operadoras externas, europeas especialmente.

El producto en estancias ganaderas se puede considerar turismo rural/cultural, al promover el conocimiento por los turistas de una actividad productiva realizada de forma tradicional y las características culturales de una forma de vida asociada a su medio natural. La base de la oferta de este producto es conocer y participar de las actividades diarias en una estancia (arreo, marcado, ordeño, etc.), a las que el turista se incorpora sin que se tengan que hacer necesariamente actividades especiales que afecten a las labores cotidianas de la misma.

En esa dinámica de actividades, se disfruta al mismo tiempo del paisaje (montes, lagunas, pampas y la fauna asociada), la cocina típica de estancia (churrasco, horneados, masacos, etc.), y las historias de la cultura local (jichis, “entierros”, etc.). En los paseos y algunas de las actividades en las estancias se emplean caballos, que puede considerarse un atractivo añadido, ya que no suelen estar presentes en otros productos turísticos.

Esta actividad permite una amplia gama de propuestas, desde un simple desayuno típico, al *full day* o paquetes de varios días y noches, dependiendo de las características de la estancia, su accesibilidad e infraestructuras propias. Puede hacer más énfasis en la parte cultural o lo natural, incluso “especializarse” en algún producto o actividad. Precisamente, esta alta elasticidad de la oferta es una de las principales ventajas de este producto, pues puede adaptarse muy bien a las condiciones particulares que tenga cada predio (naturales, de acceso, infraestructura, etc.) y a una demanda específica.

Actualmente, la oferta principal, por lejanía a Trinidad y dificultad de accesibilidad en tiempo de lluvias, es un paquete con pernoctación en la misma estancia. Además, estaría la observación de la paraba barba azul en Loreto, pero esta no se puede considerar turismo de estancia. Esta escasa oferta, sin embargo, no corresponde con el significativo interés expresado por muchos propietarios ganaderos para emprender iniciativas de turismo, tanto en Loreto como en Trinidad.

Aunque no se dispone de datos sobre la demanda de este tipo de productos para el mercado nacional, sí se tienen valoraciones para en el mercado internacional, tanto en Reyes como en Santa Rosa, con datos muy positivos en cuanto a la satisfacción de los visitantes (VMT y GAD Beni, 2018). Muy posiblemente sí hay

interesantes nichos en el mercado nacional si se presenta una oferta amplia, con posibilidad de personalizarse, ajustada a los requerimientos del cliente.

Varias circunstancias explican esta situación de bajo desarrollo para este producto. El primero es el preconceito que los propietarios de estancias tienen sobre la actividad, creyendo que se requieren inversiones previas para disponer de alojamiento, espacios especiales para alimentación, etc., cuando no necesariamente debe ser así o hay alternativas relativamente económicas. Por otro lado, el escaso conocimiento sobre la diversidad de la potencial demanda incita a replicar el producto como ya se está haciendo en otras estancias, en lugar de adecuar su propuesta a las condiciones que se disponen, el producto que se desea vender y potenciar su ventaja comparativa para enfocarla a una demanda específica.

Pero el principal problema se encuentra en la gestión de la actividad. Por un lado, porque para el propietario de la estancia el turismo sería su actividad económica secundaria, en el mejor de los casos, y no encuentra un mecanismo para compatibilizar ambas actividades. En general, no hay intención de constituirse como empresa turística ni asumir todos los trabajos que esto implica (mercadeo, promoción, operación, administración, etc.) para una iniciativa que ve complicada y sin grandes beneficios. Pero, por otro, si se decide hacer una alianza con una operadora, su trabajo diario puede alejarlo de la estancia por un tiempo (venta o compra de animales, gestiones administrativas, asuntos familiares, etc.) o encontrarse en ella, pero, en general, pocas estancias tienen cobertura de celular, lo que complica muchas veces la comunicación entre la empresa operadora y la estancia, comprometiendo toda la logística de la operación.

Por parte de la empresa operadora, el temor es que, tras un largo esfuerzo para posicionar el producto en el mercado, el propietario pueda desligarse de la empresa y buscar otra que le ofrezca mejores condiciones, o que otras operadoras de la competencia copien el producto en otras estancias bajando precios.

Es una situación compleja que demanda acuerdos claros entre las partes (estancias-operadores) y el compromiso de los gobiernos municipales para controlar esta actividad turística, impidiendo la competencia desleal en su jurisdicción mediante la normativa que se realice, estableciendo mecanismos de control y sanciones a los operadores que incumplan con los acuerdos alcanzados entre sectores. Esta posibilidad de control municipal se refuerza aún más dentro de las áreas protegidas municipales. En estos acuerdos entre partes se deben concretar los pagos por servicios (caballos u otros vehículos, guías locales, infraestructura, alimentación, etc.) y utilidades, así como las responsabilidades asumidas por cada parte.

En todo caso, como se ha indicado, en las diferentes reuniones mantenidas para la elaboración de la estrategia de turismo, el sector ganadero y propietarios particulares han manifestado su interés en la actividad. Algunas propiedades están muy próximas a los centros poblados, no son de gran extensión, por lo que piensan en productos turísticos de medio día o día completo; mientras que otras, más alejadas y con espacios muy interesantes para la observación de fauna, proponen productos con estadías más largas. Todas estas opciones son viables, pero debe resolverse el sistema de gestión para la actividad en cada caso.

### **3.2.1. Competencia y complementariedad con otros destinos**

En el nivel de productos específicos, como el flotel Reina de Enín, la pesca deportiva en Camiaco o la observación de la paraba barba azul, ya se ha indicado que el problema fundamental no es la competencia con otros productos similares, pues o bien no hay una oferta similar o las ventajas para acceder a los mercados que los demandan son muy importantes, por el contrario, es la gestión y la falta de productos y servicios complementarios los que le restan competitividad a estos productos.

Por esta razón, se ha propuesto generar una oferta más holística e integrada desde una visión de destino, con productos que lo identifiquen y le otorguen unicidad, poniendo en valor sus características naturales y culturales singulares, de-

biéndose desarrollar la ciudad de Trinidad como un centro de recepción y distribución de visitantes de interés para el mercado nacional e internacional.

Una propuesta de turismo de naturaleza convencional, sea en Ibare-Mamoré o en Gran Mojos, tendría posiblemente muy poca viabilidad si tiene que competir con un destino tan posicionado en la Amazonía y mucho más desarrollado como Rurrenabaque: Madidi-Pampas, a pesar de que Trinidad posee mucha mejor vinculación aérea y terrestre con el resto del país. En cuanto a lo cultural, no hay ahora mismo una oferta estructurada.

Es, por tanto, en la diferenciación de los Llanos de Moxos cómo se puede ir consolidando una propuesta competitiva. Diferenciación que debe apoyarse en esas características naturales y culturales propias, pero también en la innovación de la oferta, profesionalización y mejora de la calidad de los servicios turísticos, tanto los que actualmente operan como los que se vayan a emprender, acompañado de un fuerte impulso en la coordinación intersectorial e intergubernativa.

Los datos reflejan el importante rol que juegan las ciudades capitales para los mercados turísticos nacional e internacional y el desarrollo turístico regional. Aunque puede pensarse que la competencia en este aspecto es muy alta frente a Santa Cruz, La Paz, Cochabamba, Sucre o Potosí, en realidad son ofertas muy distintas, con características propias; y eso es lo que se necesita generar, mediante una planificación urbana y una auténtica propuesta cultural, gastronómica, de estancias, etc., que integre lo urbano y lo rural, lo natural y lo cultural. Precisamente, por ser Trinidad una ciudad relativamente pequeña en el contexto nacional, fuertemente integrada al entorno natural, esta opción es muy viable para quienes deseen conocer nuevos espacios y vivir experiencias distintas.

Desde este planteamiento integrador se puede pensar, además, en generar otras iniciativas no propuestas ahora, como turismo de convenciones, de playa, de eventos culturales, de compras (de productos regionales), reuniones de empresas, promociones, etc. El destino posee los atractivos naturales y culturales para hacerlo, buena conectividad y cierto desarrollo de servicios, pero debe avanzar en el resto de los componentes mencionados para resultar competitivo.



Omar Torrico / WCS

## CAPÍTULO 4.

# Plan Estratégico

Partiendo de la propuesta metodológica establecida por el Viceministerio de Turismo (MCyT, 2016a), se han ido definiendo con los consejos de turismo municipales de Trinidad y Loreto los objetivos y políticas estratégicas para cada uno de los siete mandatos determinados en el PLANTUR, a las que se ha añadido el desarrollo de productos. En este proceso de construcción y reflexión se han ido definiendo la visión conjunta para el destino y las claves para la elaboración del diagnóstico focalizado por mandato del PLANTUR.

### 4.1 Visión

La visión del Estado Plurinacional de Bolivia para el sector turismo, proyectada hacia el 2025, se establece en el PLANTUR (MCyT, 2015):

El destino país Bolivia es reconocido en el contexto internacional y nacional por contar con una oferta turística sustentable, integral, innovadora, auténtica y con identidad propia, dirigida a visitantes que buscan experiencias diferentes, y basado en un modelo de gestión de base comunitaria que contribuye a la generación de beneficios socioeconómicos equitativos, complementarios y solidarios para toda la población boliviana.

En anteriores documentos de planificación estratégica turística, solo existente para Trinidad, no se plantearon visiones, pero sí un objetivo, en el que marcamos en negrita conceptos relevantes: *“Convertir al municipio de Trinidad, sobre la base de su Vocación Turística, en un Destino **competitivo con identidad diferenciada** en la oferta turística boliviana; con servicios de **calidad orientados al mercado nacional e internacional**, para lo cual se garantiza una apropiada asignación presupuestaria que posibilita las intervenciones en competencias públicas y la activa participación del sector privado y comunitario”* (Ecoterra, 2008).

Para el proceso de formulación conjunta de la visión turística para el destino se trabajó con los consejos de turismo municipales, no tanto en un texto completo como en la formulación de conceptos e ideas clave que deberían estar incluidas en la visión. El resultado se presenta en la Tabla 20, mostrando a qué se aspira mediante el desarrollo turístico, qué recursos deben ponerse en valor, los mercados a los que se desea llegar, cómo, y los principios que deben regir en la actividad turística.

TABLA 20. Ideas y conceptos clave para la formulación de la visión conjunta del destino turístico

OBJETIVO GENERAL	RECURSOS	MERCADO	ESTRATEGIA	PRINCIPIOS
La actividad turística es un motor de la mejora de las condiciones de vida de la población, generadora de empleo digno	Llanos de Moxos como paisaje natural y cultural único. Cultura precolombina de Moxos Historia singular Culturas vivas	Local  Nacional  Internacional	Desarrollar una oferta diversa, que integre lo urbano y lo rural, lo natural y lo cultural Desarrollo urbano relacionado con el entorno.	Planificado Concertado Identificativo Auténtico Sostenible Innovador Buenas Prácticas Calidad Seguridad

Estas ideas y conceptos muestran un buen nivel de identificación de cuáles son las bases de los atractivos turísticos fundamentales que se encuentran en el destino, cómo deben ponerse en valor e integrarse, y bajo qué principios fundamentales desarrollar la actividad para que el destino pueda ser competitivo y acceder a mercados que, hasta ahora, han sido marginales.

Atendiendo a estos componentes, la visión del destino se ha expresado como:

El turismo es una actividad económica estratégica para la economía local, generadora de empleo digno y mejora en la calidad de vida de la población, que pone en valor y ayuda a conservar la identificativa riqueza natural y cultural actual de los Llanos de Moxos y su pasado precolombino. Una experiencia turística satisfactoria para el visitante local, nacional e internacional debe incorporar en su oferta este patrimonio único, integrando lo rural y lo urbano, gestionado de manera planificada, concertada y sostenible, caracterizado por su autenticidad, innovación, calidad, seguridad y aplicación de buenas prácticas de turismo sostenible.

## 4.2. Diagnóstico focalizado

La elaboración del diagnóstico focalizado por mandato del PLANTUR ha sido fruto de un largo proceso de análisis y discusión conjunto con los miembros que han participado de las reuniones de los consejos de turismo municipales. Se han identificado las limitantes para el desarrollo turístico, qué requerimientos son necesarios generar, los problemas para lograrlo, sus actores principales y el rol que debieran cumplir los consejos de turismo municipales para paliar o resolver el problema (Tabla 21).

TABLA 21. Diagnóstico focalizado por mandato del PLANTUR

VISIÓN	
<p>El turismo es una actividad económica estratégica para la economía local, generadora de empleo digno y mejora en la calidad de vida de la población, que pone en valor y ayuda a conservar la identificativa riqueza natural y cultural de los Llanos de Moxos y su pasado precolombino. Una experiencia turística satisfactoria para el visitante local, nacional e internacional debe incorporar en su oferta este patrimonio único, integrando lo rural y lo urbano, gestionado de manera planificada, concertada y sostenible, caracterizado por su autenticidad, innovación, calidad, seguridad y aplicación de buenas prácticas de turismo sostenible.</p>	
LIMITANTES DEL DESTINO	
<p>El destino no está posicionado en ningún mercado por falta de una propuesta planificada, identificativa, auténtica e innovadora, aunque dispone de las bases para generarla, lastrada por un centro de recepción y distribución poco atractivo para la actividad (Trinidad). La escasa oferta turística, desorganizada y desestructurada, ha limitado el desarrollo empresarial, privado y comunitario, mal organizado y sin la adecuada coordinación interna y con el sector público.</p>	
REVISIÓN DEL MANDATO	DIAGNÓSTICO FOCALIZADO
COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL E INTERSECTORIAL	<p><b>Requerimiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidar organizaciones sectoriales e intersectoriales estructuradas, representativas y operativas.</li> <li>• Articular a los actores locales (públicos, privados y comunitarios) a través de los consejos municipales de turismo.</li> <li>• Crear un Consejo de Turismo del Destino con funciones propositivas y fiscalizadoras, con capacidad para incidir en los actores públicos y privados.</li> </ul> <p><b>Problemas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las organizaciones sectoriales no son representativas, tienen baja capacidad de análisis, propositiva y de incidencia en el sector y en las políticas públicas.</li> <li>• Falta una visión conjunta y definición de objetivos y políticas para la actividad turística.</li> <li>• No existe una instancia de coordinación de políticas en turismo entre el sector público, privado y comunitario.</li> </ul> <p><b>Principales actores del problema:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobiernos Municipales de Trinidad y Loreto</li> <li>• Organizaciones sectoriales</li> <li>• Organizaciones indígenas</li> </ul> <p><b>¿Qué se puede hacer desde el Consejo de Turismo?</b></p> <p>Fortalecer las organizaciones sectoriales y aunar a los actores públicos y privados del destino bajo una visión conjunta, participando en la elaboración de los instrumentos estratégicos, y hacer el seguimiento para su implementación, tutelando que cada actor cumpla con los compromisos establecidos.</p>
INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN APLICADA	<p><b>Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer el levantamiento de información estadística y análisis de resultados entre los municipios y emprendimientos de turismo.</li> <li>• Desarrollar un Observatorio de Turismo para el destino que genere un sistema permanente de sondeos y estudios para hacer seguimiento específico a las tendencias, analizar los problemas y brindar propuestas de soluciones oportunas a los problemas encontrados.</li> </ul> <p><b>Problemas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobiernos Municipales, emprendimientos de turismo y organizaciones sociales no valoran la necesidad de disponer de información estadística para la definición de las estrategias de turismo.</li> <li>• Se desconocen los mercados actuales, las tendencias de turismo interno e internacional, por lo que no hay una oferta adecuada a la demanda.</li> </ul> <p><b>Principales actores del problema</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobiernos municipales</li> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Universidades de Trinidad (UABJB, Univalle, UPDS)</li> </ul> <p><b>¿Qué se podría hacer desde el Consejo de Turismo Sostenible del Destino?</b></p> <p>Desarrollar las capacidades para que los gobiernos municipales y actores públicos y privados levanten y procesen información turística relevante. Impulsar y apoyar la constitución de un Observatorio de Turismo, con los criterios de la Red INSTO, con la participación de los gobiernos municipales y las tres universidades que hay en Trinidad.</p>

**Requerimientos:**

- Elaborar las normativas municipales de turismo y de las APM con base en la legislación nacional, departamental y de las áreas protegidas, adoptando los Criterios Globales de Turismo Sostenible.
- Implementar un manejo ambiental moderno y eficiente bajo los criterios de Turismo Sostenible en todo el destino.
- Establecer normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria en los municipios de Trinidad y Loreto.
- Generar un cuerpo normativo sobre ordenamiento urbano para los municipios de Trinidad y Loreto encaminado a promover ciudades turísticas.
- Fortalecer la seguridad de los visitantes en todo el destino.
- Generar una estrategia de promoción y mercadeo integral para el destino.
- Señalizar las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojós.
- Diseñar y consolidar una imagen de marca del destino con base en su singularidad natural y cultural.
- Realizar las infraestructuras turísticas necesarias para la actividad turística en Camiaco y la Loma del Masí.
- Estabilizar el camino a Loreto-Camiaco-Loma del Masí.
- Promover políticas públicas a favor del turismo priorizadas por la población.

**Problemas:**

- Los municipios de Trinidad y Loreto, así como sus APM, no tienen normativa turística general ni específica, ni reglamentada actividad de pesca.
- La gestión ambiental de residuos sólidos y líquidos es, sin duda, uno de los principales problemas del destino. Las cunetas con aguas negras corriendo por la ciudad de Trinidad, con la presencia permanente de basura en todos los espacios, generan una imagen terrible, altamente desmotivante para la actividad turística. Este problema no es únicamente de los gestores públicos, la población en general participa de él, por lo que hay que plantear un programa integral que revierta la actual situación si se desea generar espacios turísticos. Junto al saneamiento en los asentamientos humanos, hay que aplicar buen manejo ambiental en los productos turísticos y un monitoreo sobre su impacto.
- La higiene y salubridad de la oferta gastronómica no está lo suficientemente garantizada ni controlada.
- Ni Trinidad, especialmente, ni Loreto son ciudades turísticamente atractivas, desmotivando la visita al destino y sus atractivos.
- El destino no es reconocido por la seguridad que ofrece a sus visitantes, aunque sus niveles de delincuencia son bajos.
- La promoción y mercadeo actual son poco eficientes, sin base a una estrategia estructurada, con mercados objetivo definidos.
- Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojós no están señalizadas; las personas externas a las APM desconocen cuando ingresan a ellas y las normas que deben cumplirse.
- El destino no posee una imagen de marca que lo singularice y ponga en valor sus características naturales y culturales identificativas.
- La actividad turística en Camiaco apenas genera beneficios locales por falta de oferta de servicios turísticos. La comunidad de la Loma del Masí requiere infraestructuras básicas para iniciar actividades.
- Las actividades turísticas de Loreto y Camiaco (en el futuro, Loma del Masí) no pueden realizarse durante la estación de lluvias por la falta de un camino operable todo el año.
- La población en general no valora la actividad turística como un potencial para el desarrollo local, por lo que no se impulsan políticas públicas decididas.

**Principales actores del problema**

- Gobernación del Beni.
- Gobiernos municipales de Trinidad y Loreto.
- Prestadores de servicios turísticos.
- Policía Nacional.
- Guardaparques.

Población de Trinidad y Loreto.

**¿Qué se podría hacer desde el Consejo de Turismo?**

Los consejos municipales de turismo deben impulsar a que los gobiernos municipales inicien los procesos de elaboración participativa de las normativas turísticas y específicas (las APM, pesca, higiene y salubridad alimentaria), el saneamiento básico esencial para poder ser destino turístico, y la señalización (tipo, lugares, información, etc.), concertando la estrategia de promoción y mercadeo anual e impulsando su realización; identificando componentes clave de la imagen de marca del destino para su consolidación, promover la creación de una Policía Turística y estimular la construcción de la infraestructura básica requerida.



INTERNALIZACIÓN DE COSTOS AMBIENTALES Y CULTURALES	<p><b>Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar a las políticas de conservación natural y cultural del destino.</li> <li>• Elaborar los planes de manejo de las APM y su zonificación turística.</li> <li>• Impulsar y contribuir a las políticas de valorización y conservación de las culturas indígenas.</li> <li>• Promover y fortalecer la autosostenibilidad financiera de las AP.</li> </ul> <p><b>Problemas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aunque la actividad turística es escasa, no está aportando a la conservación natural y cultural, ni económicamente ni por otros medios. En Ibare-Mamoré no hay cobro por ingresos y, aunque en Gran Mojos sí hay un pago, su reinversión no está definida hacia objetivos de conservación y desarrollo sostenible del APM. Por otro lado, en la promoción turística no se hace demasiada referencia a las APM, sus valores, los pueblos indígenas que las habitan, etc. Junto a la falta de normativa, las malas prácticas turísticas son predominantes, no existe un código ético de conducta para los visitantes, etc., muestra del escaso valor que se les da y sobre su importancia para el desarrollo turístico regional.</li> <li>• Ninguna de las dos APM tienen elaborados sus planes de manejo, con su zonificación de usos, por lo que no hay un control establecido ni monitoreo de las actividades para gestionar sus recursos y evaluar impactos.</li> <li>• En menor medida la actividad turística está apoyando a la valorización y conservación de las culturas indígenas. No existe ningún producto turístico comunitario o en el que la cultura indígena sea el principal atractivo, solo en las rutas del flotel Reina de Enín se visita alguna comunidad ribereña. En la poca promoción existente, las culturas indígenas apenas son mencionadas.</li> <li>• No se han establecido Sistema de Cobro (SISCO) formalmente en las APM. Estos cobros son necesarios para apoyar la autofinanciación de los múltiples programas que requiere un área protegida, entre ellos, turismo sostenible, pero también para ponerlas en valor.</li> </ul> <p><b>Principales actores del problema:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobiernos Municipales</li> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Direcciones de las APM</li> <li>• Comunidades y organizaciones indígenas</li> <li>• Población del destino</li> </ul> <p><b>¿Qué se podría hacer desde el Consejo de Turismo?</b></p> <p>Desde el Consejo de Turismo se debe incidir para que se prioricen y adopten políticas ambientales adecuadas, de valorización y conservación de las APM y las culturas indígenas, de responsabilidad ambiental en la actividad turística, etc., además de colaborar activamente en la sensibilización y educación de la población sobre la gestión de los residuos.</p>
DESARROLLO DE OPORTUNIDADES CON IGUALDAD DE CONDICIONES	<p><b>Requerimientos:</b></p> <p>Promover las capacidades técnicas de los prestadores de servicios turísticos.          Incentivar el mercado local y nacional mediante un cambio en la imagen y la oferta</p> <p><b>Problemas:</b></p> <p>No hay guías acreditados ni formados en todo el destino, salvo alguno en museos o los que emplea el flotel Reina de Enín, lo que genera informalidad y baja calidad de servicios.          En general, los prestadores de servicios turísticos tienen una mala gestión de sus emprendimientos, desconocen las nuevas tendencias de turismo, buenas prácticas en turismo sostenible y la adecuada atención al cliente, por lo que los niveles de satisfacción son bajos.          El mercadeo y venta virtual es muy escaso entre los prestadores de servicios turísticos, poco actualizado a las actuales necesidades, reduciendo significativamente su competitividad.          No existe una estrategia para el fomento de turismo interno en el destino.</p> <p><b>Principales actores del problema:</b></p> <p>Prestadores de servicios de turismo          Gobiernos municipales          Entidades de formación y capacitación públicas y privadas</p> <p><b>¿Qué se podría hacer desde el Consejo de Turismo?</b></p> <p>Desde el Consejo de Turismo, con el apoyo institucional de los gobiernos municipales, se pueden impulsar y coordinar programas de capacitación permanentes, concertados con los diferentes prestadores de servicios turísticos. En Trinidad hay tres universidades con personal especializado en los temas específicos planteados, además de varias ONG con técnicos cualificados, por lo que no parece complicado llegar a convenios y acuerdos con las instancias educativas y de cooperación.</p>

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">ORIENTACIÓN PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO EMPRESARIAL</p>	<p><b>Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar un sistema de gestión empresarial más eficiente y competitivo que incorpore a los emprendimientos comunitarios, enmarcados en los amplios modelos económicos contemplados en la CPE.</li> <li>• Promover productos turísticos identificativos de los valores naturales y culturales locales y que sean auténticos.</li> <li>• Todos los prestadores de servicios turísticos están legalmente constituidos y respetan la normativa.</li> </ul> <p><b>Problemas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El bajo nivel empresarial impide el desarrollo turístico local, por lo que es importante incentivar modelos económicos y alianzas estratégicas con otras empresas que mercadeen los productos y el destino. Por otra parte, es necesario apoyar a los emprendimientos comunitarios, por lo menos al inicio, en toda la operación turística, así como al sector ganadero interesado.</li> <li>• Para posicionar al destino hay que generar las bases identificativas con productos turísticos que pongan en valor esa singularidad natural y cultural. En este sentido, la gastronomía y las artesanías son potencialidades muy interesantes para promover en todo el destino.</li> <li>• Si bien en Trinidad buena parte de los alojamientos están registrados en la plataforma SIRETUR, aún quedan establecimientos que no lo han hecho. En Loreto no hay ningún prestador de servicios registrado. Tampoco hay guías certificados.</li> </ul> <p><b>Principales actores del problema:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios de turismo.</li> <li>• Dirección Departamental de Turismo (ente competente que otorga licencias)</li> <li>• Gobiernos Municipales</li> </ul> <p><b>¿Qué se podría hacer desde el Consejo de Turismo?</b></p> <p>Desde los consejos municipales y, cuando se conforme, el Consejo de Turismo del Destino, se debe hacer un fuerte trabajo para promover alianzas estratégicas con empresas externas y, especialmente, impulsar el desarrollo de productos turísticos identificativos, apoyando la creación de una escuela de gastronomía y capacitaciones en centros artesanales para hacerlos más competitivos.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">IMPULSO PARA EL DESARROLLO PRIORITARIO DEL TURISMO COMUNITARIO</p>	<p><b>Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer las capacidades de los pueblos indígenas para desarrollar y gestionar sus emprendimientos turísticos.</li> </ul> <p><b>Problemas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aunque la Ley Departamental de Turismo promueve el turismo comunitario, en la práctica no se han producido acciones reales.</li> <li>• Hay propuestas viables para desarrollar emprendimientos comunitarios de turismo, pero no tienen financiación.</li> <li>• Los pueblos indígenas y sus organizaciones no poseen actualmente las suficientes capacidades técnicas y gerenciales para gestionar sus emprendimientos sin apoyo externo.</li> <li>• La artesanía de las comunidades no está bien orientada ni capacitada, por lo que sus ventas son bajas.</li> </ul> <p><b>Principales actores del problema:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimientos comunitarios.</li> <li>• Organizaciones indígenas representativas.</li> </ul> <p><b>¿Qué se podría hacer desde el Consejo de Turismo Sostenible del Destino?</b></p> <p>Apoyar las propuestas de los emprendimientos comunitarios y sus organizaciones ante las instancias competentes y gestionar proyectos ante los organismos públicos y la cooperación.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">DESARROLLO DE PRODUCTOS</p>	<p><b>Requerimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la gestión de los productos turísticos actuales más competitivos</li> <li>• Generar una propuesta de productos turísticos identificativa, de calidad e innovadora, adecuada a las tendencias de los mercados.</li> </ul> <p><b>Problemas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los productos turísticos actuales con mayor demanda tienen problemas, algunos muy graves en su gestión, y en una oferta complementaria, lo que limita su desarrollo.</li> <li>• La mayoría de los productos turísticos que se ofertan no identifican al destino, no ofrecen calidad ni innovación y adecuación a la demanda. Por ello, es necesario desarrollar toda una propuesta que sea transversal a los productos turísticos específicos (ciudad turística, gastronomía, artesanía), con capacidad para convertirse en productos turísticos relevantes, al tiempo que generan otras propuestas con alto potencial (culturales, estancias ganaderas, arqueología).</li> </ul> <p><b>Principales actores del problema:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios de turismo</li> <li>• Gobiernos municipales</li> <li>• Propietarios ganaderos</li> <li>• Gobernación del Beni</li> <li>• Grupo de Trabajo Llanos de Moxos</li> </ul> <p><b>¿Qué se podría hacer desde el Consejo de Turismo?</b></p> <p>Impulsar la consolidación de los productos turísticos existentes y el desarrollo de los nuevos productos, promoviendo los mecanismos de coordinación adecuados para que se concreten las propuestas de nuevos productos que requieren especialistas externos.</p>

Identificadas las principales limitantes para el desarrollo turístico del destino, de esta matriz se puede concluir:

1. Para una adecuada **coordinación interinstitucional e intersectorial** se debe consolidar, en primer lugar, las organizaciones sectoriales (cámara hotelera, asociación de operadores, de guías de turismo, de servicios gastronómicos, etc.), actualmente muy débiles, poco representativas, sin capacidad para generar análisis de la situación ni, por tanto, propuestas estratégicas. Avanzado este aspecto, se tendría que estructurar una organización que aúne a todo el sector para impulsar una visión y estrategias comunes, con capacidad para incidir en todos los asociados de las diferentes organizaciones sectoriales. Paralelamente, hay que consolidar los consejos municipales de turismo, liderados por sus respectivos gobiernos municipales, con representación de este sector de turismo más instituido y de las organizaciones comunitarias representativas para, finalmente, constituir un Consejo de Turismo del Destino, del que participan los otros niveles del Estado (Dirección Departamental de Turismo y Viceministerio de Turismo), universidades y ONG, en calidad de asesores técnicos que apoyan las iniciativas adoptadas por el consejo.

La experiencia más exitosa en el país de este tipo de instancias de coordinación es el Consejo de Turismo Sostenible del Destino Rurrenabaque: Madidi-Pampas (CTSD). En este caso, el sector de turismo (privado y comunitario) era el más organizado, frente a los actores públicos, por lo que se definió que el liderazgo del CTSD recayera en él, con la ventaja añadida de que este es más estable que los gobiernos municipales, sujetos a cambios cada cinco años. En este caso, con fuertes debilidades en todos los actores, se deberá evaluar la organización interna más eficiente, considerando las circunstancias de partida, pero, en todo caso, podrá irse ajustando a medida que el Consejo de Turismo del Destino vaya avanzando en sus actividades.

2. La situación en cuanto a **información e investigación aplicada al turismo** es ahora muy deficiente en el destino. Solo se tienen datos básicos de ocupación hotelera para Trinidad, sin ninguna información que permita caracterizar al visitante, salvo su origen nacional o extranjero, sin más detalle. En los atractivos turísticos que están operando no se dispone de ninguna información oficial, solo estimaciones generales. Y en cuanto a tendencias en el país, los únicos datos los ofrece el INE, pero, de igual manera, son demasiado generales para definir estrategias específicas.

Ningún municipio del destino levanta datos estadísticos, pero tampoco se realizan estudios específicos sobre la situación turística. Crear, por tanto, un Observatorio de Turismo, bajo los criterios de la RED INSTO, esto es, con los temas e indicadores priorizados, mediante una alianza entre las tres universidades presentes en Trinidad, los gobiernos municipales y el apoyo del GTLM, es fundamental para orientar las políticas y estrategias del sector.

3. Las **condiciones básicas** de partida son muy limitadas en el destino, como corresponde a un espacio con un bajo desarrollo turístico. No existen normativas municipales de turismo ni su reglamentación, tampoco las hay para las APM; y en el caso de Loreto, la pesca deportiva, su actividad principal, tampoco está regulada ni zonificada. Además, ninguna de las APM tiene un sistema formal de cobros por ingreso de visitantes (SISCO) que les dé autosostenibilidad económica. Un aspecto fundamental en la estrategia de desarrollo turístico es posicionar turísticamente a la ciudad de Trinidad y la capital de Loreto para lograr una adecuada integración de los ámbitos urbano y rural, generando una oferta más diversa y competitiva. Para ello, es esencial implementar sistemas de saneamiento básico modernos y eficientes, que impliquen a la población, transformando la imagen de la ciudad y haciéndola “amigable” para los visitantes.

Por otro lado, como parte de la propuesta de desarrollar una gastronomía identificada de calidad e innovadora, se necesita establecer un sistema y protocolos de seguridad e higiene alimentaria. Esta seguridad hacia los visitantes, si bien se parte de una situación poco conflictiva, debe ser reforzada con la creación de una Policía Turística, capacitación a los cuerpos de guardaparques, la creación de una oficina departamental de denuncias y quejas, protocolos para la navegación y un buen sistema de información a los turistas, que incluye la señalización de ambas APM.

Otro elemento esencial para la estrategia de turismo es transformar a Trinidad, principal nudo de comunicación y centro de servicios turísticos regional, en una ciudad turística. Para ello se debe hacer todo un replanteamiento urbano que genere espacios que “inviten” a recorrer la ciudad, conectando sus principales atractivos (museos, mercado campesino, cabildo indigenal, laguna Suárez, etc.) y promoviendo una oferta de servicios turísticos, para que se vaya encaminando hacia una ciudad turística. La capital municipal de Loreto, por su historia y ser centro religioso, también debería ordenar su espacio y promover condiciones para la visitación turística. La ciudad es un eje articulador con el área rural que la rodea, sin una ciudad “atractiva” es difícil que pueda lograrse un efectivo desarrollo turístico.

Por otro lado, la ausencia de una estrategia planificada de mercadeo debilita aún más la escasa promoción que se hace del destino, sin un objetivo ni mercados definidos. Aun hoy, salvo alguna excepción de empresa privada, es muy poco frecuente el empleo de medios virtuales y redes sociales para mercadeo, menos aún realizar acciones conjuntas para promocionar el destino en los diferentes mercados.

Este último aspecto debe relacionarse con el desarrollo de una imagen de marca del destino acorde a las actuales tendencias del mercado turístico, que lo singularice e identifique, sustentada en los valores naturales y culturales únicos de los Llanos de Moxos. Al mismo tiempo, pueden crearse las imágenes de marca de Trinidad, Loreto y de las dos APM bajo la misma lógica.

Por último, es imprescindible dotar de la infraestructura turística básica al destino, especialmente la conectividad con Loreto y Camiaco, condición imprescindible para mantener una actividad turística funcional y sostenible y, por otro, las requeridas para el emprendimiento de turismo cultural en la Loma del Masí. Dentro de este desarrollo de infraestructuras turísticas debe sumarse las obras de mejora en el ordenamiento urbano de Trinidad y Loreto, lo que incluye mejorar el mercado campesino y su entorno, crear áreas verdes, acondicionar el Museo Etnoarqueológico Kenneth Lee, la mejora de las avenidas, la conexión con la laguna Suárez y su gestión, etc.

En este contexto, de una decidida política pública a favor del turismo, es importante que la población comprenda el esfuerzo colectivo realizado, informando y sensibilizando sobre el rol que puede cumplir la actividad turística para el desarrollo sostenible local.

4. La **internalización de costos ambientales y culturales** es fundamental para un espacio cuyos atractivos principales son los naturales y culturales, por tanto, la actividad turística no solo no debe impactar negativamente sobre ellos, sino que debe apoyar decididamente su conservación, poniendo en valor su riqueza y singularidad, respetando la normativa, instrumentos de gestión y zonificación establecidos en los planes de manejo de las APM y los planes de gestión comunales, promoviendo el conocimiento de estos valores que albergan y protegen, aplicando buenas prácticas y generando un código ético de conducta para los visitantes que oriente su comportamiento durante la visita que realicen.

Por último, como apoyo a las labores de conservación de las APM, hay que elaborar de manera concertada y aplicar consensuadamente las normativas para el cobro de ingresos a los turistas (SISCO), para extranjeros y nacionales; e incluso pensar en algún cobro para ciertas actividades de la población local visitante. Aunque ahora los números pueden ser pequeños, el potencial desarrollo de la actividad turística puede convertir a estos ingresos en fundamentales para la estrategia de financiamiento de las APM y el desarrollo de sus programas de conservación y desarrollo sostenible, en el que el turismo sostenible debe ser significativo. Por tanto, es necesario acompañar este proceso de una adecuada campaña informativa a la población para que entienda los beneficios directos e indirectos que puede generar.

5. Para el **desarrollo de oportunidades con igualdad de condiciones**, el principal problema y necesidad es generar capacidades entre los diferentes prestadores de servicios turísticos. En general, se evidencia una mala gestión empresarial, con escaso uso de los medios virtuales para mercadear y vender, desconocimiento de las tendencias de turismo, sobre buenas prácticas de turismo sostenible, de atención al cliente, etc. Es muy significativo de este muy bajo nivel de desarrollo empresarial la total ausencia de guías de turismo acreditados y especializados. Todos estos aspectos no permiten promover una adecuada satisfacción de los turistas, restando competitividad a las empresas y al conjunto del destino.

Por otra parte, dentro de esta escasa capacidad empresarial, salvo alguna excepción, no se desarrollan programas o propuestas para incentivar el turismo interno, a pesar de ser el más relevante en cuanto a número en toda la zona y el más importante en las ciudades. Este tipo de turismo es clave para ir posicionando el destino e ir consolidando sus productos y servicios turísticos.

6. En cuanto a **orientación para el desarrollo competitivo empresarial**, la estrategia se centra en impulsar alianzas estratégicas de prestadores de servicios locales con empresas externas con mejores accesos a mercados; y en el caso de los emprendimientos comunitarios y de ganaderos interesados en la actividad turística, o bien apoyar este tipo de alianzas, haciendo seguimiento a los acuerdos que se alcancen, o impulsar otros modelos económicos contemplados en la CPE (público, comunitario, privado, alianzas público-privado, público-comunitario, comunitario-privado, etc.) que puedan facilitar el mercadeo, promoción y apoyo a la operación turística en sí, conscientes de las debilidades que ambos sectores tienen de partida para iniciar turismo en sus espacios.

Por otro lado, es fundamental incentivar y apoyar el desarrollo de productos turísticos identificativos, que pongan en valor los recursos naturales y culturales existentes. En este aspecto, la gastronomía, la artesanía, el pasado precolombino, las expresiones culturales de las fiestas locales, etc., son productos con un alto potencial de desarrollo, transversales a toda la actividad turística e, idealmente, pueden llegar a convertirse en significativos atractivos turísticos por sí mismos.

7. El **impulso para el desarrollo priorizado del turismo comunitario** es fundamental en un destino que no posee ningún emprendimiento de turismo comunitario, a pesar de su riqueza cultural. Este impulso debe concretarse en una ley departamental que facilite su promoción y financiamiento, fortalecer sus capacidades técnicas y gerenciales para su desarrollo, al tiempo que se van generando los diferentes productos, la creación de centros artesanales competitivos en calidad e innovación, con el apoyo a su promoción y mercadeo desde los consejos municipales de turismo.

8. El **desarrollo de productos** para el destino es, sin duda, otro requerimiento primordial para un espacio que adolece, precisamente, de una oferta atractiva para el mercado nacional e internacional. Más allá de las dificultades de gestión u oferta complementaria en los productos mejor posicionados del destino, lo que se observó es que existe un problema estructural muy importante, generado, por un lado, por la ciudad de Trinidad principalmente, que ahora mismo es un desincentivador de la actividad y, por otro, por la falta de una propuesta identificativa y auténtica que ponga en valor la singularidad natural y cultural del destino.

Reordenar Trinidad, principal centro de servicios turísticos del destino y nudo de comunicación fundamental, para convertirla en una ciudad turística, es una base imprescindible si se desea un destino turístico competitivo. Acompañando este proceso, hay que generar una propuesta interesante de productos transversales para todo el destino y aplicar en los productos turísticos específicos, una gastronomía y artesanía identificativas, con calidad y también innovadora, siempre sustentada en sus raíces culturales y naturales. Desde esta base, más sólida, los productos turísticos propuestos (cultural indígena, arqueológico, etc.) son diversos y complementarios, apuntando a amplios mercados.

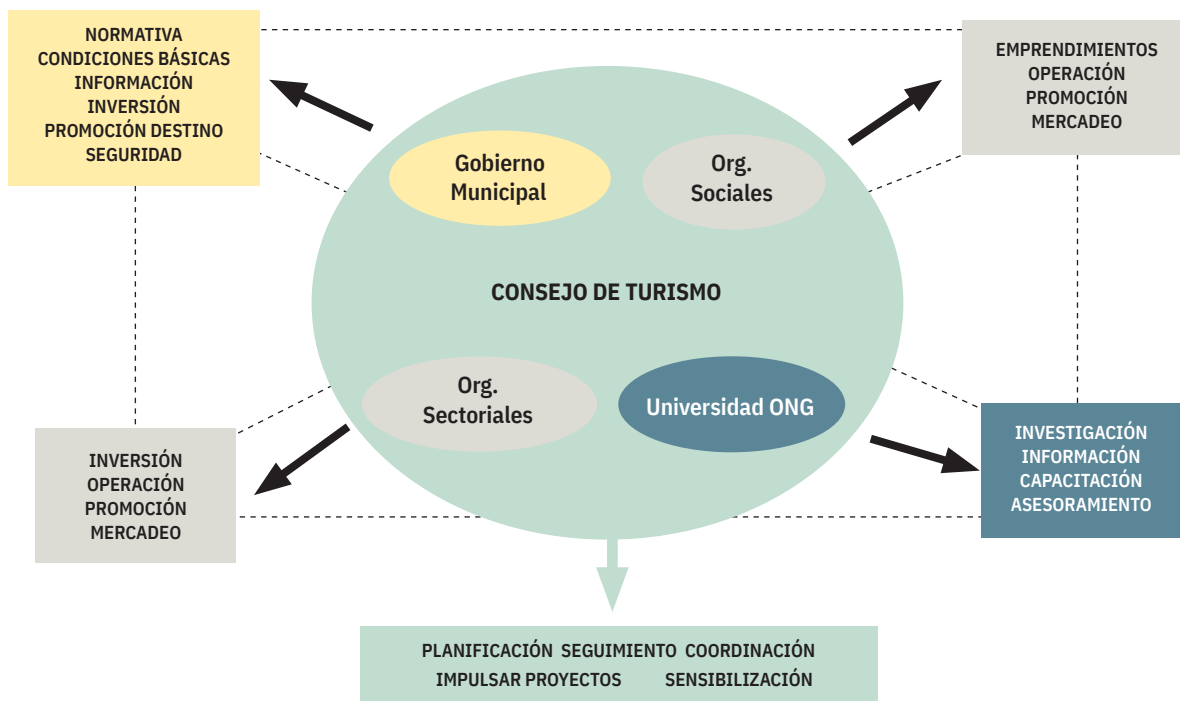
### 4.3. Estructura institucional operativa

Implementar el Plan Estratégico de Turismo será, sin duda, un proceso complejo de esfuerzo continuado que requerirá, por un lado, fuertes compromisos de las instancias competentes y actores involucrados y, al mismo tiempo, una ejemplar coordinación interna entre los agentes públicos, comunitarios y privados a la hora de definir prioridades y asumir responsabilidades en las acciones emprendidas. Para ello, la operatividad y funcionalidad de los consejos municipales de turismo de Trinidad y Loreto, delineados durante el proceso de elaboración del Plan Estratégico de Turismo, serán esenciales, especialmente por la ausencia de organizaciones sectoriales fuertes.

En la Figura 8 se indican los actores principales que participan de esta estructura institucional. Los enmarcados (gobiernos municipales, organizaciones sociales representativas de las comunidades indígenas y campesinas, organizaciones sectoriales de turismo y universidades y ONG) son el universo de actores que participan y conforman los consejos municipales de turismo (CMTT y CMTL).

Esta estructura operativa, en red, convierte a los consejos de turismo en ejes articuladores entre todos los actores, con unas funciones fundamentales: planificar y coordinar las acciones con los actores locales y del destino, hacer seguimiento y evaluación a la implementación del Plan Estratégico, coordinar con las autoridades nacional y departamental las propuestas, avances, resolución de problemas, etc., e informar y sensibilizar a la población sobre la actividad y temas relacionados. Es una estructura organizativa bastante simple, buscando la mayor eficiencia. En este sentido, la legitimidad y confianza que logren los diferentes consejos de turismo con relación a los actores locales será una de las claves de su éxito.

FIGURA 8. Estructura operativa de los consejos municipales de turismo y su relación con actores clave



Fuente: elaboración propia.

Es importante que los consejos de turismo sean convocados de manera regular, como mínimo dos veces al año. En la primera reunión, al iniciar el año, los consejos de turismo deben armar sus planes de acción anual, partiendo del Plan Estratégico, en función a las prioridades identificadas, para que los diferentes actores públicos, comunitarios y privados que conforman los consejos realicen la planificación interna de las acciones que deben emprender para el cumplimiento de los objetivos. En el último tercio del año, los consejos deben volver a reunirse para evaluar los avances que han sido monitoreados desde la Dirección de los mismos. Este ciclo debe repetirse anualmente, incorporando el esfuerzo por socializar los logros obtenidos entre la población en su conjunto para ir otorgando mayor legitimidad y confianza a estas instancias.

#### 4.4. Construcción de la cadena de valor

Con relación a la cadena de valor, es fundamental entender que un *cluster*<sup>8</sup> turístico es un espacio geográfico que dispone de unas ventajas comparativas, condiciones de conectividad promisorias, con los atractivos naturales y culturales necesarios para perfilar un buen producto turístico o un conjunto de ellos, dotado, además, con componentes tecnológicos y empresariales que permitan la formación de una cadena de producción y mercadeo que debe operar en condiciones adecuadas de productividad, esto es, donde las ventajas comparativas se pueden maximizar como ventajas competitivas.

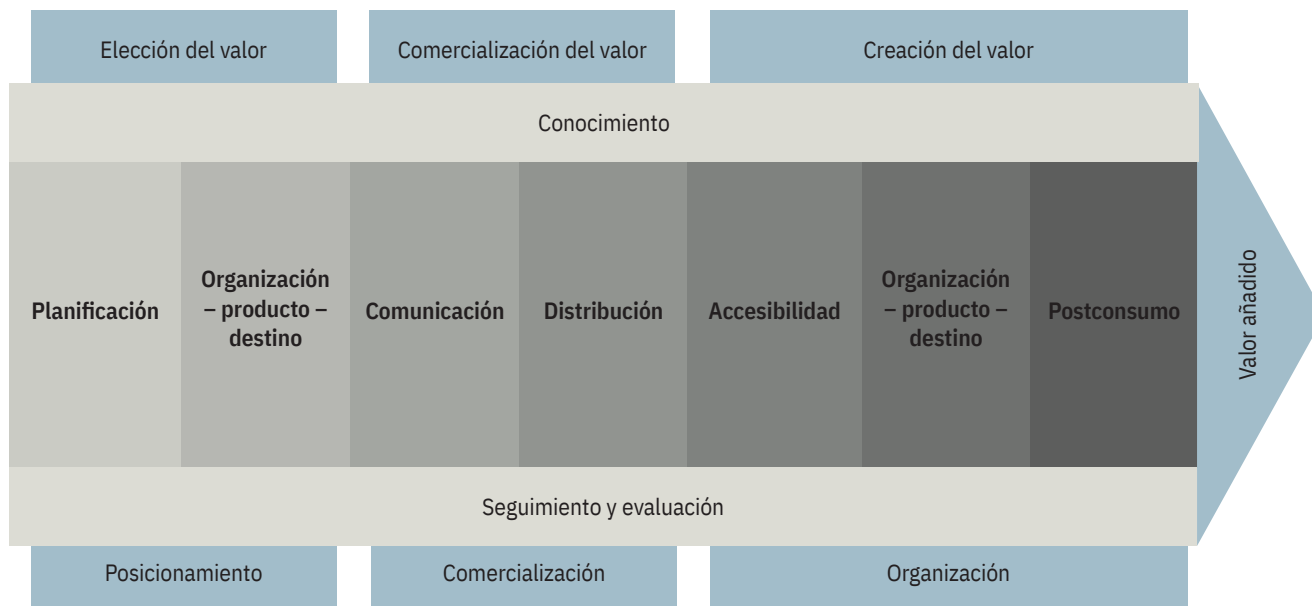
Además de estas condiciones de partida, el *cluster* empieza a serlo cuando se alcanza un nivel básico de concertación entre los diversos actores con el objetivo de desarrollar estrategias comunes de calidad, operatividad y mercadeo, para que el producto goce de diferenciación y se posicione en el mercado por su cali-

8 El término *cluster* hace referencia a un conjunto de elementos interrelacionados e interdependientes. En el caso de un destino turístico, sería el conjunto de actores (públicos, comunitarios y privados) que trabajan y colaboran estratégicamente para obtener objetivos comunes

dad. Este conjunto de condiciones debe permitir a la cadena de valor responder con eficiencia a las tendencias del mercado y adaptarse a las nuevas condiciones, garantizando la sostenibilidad de los productos y el reconocimiento de la marca (Panneso, 2003).

La cadena de valor turística de un destino se puede representar de la siguiente manera (Marrero, 2016):

FIGURA 9. Cadena de valor de un destino turístico



Fuente: Marrero, 2016.

Es evidente que el destino IM-GM no reúne actualmente estas condiciones; por el contrario, se encuentra alejado de esta situación. Por tanto, hay que construir la cadena de valor con un proceso participativo y de concertación. La estrategia propuesta en el PET IM-GM, trabajada con los actores locales, se dirige a ir construyendo las condiciones de partida; esto es, la elección del valor y su posicionamiento, mediante la planificación, que permita que el destino genere interés y sea competitivo, y la organización de los productos/servicios turísticos del destino con valor diferencial y reconocible que promueva experiencias integrales y únicas. Además, se presentan lineamientos para la comercialización del valor y otros componentes esenciales, como la accesibilidad. Con estas bases, se tendría que ir desarrollando el conocimiento sobre el comportamiento de la actividad turística en el destino y realizar un seguimiento y evaluación de sus avances e impactos.

En la concepción de la estrategia se ha primado que en las etapas de la cadena de valor ahora desarrolladas y planificadas se visibilicen y prioricen las ventajas competitivas identificadas, plasmadas en los objetivos y políticas estratégicas, generando, ahora sí, una propuesta viable y sostenible en el tiempo.



#### 4.5. Identificación, sistematización y formulación de los objetivos y políticas estratégicas

La identificación y formulación de los objetivos y políticas estratégicas (Tabla 22) ha sido fruto de un arduo proceso de consulta y reflexión colectiva con los consejos de turismo municipales. Partiendo de los mandatos establecidos en el PLANTUR, se han ido definiendo y analizando, a lo largo de varias reuniones, cada propuesta de objetivo y política, evaluando las necesidades y problemas que se tendrán que afrontar.

Hydrochoerus hydrochaeris, Rob Wallace / WCS.



TABLA 22. Objetivos y políticas estratégicas del Plan Estratégico de Turismo

MANDATO	OBJETIVO	POLÍTICA
1. Coordinación interinstitucional e intersectorial	1.1. Consolidar el Consejo Municipal de Turismo de Trinidad (CMTT) y su comisión técnica de apoyo	1.1.1. El CMTT opera con funciones y competencias reglamentadas, definiendo sus objetivos principales.
		1.1.2. Los actores públicos, comunitarios y privados del sector han suscrito el compromiso de aceptar las funciones planificadoras, fiscalizadores y de seguimiento del CMTT para la implementación del Plan Estratégico.
		1.1.3. Se estructura y opera una comisión técnica de apoyo al CMTT conformada por instituciones públicas, privadas y particulares con conocimientos específicos para los temas de interés del CMTT.
	1.2. Consolidar el Consejo Municipal de Turismo de Loreto (CMTL) y su comisión técnica de apoyo	1.2.1. El CMTL opera con funciones y competencias reglamentadas, definiendo sus objetivos principales.
		1.2.2. Los actores públicos, comunitarios y privados del sector han suscrito el compromiso de aceptar las funciones planificadoras, fiscalizadores y de seguimiento del CMTL para la implementación del Plan Estratégico.
		1.2.3. Se estructura y opera una comisión técnica de apoyo al CMTL conformada por instituciones públicas, privadas y particulares con conocimientos específicos para los temas de interés del CMTL.
	1.3. Promover organizaciones sectoriales e intersectoriales estructuradas y operativas	1.3.1. Los prestadores de servicios turísticos están legalmente constituidos, registrados y categorizados por las autoridades competentes, dando seguridad e información sobre los servicios ofrecidos.
		1.3.2. La organización de los sectores a nivel municipal (operadores, gastronómica, hotelero, transporte, guías y otros prestadores de servicios turísticos) los hace representativos y definir sus políticas sectoriales.
		1.3.3. Las organizaciones sectoriales estructuradas en una organización intersectorial representativa que promueve visiones, políticas y acciones conjuntas.
	1.4. Organizar un Consejo de Turismo del Destino que integre a actores públicos, privados y comunitarios bajo una visión de destino	1.4.1. Se construye, estructura y organiza un Consejo de Turismo del Destino a partir de las instituciones públicas, organizaciones sociales y sectoriales del destino, promoviendo una visión de destino.
2. Información e implementación aplicada al turismo	2.1. Disponer de información estadística y técnica sobre turismo en los municipios de Trinidad y Loreto	2.1.1. Las políticas y estrategias de desarrollo turísticos se adoptan empleando la información estadística levantada por los GAM de Trinidad y Loreto, en coordinación con la DDT, en sus jurisdicciones.
		2.1.2. El Observatorio de Turismo realiza anualmente estudios sobre los aspectos priorizados por la INSTO y los consejo de turismo de Trinidad y Loreto, facilitando su adaptación a las tendencias de mercado y monitorear su impacto.
		2.1.3. La población local apoya las políticas de turismo al estar informada sobre la situación del mismo y sus impactos (económicos, sociales, etc.).

3. Desarrollo de condiciones básicas	3.1. Generar las normativas de turismo específicas (municipios y las APM), enmarcadas en la normativa nacional, departamental y sujeta a los criterios globales de turismo sostenible	Trinidad regula la actividad turística mediante su normativa municipal elaborada bajo criterios de sostenibilidad.
		El APM Ibare-Mamoré ordena la actividad turística con su normativa específica sustentada en el RGOTAP
		El GAM de Trinidad elabora y aplica su ley de SISCO para el APM Ibare-Mamoré, promoviendo su sostenibilidad.
		Loreto regula la actividad turística mediante su normativa municipal elaborada bajo criterios de sostenibilidad.
		El APM Gran Mojos ordena la actividad turística con su normativa específica sustentada en el RGOTAP.
		El GAM de Loreto elabora y aplica su ley de SISCO para el APM Gran Mojos, promoviendo su sostenibilidad.
		El APM Gran Mojos dispone y aplica su normativa y zonificación pesquera, ordenando la actividad y promoviendo la sostenibilidad del recurso.
	3.2. Disponer de saneamiento básico sustentable en capitales municipales	La implementación del saneamiento básico moderno y responsable en las capitales municipales del destino promueve el desarrollo de ciudades turísticas.
	3.3. Elaborar normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria	3.3.1. Trinidad y Loreto elaboran y aplican la normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria, garantizando la inocuidad alimentaria.
	3.4. Generar un cuerpo normativo sobre ordenamiento urbano para las ciudades de Trinidad y Loreto que permita su desarrollo turístico	3.4.1. Trinidad y Loreto elaboran y aplican un cuerpo normativo para el adecuado ordenamiento urbano de la ciudad encaminado a su posicionamiento turístico (protección de casco histórico, uso comercial de galerías, aceras, ruido, etc.).
	3.5. Fortalecer la seguridad y garantías para los turistas en el destino	3.5.1. Se dispone de un cuerpo de Policía Turística en Trinidad, con manual de funciones, capacitado y equipado, con jurisdicción en el área del destino.
		3.5.2. Los cuerpos de guardaparques de las APM están capacitados y equipados para ejercer control y seguridad a la operación turística dentro de sus APM.
		3.5.3. Opera una oficina departamental para atención eficiente de denuncias, quejas y reclamos para los turistas.
		3.5.4. La seguridad en los paseos fluviales es garantizada mediante normativa y el control ejercido por los guardaparques y la Fuerza Naval.
		3.5.5. Los visitantes reciben información puntual y confiable sobre las medidas que debe adoptar para evitar enfermedades y accidentes, así como la ubicación de los centros de atención sanitaria.
	3.6. Desarrollar la estrategia de promoción y mercadeo con base en mercados objetivo	3.6.1. La identificación y análisis de los mercados objetivos (local, nacional e internacional) para los diferentes productos turísticos hace más eficiente las inversiones y genera mayor número de visitas.
		3.6.2. Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado local.
		3.6.3. Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado nacional.
		3.6.4. Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado internacional.
		3.6.5. La incorporación de los principios de turismo sostenible a la estrategia de mercadeo atrae a más visitantes con mayor responsabilidad y capacidad de gasto.
		3.6.6. La aplicación (app) generada sobre los servicios y productos turísticos existentes facilita la visita a los atractivos turísticos.
		3.6.7. Se crea un espacio virtual de información al turista para facilitar el conocimiento de productos y servicios a los visitantes.

	3.7. Señalizar las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos	3.7.1. Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos están señalizadas de acuerdo con la normativa nacional, ofreciendo información relevante natural y cultural, límites y normativa establecida en sus planes de manejo.
	3.8. Generar y consolidar la imagen de marca del destino	3.8.1. La marca del destino (logotipo y eslogan) ha sido elaborada con los elementos identificativos del paisaje y la cultura de los Llanos de Moxos.
		3.8.2. El material de promoción de servicios y productos turísticos incorporan la marca del destino.
		3.8.3. Los emprendimientos de turismo incorporan los elementos naturales y culturales identificativos del entorno.
	3.9. Desarrollar las marcas de la ciudad de Trinidad y de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos	3.9.1. Trinidad desarrolla su marca con los elementos significativos de la ciudad turística que se desea organizar.
		3.9.2. Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos generan sus marcas a partir de sus elementos naturales y culturales identificativos.
	3.10. Realizar las infraestructuras públicas y comunitarias básicas en el destino	3.10.1. El albergue en la localidad de Camiaco promueve el turismo familiar y genera ingresos y trabajo para la comunidad.
		3.10.2 La comunidad de Loma del Masí dispone de las infraestructuras turísticas necesarias para iniciar la actividad (baño, cocina, área de camping).
3.11. Mejorar los accesos y asegurar la operatividad anual de los productos turísticos	3.11.1. Hay actividad turística durante todo el año en Loreto y Camiaco por la mejora y estabilización de su carretera.	
3.12. Incorporar y/o mejorar los servicios de telefonía e internet en los productos turísticos	3.12.1. La presencia de servicios de telefonía en internet en los diferentes productos turísticos facilita su desarrollo.	
3.13. Promover afinidad y priorización del turismo en el destino	3.13.1. La estrategia de sensibilización y afinidad de la población y las autoridades respecto del turismo fortalece su priorización en la gestión pública.	
4. Internalización de costos ambientales y culturales	4.1. Contribuir a las políticas de conservación natural y cultural del destino	4.1.1. La aplicación de los Criterios Globales de Turismo Sostenible fortalece los objetivos de conservación y autofinanciamiento de las APM.
		4.1.2. Los servicios turísticos aplican sistemas de Buenas Prácticas (ambiental, social, cultural y económico) en la actividad turística.
		4.1.3. El Código Ético de Conducta para los visitantes promueve un turismo responsable.
	4.2. Contribuir a la elaboración de los planes de manejo de las APM para incorporar su zonificación turística.	4.2.1. Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos disponen de plan de manejo y su zonificación de usos incorpora el turismo.
	4.3. Apoyar efectivamente las políticas de valorización y conservación de las culturas indígenas y tradicionales	4.3.1. Los prestadores de servicios turísticos promueven e incorporan los productos sostenibles locales y con raíces culturales del destino, agregando valor al producto turístico.
		4.3.2. Los productos y servicios turísticos integran y promueven las culturas indígenas y tradicionales en sus actividades.
		4.3.3. Las comunidades indígenas elaboran artesanías con calidad y certificación de origen adecuada a las tendencias de mercado.
		4.3.4. Los productos turísticos culturales de los pueblos indígenas han sido definidos por decisiones internas, promoviendo su autenticidad.
	4.4. Desarrollar un manejo ambiental bajo los criterios de turismo sostenible en todo el destino	4.4.1. Los servicios turísticos del destino en las APM y comunidades operan con sistemas ambientales de manejo de residuos sólidos, líquidos y energía ambientalmente responsables.
		4.4.2. Los sistemas de monitoreo de las APM incorporan indicadores de impacto para la actividad turística, tanto en lo ambiental como lo cultural, social y económico.
		4.4.3. La política de sensibilización ambiental de la población reduce la presencia de basura en área urbana y rural del destino.

5. Desarrollo de oportunidades con igualdad de condiciones	5.1. Promover la capacitación permanente de los diferentes prestadores de servicios turísticos	5.1.1. La formación especializada de guías de turismo en los diferentes productos y servicios turísticos mejora la atención al cliente y la calidad de la oferta turística.
		5.1.2. Las capacitaciones en marketing y venta virtual de los prestadores de servicios turísticos incrementan el flujo turístico al destino.
		5.1.3. Las capacitaciones de los prestadores de servicios turísticos en atención al cliente y buenas prácticas en turismo mejoran el nivel de satisfacción de los visitantes.
		5.1.4. Las capacitaciones en gestión empresarial, sostenibilidad, nuevas tecnologías y tendencias del turismo, entre otros aspectos clave, promueve la sostenibilidad, adecuación e innovación de los productos turísticos.
5.2. Incentivar el mercado local y nacional	5.2.1. La iniciativa de apoyo y fomento al turismo familiar local y nacional mediante ofertas planificadas promueve la vista al destino	
6. Orientación para el desarrollo competitivo empresarial	6.1. Generar un sistema de gestión empresarial para la actividad turística de acuerdo a las necesidades locales	6.1.1. Las alianzas estratégicas y/o la Empresa Municipal de Turismo promueve, mercadea y apoya la logística para la operación turística en los emprendimientos de turismo de las áreas rurales.
	6.2. Impulsar servicios y productos turísticos auténticos e integrales	6.2.1. El centro gastronómico-cultural creado genera una oferta turística basada en la gastronomía tradicional y los productos locales. 6.2.2. El fomento y capacitación para generar una artesanía identificativa, de calidad y sostenible, permite su integración al desarrollo turístico regional.
	6.3. Normalizar a todos los prestadores de servicios turísticos	6.3.1. Los prestadores de servicios turísticos del destino están categorizados y acreditados como establece la norma, ofreciendo calidad y seguridad a los visitantes.
7. Impulso para el desarrollo prioritario del turismo comunitario	7.1. Fortalecer a pueblos indígenas para generar y gestionar productos turísticos	7.1.1. La ley departamental para el desarrollo del turismo comunitario facilita su promoción y desarrollo con financiación y equipamiento.
		7.1.2. Los emprendimientos comunitarios del destino cuentan con financiación para sus emprendimientos y equipamiento.
		7.1.3. Los emprendimientos turísticos comunitarios de pueblos indígenas y campesinos están capacitados en gerencia, administración y mercadeo, y sus organizaciones comunales y supracomunales tienen capacidades para apoyarlos y supervisarlos.
		7.1.4. El apoyo técnico a los emprendimientos comunitarios a través del CMTT y CMTL mejoran su competitividad y gestión.
		7.1.5. El desarrollo de productos artesanales y tradicionales en las comunidades ribereñas con actividad turística mejora su oferta y genera actividad económica sostenible.
8. Desarrollo de productos	8.1. Desarrollar la estrategia de diversificación e integración de productos turísticos del destino	8.1.1. Las mejoras en la gestión de los productos turísticos consolidados mejoran su oferta y generan mayor sostenibilidad.
		8.1.2. El ordenamiento de Trinidad como ciudad turística genera circuitos que integran y desarrollan la oferta urbana y la rural en el destino.
		8.1.3. El recurso turístico arqueológico precolombino se ha puesto en valor y opera como producto dentro de las rutas turísticas.
		8.1.4. La ruta gastronómica se formaliza y promueve una gastronomía tradicional, de calidad, sostenible y fomento del uso de la artesanía local.
		8.1.5. La integración de rutas asociadas a las especies endémicas y emblemáticas del destino (paraba barba azul, bufeo) mejoran la competitividad del destino.
		8.1.6. El producto de turismo en estancias ganaderas enriquece la oferta turística e involucra a nuevos actores.
		8.1.7. Los productos turísticos culturales de los pueblos indígenas operan dentro de los circuitos turísticos del destino y mejoran la competitividad del destino.
		8.1.8. El turismo de pesca deportiva normado y zonificado genera sostenibilidad y más ingresos a la población local y el municipio.

## CAPÍTULO 5.

# Implementación del Plan Estratégico de Turismo del Destino

### 5.1. Plan operativo para la implementación del Plan Estratégico de Turismo del Destino

Para la implementación del Plan Estratégico de Turismo del destino se ha establecido, para cada mandato, objetivos y políticas estratégicas, el indicador de cada política, la meta a 10 años, las principales acciones estratégicas a realizar con su indicador de proceso, el/los responsable(s) de la acción, la línea de base y las metas a alcanzar para los primeros cinco años (Tabla 23).

TABLA 23. Plan operativo del Plan Estratégico de Turismo

MANDATO 1: Coordinación interinstitucional e intersectorial								
OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.1.	Consolidar el Consejo Municipal de Turismo de Trinidad (CMTT) y su comisión técnica de apoyo.							
POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.1.1.	El CMTT opera con funciones y competencias reglamentadas, definiendo sus objetivos principales.							
INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.1.1.	Actas de constitución y aprobación del Reglamento del CMTT.							
META A 2031	El CMTT participa activamente en la implementación del Plan Estratégico de Turismo y la definición de políticas y acciones estratégicas de desarrollo turístico del destino.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Conformar el CMTT con los actores clave identificados	Acta de constitución del CMTT	GAM Trinidad	Existe un CMTT con el que se ha trabajado el Plan Estratégico	100%				
Formular y aprobar el Reglamento del CMTT, con funciones, roles y competencias definidos	Acta de aprobación del Reglamento del CMTT. Informe de proceso	GAM Trinidad	0	100%				
Realizar las reuniones ordinarias (mínimas) y extraordinarias del CMTT	Nº de Actas de reunión del CMTT	CMTT	0	2	2	2	2	2

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.1.2.</b>	Los actores públicos, comunitarios y privados del sector han suscrito el compromiso de aceptar las funciones planificadoras, fiscalizadores y de seguimiento del CMTT para la implementación del Plan Estratégico.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.1.2.</b>	Nº de acuerdos suscritos con actores públicos y privados de aceptación de las funciones del CMTT para la implementación del Plan Estratégico.								
<b>META A 2031</b>	La ejecución del Plan Estratégico es monitoreada por el CMTT.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar el acuerdo conjunto entre actores públicos, comunitarios y privados con compromisos de trabajo y cronograma a 10 años	Acuerdo conjunto para implementación del Plan Estratégico elaborado	GAM Trinidad	0	100%					
Suscribir los actores públicos, comunitarios y privados el acuerdo para implementar el Plan Estratégico	Acuerdo conjunto suscrito por actores	GAM Trinidad	0	100%					
Monitorear las acciones estratégicas realizadas para la implementación del Plan Estratégico	Nº de eventos de monitoreo realizados	CMTT	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.1.3.</b>	Se estructura y opera una comisión técnica de apoyo al CMTT conformada por instituciones públicas, privadas y particulares con conocimientos específicos para los temas de interés del CMTT.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.1.3.</b>	Acta de constitución de la comisión técnica de apoyo al CMTT.								
<b>META A 2031</b>	La Comisión Técnica de Apoyo al CMTT participa de las reuniones solicitadas por el CMTT.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Conformar la comisión técnica de apoyo al CMTT	Acta de conformación de la comisión técnica con participantes	GAM Trinidad	0	100%					
Asesoramiento técnico permanente al CMTT	Nº de reuniones con presencia de la comisión técnica	CMTT	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.2.</b>	Consolidar el Consejo Municipal de Turismo de Loreto (CMTL) y su comisión técnica de apoyo.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.2.1.</b>	El CMTL opera con funciones y competencias reglamentadas, definiendo sus objetivos principales.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.2.1.</b>	Actas de constitución y aprobación del Reglamento del CMTL.								
<b>META A 2031</b>	El CMTL participa activamente en la implementación del Plan Estratégico de Turismo y la definición de políticas y acciones estratégicas de desarrollo turístico del destino.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Conformar el CMTL con los actores clave identificados	Acta de constitución del CMTL	GAM Loreto	Existe un CMTL con el que se ha trabajado el Plan Estratégico	100%					
Elaborar y aprobar el Reglamento del CMTL, con funciones, roles y competencias definidos	Acta de aprobación del Reglamento del CMTL. Informe de proceso	GAM Loreto	0	100%					
Realizar reuniones ordinarias (mínimas) y extraordinarias del CMTL	Nº de Actas de reunión del CMTL	CMTL	0	2	2	2	2	2	2

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.2.2.</b>	Los actores públicos, comunitarios y privados del sector han suscrito el compromiso de aceptar las funciones planificadoras, fiscalizadoras y de seguimiento del CMTL para la implementación del Plan Estratégico.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.2.2.</b>	Nº de acuerdos suscritos con actores públicos y privados de aceptación de las funciones del CMTL para la implementación del Plan Estratégico.								
<b>META A 2031</b>	La ejecución del Plan Estratégico es monitoreada por el CMTL.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar el acuerdo conjunto entre actores públicos, comunitarios y privados con compromisos de trabajo y cronograma a 10 años	Acuerdo conjunto para implementación del Plan Estratégico elaborado	GAM Loreto	0	100%					
Suscribir los actores públicos, comunitarios y privados el acuerdo para implementar el Plan Estratégico	Acuerdo conjunto suscrito por actores	GAM Loreto	0	100%					
Monitorear las acciones estratégicas realizadas para la implementación del Plan Estratégico	Nº de eventos de monitoreo realizados	CMTL	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.2.3.</b>	Se estructura y opera una comisión técnica de apoyo al CMTL conformada por instituciones públicas, privadas y particulares con conocimientos específicos para los temas de interés del CMTL.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.2.3.</b>	Acta de constitución de la Comisión Técnica de apoyo al CMTL.								
<b>META A 2031</b>	La comisión técnica de apoyo al CMTL participa de las reuniones solicitadas por el CMTL.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Conformar la comisión técnica de apoyo al CMTL	Acta de conformación de la comisión técnica con participantes	GAM Loreto	0	100%					
Asesoramiento técnico permanente al CMTL	Nº de reuniones con presencia de la comisión técnica	CMTL	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.3.</b>	Promover organizaciones sectoriales e intersectoriales estructuradas y operativas.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.3.1.</b>	Los prestadores de servicios turísticos están legalmente constituidos, registrados y categorizados por las autoridades competentes, dando seguridad e información sobre los servicios ofrecidos.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.3.1.</b>	Porcentaje de prestadores de servicios turísticos legalmente constituidos y categorizados.								
<b>META A 2031</b>	El total de los prestadores de servicios turísticos del destino operan legalmente y ofrecen información veraz sobre sus servicios.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Levantar información de prestadores de servicios turísticos en el destino	Listas de prestadores de servicios turísticos operando en el destino	GAD Beni GAM Trinidad GAM Loreto	Hay listas de prestadores de servicios turísticos incompletas en GAM Trinidad y Loreto	100%					
Registro y categorización de todos los prestadores de servicios turísticos en el destino	% de prestadores de servicios turísticos registrados y categorizados	GAD Beni	Ya están registrados y categorizados muchos servicios turísticos en Trinidad	70%	90%	100%			



<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.3.2.</b>	La organización de los sectores a nivel municipal (operadores, gastronómica, hotelero, transporte, guías y otros prestadores de servicios turísticos) los hace representativos y definir sus políticas sectoriales.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.3.2.</b>	Cantidad de organizaciones sectoriales legalmente constituidas y operativas.								
<b>META A 2031</b>	Los diferentes sectores relacionados directamente con la actividad turística están organizados, legalmente constituidos y reconocidos por las autoridades sectoriales.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Convocar a cada sector para evaluar su nivel de organización y necesidades	Nº de reuniones organizadas con cada sector	GAM Trinidad y Loreto	0	3	4	4	4	4	
Formalizar internamente las organizaciones sectoriales	Actas de reunión de cada organización sectorial	GAM Trinidad y Loreto Organizaciones sectoriales	Las actuales organizaciones son, en general, poco representativas y eficientes	50%	100%				
Establecer legalmente las organizaciones sectoriales que lo requieran	% de organizaciones sectoriales legalmente constituidas	GAD Beni	Algunas organizaciones sectoriales están legalmente constituidas	50%	100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.3.3.</b>	Las organizaciones sectoriales estructuradas en una organización intersectorial representativa que promueve visiones, políticas y acciones conjuntas.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.3.3.</b>	Acta de constitución de la organización intersectorial del destino.								
<b>META A 2031</b>	La organización intersectorial estructurada es representativa de todos los sectores e impulsa las políticas de turismo ante las instancias competentes.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Reunir a todas las organizaciones sectoriales del destino	Acta de reunión	GAD Beni, GAM Trinidad, GAM Loreto	0	2					
Conformar la organización intersectorial	Acta de constitución de la organización intersectorial	Organizaciones sectoriales	0		100%				
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.4.</b>	Organizar un Consejo de Turismo del destino que integre a actores públicos, privados y comunitarios bajo una visión de destino.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.4.1.</b>	Se construye, estructura y organiza un Consejo de Turismo del destino a partir de las instituciones públicas, organizaciones sociales y sectoriales del destino, promoviendo una visión de destino.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 1.4.1.</b>	Acta de constitución y aprobación del reglamento del Consejo de Turismo del Destino (CTD)								
<b>META A 2031</b>	El Consejo de Turismo del Destino implementa las políticas turísticas del destino.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Conformar el CTD con los actores clave del destino	Acta de constitución del CTD	GAD Beni	Existe una propuesta para su conformación		100%				
Formular y aprobar el Reglamento del CTD, con funciones, roles y competencias definidos	Acta de aprobación del Reglamento del CTD. Informe de proceso	CTD	0		100%				
Realizar reuniones ordinarias (mínimas) y extraordinarias del CTD	Nº de Actas de reunión del CTD	CTD	0	0	2	2	2	2	

MANDATO 2: Información e implementación aplicada al turismo								
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 2.1.</b>	Disponer de información estadística y técnica sobre turismo en los municipios de Trinidad y Loreto.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 2.1.1.</b>	Las políticas y estrategias de desarrollo turísticos se adoptan empleando la información estadística levantada por los GAM de Trinidad y Loreto, en coordinación con la DDT, en sus jurisdicciones.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 2.1.1.</b>	Datos estadísticos de turismo y evaluaciones anuales en los municipios de Trinidad y Loreto.							
<b>META A 2031</b>	Hay datos estadísticos confiables en Trinidad y Loreto, analizados y compartidos con el Estado y actores interesados.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Capacitar a los municipios de Trinidad y Loreto para levantar información estadística de turismo y evaluarla.	100% de los municipios recogen información estadística de turismo y evalúan	GAM Trinidad GAM Loreto	El GAD Beni tiene datos sobre hospedaje en Trinidad	60%	100%	100%	100%	100%
Entregar los informes a los niveles del Estado que correspondan y socializarlos para toda la población	Nº de actas de entrega de informes. Nº eventos de socialización	GAM Trinidad GAM Loreto	0	0	2	2	2	2
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 2.1.2.</b>	El Observatorio de Turismo realiza anualmente estudios sobre los aspectos priorizados por la INSTO y los consejos de turismo de Trinidad y Loreto, facilitando su adaptación a las tendencias de mercado y monitorear su impacto.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 2.1.2.</b>	Nº de estudios y evaluaciones realizados por el Observatorio de Turismo anualmente.							
<b>META A 2031</b>	Se realizan estudios y evaluaciones permanentes de la actividad y el mercado turístico en el destino que orienta las políticas estratégicas públicas y privadas.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Conformar el Observatorio del Destino (OT) con las 3 universidades de Trinidad y los municipios de Trinidad y Loreto	Acta de conformación del OT	GAM Trinidad GAM Loreto Universidades	Se han mantenido varias reuniones entre el GAM de Trinidad y las tres universidades		100%			
Realizar los estudios y evaluaciones anuales sobre la actividad y el mercado turístico en el destino	Nº de estudios y evaluaciones realizados por el OT	OT	0		2	≤ 4	≤ 4	≤ 4
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 2.1.3.</b>	La población local apoya las políticas de turismo al estar informada sobre la situación del mismo y sus impactos (económicos, sociales, etc.).							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 2.1.3.</b>	Porcentaje de población informada sobre los impactos de la actividad turística.							
<b>META A 2031</b>	La población del destino y los tomadores de decisiones conocen los impactos económicos, sociales y ambientales de la actividad turística del destino.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
El Observatorio de Turismo realiza anualmente un estudio de impacto sobre la actividad turística en el destino	Informe anual de impactos de la actividad turística	OT	0	0	1	1	1	1

MANDATO 3: Desarrollo de condiciones básicas								
OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.1.	Generar las normativas de turismo específicas (municipios y las APM), enmarcadas en la normativa nacional, departamental y sujeta a los criterios globales de turismo sostenible							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.1.</b>	El municipio de Trinidad regula la actividad turística mediante su normativa municipal elaborada bajo criterios de sostenibilidad.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.1.</b>	Normativas de turismo de Trinidad realizadas de manera concertada y promulgadas.							
<b>META A 2031</b>	La normativa turística del municipio de Trinidad ordena la actividad turística en su jurisdicción.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Elaborar la propuesta normativa para el municipio de Trinidad	Propuesta de Ley Municipal y Reglamento	GAM Trinidad	0	100%				
Revisar la propuesta por CMTT y otros actores relevantes	Acta de presentación y revisión por el CMTT	GAM Trinidad CMTT Organizaciones sociales y sectoriales	0	100%				
Promulgar la ley municipal y su reglamento	Norma promulgada	GAM Trinidad	0	100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.2.</b>	El APM Ibare-Mamoré ordena la actividad turística con su normativa específica sustentada en el RGO-TAP.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.2.</b>	Normativa de turismo del APM Ibare-Mamoré concertada y aprobada.							
<b>META A 2031</b>	La normativa de turismo del APM Ibare-Mamoré ordena la actividad turística en su espacio.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Elaborar la propuesta normativa para el APM Ibare-Mamoré	Propuesta de normativa para el APM	GAM Trinidad	0	100%				
Revisar la propuesta por CMTT y otros actores relevantes	Acta de presentación y revisión por el CMTT	GAM Trinidad CMTT Organizaciones sociales	0	100%				
Promulgar la normativa para el APM	Norma promulgada	GAM Trinidad	0	100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.3.</b>	El GAM de Trinidad elabora y aplica su Ley de SISCO para el APM Ibare-Mamoré, promoviendo su sostenibilidad.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.3.</b>	Ley de SISCO para el APM Ibare-Mamoré realizada de manera concertada y promulgada.							
<b>META A 2031</b>	Mediante el SISCO se logra autofinanciar, por lo menos, el programa básico del APM.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Elaborar la propuesta de ley SISCO para el APM Ibare-Mamoré	Propuesta de Ley SISCO para Ibare-Mamoré	GAM Trinidad	0	100%				
Revisar la propuesta de Ley SISCO por CMTT y otros actores relevantes	Acta de presentación y revisión por el CMTT	GAM Trinidad CMTT Organizaciones sociales y sectoriales	0	100%				
Promulgar la ley SISCO para el APM Ibare-Mamoré	Norma promulgada	GAM Trinidad	0	100%				

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.4.</b>	Loreto regula la actividad turística mediante su normativa municipal elaborada bajo criterios de sostenibilidad.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.4.</b>	Normativas de turismo de Loreto realizadas de manera concertada y promulgadas.								
<b>META A 2031</b>	La normativa turística del municipio de Loreto ordena la actividad turística en su jurisdicción.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar la propuesta normativa para el municipio de Loreto	Propuesta de Ley Municipal y Reglamento	GAM Loreto	0	100%					
Revisar la propuesta por CMTL y otros actores relevantes	Acta de presentación y revisión por el CMTL	GAM Loreto CMTL Organizaciones sociales y sectoriales	0	100%					
Promulgar la ley municipal y su reglamento	Norma promulgada	GAM Loreto	0	100%					
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.5.</b>	El APM Gran Mojos ordena la actividad turística con su normativa específica sustentada en el RGOTAP.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.5.</b>	Normativa de turismo del APM Gran Mojos concertada y aprobada.								
<b>META A 2031</b>	La normativa de turismo del APM Gran Mojos ordena la actividad turística en su espacio.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar la propuesta normativa para el APM Gran Mojos	Propuesta de normativa para el APM	GAM Loreto	0	100%					
Revisar la propuesta por CMTL y otros actores relevantes	Acta de presentación y revisión por el CMTT	GAM Loreto CMTL Organizaciones sociales y sectoriales	0	100%					
Promulgar la normativa para el APM	Norma promulgada	GAM Loreto	0	100%					
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.6.</b>	El GAM de Loreto elabora y aplica su ley de SISCO para el APM Gran Mojos, promoviendo su sostenibilidad.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.6.</b>	Ley de SISCO para el APM Gran Mojos realizada de manera concertada y promulgada.								
<b>META A 2031</b>	Mediante el SISCO se logra autofinanciar, por lo menos, el programa básico del APM.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar la propuesta de ley SISCO para el APM Gran Mojos	Propuesta de ley SISCO para Gran Mojos	GAM Loreto	0	100%					
Revisar la propuesta de Ley SISCO por CMTL y otros actores relevantes	Acta de presentación y revisión por el CMTL	GAM Loreto CMTL Organizaciones sociales y sectoriales	0	100%					
Promulgar la ley SISCO para el APM Gran Mojos	Norma promulgada	GAM Loreto	0	100%					

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.7.</b>	El APM Gran Mojos dispone y aplica su normativa y zonificación pesquera, ordenando la actividad y promoviendo la sostenibilidad del recurso.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.1.7.</b>	Normativa y zonificación pesquera para el APM Gran Mojos realizada de manera concertada y promulgada.								
<b>META A 2031</b>	La actividad pesquera en el APM Gran Mojos está ordenada y es sostenible.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar la propuesta normativa y zonificación pesquera para el APM Gran Mojos	Propuesta normativa y de zonificación pesquera para Gran Mojos	GAM Loreto	0	50%	100%				
Revisar la propuesta normativa y zonificación por CMTL y otros actores relevantes	Acta de presentación y revisión por el CMTL	GAM Loreto CMTL Organizaciones sociales y sectoriales	0		100%				
Promulgar la normativa y zonificación pesquera para el APM Gran Mojos	Norma promulgada	GAM Loreto	0		100%				
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.2.</b>	Disponer de saneamiento básico sustentable en capitales municipales.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.2.1.</b>	La implementación del saneamiento básico moderno y responsable en las capitales municipales del destino promueve el desarrollo de ciudades turísticas.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.2.1.</b>	% de aguas servidas y residuos sólidos generados en las capitales municipales son tratadas de manera ambientalmente moderna y eficiente.								
<b>META A 2031</b>	Al menos un 70% de la población de Trinidad y Loreto es beneficiada por un sistema de alcantarillado con tratamiento de aguas y de recojo y manejo de residuos sólidos.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Realizar los proyectos de alcantarillado y rellenos sanitario para las capitales municipales del destino	Estudios de prefactibilidad realizados	GAM Trinidad GAM Loreto	Trinidad cuenta con varias propuestas y hay cierta implementación		100%				
Implementar los sistemas de alcantarillado y relleno sanitario en las capitales municipales	Nº de hogares: a) Conectados al alcantarillado; b) Beneficiados por el sistema de recojo y tratamiento selectivo de basuras	GAM Trinidad GAM Loreto	En Trinidad hay casas conectadas a alcantarillado y con recojo de basura, pero sin tratamiento. En Loreto no hay			50%		70%	

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.3.		Elaborar normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.3.1.</b>		Trinidad y Loreto elaboran y aplican la normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria, garantizando la inocuidad alimentaria.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.3.1.</b>		Normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria realizados de manera concertada y difundidos.							
<b>META A 2031</b>		El destino es reconocido por su seguridad e higiene alimentaria.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar la propuesta normativa y protocolos sobre higiene y seguridad alimentaria	Propuesta de normativa y protocolos	GAM Trinidad GAM Loreto	0		100%				
Revisar la propuesta normativa y protocolos por CMTT y CMTL junto con otros actores relevantes	Acta de presentación y revisión por el CMTT y CMTL	GAM Trinidad GAM Loreto CMTT, CMTL Organizaciones sociales y sectoriales	0		100%				
Promulgar y socializar la normativa y protocolos sobre higiene y seguridad alimentaria	Normas y protocolos aprobados. Nº eventos de socialización	GAM Trinidad GAM Loreto	0		100%				
OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.4.		Generar un cuerpo normativa sobre ordenamiento urbano para Trinidad y Loreto que permita su desarrollo turístico.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.4.1.</b>		Trinidad y Loreto elaboran y aplican un cuerpo normativo para el adecuado ordenamiento urbano de las ciudades encaminado a su posicionamiento turístico (protección de casco histórico, uso comercial de galerías, aceras, ruido, etc.).							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.4.1.</b>		Incremento anual (%) del flujo de visitantes a Trinidad y Loreto.							
<b>META A 2031</b>		Trinidad y Loreto son atractivos turísticos consolidados y recomendados.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar una propuesta integral de planificación urbana de Trinidad y Loreto encaminada a crear ciudades turísticas	Propuesta de planificación urbana de Trinidad y Loreto	GAM Trinidad GAM Loreto CMTT, CMTL	0	100%					
Implementar la propuesta de planificación urbana	Porcentaje de avance sobre la planificación urbana propuesta	GAM Trinidad GAM Loreto	0		15%	25%	40%	50%	
OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.5.		Fortalecer la seguridad y garantías para los turistas en el destino.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.1.</b>		Se dispone de un cuerpo de Policía Turística en Trinidad, con manual de funciones, capacitado y equipado, con jurisdicción en el área del destino.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.1.</b>		Cantidad de policías capacitados y activos como Policía Turística en el destino.							
<b>META A 2031</b>		La Policía Turística especializada genera alta seguridad para los visitantes del destino.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Estructurar Policía Turística en Trinidad	Nº de policías capacitados y equipados como Policía Turística. Manual de funciones	Comandancia de Policía	0	6	10	10	10	10	

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.2.</b>	Los cuerpos de guardaparques de las APM están capacitados y equipados para ejercer control y seguridad a la operación turística dentro de sus APM.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.2.</b>	Cantidad de guardaparques capacitados en turismo y apoyo a la actividad bajo criterios de buenas prácticas.								
<b>META A 2031</b>	Los guardaparques dan seguridad a los visitantes en sus APM.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Capacitar a los guardaparques de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos en turismo y seguridad a los visitantes	% de guardaparques capacitados en turismo y seguridad	GAM Trinidad GAM Loreto	No hay guardaparques en Ibare-Mamoré y no está consolidado aún en Gran Mojos	0%	100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.3.</b>	Opera una oficina departamental para atención eficiente de denuncias, quejas y reclamos para los turistas.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.3.</b>	Oficina departamental de quejas y denuncias para visitantes operativa.								
<b>META A 2031</b>	Los visitantes del destino saben que existe una oficina departamental para denuncias y quejas.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Establecer formalmente una oficina departamental para quejas y denuncias de los visitantes con personal capacitado y un sitio web.	Lugar de la oficina. Personal asignado. Sitio web operativo	GAD Beni	Se pueden hacer denuncias y quejas en la oficina de la DDT, pero no es formal ni hay web		100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.4.</b>	La seguridad en los paseos fluviales es garantizada mediante normativa y el control ejercido por los guardaparques y la Fuerza Naval.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.4.</b>	Normativa de seguridad fluvial y control en puertos.								
<b>META A 2031</b>	Todas las actividades fluviales que realizan los visitantes al destino son seguras, controladas y respetan la normativa.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar normativa sobre seguridad para actividades fluviales en las APM Ibare-Mamoé y Gran Mojos.	Normativa elaborada y promulgada	GAM Trinidad GAM Loreto	Hay una normativa general para el país, pero no necesariamente se cumple	100%					
Ejercer control en los puertos turísticos.	Nº de acciones de control realizadas en puertos	GAM Trinidad GAM Loreto Fuerza Naval	En algún puerto hay control de la naval, pero no es permanente ni en todos los puertos		100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.5.</b>	Los visitantes reciben información puntual y confiable sobre las medidas que debe adoptar para evitar enfermedades y accidentes, así como la ubicación de los centros de atención sanitaria.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.5.5.</b>	% de visitantes que reciben información sobre su seguridad sanitaria								
<b>META A 2031</b>	El destino es reconocido por su seguridad sanitaria.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Establecer de manera concertada la información sobre seguridad sanitaria que debe llegar a los turistas	Información a difundir concertada	CMTT CMTL	0%		100%				

Incorporar la información sanitaria establecida a los medios de información de visitantes públicos y privados	% de instancias públicas y privadas relacionadas con el sector que difunden las medidas sanitarias	GAM Trinidad GAM Loreto Prestadores servicios turísticos	Es muy poco frecuente dar esta información a los visitantes	50%	80%	100%		
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.6.</b>	Desarrollar la estrategia de promoción y mercadeo con base en mercados objetivo.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.1.</b>	La identificación y análisis de los mercados objetivos (local, nacional e internacional) para los diferentes productos turísticos hace más eficiente las inversiones y genera mayor número de visitas.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.1.</b>	Análisis de los mercados objetivos por producto turístico del destino.							
<b>META A 2031</b>	Los esfuerzos de promoción y mercadeo de los productos turísticos se dirigen a sus mercados objetivos y es actualizado periódicamente.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Realizar análisis de mercados objetivos por producto turístico del destino	Documento/s de análisis de mercados	CMTT CMTL	Hay algunos análisis para algunos productos	100%			100%	
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.2.</b>	Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado local atractivos.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.2.</b>	Incremento anual (%) del flujo de visitantes locales a los del destino y número de eventos de promoción al turismo local realizados.							
<b>META A 2031</b>	El flujo de turismo local a los atractivos del destino se incrementa anualmente un mínimo del 5%.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Realizar eventos de promoción a turismo local en el destino	Nº eventos anuales de promoción a mercado local	GAM Trinidad GAM Loreto Prestadores servicios turísticos	0	2	3	4	5	5
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.3.</b>	Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado nacional.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.3.</b>	Incremento anual (%) del flujo de visitantes nacionales y nº de eventos de promoción al turismo nacional realizados.							
<b>META A 2031</b>	El destino consolida el mercado nacional que representa, al menos, un 60% anual de los visitantes a los atractivos turísticos.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Realizar la estrategia de promoción y mercadeo para el turismo nacional	Estrategia elaborada y concertada	CMTT CMTL	No existe	100%			100%	
Implementar la estrategia	Nº de eventos anuales de promoción para el mercado nacional	GAM Trinidad GAM Loreto Prestadores servicios turísticos	Hay una promoción, pero no bajo estrategia	2	3	5	5	5



<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.4.</b>	Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado internacional.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.4.</b>	Incremento anual (%) del flujo de visitantes internacionales y nº de eventos de promoción al turismo internacional realizados.								
<b>META A 2031</b>	El destino consolida el mercado internacional que representa, al menos, un 40% anual de los visitantes a los atractivos turísticos.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Realizar la estrategia de promoción y mercadeo para el turismo internacional	Estrategia elaborada y concertada	CMTT CMTL	No existe		100%				100%
Implementar la estrategia	Nº de eventos anuales de promoción para el mercado internacional	GAM Trinidad GAM Loreto Prestadores servicios turísticos	Hay promoción por alguna empresa particular			1	2		4
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.5.</b>	La incorporación de los principios de turismo sostenible a la estrategia de mercadeo atrae a más visitantes con mayor responsabilidad y capacidad de gasto.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.5.</b>	Incremento anual (%) de principios de sostenibilidad turística en la promoción y mercadeo del destino.								
<b>META A 2031</b>	El destino es reconocido por la aplicación de principios de turismo sostenible.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Incorporar gradualmente los principios de turismo sostenible en la actividad y promoción turística	% de eventos de promoción que incorporan principios de sostenibilidad	GAM Trinidad GAM Loreto Prestadores servicios turísticos	0		30%	50%	80%		100%
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.6.</b>	La aplicación (app) generada sobre los servicios y productos turísticos existentes facilita al visitante la visita a los atractivos turísticos.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.6.</b>	App concertada y operativa.								
<b>META A 2031</b>	El destino dispone de una app permanentemente actualizada sobre sus servicios y productos turísticos.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Elaborar la app de manera concertada sobre servicios y productos turísticos	App operativa	GAM Trinidad GAM Loreto	0		100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.7.</b>	Se crea un espacio virtual de información al turista para facilitar el conocimiento de productos y servicios a los visitantes.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.6.7.</b>	Web del destino y otros medios virtuales operativos y con responsable de su gestión.								
<b>META A 2031</b>	El destino, sus servicios y productos, son ampliamente conocidos y están bien posicionados en medios virtuales.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Diseñar y hacer operativa la estrategia de marketing digital del destino	Nº de medios virtuales que promocionan el destino	GAM Trinidad GAM Loreto Prestadores servicios turísticos	0		2	6	8		8

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.7.</b>	Señalizar las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.7.1.</b>	Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos están señalizadas siguiendo la normativa nacional, ofreciendo información relevante natural y cultural, límites y normativa establecida en sus planes de manejo.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.7.1.</b>	Nº de señales informativas en las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos bajo normativa nacional.								
<b>META A 2031</b>	Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos están bien señalizadas y ofrecen información sustancial a los visitantes.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Definir lugares, mensajes y formato para señalar las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos	Documento de propuesta de señalización	GAM Trinidad GAM Loreto	Hay algunas señales en Ibare-Mamoré pero son insuficientes		100%				
Realizar la señalización de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos	% de señalización colocada según propuesta	GAM Trinidad GAM Loreto	0		40%	80%	100%		
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.8.</b>	Generar y consolidar la imagen de marca del destino.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.8.1.</b>	La marca del destino (logotipo y slogan) ha sido elaborada con los elementos identificativos del paisaje y la cultura de los Llanos de Moxos.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.8.1.</b>	Imagen de marca del destino elaborada y concertada.								
<b>META A 2031</b>	La marca del destino es conocida a nivel nacional y se promociona en el mercado internacional identificando a los Llanos de Mojos.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Realizar la marca del destino identificativa de los Llanos de Mojos	Imagen de marca elaborada y concertada con los actores del destino	CMTT CMTL	0		100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.8.2.</b>	El material de promoción de servicios y productos turísticos incorpora la marca del destino.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.8.2.</b>	% de material de promoción que incorpora la marca del destino.								
<b>META A 2031</b>	Los prestadores de servicios turísticos emplean la marca del destino en todo su material informativo y promocional.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Incorporar la imagen de marca en todos los medios de difusión y mercadeo de productos turísticos del destino	% de empresas prestadoras de servicios turísticos que emplean la imagen de marca	Prestadores de servicios turísticos	0			40%	70%	90%	
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.8.3.</b>	Los emprendimientos de turismo incorporan los elementos naturales y culturales identificativos del entorno.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.8.3.</b>	Nº de ambientes de prestadores de servicios turísticos con elementos evocativos del medio natural y cultural de los Llanos de Moxos.								
<b>META A 2031</b>	Los ambientes de los diferentes prestadores de servicios turísticos del destino están decorados y evocan el entorno natural y cultural.								

ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Promover la incorporación en los ambientes de los prestadores de servicios el empleo de materiales y elementos decorativos identificativos de la naturaleza y cultura de los Llanos de Moxos.	% de empresas prestadoras de servicios turísticos que incorporan elementos constructivos y/o decorativos evocativos de los Llanos de Moxos	CMTT CMTL Prestadores de servicios turísticos	Hay establecimientos que incorporan estos elementos evocativos, pero no es generalizado y poco estructurado	10%	30%	50%	70%	80%
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.9.</b>	Desarrollar las marcas de la ciudad de Trinidad y de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.9.1.</b>	La ciudad de Trinidad desarrolla su marca con los elementos significativos de la ciudad turística que se desea organizar.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.9.1.</b>	Imagen de marca de Trinidad elaborada y concertada.							
<b>META A 2031</b>	La marca de la ciudad de Trinidad es conocida y alude a sus características principales.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Realizar la marca del destino identificativa de Trinidad	Imagen de marca elaborada y concertada con los actores de Trinidad	CMTT	Hay una imagen de marca, pero no alude a la ciudad turística ni ha sido concertada		100%			
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.9.2.</b>	Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos generan sus marcas a partir de sus elementos naturales y culturales identificativos.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.9.2.</b>	Imagen de marca de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos elaboradas y concertadas.							
<b>META A 2031</b>	Las marcas de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos son reconocidas y empleadas por los prestadores de servicios turísticos que operan en ellas.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Realizar las marcas de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos	Imagen de marca elaborada y concertada con los actores de Ibare-Mamoré y Gran Mojos	CMTT CMTL	El APM Ibare-Mamoré tiene un logo, pero puede ser actualizado		100%			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.10.</b>	Realizar las infraestructuras públicas y comunitarias básicas en el destino.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.10.1.</b>	El albergue en la localidad de Camiaco promueve el turismo familiar y genera ingresos y trabajo para la comunidad.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.10.1.</b>	Nº de visitantes que utilizan el albergue turístico de la comunidad de Camiaco.							
<b>META A 2031</b>	El albergue de la comunidad de Camiaco incrementa la visitación a la comunidad en un 50%.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Conseguir financiamiento para el proyecto de albergue turístico de Camiaco	Datos de ocupación del albergue de Camiaco	GAM Loreto	Existe un proyecto a diseño final elaborado y aprobado por el VMT		100%			
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.10.2.</b>	La comunidad de Loma del Masí dispone de las infraestructuras turísticas necesarias para iniciar la actividad (baño, cocina, área de camping).							

<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.10.2.</b>	Nº de visitantes en la Loma del Masí.								
<b>META A 2031</b>	El producto cultural de la Loma del Masí está posicionado y es sostenible.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Realizar el proyecto de infraestructuras turísticas para la Loma de Masí	Proyecto elaborado y concertado	GAM Loreto	0	100%					
Ejecutar obras	Datos de visita-ción a la Loma del Masí	GAM Loreto	0		100%				
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.11.</b>	Mejorar los accesos y asegurar la operatividad anual de los productos turísticos.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.11.1.</b>	Hay actividad turística durante todo el año en Loreto y Camiaco por la mejora y estabilización de su carretera.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.11.1.</b>	% de incremento de visitantes a los atractivos turísticos del municipio de Loreto en época de lluvias.								
<b>META A 2031</b>	La estacionalidad turística en los atractivos turísticos de municipio de Loreto no está motivada por su accesibilidad.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Conseguir financiamiento para la estabilización y mejora de la carretera Trinidad-Loreto-Camiaco	% de carretera a Loreto y Camiaco estable durante todo el año	GAM Loreto	Salvo en momentos de lluvias muy intensas, la carretera a Loreto es operable todo el año hasta el río Ibare		70%	80%	100%		
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.12.</b>	Incorporar y/o mejorar los servicios de telefonía e internet en los productos turísticos.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.12.1.</b>	La presencia de servicios de telefonía en internet en los diferentes productos turísticos facilita su desarrollo.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.12.1.</b>	Nº de productos turísticos rurales que disponen de telefonía e internet.								
<b>META A 2031</b>	Todos los productos turísticos del destino tienen acceso a telefonía e internet.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Priorizar ante Entel la disposición de telefonía e internet en los diferentes productos turísticos	% de productos turísticos con telefonía e internet	GAM Trinidad GAM Loreto	Actualmente hay bastante cobertura en el área de Trinidad, pero no tanto en Loreto	70%	75%	80%	90%	100%	
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.13.</b>	Promover afinidad y priorización del turismo en el destino.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.13.1.</b>	La estrategia de sensibilización y afinidad de la población y las autoridades respecto del turismo fortalece su priorización en la gestión pública.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 3.13.1.</b>	Cantidad de eventos/actividades dirigidas a sensibilizar a la población del destino sobre la importancia de la actividad turística/Cantidad de personas con conocimientos y sensibilizadas sobre la actividad turística.								
<b>META A 2031</b>	Las políticas de los gobiernos municipales y las APM priorizan la actividad turística impulsadas por la opinión pública.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	

Elaborar la estrategia de sensibilización y afinidad de la población y autoridades sobre el turismo	Documento estratégico elaborado	CMTT CMTL	0		100%			
Implementar la estrategia de sensibilización y afinidad de la población y autoridades del destino	% de población sensibilizada respecto al turismo	CMTT CMTL	0		15%	20%	25%	35%

#### MANDATO 4: Internalización de costos ambientales y culturales

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4.1.	Contribuir a las políticas de conservación natural y cultural del destino.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.1.1.</b>	La aplicación de los Criterios Globales de Turismo Sostenible fortalece los objetivos de conservación y autofinanciamiento de las APM.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.1.1.</b>	Prestadores de servicios turísticos (%) que aplican los Criterios Globales de Turismo Sostenible en la actividad turística.							
<b>META A 2031</b>	Todas las actividades turísticas en el destino cumplen los Criterios Globales de Turismo Sostenible.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Elaborar de manera concertada el Manual de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para el destino	Documento del Manual de Buenas Prácticas elaborado	CMTT CMTL	0			100%		
Socializar y capacitar el Manual de Buenas Prácticas a prestadores de servicios turísticos, responsables municipales y las APM	Listas de capacitados N° de talleres de capacitación	GAM Trinidad GAM Loreto Responsables de las APM	0				100%	
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.1.2.</b>	Los servicios turísticos aplican sistemas de buenas prácticas (ambiental, social, cultural y económico) en la actividad turística.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.1.2.</b>	% de prestadores de servicios turísticos que aplican el manual de buenas prácticas.							
<b>META A 2031</b>	Todos los prestadores de servicios turísticos aplican buenas prácticas en su actividad.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Impulsar el cumplimiento del Manual de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para el destino	Informes de monitoreo	GAM Trinidad GAM Loreto Responsables de las APM	0				40%	60%
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.1.3.</b>	El código ético de conducta para los visitantes promueve un turismo responsable.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.1.3.</b>	% de prestadores de servicios turísticos que aplican y difunden el código ético de conducta para visitantes.							
<b>META A 2031</b>	Todos los prestadores de servicios turísticos difunden y cumplen el código ético de conducta para visitantes.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Elaborar de manera concertada del código ético de conducta para visitantes	Documento de código ético de conducta para visitantes elaborado	CMTT CMTL	0			100%		

Socializar y capacitar el código ético de conducta para visitantes a prestadores de servicios turísticos, responsables municipales y las APM	Listas de capacitados N° de talleres de capacitación	GAM Trinidad GAM Loreto Responsables de las APM	0					100%	
Difundir y aplicar el código ético de conducta para visitantes por prestadores de servicios turísticos, responsables municipales y las APM	Informes de monitoreo	GAM Trinidad GAM Loreto Responsables de las APM Prestadores de servicios turísticos	0					70%	90%
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 4.2.</b>	Contribuir a la elaboración de los planes de manejo de las APM para incorporar su zonificación turística.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.2.1.</b>	Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos disponen de plan de manejo y su zonificación de usos incorpora el turismo.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.2.1.</b>	Planes de manejo de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos elaborados								
<b>META A 2031</b>	Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos aplican sus planes de manejo.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Participar en la elaboración de los planes de manejo de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos	Documentos de planes de manejo de Ibare-Mamoré y Gran Mojos con zonificación turística	GAM Trinidad GAM Loreto Responsables de las APM	0		100%				
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 4.3.</b>	Apoyar efectivamente las políticas de valorización y conservación de las culturas indígenas y tradicionales.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.3.1.</b>	Los prestadores de servicios turísticos promueven e incorporan los productos sostenibles locales y con raíces culturales del destino, agregando valor al producto turístico.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.3.1.</b>	% de prestadores de servicios turísticos que han incorporado productos sostenibles locales a su operación turística.								
<b>META A 2031</b>	El 90% de los prestadores de servicios turísticos del destino venden o promueven el uso de productos locales sostenibles.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Evaluar el actual uso de productos sostenibles locales por prestadores de servicios turísticos del destino	Documento de evaluación de uso de productos locales	CMTT CMTL	Hay ciertos usos, pero no está evaluado		100%				
Analizar los productos locales sostenibles que pueden ser incorporados a la actividad turística	Lista de productos locales sostenibles que pueden proveer a la actividad	CMTT CMTL	0		100%				
Socializar y promover el uso de los productos locales sostenibles entre prestadores de servicios turísticos del destino	N° de eventos de socialización Lista de talleres	CMTT CMTL	0			100%			

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.3.2.</b>	Los productos y servicios turísticos integran y promueven las culturas indígenas y tradicionales en sus actividades.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.3.2.</b>	% de prestadores de servicios turísticos que han incorporado y/o fomentan el conocimiento de las culturas indígenas y tradicionales en sus actividades.								
<b>META A 2031</b>	El 70% de los prestadores de servicios turísticos del destino incorporan y/o promueven el conocimiento de las culturas indígenas y tradicionales.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Evaluar la actual integración y promoción de las culturas indígenas y tradicionales en la oferta turística	Documento de diagnóstico sobre el estado actual de promoción de las culturas indígenas y tradicionales en la oferta turística	CMTT CMTL	Aunque puede haber elementos tradicionales, no se explican y son escasos		100%				
Socializar el diagnóstico con prestadores de servicios turísticos y autoridades locales	Nº de eventos de socialización Lista de talleres	CMTT CMTL	0		2	2			
Hacer seguimiento a los cambios generados en los productos y servicios turísticos	Informes de monitoreo	CMTT CMTL	0			1		1	
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.3.3.</b>	Las comunidades indígenas elaboran artesanías con calidad y certificación de origen adecuada a las tendencias de mercado.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.3.3.</b>	Nº de tipos de artesanías vendidas con certificación de origen y adecuadas a la demanda turística.								
<b>META A 2031</b>	Al menos, 20 productos artesanales indígenas en venta en el destino están certificados con denominación de origen.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Realización de estudio de identificación de productos artesanales indígenas/tradicionales con potencial demanda turística	Estudio de identificación y mercado	CMTT CMTL	0		100%				
Capacitación de artesanos/as de comunidades en la elaboración y terminado de productos	Lista de artesanos/as capacitados Nº de horas de capacitación	GAM Trinidad GAM Loreto	0			100%			
Certificación de productos artesanales como indígenas o tradicionales	Lista de productos artesanales certificados	Organizaciones indígenas y campesinas	0				100%		

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.3.4.</b>	Los productos turísticos culturales de los pueblos indígenas han sido definidos por decisiones internas, promoviendo su autenticidad.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.3.4.</b>	Nº de productos turísticos culturales acordados y definidos por organizaciones representativas y comunidades.							
<b>META A 2031</b>	Todos los productos turísticos culturales indígenas han sido definidos y son monitoreados por las organizaciones representativas y comunidades de cada pueblo.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Definir la metodología con organizaciones tradicionales y comunidades para establecer los aspectos culturales a mostrar en los diferentes productos turísticos	Documento metodológico Documento de aspectos culturales evaluados y resultados	Organizaciones de pueblos indígenas Asesor/a externo	0	100%				
Reuniones de concertación con comunidades que desarrollen productos turísticos	Nº de reuniones de concertación Lista de asistentes	Organizaciones indígenas Comunidades Asesor/a externo	0	50%	100%			
Desarrollar el producto turístico cultural	Nº de productos culturales indígenas concertados	Organizaciones indígenas Comunidades Asesor/a externo	0	50%	100%			
Establecer sistema de monitoreo de impacto de la actividad turística en la comunidad	Sistema de monitoreo Informes de monitoreo	Organizaciones indígenas Comunidades Asesor/a externo	0		100%			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 4.4.</b>	Desarrollar un manejo ambiental bajo los criterios de turismo sostenible en todo el destino.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.4.1.</b>	Los servicios turísticos del destino en las APM y comunidades operan con sistemas ambientales de manejo de residuos sólidos, líquidos y energía ambientalmente responsables.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.4.1.</b>	% de prestadores de servicios turísticos en las APM y comunidades que operan con sistemas ambientales responsables y sostenibles.							
<b>META A 2031</b>	Todos los prestadores de servicios turísticos en áreas rurales manejan sus residuos y emplean sistemas d energía enmarcados en los criterios de turismo sostenible.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Realizar un diagnóstico sobre la situación de gestión de residuos y matriz energética en los emprendimientos de turismo en las APM y comunidades	Documento de diagnóstico	CMTT CMTL	0		100%			
Elaborar la propuesta técnica y normativa para la gestión de residuos sólidos y líquidos, así como el empleo de sistemas de energía limpios, en los emprendimientos de turismo en las APM y comunidades	Documento de propuesta técnica	CMTT CMTL	0		100%			
Implementar la propuesta técnica y normativa	% de prestadores de servicios turísticos que cumplen con la propuesta	GAM Trinidad GAM Loreto	0			50%	70%	80%



<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.4.2.</b>	Los sistemas de monitoreo de las APM incorporan indicadores de impacto para la actividad turística, tanto en lo ambiental como lo cultural, social y económico.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.4.2.</b>	% del sistema de monitoreo de las APM para la actividad turística aplicados anualmente.								
<b>META A 2031</b>	Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos monitorean anualmente los impactos económicos, ambientales, sociales y culturales.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Participar en el diseño del sistema de monitoreo de las APM para incorporar indicadores de turismo	Documentos de sistema de monitoreo de las APM	CMTT CMTL	0			100%			
Capacitar al personal de las APM para realizar el monitoreo anual	Nº de talleres de capacitación Lista de personas capacitadas	GAM Trinidad GAM Loreto	0				100%		
Realizar el monitoreo anual sobre la actividad turística	Informes anuales de monitoreo	GAM Trinidad GAM Loreto	0				1	1	
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.4.3.</b>	La política de sensibilización ambiental de la población reduce la presencia de basura en área urbana y rural del destino.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 4.4.3.</b>	% de reducción anual de presencia de basura en área urbana y rural del destino.								
<b>META A 2031</b>	La presencia de basura en calles y espacios naturales es nula.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Realizar el programa de educación ambiental para la población sobre el tratamiento responsable de basuras	Documentos de educación ambiental para la población del destino	CMTT CMTL	0	100%					
Capacitar al personal responsable de los gobiernos municipales para su implementación	Nº de talleres de capacitación Lista de personas capacitadas	GAM Trinidad GAM Loreto	0		100%				
Aplicar permanentemente el programa de educación ambiental	Nº de eventos anuales de sensibilización	GAM Trinidad GAM Loreto	0		100%	100%	100%	100%	
<b>MANDATO 5: Desarrollo de oportunidades con igualdad de condiciones</b>									
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 5.1.</b>	Promover la capacitación permanente de los diferentes prestadores de servicios turísticos.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.1.1.</b>	La formación especializada de guías de turismo en los diferentes productos y servicios turísticos mejora la atención al cliente y la calidad de la oferta turística.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.1.1.</b>	Cantidad y lista de guías de turismo capacitados y acreditados por la autoridad competente.								
<b>META A 2031</b>	Todos los guías de turismo que trabajan en el destino están capacitados y acreditados para su actividad.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Identificar prioridades y necesidades de formación de los guías de turismo del destino	Actas de identificación de prioridades y necesidades	Operadores turismo Emprendimientos comunitarios GAM Trinidad GAM Loreto	0	100%					

Elaborar temarios y cargas horarias de capacitación	Temario con cargas horarias	GAD Beni CMTL Universidades	0	100%					
Realizar los cursos de capacitación a guías	Lista de alumnos Guías acreditados	GAD Beni GAM Trinidad GAM Loreto Universidades	0	100%					
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.1.2.</b>	Las capacitaciones en marketing y venta virtual de los prestadores de servicios turísticos incrementan el flujo turístico al destino.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.1.2.</b>	Cantidad y lista de prestadores de servicios turísticos capacitados en marketing y venta virtual.								
<b>META A 2031</b>	Cuando menos, el 80% de las ventas de servicios turísticos se realizan de manera virtual.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Diseñar el curso de marketing y venta virtual en coordinación con representantes de prestadores de servicios turísticos	Temario con cargas horarias	GAM Trinidad GAM Loreto Prestadores de servicios turísticos Universidades	0	100%					
Realizar el curso de marketing y venta virtual	Lista de prestadores de servicios turísticos capacitados	GAM Trinidad GAM Loreto Universidades	0		100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.1.3.</b>	Las capacitaciones de los prestadores de servicios turísticos en atención al cliente y buenas prácticas en turismo mejoran el nivel de satisfacción de los visitantes.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.1.3.</b>	Nº de prestadores de servicios turísticos capacitados en atención al cliente y buenas prácticas.								
<b>META A 2031</b>	Todos los prestadores de servicios turísticos del destino han recibido capacitación en atención al cliente y buenas prácticas.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Diseñar el curso de atención al cliente y buenas prácticas en coordinación con representantes de prestadores de servicios turísticos	Temario con cargas horarias	GAM Trinidad GAM Loreto Prestadores de servicios turísticos Universidades	0	100%					
Realizar el curso de atención al cliente y buenas prácticas	Lista de prestadores de servicios turísticos capacitados	GAM Trinidad GAM Loreto Universidades	0		100%				

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.1.4.</b>	Las capacitaciones en gestión empresarial, sostenibilidad, nuevas tecnologías y tendencias del turismo, entre otros aspectos clave, promueve la sostenibilidad, adecuación e innovación de los productos turísticos.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.1.4.</b>	Nº de prestadores de servicios turísticos capacitados en gestión empresarial, nuevas tecnologías y tendencias del turismo.								
<b>META A 2031</b>	Todos los prestadores de servicios turísticos del destino aplican las nuevas tecnologías, criterios de sostenibilidad turística y buenas prácticas de gestión empresarial, adecuándose a las tendencias del turismo nacional e internacional.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Diseñar el curso de gestión empresarial, sostenibilidad, nuevas tecnologías y tendencias del turismo en coordinación con representantes de prestadores de servicios turísticos	Temario con cargas horarias	GAM Trinidad GAM Loreto Prestadores de servicios turísticos Universidades	0	100%					
Realizar el curso de gestión empresarial, sostenibilidad, nuevas tecnologías y tendencias del turismo	Lista de prestadores de servicios turísticos capacitados	GAM Trinidad GAM Loreto Universidades	0		100%				
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 5.2.</b>	Incentivar el mercado local y nacional.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.2.1.</b>	La iniciativa de apoyo y fomento al turismo familiar nacional mediante ofertas planificadas promueve la visitación al destino.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 5.1.1.</b>	% de incremento anual de visitas a atractivos locales por turistas locales y nacionales.								
<b>META A 2031</b>	El turismo local y nacional incrementa un 100% en el periodo.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Generar una propuesta promocional de paquetes turísticos para el mercado local y nacional	Propuesta de paquetes promocionales	CMTT CMTL	0		100%				
Promover la oferta promocional anualmente	Nº de eventos promocionales anuales	Prestadores de servicios turísticos	Hay propuestas promocionales, pero no integrales y muy aisladas			2	4	4	
<b>MANDATO 6: Orientación para el desarrollo competitivo empresarial</b>									
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 6.1.</b>	Generar un sistema de gestión empresarial para la actividad turística de acuerdo a las necesidades locales.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 6.1.1.</b>	Las alianzas estratégicas y/o la Empresa Municipal de Turismo promocionan, mercadean y apoyan la logística para la operación turística en los emprendimientos de turismo de las áreas rurales.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 6.1.1.</b>	Cantidad de emprendimientos turísticos rurales con sistemas de gestión sustentados en alianzas estratégicas o por una empresa municipal de turismo.								
<b>META A 2031</b>	Los emprendimientos de turismo rurales disponen de una gestión eficiente y están consolidados.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Identificar las debilidades de gestión de los emprendimientos de turismo en áreas rurales	Actas de identificación de necesidades de gestión con actores rurales	CMTT CMTL	0	100%					

Concertar un sistema de gestión con los actores rurales que desean emprender actividades turísticas	Actas de concertación con compromisos conjuntos	CMTT CMTL Actores rurales	0	100%					
Formalizar los sistemas de gestión concertados	Alianzas estratégicas establecidas/ Empresa Municipal de Turismo	Actores rurales Operadores turismo GAM Trinidad GAM Loreto	0	100%					
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 6.2.</b>	Impulsar servicios y productos turísticos auténticos e integrales.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 6.2.1.</b>	El centro gastronómico-cultural creado genera una oferta turística basada en la gastronomía tradicional y los productos locales.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 6.2.1.</b>	Centro gastronómico-cultural operativo/Nº de iniciativas turísticas vinculadas al centro gastronómico-cultural.								
<b>META A 2031</b>	En toda la oferta turística del destino se promueve una gastronomía identificativa sustentada en los productos locales, la tradición culinaria y su innovación.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Crear el centro o escuela gastronómico-cultural para el destino	Temario con cargas horarias	CMTT CMTL	0	100%					
Realizar cursos anuales de formación	Lista de alumnos	Centro o escuela gastronómico-cultural	0		100%	100%	100%	100%	
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 6.2.2.</b>	El fomento y capacitación para generar una artesanía identificativa, de calidad y sostenible, permite su integración al desarrollo turístico regional.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 6.2.2.</b>	Nº de artesanos capacitados en artesanía de calidad e identificativa en el destino.								
<b>META A 2031</b>	El destino es conocido por su artesanía identificativa y de calidad.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Realizar un encuentro de artesanos para establecer las bases de una artesanía identificativa, de calidad y sostenible	Acta de reunión con conclusiones	GAM Trinidad GAM Loreto Artesanos	0		100%				
Impulsar la capacitación de artesanos/as (vinculado a 4.3.3.)	Lista de artesanos capacitados	GAM Trinidad GAM Loreto	0			100%			

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 6.3.</b>	Normalizar a todos los prestadores de servicios turísticos.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 6.3.1.</b>	Los prestadores de servicios turísticos del destino están categorizados y acreditados como establece la norma, ofreciendo calidad y seguridad a los visitantes.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 6.3.1.</b>	Diagnóstico de evolución de prestadores de servicios turísticos legalmente establecidos en el destino.							
<b>META A 2031</b>	Todos los prestadores de servicios turísticos del destino están categorizados y acreditados por la instancia competente.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Categorizar y acreditar a todos los prestadores de servicios turísticos del destino	% de prestadores de servicios turísticos categorizados y acreditados.	GAD Beni	En Trinidad, los alojamientos, agencias de viaje y operadores disponen de licencia departamental en su mayoría, pero no así guías ni ningún servicio turístico en Loreto	90%	100%			

**MANDATO 7: Impulso para el desarrollo prioritario del turismo comunitario**

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 7.1.</b>	Fortalecer a pueblos indígenas para generar y gestionar productos turísticos.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.1.</b>	La Ley Departamental para el Desarrollo del Turismo Comunitario facilita su promoción y desarrollo con financiación y equipamiento.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.1.</b>	Nº de emprendimientos comunitarios indígenas en el destino impulsados por la ley departamental.							
<b>META A 2031</b>	La Ley Departamental para el Desarrollo del Turismo Comunitario apoya significativamente los emprendimientos de turismo comunitario indígenas.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Elaborar la propuesta de Ley Departamental para el desarrollo del turismo comunitario	Propuesta de Ley Departamental	Asamblea Departamental Organizaciones indígenas	La Ley departamental de turismo impulsa el turismo comunitario, pero no concreta acciones ni presupuesto	100%				
Promulgar la ley Departamental	Norma promulgada	GAD Beni	0	100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.2.</b>	Los emprendimientos comunitarios del destino cuentan con financiación para sus emprendimientos y equipamiento.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.2.</b>	% de iniciativas de turismo comunitario con financiamiento.							
<b>META A 2031</b>	Todos los emprendimientos de turismo comunitario del destino con análisis de viabilidad cuentan con apoyo financiero para su implementación.							
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Realizar los análisis de viabilidad (económica, social y ambiental) de las iniciativas de turismo comunitario en el destino	Documentos de análisis de viabilidad	GAM Trinidad GAM Loreto	0	1			1	
Gestionar la financiación de los emprendimientos de turismo comunitario viables	% de emprendimientos financiados sobre los propuestos	GAM Trinidad GAM Loreto	0		20%	30%	40%	50%

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.3.</b>	Los emprendimientos turísticos comunitarios de pueblos indígenas y campesinos están capacitados en gerencia, administración y mercadeo, y sus organizaciones comunales y supracomunales tienen capacidades para apoyarlos y supervisarlos.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.3.</b>	Nº de personas capacitadas en gerencia, administración y mercadeo de comunidades indígenas y campesinas.								
<b>META A 2031</b>	Los emprendimientos comunitarios operan de manera autónoma y eficiente, con supervisión de las organizaciones comunales y supracomunales.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Identificar las necesidades específicas de capacitación en gerencia, administración y mercadeo de organizaciones y emprendimientos de turismo indígena	Acta de reuniones con organizaciones y representantes comunitarios	Organizaciones y representantes comunitarios CMTT CMTL	0	100%					
Capacitar a personas designadas por organizaciones y comunidades indígenas	Nº de personas capacitadas	CMTT CMTL Universidades	0		10			10	
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.4.</b>	El apoyo técnico a los emprendimientos comunitarios a través del CMTT y CMTL mejora su competitividad y gestión.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.4.</b>	Nº de asesoramientos técnicos realizados por el CMTT o CMTL a los emprendimientos comunitarios.								
<b>META A 2031</b>	Los emprendimientos de turismo comunitario son competitivos y sostenibles.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Suscribir un compromiso entre los CMTT/CMTL con las organizaciones indígenas y emprendimientos comunitarios del destino para su asesoramiento permanente	Acuerdos suscritos	Organizaciones y representantes comunitarios CMTT CMTL	0		100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.5.</b>	El desarrollo de productos artesanales y tradicionales en las comunidades ribereñas con actividad turística mejora su oferta y genera actividad económica sostenible.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 7.1.5.</b>	Cantidad de productos artesanales y tradicionales ofertados en comunidades con actividad turística.								
<b>META A 2031</b>	En todas las comunidades del destino con actividad turística se ofertan productos artesanales y/o tradicionales en función de sus mercados y capacidades.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Impulsar la elaboración de productos artesanales y tradicionales de calidad y sostenibles, en comunidades con actividad turística	Nº de productos artesanales y tradicionales ofertados	Organizaciones y representantes comunitarios GAM Trinidad GAM Loreto	0		2	4	8	10	

MANDATO 8: DESARROLLO DE PRODUCTOS								
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 8.1.</b>	Desarrollar la estrategia de diversificación e integración de productos turísticos del destino.							
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.1.</b>	Las mejoras en la gestión de los productos turísticos consolidados mejoran su oferta y generan mayor sostenibilidad.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.1.</b>	Evaluación de los flujos e ingresos obtenidos a los productos de turismo consolidados.							
<b>META A 2031</b>	Los productos turísticos del destino más consolidados generan mayor visitación e ingresos al destino.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Aplicar las recomendaciones a cada producto turístico establecidas en el plan estratégico	% de avances anuales en la aplicación de recomendaciones	CMTT CMTL Iniciativas de turismo	0	40%	60%	90%	100%	
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.2.</b>	El ordenamiento de Trinidad como ciudad turística genera circuitos que integran y desarrollan la oferta urbana y la rural en el destino.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.2.</b>	Incremento anual (%) del flujo de visitantes a Trinidad y el destino.							
<b>META A 2031</b>	Trinidad es un atractivo turístico consolidado y recomendado.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Establecidas en 3.3.1.								
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.3.</b>	El recurso turístico arqueológico precolombino se ha puesto en valor y opera como producto dentro de las rutas turísticas.							
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.3.</b>	Nº de personas que visitan el museo de sitio.							
<b>META A 2031</b>	El atractivo turístico arqueológico se ha convertido en una motivación para la visitación al destino.							
ACCIONES ESTRATÉGICAS	INDICADOR (de proceso)	RESPONSABLE	LÍNEA BASE	2022	2023	2024	2025	2026
Identificar la loma precolombina a excavar y lugar del museo de sitio	Documento de identificación. Acuerdo suscrito con entidades responsables y propietarios del sitio	Grupo Llanos de Moxos GAM Trinidad/GAM Loreto Propietarios del sitio	0	100%				
Realizar la excavación y construcción del museo de sitio	Informes de avance anual de la excavación y construcción de museo del sitio	CMTT CMTL Grupo Llanos de Moxos	0	10%	25%	40%	50%	60%

<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.4.</b>	La ruta gastronómica se formaliza y promueve una gastronomía tradicional, de calidad, sostenible y fomento del uso de la artesanía local.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.4.</b>	Nº de personas que visitan el destino motivados por la oferta gastronómica.								
<b>META A 2031</b>	La gastronomía identificativa, de calidad y sostenible, se convierte en un importante atractivo turístico del destino.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Establecidas en 6.2.1. y 6.2.2.									
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.5.</b>	La integración de rutas asociadas a las especies endémicas y emblemáticas del destino (paraba barba azul, bufeo) mejoran la competitividad del destino.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.5.</b>	Nº de ofertas turísticas del destino que incorporan sus especies endémicas.								
<b>META A 2031</b>	Las especies endémicas son incorporadas a las rutas turísticas del destino aplicando buenas prácticas.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Reunir a operadores de turismo que trabajan con especies endémicas para diseñar la oferta	Nº de visitantes a rutas con especies endémicas	GAM Trinidad GAM Loreto Operadores de turismo	0		100%				
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.6.</b>	El producto de turismo en estancias ganaderas enriquece la oferta turística e involucra a nuevos actores.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.6.</b>	Nº de visitantes al producto de estancias ganaderas.								
<b>META A 2031</b>	El producto turístico de estancias ganaderas se ha consolidado en el destino.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Identificar las propiedades ganaderas interesadas en desarrollar actividad turística	Actas de reunión con potencial interesados	CMTT CMTL Organizaciones de ganaderos	Hay alguna propuesta en Trinidad	100%					
Desarrollar los productos específicos con relación a las condiciones de cada propiedad	Documento de propuesta de productos con tour y análisis de costos	Propietarios CMTT CMTL Asesoría externa	0		100%				
Diseñar y establecer los acuerdos de operación y alianzas estratégicas	Acuerdos de operación suscritos	GAM Trinidad GAM Loreto Propietarios Aliados externos	0		100%				
Ofertar y operar el producto de estancias ganaderas en el destino	Nº de visitantes que realizan la actividad en estancias ganaderas	Propietarios Aliados externos	0		30	50	80	100	



<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.7.</b>	Los productos turísticos culturales de los pueblos indígenas operan dentro de los circuitos turísticos del destino y mejoran la competitividad del destino.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.7.</b>	Nº de visitantes a los productos culturales de los pueblos indígenas.								
<b>META A 2031</b>	El producto turístico cultural de pueblos indígenas se ha consolidado en el destino.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Identificar las comunidades indígenas interesadas en desarrollar actividad turística y con mayor viabilidad, en coordinación con sus organizaciones representativas	Actas de reunión con organizaciones y comunidades	Organizaciones indígenas/comunidades GAM Trinidad GAM Loreto	Se ha identificado una comunidad yuracaré en Loreto	50%	100%				
Desarrollar el producto con la comunidad, identificando necesidades	Documento de propuesta de productos con tour, análisis de costos y necesidades	Organizaciones indígenas/comunidades Asesoría externa	0	100%					
Diseñar y establecer los acuerdos de operación y alianzas estratégicas	Acuerdos de operación suscritos	Organizaciones indígenas/comunidades Aliados externos	0	100%					
Equipar y realizar las infraestructuras necesarias para la actividad turística	Infraestructuras y equipos	GAM Trinidad GAM Loreto	0		100%				
Ofertar y operar el producto cultural comunitario	Nº de visitantes que realizan la actividad en comunidades indígenas	Organizaciones indígenas y comunitarias Aliados externos	0		20	60	100	150	
<b>POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.8.</b>	El turismo de pesca deportiva normado y zonificado genera sostenibilidad y más ingresos a la población local y al municipio.								
<b>INDICADOR DE POLÍTICA ESTRATÉGICA 8.1.8.</b>	Nº de visitantes al producto de pesca deportiva/Ingresos generados por la actividad.								
<b>META A 2031</b>	El producto turístico de pesca deportiva es sostenible y genera significativos beneficios a la comunidad.								
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADOR (de proceso)</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	
Aplicar las recomendaciones establecidas en el plan estratégico y 3.1.7.									

## 5.2. Plan de gestión financiera

La financiación de un plan estratégico es siempre un problema, especialmente en una situación de recorte de los fondos públicos percibidos por los gobiernos municipales. En la Tabla 24 se presenta, por objetivo estratégico, potenciales fuentes de financiamiento que podrían participar en su financiación, en solitario o de manera concurrente.

TABLA 24. Potenciales fuentes de financiamiento por objetivo estratégico

OBJETIVO ESTRATÉGICO	VMT	MMAYA	Policía Nacional	GAD Beni	Universidades	GAM Trinidad	GAM Loreto	Org. Pueblos indígenas	Prestadores de servicios	Cooperación	ONG	Aliados externos
Consolidar el Consejo Municipal de Turismo de Trinidad (CMTT) y su comisión técnica de apoyo.						✓						
1.2. Consolidar el Consejo Municipal de Turismo de Loreto (CMTL) y su comisión técnica de apoyo.							✓					
Promover organizaciones sectoriales e intersectoriales estructuradas y operativas.						✓	✓		✓		✓	
1.4. Organizar un Consejo de Turismo del destino que integre a actores públicos, privados y comunitarios bajo una visión de destino.				✓		✓	✓				✓	
2.1. Disponer de información estadística y técnica sobre turismo en Trinidad y Loreto.				✓	✓	✓	✓		✓			
3.1. Generar las normativas de turismo específicas (municipios y las APM), enmarcadas en la normativa nacional, departamental y sujeta a los criterios globales de turismo sostenible.					✓	✓	✓	✓			✓	
Disponer de saneamiento básico sustentable en las capitales municipales		✓				✓	✓			✓	✓	
3.3. Elaborar normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria.					✓	✓	✓		✓		✓	
Generar un cuerpo normativo sobre ordenamiento urbano para Trinidad y Loreto que permita su desarrollo turístico.				✓	✓	✓	✓			✓	✓	
3.5. Fortalecer la seguridad y garantías para los turistas en el destino.			✓	✓		✓	✓		✓			
Desarrollar la estrategia de promoción y mercadeo con base en mercados objetivo.				✓		✓	✓		✓		✓	
3.7. Señalizar las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos.						✓	✓			✓	✓	✓
3.8. Generar y consolidar imagen de marca del destino.				✓		✓	✓			✓	✓	
3.9. Desarrollar las marcas de Trinidad y de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos.					✓	✓	✓	✓			✓	
3.10. Realizar las infraestructuras públicas y comunitarias básicas en el destino.	✓					✓	✓	✓		✓	✓	
3.11. Mejorar accesos y asegurar la operatividad anual de los productos turísticos						✓	✓					
3.12. Incorporar y/o mejorar los servicios de telefonía e internet en los productos turísticos.						✓	✓		✓	✓	✓	

OBJETIVO ESTRATÉGICO	VMT	MMAYa	Policía Nacional	GAD Beni	Universidades	GAM Trinidad	GAM Loreto	Org. Pueblos indígenas	Prestadores de servicios	Cooperación	ONG	Aliados externos
3.13. Promover afinidad y priorización del turismo en el destino.					✓	✓	✓	✓		✓	✓	
4.1. Contribuir a las políticas de conservación natural y cultural del destino.					✓	✓	✓	✓		✓	✓	
4.2. Contribuir a la elaboración de los planes de manejo de las APM para incorporar su zonificación turística.					✓	✓	✓	✓		✓	✓	
4.3. Apoyar efectivamente las políticas de valoración y conservación de las culturas indígenas y tradicionales.					✓	✓	✓	✓		✓	✓	
4.4. Desarrollar un manejo ambiental bajo los criterios de turismo sostenible en todo el destino.		✓				✓	✓			✓	✓	
5.1. Promover la capacitación permanente de los diferentes prestadores de servicios turísticos.	✓				✓	✓	✓	✓			✓	
5.2. Incentivar el mercado local y nacional.	✓			✓		✓	✓					
6.1. Generar un sistema de gestión empresarial para la actividad turística de acuerdo a las necesidades locales.						✓	✓	✓			✓	✓
6.2. Impulsar servicios y productos turísticos auténticos e integrales.					✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
6.3. Normalizar a todos los prestadores de servicios turísticos.					✓		✓	✓				
7.1. Fortalecer a pueblos indígenas para generar y gestionar productos turísticos.	✓				✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
8.1. Desarrollar la estrategia de diversificación e integración de productos turísticos del destino.	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Los gastos de inversión más significativos se encuentran, por un lado, en el ordenamiento y planificación urbana de Trinidad (y Loreto) e implementar los sistemas de saneamiento básico, inversiones que hay que entenderlas como un proceso con una visión de largo plazo que vaya cambiando la negativa imagen de ambos asentamientos, especialmente de Trinidad. Por otro, mejorar el acceso vial a Loreto-Camiaco también implica una fuerte inversión, pero, al igual que la anterior, son condiciones básicas si se desea desarrollar la actividad turística.

En cuanto a infraestructura turística (señalización, albergues, etc.), no se tienen altos requerimientos, pero son estratégicos para las APM y el desarrollo de productos turísticos, sobre todo, comunitarios que, de otra forma, difícilmente podrán implementar sus iniciativas.

El resto de objetivos no muy exigentes, pueden ser cubiertos con recursos locales o con apoyos externos, más depende de una adecuada gestión del trabajo que de fondos extraordinarios, por lo tanto, la implementación del plan estratégico es muy viable.

### 5.3 Sistema de seguimiento y evaluación

Para la implementación del Plan Estratégico de Turismo se presenta, en la Tabla 25, el Sistema de Seguimiento y Evaluación anual al plan, con el fin de medir el avance por política estratégica de las actividades propuestas por cada mandato. La matriz para el seguimiento, a ser rellena desde la gestión 2022, debe replicarse anualmente durante los 10 años planificados.

TABLA 25. Sistema de evaluación y seguimiento anual del Plan de turismo

<b>MANDATO 1: Coordinación interinstitucional e intersectorial</b>			
Política 1.1.1.: El CMTT opera con funciones y competencias reglamentadas, definiendo sus objetivos principales			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Existe un CMTT con el que se ha trabajado el Plan Estratégico	El CMTT participa activamente en la implementación del Plan Estratégico de Turismo y la definición de políticas y acciones estratégicas de desarrollo turístico del destino.		
Política 1.1.2.: Los actores públicos, comunitarios y privados del sector han suscrito el compromiso de aceptar las funciones planificadoras, fiscalizadores y de seguimiento del CMTT para la implementación del Plan Estratégico			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay suscrito compromiso	La ejecución del Plan Estratégico es monitoreada por el CMTT.		
Política 1.1.3.: Se estructura y opera una comisión técnica de apoyo al CMTT conformada por instituciones públicas, privadas y particulares con conocimientos específicos para los temas de interés del CMTT			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay comisión técnica	La comisión técnica de apoyo al CMTT participa de las reuniones solicitadas por el CMTT.		
Política 1.2.1.: El CMTL opera con funciones y competencias reglamentadas, definiendo sus objetivos principales			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay un CMTL con el que se ha trabajado el Plan Estratégico	El CMTL participa activamente en la implementación del Plan Estratégico de Turismo y la definición de políticas y acciones estratégicas de desarrollo turístico del destino.		
Política 1.2.2.: Los actores públicos, comunitarios y privados del sector han suscrito el compromiso de aceptar las funciones planificadoras, fiscalizadores y de seguimiento del CMTL para la implementación del Plan Estratégico			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay suscrito compromiso	La ejecución del Plan Estratégico es monitoreada por el CMTL.		
Política 1.2.3.: Se estructura y opera una comisión técnica de apoyo al CMTL conformada por instituciones públicas, privadas y particulares con conocimientos específicos para los temas de interés del CMTL			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay comisión técnica	La comisión técnica de apoyo al CMTL participa de las reuniones solicitadas por el CMTL.		

<b>Política 1.3.1.: Los prestadores de servicios turísticos están legalmente constituidos, registrados y categorizados por las autoridades competentes, dando seguridad e información sobre los servicios ofrecidos</b>			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Ya están registrados y categorizados muchos servicios turísticos en Trinidad	El total de los prestadores de servicios turísticos del destino operan legalmente y ofrecen información veraz sobre sus servicios.		
<b>Política 1.3.2.: La organización de los sectores a nivel municipal (operadores, gastronómica, hotelero, transporte, guías y otros prestadores de servicios turísticos) los hace representativos y definir sus políticas sectoriales</b>			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Cuando hay, la actuales organizaciones son, en general poco representativas y eficientes	Los diferentes sectores relacionados directamente con la actividad turística están organizados, legalmente constituidos y reconocidos por las autoridades sectoriales.		
<b>Política 1.3.3.: Las organizaciones sectoriales estructuradas en una organización intersectorial representativa que promueve visiones, políticas y acciones conjuntas</b>			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay organización intersectorial	La organización intersectorial estructurada es representativa de todos los sectores e impulsa las políticas de turismo ante las instancias competentes.		
<b>Política 1.4.1.: Se construye, estructura y organiza un Consejo de Turismo del destino a partir de las instituciones públicas, organizaciones sociales y sectoriales del destino, promoviendo una visión de destino</b>			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Existe una propuesta para su conformación	El Consejo de Turismo del Destino implementa las políticas turísticas del destino.		
<b>MANDATO 2: Información e implementación aplicada al turismo</b>			
<b>Política 2.1.1.: Las políticas y estrategias de desarrollo turísticos se adoptan empleando la información estadística levantada por los GAM de Trinidad y Loreto, en coordinación con la DDT, en sus jurisdicciones</b>			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
El GAD Beni tiene datos sobre hospedaje en Trinidad	Hay datos estadísticos confiables en Trinidad y Loreto, analizados y compartidos con el Estado y actores interesados.		
<b>Política 2.1.2.: El Observatorio de Turismo realiza anualmente estudios sobre los aspectos priorizados por la INSTO y los consejo de turismo de Trinidad y Loreto, facilitando su adaptación a las tendencias de mercado y monitorear su impacto</b>			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Se han mantenido varias reuniones entre el GAM de Trinidad y las tres universidades	Se realizan estudios y evaluaciones permanentes de la actividad y el mercado turístico en el destino que orienta las políticas estratégicas públicas y privadas.		

Política 2.1.3.: La población local apoya las políticas de turismo al estar informada sobre la situación del mismo y sus impactos (económicos, sociales, etc.)			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No se ofrece información a la población	La población del destino y los tomadores de decisiones conocen los impactos económicos, sociales y ambientales de la actividad turística del destino.		
<b>MANDATO 3: Desarrollo de condiciones básicas</b>			
Política 3.1.1.: Trinidad regula la actividad turística mediante su normativa municipal elaborada bajo criterios de sostenibilidad			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay normativa	La normativa turística de Trinidad ordena la actividad turística en su jurisdicción.		
Política 3.1.2.: El APM Ibare-Mamoré ordena la actividad turística con su normativa específica sustentada en el RGOTAP			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay normativa para el APM	La normativa de turismo del APM Ibare-Mamoré ordena la actividad turística en su espacio.		
Política 3.1.3.: El GAM de Trinidad elabora y aplica su Ley de SISCO para el APM Ibare-Mamoré, promoviendo su sostenibilidad			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay normativa SISCO	Mediante el SISCO se logra autofinanciar, por lo menos, el programa básico del APM.		
Política 3.1.4.: Loreto regula la actividad turística mediante su normativa municipal elaborada bajo criterios de sostenibilidad			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay normativa	La normativa turística de Loreto ordena la actividad turística en su jurisdicción.		
Política 3.1.5.: El APM Gran Mojos ordena la actividad turística con su normativa específica sustentada en el RGOTAP			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay normativa para el APM	La normativa de turismo del APM Gran Mojos ordena la actividad turística en su espacio.		
Política 3.1.6.: El GAM de Loreto elabora y aplica su Ley de SISCO para el APM Gran Mojos, promoviendo su sostenibilidad			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay normativa SISCO	Mediante el SISCO se logra autofinanciar, por lo menos, el programa básico del APM.		
Política 3.1.7.: El APM Gran Mojos dispone y aplica su normativa y zonificación pesquera, ordenando la actividad y promoviendo la sostenibilidad del recurso			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay normativa ni zonificación pesquera	La actividad pesquera en el APM Gran Mojos está ordenada y es sostenible.		

Política 3.2.1.: La implementación del saneamiento básico moderno y responsable en las capitales municipales del destino promueve el desarrollo de ciudades turísticas			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
En Trinidad el 30,20% de las casas están conectadas a alcantarillado y con recojo de basura, pero sin tratamiento. En Loreto no hay	Al menos un 70% de la población de Trinidad y Loreto es beneficiada por un sistema de alcantarillado con tratamiento de aguas y de recojo y manejo de residuos sólidos.		
Política 3.3.1.: Los municipios de Trinidad y Loreto elaboran y aplican la normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria, garantizando la inocuidad alimentaria			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay normas ni protocolos	El destino es reconocido por su seguridad e higiene alimentaria.		
Política 3.4.1.: Trinidad y Loreto elaboran y aplican un cuerpo normativo para el adecuado ordenamiento urbano de la ciudad encaminado a su posicionamiento turístico (protección de casco histórico, uso comercial de galerías, aceras, ruido, etc.)			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay políticas de ordenamiento urbano encaminadas al turismo	Trinidad y Loreto son atractivos turísticos consolidados y recomendados.		
Política 3.5.1.: Se dispone de un cuerpo de Policía Turística en Trinidad, con manual de funciones, capacitado y equipado, con jurisdicción en el área del destino			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay Policía Turística	La Policía Turística especializada genera alta seguridad para los visitantes del destino.		
Política 3.5.2.: Los cuerpos de guardaparques de las APM están capacitados y equipados para ejercer control y seguridad a la operación turística dentro de sus APM			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay guardaparques en Ibare-Mamoré y no está consolidado aún en Gran Mojos	Los guardaparques dan seguridad a los visitantes en sus APM.		
Política 3.5.3.: Opera una oficina departamental para atención eficiente de denuncias, quejas y reclamos para los turistas			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Se pueden hacer denuncias y quejas en la oficina de la DDT, pero no es formal ni hay web	Los visitantes del destino conocen que existe una oficina departamental para denuncias y quejas.		
Política 3.5.4.: La seguridad en los paseos fluviales es garantizada mediante normativa y el control ejercido por los guardaparques y la fuerza naval			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay una normativa general para el país, pero no necesariamente se cumple	Todas las actividades fluviales que realizan los visitantes al destino son seguras, controladas y respetan la normativa.		
Política 3.5.5.: Los visitantes reciben información puntual y confiable sobre las medidas que debe adoptar para evitar enfermedades y accidentes, así como la ubicación de los centros de atención sanitaria			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Es poco frecuente dar esta información a los visitantes	El destino es reconocido por su seguridad sanitaria.		

Política 3.6.1.: La identificación y análisis de los mercados objetivos (local, nacional e internacional) para los diferentes productos turísticos hace más eficiente las inversiones y genera mayor número de visitas			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay análisis de mercados en el destino	Los esfuerzos de promoción y mercadeo de los productos turísticos se dirigen a sus mercados objetivos y es actualizado periódicamente.		
Política 3.6.2.: Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado local			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Son escasos y no organizados los eventos de promoción local	El flujo de turismo local a los atractivos del destino se incrementa anualmente un mínimo del 5%.		
Política 3.6.3.: Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado nacional			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay una escasa promoción, pero no bajo estrategia	El destino consolida el mercado nacional que representa, al menos, un 60% anual de los visitantes a los atractivos turísticos.		
Política 3.6.4.: Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado internacional.			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay solo promoción por alguna empresa particular	El destino consolida el mercado internacional que representa, al menos, un 40% anual de los visitantes a los atractivos turísticos.		
Política 3.6.5.: La incorporación de los principios de turismo sostenible a la estrategia de mercadeo atrae a más visitantes con mayor responsabilidad y capacidad de gasto.			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No se aplican principios de turismo sostenible en mercadeo	El destino es reconocido por la aplicación de principios de turismo sostenible.		
Política 3.6.6.: La app generada sobre los servicios y productos turísticos existentes facilita al visitante la visita a los atractivos turísticos			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay app	El destino dispone de una app permanentemente actualizada sobre sus servicios y productos turísticos.		
Política 3.6.7.: Se crea un espacio virtual de información al turista para facilitar el conocimiento de productos y servicios a los visitantes			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay alguna página web que hace promoción general de algunos atractivos	El destino, sus servicios y productos, son ampliamente conocidos y están bien posicionados en medios virtuales.		
Política 3.7.1.: Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos están señalizadas siguiendo la normativa nacional, ofreciendo información relevante natural y cultural, límites y normativa establecida en sus planes de manejo			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay algunas señales en Ibare-Mamoré pero son insuficientes	Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos están bien señalizadas y ofrecen información sustancial a los visitantes.		



Política 3.8.1.: La marca del destino (logotipo y slogan) ha sido elaborada con los elementos identificativos del paisaje y la cultura de los Llanos de Moxos			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay marca del destino	La marca del destino es conocida a nivel nacional y se promociona en el mercado internacional identificando a los Llanos de Mojos.		
Política 3.8.2.: El material de promoción de servicios y productos turísticos incorpora la marca del destino			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay marca del destino	Los prestadores de servicios turísticos emplean la marca del destino en todo su material informativo y promocional.		
Política 3.8.3.: Los emprendimientos de turismo incorporan los elementos naturales y culturales identificativos del entorno			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay establecimientos que incorporan algunos elementos evocativos, pero no es generalizado	Los ambientes de los diferentes prestadores de servicios turísticos del destino están decorados y evocan el entorno natural y cultural.		
Política 3.9.1.: Trinidad desarrolla su marca con los elementos significativos de la ciudad turística que se desea organizar			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay una imagen de marca, pero no alude a la ciudad turística ni ha sido concertada	La marca de Trinidad es conocida y alude a sus características principales.		
Política 3.9.2.: Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos generan sus marcas a partir de sus elementos naturales y culturales identificativos			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
El APM Ibare-Mamoré tiene un logo, pero puede ser actualizado	Las marcas de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos son reconocidas y empleadas por los prestadores de servicios turísticos que operan en ellas.		
Política 3.10.1.: El albergue de Camiaco promueve el turismo familiar y genera ingresos y trabajo para la comunidad			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Existe un proyecto a diseño final elaborado y aprobado por el VMT	El albergue de Camiaco incrementa la visita a la comunidad en un 50%.		
Política 3.10.2.: Loma del Masí dispone de las infraestructuras turísticas necesarias para iniciar la actividad (baño, cocina, área de camping)			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No tiene proyecto ni equipos	El producto cultural de la Loma del Masí está posicionado y es sostenible.		
Política 3.11.1.: Hay actividad turística durante todo el año en Loreto y Camiaco por la mejora y estabilización de su carretera			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Salvo en momentos de lluvias muy intensas, la carretera a Loreto es operable todo el año hasta el río Ibare	La estacionalidad turística en los atractivos turísticos de municipio de Loreto no está motivada por su accesibilidad.		

Política 3.12.1.: Incorporar y/o mejorar los servicios de telefonía e internet en los productos turísticos			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Actualmente hay bastante cobertura en el área de Trinidad, pero no tanto en Loreto	Todos los productos turísticos del destino tienen acceso a telefonía e internet.		
Política 3.13.1.: La estrategia de sensibilización y afinidad de la población y las autoridades respecto del turismo fortalece su priorización en la gestión pública			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay acciones de sensibilización a la opinión pública	Las políticas de los gobiernos municipales y las APM priorizan la actividad turística impulsadas por la opinión pública.		
MANDATO 4: Internalización de costos ambientales y culturales			
Política 4.1.1.: La aplicación de los Criterios Globales de Turismo Sostenible fortalecen los objetivos de conservación y autofinanciamiento de las APM			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No se aplican ni evalúan	Todas las actividades turísticas en el destino cumplen los Criterios Globales de Turismo Sostenible.		
Política 4.1.2.: Los servicios turísticos aplican sistemas de buenas prácticas (ambiental, social, cultural y económico) en la actividad turística			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No se aplican buenas prácticas	Todos los prestadores de servicios turísticos aplican buenas prácticas en su actividad.		
Política 4.1.3.: El código ético de conducta para los visitantes promueve un turismo responsable			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay código ético de conducta	Todos los prestadores de servicios turísticos difunden y cumplen el código ético de conducta para visitantes.		
Política 4.2.1.: Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos disponen de plan de manejo y su zonificación de usos incorpora el turismo			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay plan de manejo en las APM	Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos aplican sus planes de manejo.		
Política 4.3.1.: Los prestadores de servicios turísticos promueven e incorporan los productos sostenibles locales y con raíces culturales del destino, agregando valor al producto turístico			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay ciertos usos, pero no está evaluado	El 90% de los prestadores de servicios turísticos del destino venden o promueven el uso de productos locales sostenibles.		
Política 4.3.2.: Los productos y servicios turísticos integran y promueven las culturas indígenas y tradicionales en sus actividades			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Aunque puede haber elementos tradicionales, no se explican y son escasos	El 70% de los prestadores de servicios turísticos del destino incorporan y/o promueven el conocimiento de las culturas indígenas y tradicionales.		

Política 4.3.3.: Las comunidades indígenas elaboran artesanías con calidad y certificación de origen adecuada a las tendencias de mercado			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay artesanías, pero no certificadas ni hechas bajo criterios de calidad de mercado	Al menos 20 productos artesanales indígenas en venta en el destino están certificados con denominación de origen.		
Política 4.3.4.: Los productos turísticos culturales de los pueblos indígenas han sido definidos por decisiones internas, promoviendo su autenticidad			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay productos turísticos culturales indígenas	Todos los productos turísticos culturales indígenas han sido definidos y son monitoreados por las organizaciones representativas y comunidades de cada pueblo.		
Política 4.4.1.: Los servicios turísticos del destino en las APM y comunidades operan con sistemas ambientales de manejo de residuos sólidos, líquidos y energía ambientalmente responsables			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay información, pero en general, no se aplican sistemas sostenibles	Todos los prestadores de servicios turísticos en áreas rurales manejan sus residuos y emplean sistemas de energía enmarcados en los criterios de turismo sostenible.		
Política 4.4.2.: Los sistemas de monitoreo de las APM incorporan indicadores de impacto para la actividad turística, tanto en lo ambiental como lo cultural, social y económico			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Las APM no tienen sistemas de monitoreo	Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos monitorean anualmente los impactos económicos, ambientales y culturales de la actividad turística.		
Política 4.4.3.: La política de sensibilización ambiental de la población reduce la presencia de basura en área urbana y rural del destino			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay una estrategia de sensibilización a la población	La presencia de basura en calles y espacios naturales es nula.		
<b>MANDATO 5: Desarrollo de oportunidades con igualdad de condiciones</b>			
Política 5.1.1.: La formación especializada de guías de turismo en los diferentes productos y servicios turísticos mejora la atención al cliente y la calidad de la oferta turística			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay guías acreditados	Todos los guías de turismo que trabajan en el destino están capacitados y acreditados para su actividad.		
Política 5.1.2.: Las capacitaciones en marketing y venta virtual de los prestadores de servicios turísticos incrementa el flujo turístico al destino			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No se hacen capacitaciones en marketing y venta virtual	Cuando menos, el 80% de las ventas de servicios turísticos se realizan de manera virtual.		

Política 5.1.3.: Las capacitaciones de los prestadores de servicios turísticos en atención al cliente y buenas prácticas en turismo mejoran el nivel de satisfacción de los visitantes			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No se hacen capacitaciones	Todos los prestadores de servicios turísticos del destino han recibido capacitación en atención al cliente y buenas prácticas.		
Política 5.1.4.: Las capacitaciones en gestión empresarial, sostenibilidad, nuevas tecnologías y tendencias del turismo, entre otros aspectos clave, promueve la sostenibilidad, adecuación e innovación de los productos turísticos			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No se hacen capacitaciones	Todos los prestadores de servicios turísticos del destino aplican las nuevas tecnologías, criterios de sostenibilidad turística y buenas prácticas de gestión empresarial, adecuándose a las tendencias del turismo nacional e internacional.		
Política 5.2.1.: La iniciativa de apoyo y fomento al turismo familiar nacional mediante ofertas planificadas promueve la visitación al destino			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay propuestas promocionales, pero no integrales y muy aisladas	El turismo local y nacional incrementa un 100% en el periodo.		
<b>MANDATO 6: Orientación para el desarrollo competitivo empresarial</b>			
Política 6.1.1.: Las alianzas estratégicas y/o la Empresa Municipal de Turismo promociona, mercadea y apoya la logística para la operación turística en los emprendimientos de turismo de las áreas rurales			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No existen alianzas ni empresas municipales de turismo	Los emprendimientos de turismo rurales disponen de una gestión eficiente y están consolidados.		
Política 6.2.1.: El centro gastronómico-cultural creado genera una oferta turística basada en la gastronomía tradicional y los productos locales			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No existe un centro gastronómico-cultural	En toda la oferta turística del destino se promueve una gastronomía identificativa sustentada en los productos locales, la tradición culinaria y su innovación.		
Política 6.2.2.: El fomento y capacitación para generar una artesanía identificativa, de calidad y sostenible, permite su integración al desarrollo turístico regional			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay artesanías, pero no identificativas, de calidad, etc.	El destino es conocido por su artesanía identificativa y de calidad.		
Política 6.3.1.: Los prestadores de servicios turísticos del destino están categorizados y acreditados como establece la norma, ofreciendo calidad y seguridad a los visitantes			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
En Trinidad, los alojamientos, agencias de viaje y operadores disponen de licencia departamental en su mayoría, pero no así guías ni ningún servicio turístico en Loreto	Todos los prestadores de servicios turísticos del destino están categorizados y acreditados por la instancia competente.		

<b>MANDATO 7: Impulso para el desarrollo prioritario del turismo comunitario</b>			
Política 7.1.1.: La ley departamental para el desarrollo del turismo comunitario facilita su promoción y desarrollo con financiación y equipamiento			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay una ley departamental específica para turismo comunitario	La ley Departamental para el Desarrollo del Turismo Comunitario facilita su promoción y desarrollo con financiación y equipamiento.		
Política 7.1.2.: Los emprendimientos comunitarios del destino cuentan con financiación para sus emprendimientos y equipamiento			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay financiamiento para los emprendimientos comunitarios	Todos los emprendimientos de turismo comunitario del destino con análisis de viabilidad cuentan con apoyo financiero para su implementación.		
Política 7.1.3.: Los emprendimientos turísticos comunitarios de pueblos indígenas y campesinos están capacitados en gerencia, administración y mercadeo, y sus organizaciones comunales y supracomunales tienen capacidades para apoyarlos y supervisarlos			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No se ofrecen estas capacitaciones	Los emprendimientos comunitarios operan de manera autónoma y eficiente, con supervisión de las organizaciones comunales y supracomunales.		
Política 7.1.4.: El apoyo técnico a los emprendimientos comunitarios a través del CMTT y CMTL mejora su competitividad y gestión			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No están consolidados el CMTT, CMTL ni sus comisiones técnicas	Los emprendimientos de turismo comunitario son competitivos y sostenibles.		
Política 7.1.5.: El desarrollo de productos artesanales y tradicionales en las comunidades ribereñas con actividad turística mejora su oferta y genera actividad económica sostenible.			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Existe alguna oferta, pero no de calidad ni adecuadamente dirigida	En todas las comunidades del destino con actividad turística se ofertan productos artesanales y tradicionales de calidad		
<b>MANDATO 8: Desarrollo de productos</b>			
Política 8.1.1.: Las mejoras en la gestión de los productos turísticos consolidados mejoran su oferta y generan mayor sostenibilidad			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No se ha iniciado la aplicación de recomendaciones	Los productos turísticos del destino más consolidados generan mayor visitación e ingresos al destino.		
Política 8.1.2.: El ordenamiento de Trinidad como ciudad turística genera circuitos que integran y desarrollan la oferta urbana y la rural en el destino			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay plan de ordenamiento turístico de la ciudad	Trinidad es un atractivo turístico consolidado y recomendado.		

Política 8.1.3.: El recurso turístico arqueológico precolombino se ha puesto en valor y opera como producto dentro de las rutas turísticas			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
La arqueología no es ahora un atractivo turístico relevante	El atractivo turístico arqueológico se ha convertido en una motivación para la visita al destino.		
Política 8.1.4.: La ruta gastronómica se formaliza y promueve una gastronomía tradicional, de calidad, sostenible y fomento del uso de la artesanía local			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
La oferta gastronómica no es ahora un atractivo turístico relevante	La gastronomía identificativa, de calidad y sostenible, se convierte en un importante atractivo turístico del destino.		
Política 8.1.5.: La integración de rutas asociadas a las especies endémicas y emblemáticas del destino (paraba barba azul, bufeo) mejoran la competitividad del destino			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay actividad turística con especies endémicas, no integradas	Las especies endémicas son incorporadas a las rutas turísticas del destino aplicando buenas prácticas.		
Política 8.1.6.: El producto de turismo en estancias ganaderas enriquece la oferta turística e involucra a nuevos actores			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay oferta en Trinidad, pero existen muchos más interesados	El producto turístico de estancias ganaderas se ha consolidado en el destino.		
Política 8.1.7.: Los productos turísticos culturales de los pueblos indígenas operan dentro de los circuitos turísticos del destino y mejoran la competitividad del destino			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
No hay oferta actual, se ha identificado una comunidad para iniciar el proceso	El producto turístico cultural de pueblos indígenas se ha consolidado en el destino.		
Política 8.1.8.: El turismo de pesca deportiva normado y zonificado genera sostenibilidad y más ingresos a la población local y el municipio			
Estado actual	Meta a 10 años	Seguimiento primer año	Comentarios y recomendaciones
Hay pesca deportiva en Camiaco, mal gestionada e insostenible	El producto turístico de pesca deportiva es sostenible y genera significativos beneficios a la comunidad.		

# Referencias Bibliográficas

- Aliaga-Rossel, E. y S. Quevedo. 2011. The bolivian river dolphin in the Tijamuchi and Ibare rivers (upper Madeira basin) during the rainy season in “La Niña” event. *Mastozoología Neotropical*, 18(2):293-299. Mendoza.
- Aliaga-Rossel, E., L. Guizada, A. S. Beerman, A. Alcocer y C. Morales. 2012. Distribución y estado poblacional del bufeo boliviano (*Inia boliviensis*) en cuatro ríos tributarios de la subcuenca del río Mamoré. *Ecología en Bolivia*, 47(2): 134-142.
- Altamarino, S. y F. Del Águila. (2010). Diagnóstico de la Biodiversidad del Área Protegida Municipal Ibare – Mamoré. Santa Cruz. Bolivia: Fundación Amigos de la Naturaleza.
- AnálisisReal-Latinoamérica. (2018). El Sistema Económico de los Sistemas Locales: el potencial de los 339 municipios de Bolivia. AnálisisReal-Latinoamérica y Fundación Jubileo.
- Andersen, L., Canelas, S., Gonzales, A., Peñaranda, L. (2020). Atlas municipal de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Bolivia 2020. La Paz. Bolivia: Universidad Privada Boliviana. SDSN Bolivia. La Paz. Bolivia.
- Andersen, L. y Gonzales, A. (2020). Turismo como motor de desarrollo sostenible en Bolivia. SDSN Bolivia. En: <https://www.sdsnbolivia.org/turismo-como-motor-de-desarrollo-sostenible-en-bolivia/>
- Araujo, N. R. Müller, C. Nowicky y P.L. Ibish (eds.). (2010). Prioridades de conservación de la Biodiversidad de Bolivia. GEP II, CL, TNC, WCS. Universidad de Eberswalde. Editorial FAN. Santa Cruz. Bolivia.
- Barnadas, J. ([1772], 1985). Introducción. En: F. Eder, Breve descripción de las reducciones de Mojos (págs. 5-100). Historia Boliviana. Cochabamba. Bolivia.
- Berkunsky, I., Daniele, G., Kacoliris, F. P., Díaz-Luque, J. A., Frias, C. P. S., Aramburu, R. M., y Gilardi, J. D. (2014). Reproductive parameters in the critically endangered Blue-throated Macaw: limits to the recovery of a parrot under intensive management. *PloS one*, 9(6), e99941.
- Berkunsky, I., Simoy, M. V., Cepeda, R. E., Marinelli, C., Kacoliris, F. P., Daniele, G., Cortelezzi, A., Díaz Luque, J. A., Friedman, J. M., y Aramburú, R. M. (2015). Assessing the use of forest islands by parrot species in a neotropical savanna. *Avian Conservation and Ecology*, 10 (1), 11.
- Berkunsky, I., Cepeda, R. E., Marinelli, C., Simoy, M. V., Daniele, G., Kacoliris, F. P., Díaz-Luque, J. A., Gandoy, F., Aramburú, R. M., y Gilardi, J. D. (2016). Occupancy and abundance of large macaws in the Beni savannahs, Bolivia. *Oryx*, 50 (01), 113-120.
- Block, D. (1997). La cultura reduccional de los Llanos de Mojos. Historia Boliviana. Sucre. Bolivia.
- Calderwood, L. y Soshkin, M. (2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. In World Economic Forum. En: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf).
- Cantero, J. (2016). Aviturismo: un nicho de mercado de futuro para el turismo experiencial. En: <https://marketingexperiencial.wordpress.com/2016/05/01/aviturismo-un-nicho-de-mercado-de-futuro-para-el-turismo-experiencial/>
- CESAE. Business and Tourism School. (2020). Perspectivas para el Turismo. Horizonte 2021. En: <https://www.cesae.es/informe-turismo-2021>
- Consejo Mundial de Turismo Sostenible. (2019). “The Case for Responsible Travel: Trends and Statistics 2019 by CREST”. En: <https://www.gstcouncil.org/case-responsible-travel-trends-statistics-2019>
- Córdoba, L. (2012). El Boom Cauchero en la Amazonía Boliviana: Encuentros y Desencuentros con una Sociedad Indígena (1869-1912). En: Villar, D. y Combés, I. Las tierras bajas de Bolivia: miradas históricas y antropológicas. El País. pp. 125-156. Santa Cruz de la Sierra. Bolivia.
- Chambi, J. (2013). Lineamientos estratégicos del desarrollo turístico en el Área Protegida Municipal Ibare-Mamoré. Municipio de Trinidad. Beni. (Proyecto de grado). Universidad Mayor de San Andrés. La Paz. Bolivia.
- Crevels E.I. y Muysken P.C. (eds.). (2012). Lenguas de Bolivia, Tomo II: Amazonía. Plural editores. La Paz, Bolivia.
- Chávez Suárez, J. (1986). Historia de Moxos. Don Bosco (Segunda Edición). La Paz. Bolivia.
- Daniele, G., Kacoliris, F. P., y Berkunsky, I. 2018. Diurnal bird raptors of Llanos de Moxos, Bolivia. *Neotropical Biology and Conservation*, 13(2), 94–100. <https://doi.org/10.4013/nbc.2018.132.01>

- De Carvalho, W. D. y Mustin, K. 2017. The highly threatened and little known Amazonian savannahs. In *Nature Ecology and Evolution* (Vol. 1, Issue 4). Nature Publishing Group. <https://doi.org/10.1038/s41559-017-0100>
- De la Vega, G. ([1539-1616] 1918). *Los comentarios reales de los Incas*, Tomo II. Lima: San Martí y Ca.
- Denevan, W. 1980. La población aborigen de la Amazonía en 1492. *Amazonía Peruana*, 3(5), 3–41.
- Diez Gálvez, M. 2017. *Las Misiones de Mojos: El barroco en la frontera*. Tomo I y Tomo II. Itinerarios. Cochabamba. Bolivia.
- Ecoterra Tourism y Business Consulting. (2008). *Plan de desarrollo turístico municipal de Trinidad*. HAM Trinidad. Trinidad. Bolivia.
- E&E Consulting Group. (2021). *Estudio de Línea Base Llanos de Moxos. Informe de conclusiones de línea base* (Inédito). Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos- WCS-Bolivia. La Paz. Bolivia.
- Embert D. (2007). *Distribution, diversity, and conservation status of Bolivian reptiles. Forschungsarbeit zur Erlangung des Doktorgrades, Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät, Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn*.
- Erickson, C. L. (2006). The domesticated landscapes of the Bolivian Amazon. In W. Balée y C. Erickson (Eds.), *Time and Complexity in Historical Ecology* (pp. 235–278). New York: Columbia University Press.
- Espinosa, C. (2015). *Diagnóstico y Plan Integral de Gestión Ambiental del Área Protegida Municipal "Ibare-Mamoré"*. Gobierno Autónomo Municipal de Trinidad. Trinidad. Bolivia.
- Forwardkeys. (2021). *Travel analysis: European Summer Results*. En: <https://forwardkeys.com/travel-analysis-european-summer-results/>
- Fundación para el Desarrollo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. (2014). *Plan estratégico financiero Área Protegida Municipal Ibare-Mamoré*. Trinidad. Bolivia.
- Gaceta Oficial del Beni. (2018). Ley N° 79 de Turismo. Trinidad. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia N° 1740. (1992). Ley N° 1333 del Medio Ambiente. La Paz. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia N° 2025. (1997). Decreto Supremo N° 24781. Reglamento General de Áreas Protegidas. La Paz. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia. (2007). Ley N° 3760. Homologación de la Declaración de Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas. La Paz. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia. (2010). Decreto Supremo 28591. Reglamento General de Operaciones Turísticas en Áreas Protegidas. La Paz. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia N° 154NEC. (2010). Ley N° 031. Ley Marco de Autonomías y Descentralización "Andrés Ibáñez". La Paz. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia N° 431NEC. (2012). Ley N° 300. Ley Marco de la Madre Tierra y Desarrollo Integral para Vivir Bien. La Paz. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia N° 423NEC. (2012). Ley N° 292. Ley General de Turismo "Bolivia te espera". La Paz. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia N° 605NEC. (2014). Ley N° 482. Ley de Municipalidades. La Paz. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia N° 811NEC. (2015). Decreto Supremo 2609. Reglamento General a la Ley N° 292. Gaceta Oficial de Bolivia. La Paz. Bolivia.
- Gaceta Oficial de Bolivia N° 841NEC. (2016). Ley N° 786. Plan de Desarrollo Económico y Social 2016-2020 en el marco del desarrollo integral para Vivir Bien. La Paz. Bolivia.
- Gobierno Autónomo Departamental del Beni. (2016). *Plan Territorial de Desarrollo Integral (PTDI) del Beni 2016-2020*. GAD Beni. Trinidad. Bolivia.
- Gobierno Autónomo Departamental del Beni, CIBIOMA-UAB. (2016). *Guía de las áreas protegidas del Beni*. Trinidad. Bolivia.
- Gobierno Autónomo Departamental del Beni. (2019). *Plan de Uso del Suelos*. Gobierno Autónomo Departamental del Beni. Trinidad. Bolivia.
- Gobierno Autónomo Municipal de Loreto. (2017). *Creación del Área Protegida Municipal Gran Mojos (Beni, Bolivia)*. GAM Loreto, WPT, CLB y CIBIOMA-UABJB. Trinidad. Bolivia.
- Gobierno Autónomo Municipal de Trinidad. (2012). *Estrategia para el desarrollo del ecoturismo en el Área Protegida Ibare-Mamoré 2012-2016*. GAM Trinidad. Trinidad. Bolivia.
- Gobierno Autónomo Municipal de Trinidad. (2015). *Plan Territorial de Desarrollo Integral para Vivir Bien del Municipio de la Santísima Trinidad. P.T.D.I. 2016-2020 (ajustado)*. GAM Trinidad. Trinidad. Bolivia.
- Gobierno Autónomo Municipal de Trinidad. (2016). *Plan Estratégico Municipal (PEI) 2016-2020*. GAM Trinidad. Trinidad. Bolivia.
- GNA Hotel Solutions. (2020). *Principales tendencias turismo post Covid-19*. En: <https://tecnohotelnews.com/2020/07/23/principales-tendencias-turismo-pos-covid/>



- Grupo de Trabajo para los Llanos de Moxos. (2022). Programa de Conservación y desarrollo sostenible de los Llanos de Moxos. (Inédito).
- Guiteras, A. (2011). Propiedad indígena y titulación de tierras en la Amazonía boliviana. C.M.H.L.B. Caravelle, 96, 35-50.
- Guiteras, A. (2017). La territorialización de la Amazonía boliviana: conocer, colonizar y administrar. En Construction des Orientes bolivien et péruvien (1821-années 1930). Publications numériques de la Société des Langues Néo-Latines.
- Instituto Boliviano de Comercio Exterior. (2014). Perfil del turista interno. Boletín Electrónico Bisemanal N° 362. Bolivia, 27 de octubre de 2014. En: [https://ibce.org.bo/images/ibcecifras\\_documentos/CIFRAS-362-Perfil-Turista-Interno-Bolivia.pdf](https://ibce.org.bo/images/ibcecifras_documentos/CIFRAS-362-Perfil-Turista-Interno-Bolivia.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística. (2001). Censo Nacional de Población y Vivienda. INE. Bolivia.
- Instituto Nacional de Estadística. (2012). Censo Nacional de Población y Vivienda. INE. Bolivia.
- Instituto Nacional de Estadística. (2013). Ficha Municipal Agropecuaria. En: <http://sice.ine.gob.bo/censofichacna/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2015). Encuesta de gasto de turismo receptor y emisor 2014. INE. Bolivia.
- Instituto Nacional de Estadística. (2020a). Actividad de Turismo 2019. INE. Bolivia.
- Instituto Nacional de Estadística. (2020b). Estadísticas de Turismo Interno-Encuesta de hogares 2019. INE. Bolivia.
- Instituto Nacional de Estadística. (2020c). PIB Departamental. En: <https://www.ine.gob.bo/index.php/pib-departamental/>
- Jaimes, C. (2012). La cerámica de la Loma Salvatierra, Beni, Bolivia. Kommission für Archäologie Außereuropäischer Kulturen des Deutsches Archäologisches Instituts. Plural.
- Jaimes, C. y Prümers, H. (2015). Los Llanos de Mojos. En: *Bolivia. Su Historia. De los orígenes a los Estados prehispánicos 10.000 a.C.-1450 d.C.* Tomo I: 209-231. Plural Editores. La Paz. Bolivia.
- Jaimes, C. y Prümers, H. (2018). A la sombra de los Andes. Arquitectura monumental en los Llanos de Mojos. En: Ghezzi, Iván; Salcedo, Luis (eds.). La cooperación científica francesa en Latinoamérica. Avances recientes en datación y arqueometría en los Andes. Plural Editores. La Paz. Bolivia.
- Jézéquel, C., Tedesco, P., Bigorne, R., Maldonado Ocampo, J., Ortega, H., Hidalgo, M., Martens, K., Torrente-Vilara, G., Zuanon, J., Acosta, A., Agudelo, E., Barrera, S., Bastos, D., Bogotá-Gregory, J., Cabeceira, F., Canto, A., Carvajal-Vallejos, F., Carvalho, L., Ribeiro, A. y Oberdorff, T. (2020). A database of freshwater fish species of the Amazon Basin. Scientific Data, 7. <https://doi.org/10.1038/s41597-020-0436-4>
- Langstroth, R. B., Yezerinac, S., Aldabe, J., De Almeida, J. B., Castresana, G., Brown, S., Rocca, P., Saalfeld S. T. y Fox, J. W. (2016). Light-level geolocation reveals migration patterns of the Buff-breasted Sandpiper. Water Study. 123(1): 29-43
- Langstroth, R. (2011). Biogeography of the Llanos de Moxos: natural and anthropogenic determinants. Geographica Helvetica, 66(3), 183-192. <https://doi.org/10.5194/gh-66-183-2011>
- Larrea-Alcázar, D. M., Embert, D., Aguirre, L. F., Ríos-Uzeda, B., Quintanilla, M. y Vargas, A. (2011). Spatial patterns of biological diversity in a neotropical lowland savanna of northeastern Bolivia. Biodiversity and Conservation, 20(6), 1167-1182. <https://doi.org/10.1007/s10531-011-0021-4>
- Lehm, Z. (1987). Diagnóstico de la situación actual de los indígenas de Trinidad y áreas cercanas. En: Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, Simposio sobre las Misiones Jesuitas en Bolivia (págs. 205 - 213). La Paz. Bolivia.
- Lehm, Z. (1999). Milenarismo y Movimientos Sociales en la Amazonía Boliviana: La Búsqueda de la Loma Santa y la Marcha Indígena por el Territorio y la Dignidad. APCOB - CIDDEBENI - OXFAM América. Santa Cruz de la Sierra. Bolivia.
- Lehm, Z. y Lara, K. (2021). Movimientos indígenas en Bolivia: avances y desafíos. En: Chirif, A. Por la conquista de la autodeterminación. pp. 207-227. IGWIA. Lima. Perú.
- Limpías, M. (1942). Los Gobernadores de Mojos. Escuela Tipográfica Salesiana. La Paz. Bolivia.
- Lombardo, U. y Prümers, H. (2010). Pre-Columbian human occupation patterns in the eastern plains of the Llanos de Moxos, Bolivian Amazon. Journal of Archaeological Science, 1875-1885.
- Lombardo, U., Szabo, K., Capriles, J., May, JH., Amelung, W., Hutterer, R., Lehndorff, E., Veit, H. (2013). Early and Middle Holocene Hunter-Gatherer Occupations in Western Amazonía: The Hidden Shell Middens. Plos one 8.
- Lombardo, U., Iriarte, J., Hilbert, L., Ruiz-Pérez, J., Capriles, J. M. y Veit, H. (2020). Early Holocene crop cultivation and landscape modification in Amazonía. Nature, 581(7807), 190-193. <https://doi.org/10.1038/s41586-020-2162-7>

- Maldonado, C. y Hurtado, G. (2011). Guía para la gestión de autosostenibilidad. Destinos turísticos comunitarios. Organización Internacional del Trabajo. Lima. Perú.
- Marrero, M. (2013). La cadena de valor en los destinos turísticos. En: <https://momomarrero.com/2016/03/08/la-cadena-de-valor-en-los-destinos-turisticos/>
- Mayle, F. E., Langstroth, R. P., Fisher, R. A. y Meir, P. (2007). Long-term forest-savannah dynamics in the Bolivian Amazon: Implications for conservation. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 362(1478), 291–307. <https://doi.org/10.1098/rstb.2006.1987>
- Meneses, R. I., Larrea-Alcázar, D. M., Beck, S. G., Espinoza, S. (2014). Modelando patrones geográficos de distribución de gramíneas (Poaceae) en Bolivia: Implicaciones para su conservación Modeling the geographical patterns of distribution of grasses (Poaceae) in Bolivia: implications for their conservation. In *Ecología en Bolivia* (Vol. 49, Issue 1). Abril. [www.tropicos.org](http://www.tropicos.org).
- Meyers, A. y Combès, I. (2011). La relación cierta de Alcaya(ga). In I. Combès y V. Tyuleneva (Eds.). *Paititi ensayos y documentos* (pp. 158–171)
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2011a). Salares y Lagunas de Colores la región más visitada de Bolivia. Boletín Estadístico Informativo N° 1. Ministerios de Culturas y Turismo. Viceministerio de Turismo. En: <http://200.7.160.149:8080/documents/332882643/0/SALAR+DE+UYUNI.pdf>
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2011b). Metodología para la Inventariación, Jerarquización y categorización de los atractivos turísticos. Ministerios de Culturas y Turismo. Viceministerio de Turismo. La Paz. Bolivia.
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2011c). Perfil del turismo interno. Encuesta Gasto 2011. Ministerio de Culturas y Turismo. Viceministerio de Turismo. Dirección General de Control de la Actividad Turística. La Paz. Bolivia.
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2012). Manual de Señalización Turística de Bolivia. Ministerio de Culturas y Turismo. Viceministerio de Turismo. La Paz. Bolivia.
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2014). Encuesta de gasto de turismo receptor y emisor 2014. Ministerio de Culturas y Turismo. Viceministerio de Turismo. La Paz. Bolivia
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2015). PLANTUR 2025. Plan Nacional de Turismo 2015-2020 - Agenda Turística PLANTUR 2025. Ministerio de Culturas y Turismo. Viceministerio de Turismo. La Paz. Bolivia.
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2016a). Estudio apoyo al desarrollo de planes estratégicos sectoriales de turismo a nivel departamental. Ministerio de Culturas y Turismo. Viceministerio de Turismo. La Paz. Bolivia
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2016b). Presentación Plan Nacional de Turismo. Cumbre Nacional de Turismo, Santa Cruz de la Sierra, 2 y 3 de septiembre de 2016. Sin publicar.
- Ministerio de Planificación del Desarrollo. (2021). Plan de Desarrollo Económico Social 2021-2025. Ministerio de Planificación del Desarrollo. La Paz. Bolivia.
- Ministerio de Medio Ambiente y Agua. (2012). Plan Maestro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas 2012-2022. Ministerio de Medio Ambiente y Aguas. Servicio Nacional de Áreas Protegidas. La Paz. Bolivia.
- Moraes R, M. y Sarmiento, J. (2018). Biodiversity in Bolivia. In *Global Biodiversity* (pp. 1–58). Apple Academic Press. <https://doi.org/10.1201/9780429433634-1>
- Moreno, G. R. (1888). Biblioteca Boliviana: catálogo del archivo de Mojos y Chiquitos. Imprenta Gutenberg. Santiago. Chile.
- Moreno, A. y Sariago, I. (2017). Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia. *Pasos*. Vol. 15 (1). pp. 163-180. En: [https://www.pasosonline.org/Publicados/15117/PS117\\_10.pdf](https://www.pasosonline.org/Publicados/15117/PS117_10.pdf)
- Munguía, P. (2015). El mercado del turismo en Bolivia. Resumen Ejecutivo. ICEX. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Paz. La Paz. Bolivia.
- Naciones Unidas. (2020). Informe de políticas: la COVID-19 y la transformación del turismo. Agosto 2020. En: [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy\\_brief\\_covid-19\\_and\\_transforming\\_tourism\\_spanish.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf)
- National Geographic. (2020). El viaje no es ocio, es necesidad... y recompensa. En: [https://viajes.nationalgeographic.com/es/lifestyle/estas-seran-tendencias-viajes-post-covid-segun-bookingcom\\_16067/3](https://viajes.nationalgeographic.com/es/lifestyle/estas-seran-tendencias-viajes-post-covid-segun-bookingcom_16067/3)
- Navarro, G. (2006). Vegetación y Unidades Biogeográficas. En: Navarro, G. y M. Maldonado. 2006.
- Geografía Ecológica de Bolivia: Vegetación y Ambientes Acuáticos. Editorial: Centro de Ecología Simón I. Patiño – Departamento de Difusión. Cochabamba. Bolivia.

- Navarro, G. y M. Maldonado. (2006). Geografía Ecológica de Bolivia: Vegetación y Ambientes Acuáticos. Editorial: Centro de Ecología Simón I. Patiño – Departamento de Difusión. Cochabamba. Bolivia.
- Observatorio Nacional de Turismo Emisor. (2020). Cómo será el nuevo viajero nacional en el nuevo escenario post COVID-19. En: <https://www.smarttravel.news/observatur-10-grandes-tendencias-escenario-post-covid-19/>
- Organización Mundial de Turismo. (2020). El turismo internacional sigue adelantando a la economía global. En: <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>
- Organización Mundial de Turismo. (2021). 2020: el peor año de la historia del turismo internacional, con mil millones menos de llegadas internacionales. En: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. (2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. OMT. Madrid. DOI En: <https://doi.org/10.18111/9789284420995>.
- Ovando, A., Tomasella, J., Rodríguez, D. A., Martínez, J. M., Siqueira-Junior, J. L., Pinto, G. L. N., Passy, P., Vauchel, P., Noriega, L. y Von Randow, C. (2016). Extreme flood events in the Bolivian Amazon wetlands. *Journal of Hydrology: Regional Studies*, 5, 293–308. <https://doi.org/10.1016/j.ejrh.2015.11.004>
- Ovando, A., Martínez, J. M., Tomasella, J., Rodríguez, D. A. y Von Randow, C. (2018). Multi-temporal flood mapping and satellite altimetry used to evaluate the flood dynamics of the Bolivian Amazon wetlands. *International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation*, 69, 27–40. <https://doi.org/10.1016/j.jag.2018.02.013>
- Panesso, J. (2003). Apuntes sobre los clústers turísticos. *Turismo y Sociedad*, 2, (nov. 2003), 35–46
- Pereiro, X. (2015). Reflexión antropológica sobre el turismo indígena. *Desacatos*, n° 47. Pp.: 18-35. En: <https://desacatos.ciesas.edu.mx/index.php/Desacatos/issue/view/95>
- Pouilly, M.; Beck, S.; Moraes, M.; Ibañez, C. (2004). Diversidad biológica en la llanura de inundación del Río Mamoré. Importancia ecológica de la dinámica fluvial. Centro de Ecología Simón I. Patiño. Santa Cruz. Bolivia.
- Prümers, H. y Jaimes, C. (2014). Cien años de investigación arqueológica en los Llanos de Moxos. *Arqueoantropológicas* 4(4), 11-53.
- Prümers, H., Jaimes, C., Trautmann, M., Trautmann, I., Wahl, J., Bruno, M. y Glaser, B. (2015). Loma Mendoza. Las excavaciones del Instituto Arqueológico Alemán y de la Dirección Nacional de Arqueología en los años 1999-2002. [https://www.academia.edu/45034445/Loma\\_Mendoza\\_Las\\_excavaciones\\_del\\_Instituto\\_Arqueol%C3%B3gico\\_Alem%C3%A1n\\_y\\_de\\_la\\_Direcci%C3%B3n\\_Nacional\\_de\\_Arqueolog%C3%ADa\\_en\\_los\\_a%C3%B1os\\_1999\\_2002\\_2015\\_](https://www.academia.edu/45034445/Loma_Mendoza_Las_excavaciones_del_Instituto_Arqueol%C3%B3gico_Alem%C3%A1n_y_de_la_Direcci%C3%B3n_Nacional_de_Arqueolog%C3%ADa_en_los_a%C3%B1os_1999_2002_2015_)
- Quiroga, M. y Salinas, E. (1996). *Minerales y Madera. Temas para el Debate Ambiental*. Editorial GRAMA-Grupo de Reflexión y Acción sobre el Medio Ambiente. La Paz. Bolivia.
- Reichle, S. (1997). Amphibien der Savanne der Estacion Biologica del Beni (EBB). *Herpetofauna* 19: 5-18.
- Renvoize, S.A. 1998. *Gramineas de Bolivia*. Royal.
- Reichle, S. (2007). *Distribution, diversity and conservation status of Bolivian Amphibians*. Dissertation. ULB Bonn.
- Tella, J. L., Baños-Villalba, A., Hernández-Brito, D., Rojas, A., Pacífico, E., Díaz-Luque, J. A., Carrete, M., Blanco, G. y Hiraldo, F. (2015). Parrots as overlooked seed dispersers. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 13 (6), 338-339.
- Saignes, T. (1981). El pie de monte amazónico de los Andes meridionales: Estado de la cuestión y problemas relativos a su ocupación en los siglos XVI y XVII. *Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos*, 141 - 176.
- Ten, S. (2019). *Contribución del Área Protegida Municipal Ibare Mamoré y del municipio de Trinidad, al cumplimiento de la meta Aichi 1 y Fortalecimiento del Centro de Educación Ambiental-CIBIOMA. Informe técnico de resultados*. CIBIOMA-UABJB. GAM Trinidad. WWF. Suecia Sverige. Proyecto BosNi. Trinidad. Bolivia.
- Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas. (2015). *Diagnósticos Sectoriales*. Turismo. Vol. 5. INE. La Paz. Bolivia.
- Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas. (2020). *Actividad de Turismo 2019*. Boletín estadístico. INE. La Paz. Bolivia.
- Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas. (2016). *Diagnósticos Sectoriales*. Tomo V Turismo. En: [http://www.udape.gob.bo/portales\\_html/diagnosticos/diagnostico2018/documentos/TOMO-V-Turismo-10.07.18.html](http://www.udape.gob.bo/portales_html/diagnosticos/diagnostico2018/documentos/TOMO-V-Turismo-10.07.18.html)
- Vallvé, F. (2010). *The Impact of the Rubber Boom on the Indigenous Peoples of the Bolivian Lowlands (1850-1920)* [tesis]. Georgetown University. USA.

Viceministerio de Turismo y Gobierno Autónomo Departamental del Beni. (2018).  
Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico del Destino Rurrenabaque: Madidi -  
Pampas: 2018 - 2027. Wildlife Conservation Society. La Paz. Bolivia.

Walker, J. (2008). The Llanos de Mojos. In: Silverman, H., Isbell, W. (Eds.), Handbook of  
South American Archaeology. Springer, New York, pp. 927-939.

## ANEXO 1. Objetivos y políticas estratégicas del Plan Estratégico de Turismo de las APM

MANDATO	OBJETIVO	POLÍTICA	
3. Coordinación interinstitucional e intersectorial	3.1. Consolidar el Consejo Municipal de Turismo de Trinidad (CMTT) y su comisión técnica de apoyo	3.1.1. El CMTT opera con funciones y competencias reglamentadas, definiendo sus objetivos principales.	
		3.1.2. Los actores públicos, comunitarios y privados del sector han suscrito el compromiso de aceptar las funciones planificadoras, fiscalizadores y de seguimiento del CMTT para la implementación del Plan Estratégico.	
		3.1.3. Se estructura y opera una comisión técnica de apoyo al CMTT conformada por instituciones públicas, privadas y particulares con conocimientos específicos para los temas de interés del CMTT.	
	3.2. Consolidar el Consejo Municipal de Turismo de Loreto (CMTL) y su comisión técnica de apoyo	3.2.1. El CMTL opera con funciones y competencias reglamentadas, definiendo sus objetivos principales.	
		3.2.2. Los actores públicos, comunitarios y privados del sector han suscrito el compromiso de aceptar las funciones planificadoras, fiscalizadores y de seguimiento del CMTL para la implementación del Plan Estratégico.	
		3.2.3. Se estructura y opera una comisión técnica de apoyo al CMTL conformada por instituciones públicas, privadas y particulares con conocimientos específicos para los temas de interés del CMTL.	
	3.3. Promover organizaciones sectoriales e intersectoriales estructuradas y operativas	3.3.1. Los prestadores de servicios turísticos están legalmente constituidos, registrados y categorizados por las autoridades competentes, dando seguridad e información sobre los servicios ofrecidos.	
		3.3.2. La organización de los sectores a nivel municipal (operadores, gastronómica, hotelero, transporte, guías y otros prestadores de servicios turísticos) los hace representativos y definir sus políticas sectoriales.	
		3.3.3. Las organizaciones sectoriales estructuradas en una organización intersectorial representativa que promueve visiones, políticas y acciones conjuntas.	
	3.4. Organizar un Consejo de Turismo del destino que integre a actores públicos, privados y comunitarios bajo una visión de destino	3.4.1. Se construye, estructura y organiza un Consejo de Turismo del destino a partir de las instituciones públicas, organizaciones sociales y sectoriales del destino, promoviendo una visión de destino.	
	4. Información e implementación aplicada al turismo	4.1. Disponer de información estadística y técnica sobre turismo en los municipios de Trinidad y Loreto	2.1.1. Las políticas y estrategias de desarrollo turísticos se adoptan empleando la información estadística levantada por los GAM de Trinidad y Loreto, en coordinación con la DDT, en sus jurisdicciones.
			3.2.2. El Observatorio de Turismo realiza anualmente estudios sobre los aspectos priorizados por la INSTO y los Consejo de Turismo de Trinidad y Loreto, facilitando su adaptación a las tendencias de mercado y monitorear su impacto.
3.2.3. La población local apoya las políticas de turismo al estar informada sobre la situación del mismo y sus impactos (económicos, sociales, etc.).			

MANDATO	OBJETIVO	POLÍTICA
4. Desarrollo de condiciones básicas	4.1. Generar las normativas de turismo específicas (municipios y las APM), enmarcadas en la normativa nacional, departamental y sujeta a los criterios globales de turismo sostenible	3.1.8. El municipio de Trinidad regula la actividad turística mediante su normativa municipal elaborada bajo criterios de sostenibilidad.
		3.1.9. El APM Ibare-Mamoré ordena la actividad turística con su normativa específica sustentada en el RGOTAP
		3.1.10. El GAM de Trinidad elabora y aplica su Ley de SISCO para el APM Ibare-Mamoré, promoviendo su sostenibilidad.
		3.1.11. El municipio de Loreto regula la actividad turística mediante su normativa municipal elaborada bajo criterios de sostenibilidad.
		3.1.12. El APM Gran Mojos ordena la actividad turística con su normativa específica sustentada en el RGOTAP.
		3.1.13. El GAM de Loreto elabora y aplica su Ley de SISCO para el APM Gran Mojos, promoviendo su sostenibilidad.
		3.1.14. El APM Gran Mojos dispone y aplica su normativa y zonificación pesquera, ordenando la actividad y promoviendo la sostenibilidad del recurso.
	4.2. Disponer de saneamiento básico sustentable en capitales municipales	4.2.1. La implementación del saneamiento básico moderno y responsable en las capitales municipales del destino promueve el desarrollo de ciudades turísticas
	3.3. Elaborar normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria	3.3.1. Los municipios de Trinidad y Loreto elaboran y aplican la normativa y protocolos sobre seguridad e higiene alimentaria, garantizando la inocuidad alimentaria.
	3.4. Generar un cuerpo normativo sobre ordenamiento urbano para las ciudades de Trinidad y Loreto que permita su desarrollo turístico	3.4.1. Los municipios de Trinidad y Loreto elaboran y aplican un cuerpo normativo para el adecuado ordenamiento urbano de la ciudad encaminado a su posicionamiento turístico (protección de casco histórico, uso comercial de galerías, aceras, ruido, etc.).
	3.5. Fortalecer la seguridad y garantías para los turistas en el destino	3.5.1. Se dispone de un cuerpo de Policía Turística en Trinidad, con manual de funciones, capacitado y equipado, con jurisdicción en el área del destino.
		3.5.2. Los cuerpos de guardaparques de las APM están capacitados y equipados para ejercer control y seguridad a la operación turística dentro de sus APM.
		3.5.3. Opera una oficina departamental para atención eficiente de denuncias, quejas y reclamos para los turistas.
		3.5.4. La seguridad en los paseos fluviales es garantizada mediante normativa y el control ejercido por los guardaparques y la fuerza naval.
		3.5.5. Los visitantes reciben información puntual y confiable sobre las medidas que debe adoptar para evitar enfermedades y accidentes, así como la ubicación de los centros de atención sanitaria.

MANDATO	OBJETIVO	POLÍTICA
	3.6. Desarrollar la estrategia de promoción y mercadeo con base en mercados objetivo	3.6.1. La identificación y análisis de los mercados objetivos (local, nacional e internacional) para los diferentes productos turísticos hace más eficiente las inversiones y genera mayor número de visitas.
		3.6.2. Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado local.
		3.6.3. Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado nacional.
		3.6.4. Los actores públicos, comunitarios y privados del destino disponen y ejecutan la estrategia de mercadeo y promoción para el mercado internacional.
		3.6.5. La incorporación de los principios de turismo sostenible a la estrategia de mercadeo atrae a más visitantes con mayor responsabilidad y capacidad de gasto.
		3.6.6. La app generada sobre los servicios y productos turísticos existentes facilita al visitante la visita a los atractivos turísticos.
		3.6.7. Se crea un espacio virtual de información al turista para facilitar el conocimiento de productos y servicios a los visitantes.
	3.7. Señalizar las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos	3.7.1. Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos están señalizadas siguiendo la normativa nacional, ofreciendo información relevante natural y cultural, límites y normativa establecida en sus planes de manejo.
	3.8. Generar y consolidar la imagen de marca del destino	3.8.1. La marca del destino (logotipo y slogan) ha sido elaborada con los elementos identificativos del paisaje y la cultura de los Llanos de Moxos.
		3.8.2. El material de promoción de servicios y productos turísticos incorporan la marca del destino.
		3.8.3. Los emprendimientos de turismo incorporan los elementos naturales y culturales identificativos del entorno.
	3.9. Desarrollar las marcas de la ciudad de Trinidad y de las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos	3.9.1. La ciudad de Trinidad desarrolla su marca con los elementos significativos de la ciudad turística que se desea organizar.
		3.9.2. Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos generan sus marcas a partir de sus elementos naturales y culturales identificativos.
	3.10. Realizar las infraestructuras públicas y comunitarias básicas en el destino	3.10.1. El albergue en la localidad de Camiaco promueve el turismo familiar y genera ingresos y trabajo para la comunidad.
		3.10.2. La comunidad de Loma del Masí dispone de las infraestructuras turísticas necesarias para iniciar la actividad (baño, cocina, área de camping).
	3.11. Mejorar los accesos y asegurar la operatividad anual de los productos turísticos	3.11.1. Hay actividad turística durante todo el año en Loreto y Camiaco por la mejora y estabilización de su carretera.
	3.12. Incorporar y/o mejorar los servicios de telefonía e internet en los productos turísticos	3.12.1. La presencia de servicios de telefonía en internet en los diferentes productos turísticos facilita su desarrollo.
	3.13. Promover afinidad y priorización del turismo en el destino	3.13.1. La estrategia de sensibilización y afinidad de la población y las autoridades respecto del turismo fortalece su priorización en la gestión pública.

MANDATO	OBJETIVO	POLÍTICA
5. Internalización de costos ambientales y culturales	5.2 Contribuir a las políticas de conservación natural y cultural del destino	4.1.1. La aplicación de los Criterios Globales de Turismo Sostenible fortalecen los objetivos de conservación y autofinanciamiento de las APM.
		4.1.2. Los servicios turísticos aplican sistemas de Buenas Prácticas (ambiental, social, cultural y económico) en la actividad turística.
		4.1.3. El Código Ético de Conducta para los visitantes promueve un turismo responsable.
	4.2. Contribuir a la elaboración de los planes de manejo de las APM para incorporar su zonificación turística.	4.2.1. Las APM Ibare-Mamoré y Gran Mojos disponen de Plan de Manejo y su zonificación de usos incorpora el turismo.
	4.3. Apoyar efectivamente las políticas de valorización y conservación de las culturas indígenas y tradicionales	4.3.1. Los prestadores de servicios turísticos promueven e incorporan los productos sostenibles locales y con raíces culturales del destino, agregando valor al producto turístico.
		4.3.2. Los productos y servicios turísticos integran y promueven las culturas indígenas y tradicionales en sus actividades.
		4.3.3. Las comunidades indígenas elaboran artesanías con calidad y certificación de origen adecuada a las tendencias de mercado.
		4.3.4. Los productos turísticos culturales de los pueblos indígenas han sido definidos por decisiones internas, promoviendo su autenticidad.
	4.4. Desarrollar un manejo ambiental bajo los criterios de turismo sostenible en todo el destino	4.4.1. Los servicios turísticos del destino en las APM y comunidades operan con sistemas ambientales de manejo de residuos sólidos, líquidos y energía ambientalmente responsables.
		4.4.2. Los sistemas de monitoreo de las APM incorporan indicadores de impacto para la actividad turística, tanto en lo ambiental como lo cultural, social y económico.
4.4.3. La política de sensibilización ambiental de la población reduce la presencia de basura en área urbana y rural del destino.		
6. Desarrollo de oportunidades con igualdad de condiciones	6.1 Promover la capacitación permanente de los diferentes prestadores de servicios turísticos	5.1.1. La formación especializada de guías de turismo en los diferentes productos y servicios turísticos mejora la atención al cliente y la calidad de la oferta turística.
		8.1.2. Las capacitaciones en marketing y venta virtual de los prestadores de servicios turísticos incrementa el flujo turístico al destino.
		8.1.3. Las capacitaciones de los prestadores de servicios turísticos en atención al cliente y buenas prácticas en turismo mejoran el nivel de satisfacción de los visitantes.
		8.1.4. Las capacitaciones en gestión empresarial, sostenibilidad, nuevas tecnologías y tendencias del turismo, entre otros aspectos clave, promueve la sostenibilidad, adecuación e innovación de los productos turísticos.
	8.2 Incentivar el mercado local y nacional	5.2.1. La iniciativa de apoyo y fomento al turismo familiar local y nacional mediante ofertas planificadas promueve la visita al destino



MANDATO	OBJETIVO	POLÍTICA
9. Orientación para el desarrollo competitivo empresarial	6.1. Generar un sistema de gestión empresarial para la actividad turística de acuerdo a las necesidades locales	6.1.1. Las alianzas estratégicas y/o la Empresa Municipal de Turismo promociona, mercadea y apoya la logística para la operación turística en los emprendimientos de turismo de las áreas rurales.
	6.2. Impulsar servicios y productos turísticos auténticos e integrales	6.2.1. El centro gastronómico-cultural creado genera una oferta turística basada en la gastronomía tradicional y los productos locales.
		6.2.2. El fomento y capacitación para generar una artesanía identificativa, de calidad y sostenible, permite su integración al desarrollo turístico regional.
6.3. Normalizar a todos los prestadores de servicios turísticos	6.3.1. Los prestadores de servicios turísticos del destino están categorizados y acreditados como establece la norma, ofreciendo calidad y seguridad a los visitantes.	
10. Impulso para el desarrollo prioritario del turismo comunitario	10.1. Fortalecer a pueblos indígenas para generar y gestionar productos turísticos	7.1.1. La ley departamental para el desarrollo del turismo comunitario facilita su promoción y desarrollo con financiación y equipamiento.
		7.1.2. Los emprendimientos comunitarios del destino cuenta con financiación para sus emprendimientos y equipamiento.
		7.1.3. Los emprendimientos turísticos comunitarios de pueblos indígenas y campesinos están capacitados en gerencia, administración y mercadeo, y sus organizaciones comunales y supracomunales tienen capacidades para apoyarlos y supervisarlos.
		7.1.4. El apoyo técnico a los emprendimientos comunitarios a través del CMTT y CMTL mejoran su competitividad y gestión.
		7.1.5. El desarrollo de productos artesanales y tradicionales en las comunidades ribereñas con actividad turística mejora su oferta y genera actividad económica sostenible.
11. Desarrollo de productos	11.1 Desarrollar la estrategia de diversificación e integración de productos turísticos del destino	8.1.1. Las mejoras en la gestión de los productos turísticos consolidados mejoran su oferta y generan mayor sostenibilidad.
		8.1.2. El ordenamiento de Trinidad como ciudad turística genera circuitos que integran y desarrollan la oferta urbana y la rural en el destino.
		8.1.3. El recurso turístico arqueológico precolombino se ha puesto en valor y opera como producto dentro de las rutas turísticas.
		8.1.4. La ruta gastronómica se formaliza y promueve una gastronomía tradicional, de calidad, sostenible y fomento del uso de la artesanía local.
		8.1.5. La integración de rutas asociadas a las especies endémicas y emblemáticas del destino (paraba barba azul, bufeo) mejoran la competitividad del destino.
		8.1.6. El producto de turismo en estancias ganaderas enriquece la oferta turística e involucra a nuevos actores.
		8.1.7. Los productos turísticos culturales de los pueblos indígenas operan dentro de los circuitos turísticos del destino y mejoran la competitividad del destino.
		8.1.8. El turismo de pesca deportiva normado y zonificado genera sostenibilidad y más ingresos a la población local y el municipio.

*Mazama gouazoubira*, Rob Wallace / WCS





GRUPO PARA LOS

# LLANOS DE MOXOS



GORDON AND BETTY  
**MOORE**  
FOUNDATION



**CIBIOMA**  
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN  
BIODIVERSIDAD Y MEDIO AMBIENTE



**FALNA**AGUA



**Stanford**  
University

UNIVERSITÄT **BONN**

Abteilung   
für Altamerikanistik