

Análisis del comportamiento turístico en Copacabana y Huayna Potosí (departamento de La Paz, Bolivia) a través de observatorios turísticos.

Analysis of Tourism Behavior in Copacabana and Huayna Potosí (La Paz Department, Bolivia) through Tourism Observatories.

Lucas José Hidalgo Quezada

Instituto de Investigación, Consultoría y Servicios Turísticos (IICSTUR), Universidad Mayor de San Andrés

Correo electrónico: jhidalgo@umsa.bo y josehidalgo@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-7348-4114>

Claudia América Suárez Campos

IICSTUR, Universidad Mayor de San Andrés

Correo electrónico: amesuarez@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-7955-6973>

Angela Loayza Céspedes

IICSTUR, Universidad Mayor de San Andrés

Correo electrónico: loayzacespedes@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1577-5293>

Fecha de recepción: 20 de noviembre de 2025

Fecha de aceptación: 3 de enero de 2026



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0).
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Resumen

Este estudio analiza el comportamiento turístico en los destinos de Copacabana (Lago Titicaca) y Huayna Potosí (Cordillera Real), implementando una metodología de observatorio turístico basada en cuatro ejes estructurales: oferta, demanda, población local y superestructura. La investigación, de corte descriptivo y transversal, empleó un diseño metodológico mixto que incluyó la aplicación de 8 formularios de encuesta diferenciados y una guía de entrevista a profundidad, aplicados entre noviembre y diciembre de 2023. El muestreo, no probabilístico por cuotas, permitió la recolección de datos de 336 turistas receptivos, 384 turistas nacionales, 43 establecimientos de hospedaje, 25 servicios gastronómicos, y numerosos actores de la superestructura y población local. Los resultados revelan una oferta turística predominantemente informal y microempresarial, con limitada incorporación de tecnologías de la información y comunicación (TIC). La demanda receptiva muestra predominio de visitantes europeos (48,5%) y sudamericanos (35,1%), con edades comprendidas entre 25-34 años (36,6%), mientras la demanda interna está constituida principalmente por residentes de La Paz (79,2%) que viajan de forma independiente (88,5%). La población local manifiesta una actitud mayoritariamente favorable hacia el turismo (95,6%), aunque identifica problemáticas críticas, como la contaminación del Lago Titicaca, el incremento de precios y la insuficiente infraestructura. La superestructura evidencia debilidades en la gobernanza turística, particularmente en Huayna Potosí. Se concluye la investigación con recomendaciones estratégicas para la formalización del sector, mejora de la infraestructura, implementación de prácticas sostenibles y fortalecimiento de la gestión pública del turismo, orientadas a la sostenibilidad y competitividad de estos destinos.

PALABRAS CLAVE: observatorio turístico, comportamiento turístico, Copacabana, Huayna Potosí, sostenibilidad turística, gestión de destinos, Bolivia.

Abstract

This study analyzes tourist behavior in the Copacabana (Lake Titicaca) and Huayna Potosí (Cordillera Real) destinations, implementing a tourist observatory methodology based on four structural axes: supply, demand, local population, and superstructure. The research, descriptive and cross-sectional in nature, employed a mixed methodological design that included the application of 8 differentiated survey forms and an in-depth interview guide, administered between November and December 2023. Non-probabilistic quota sampling allowed for data collection from 336 international tourists, 384 domestic tourists, 43 lodging establishments, 25 gastronomic services, and numerous superstructure actors and local residents. Results reveal a predominantly informal and micro-enterprise based tourist supply, with limited incorporation of Information and Communication Technologies (ICT). The international demand is predominantly European (48.5%) and South American (35.1%), aged between 25-34 years (36.6%), while domestic demand consists mainly of residents from La Paz (79.2%) who travel independently (88.5%). The local population shows a mostly favorable attitude towards tourism (95.6%), although it identifies critical problems such as the contamination of Lake Titicaca, price increases, and insufficient infrastructure. The superstructure shows weaknesses in tourism governance, particularly in Huayna Potosí. The study concludes with strategic recommendations for the formalization of the sector, infrastructure improvement, implementation of sustainable practices, and strengthening of public tourism management, aimed at the sustainability and competitiveness of these destinations.

KEYWORDS: tourist observatory, tourist behavior, Copacabana, Huayna Potosí, tourism sustainability, destination management, Bolivia.

Introducción

El turismo se ha consolidado como una actividad económica estratégica a nivel global, reconocida por su capacidad para generar empleo, impulsar el desarrollo local y promover el intercambio cultural (OMT, 2023). En Bolivia, este sector adquiere especial relevancia dada la riqueza patrimonial, cultural y natural del país, constituyéndose en un eje fundamental para el desarrollo socioeconómico, tal como lo establece el artículo 337 de la Constitución Política del Estado. En este contexto, la planificación y gestión turística basada en evidencia se vuelve imprescindible para maximizar los beneficios y mitigar los impactos negativos de la actividad.

El presente artículo deriva del proyecto de investigación Estudio sobre el Comportamiento de la Actividad Turística en el Departamento de La Paz, Lago Titicaca - Cordillera Real, ejecutado por el Instituto de Investigación, Consultoría y Servicios Turísticos (IICSTUR) de la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), financiado con recursos del impuesto directo a los hidrocarburos (IDH). El proyecto retoma y actualiza la metodología del Sistema Nacional de Observatorios Turísticos, inicialmente impulsado en 2008 por el Viceministerio de Turismo con apoyo de la Cooperación Española, pero que no logró institucionalizarse.

Los destinos seleccionados para este estudio, Copacabana (Lago Titicaca) y Huayna Potosí (Cordillera Real), representan dos de los principales atractivos turísticos del departamento de La Paz, con dinámicas y características contrastantes que permiten un análisis comparativo enriquecedor. Copacabana, como principal destino lacustre de Bolivia, combina turismo religioso, cultural y natural, mientras que Huayna Potosí se especializa en turismo de aventura y montaña, atrayendo a un segmento específico de visitantes.

El objetivo general de esta investigación fue analizar el comportamiento de la actividad turística en estos destinos mediante la implementación de una metodología de observatorio turístico que permitiera generar información sistemática y confiable para la toma de decisiones por parte de los distintos actores del sector. Los objetivos específicos incluyeron: a) identificar las características de la oferta y demanda turística, b) analizar la percepción de la población local sobre el turismo y c) evaluar el rol de la superestructura en la gestión de los destinos.

La relevancia de este estudio radica en que constituye el primer esfuerzo sistemático en años recientes por generar datos actualizados sobre el comportamiento turístico en estos destinos prioritarios, aplicando una metodología estandarizada que puede ser replicada en otros contextos. Además, los hallazgos proporcionan insumos valiosos para la formulación de políticas turísticas, el diseño de estrategias de marketing destination y la planificación del desarrollo turístico sostenible en la región.

Marco Teórico

Los observatorios turísticos como herramientas de gestión

Los observatorios turísticos emergen como instrumentos fundamentales para la gestión moderna de destinos, concebidos como sistemas permanentes de recolección, análisis y difusión de información relevante sobre la actividad turística (VMT, 2008). Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2007), estos sistemas permiten monitorizar la evolución de los destinos, evaluar impactos y orientar la toma de decisiones hacia un desarrollo turístico sostenible.

El concepto de “observatorio turístico” se enmarca en los enfoques de planning estratégico y gestión de destinos, que enfatizan la importancia de la información para la competitividad turística (Ritchie & Crouch, 2003). Un observatorio eficaz debe integrar dimensiones cuantitativas y cualitativas, combinando estadísticas tradicionales con indicadores de percepción y satisfacción (Fernández & Rivero, 2009).

En América Latina, la implementación de observatorios turísticos ha seguido diversos modelos, desde los impulsados por entidades públicas hasta aquellos desarrollados por instituciones académicas, como es el caso del presente estudio. La UMSA, a través del IICSTUR, se posiciona así como un actor clave en la generación de conocimiento aplicado para el sector turístico boliviano.

Enfoque de los cuatro ejes en el sistema turístico

La presente investigación adopta el modelo de análisis del sistema turístico basado en cuatro componentes interrelacionados: oferta, demanda, población local y superestructura (VMT, 2008). Este enfoque integral permite comprender la complejidad de las dinámicas turísticas desde una perspectiva holística.

La oferta turística comprende el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición de los visitantes en un destino determinado (OMT, 2021). En el contexto boliviano, la Ley General de Turismo “Bolivia te Espera” (Ley N° 292) define como prestadores de servicios turísticos a las formas de organización económica comunitaria, pública y privada que brindan servicios de hospedaje, intermediación, transporte, información, asistencia, guiaje u otros servicios conexos, debidamente registrados y autorizados.

La demanda turística constituye el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos (Socatelli, 2013). Según las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo (RIET, 2008), la demanda puede clasificarse en turismo interno (residentes que viajan dentro de su país), turismo receptor (no residentes que visitan el país) y

turismo emisor (residentes que viajan a otros países).

La población local, como elemento central del sistema turístico, no solo es receptora de los impactos de la actividad, sino también partícipe activa en la construcción de la experiencia turística (Murphy, 1985). Su percepción y actitud hacia el turismo condicionan en gran medida la sostenibilidad del desarrollo turístico (Ap, 1992).

La superestructura comprende las entidades públicas y privadas responsables del desarrollo del turismo, que deben asumir un rol protagónico para inducir los cambios y modificaciones pertinentes (VMT, 2008). Incluye organismos de gobierno a diferentes niveles, asociaciones sectoriales, entidades académicas y organizaciones de la sociedad civil vinculadas al turismo.

Turismo sostenible y desarrollo local

El concepto de turismo sostenible, definido por la OMT (2005) como “aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”, constituye el marco ético y conceptual que orienta esta investigación.

En el contexto boliviano, el turismo sostenible se alinea con los principios del “Vivir Bien” plasmados en la Constitución Política del Estado, que promueven la armonía entre los seres humanos y la naturaleza. El turismo comunitario, reconocido en la Ley 292, representa una manifestación concreta de este enfoque, donde las comunidades locales se constituyen en gestoras principales de la actividad turística.

El desarrollo local, por su parte, enfatiza la importancia de fortalecer las capacidades endógenas de los territorios para promover un crecimiento económico inclusivo y sostenible (Vázquez Barquero, 2005). El turismo, cuando está adecuadamente planificado y gestionado, puede convertirse en un potente motor de desarrollo local, generando empleo, diversificando la economía y valorizando el patrimonio cultural y natural (Cárdenas, 2010).

Metodología

Diseño de investigación

La investigación se enmarcó en un enfoque metodológico de tipo descriptivo y transversal, con aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas para la recolección de datos. El diseño permitió caracterizar el estado actual del sistema turístico en los destinos estudiados, identificando patrones, tendencias y problemáticas relevantes.

El estudio se desarrolló en dos fases sucesivas: la primera fase, objeto de este artículo, se centró en la implementación del observatorio turístico propiamente dicho y, la segunda fase, se orientó al análisis del perfil profesional del egresado de la Carrera de Turismo, como insumo para la actualización curricular.

Población, muestra y técnicas de muestreo

La población de estudio estuvo constituida por los distintos actores del sistema turístico en Copacabana y Huayna Potosí como destinos. Dada la ausencia de registros oficiales completos y actualizados, se optó por un muestreo no probabilístico por cuotas, que permitió asegurar la representatividad de los diferentes subgrupos de interés.

Para la estimación de las muestras se tomaron como referencia las recomendaciones metodológicas del Sistema Nacional de Observatorios Turísticos (VMT, 2008), adaptadas al contexto específico de cada destino. Los tamaños muestrales alcanzados fueron los siguientes:

- **Empresas de viajes y turismo:** 68% de las 78 empresas identificadas en el mapeo inicial.
- **Establecimientos de hospedaje:** 86% de los 50 establecimientos seleccionados con base en su calificación en plataformas digitales y recomendaciones de informantes clave.
- **Servicios gastronómicos:** 88% de las 25 empresas identificadas.
- **Guías de turismo:** 100% de los guías disponibles y dispuestos a participar en el estudio.
- **Transporte turístico exclusivo:** 53% de las 15 empresas identificadas.
- **Demanda receptiva:** 336 encuestas aplicadas.
- **Demanda interna:** 384 encuestas aplicadas.
- **Población local:** 294 encuestas aplicadas, distribuidas entre Copacabana, Challapampa, Yumani y otras comunidades del municipio.
- **Superestructura:** entrevistas a profundidad con 12 actores clave de los gobiernos municipales de La Paz, El Alto y Copacabana, así como con representantes del sector privado y académico.

Instrumentos de recolección de datos

Se diseñaron y aplicaron 8 formularios de encuesta estandarizados, diferenciados por tipo de actor. Estos fueron los siguientes:

1. Formulario para operadoras y agencias de turismo
2. Formulario para establecimientos de hospedaje
3. Formulario para servicios de alimentación

4. Formulario para guías de turismo
5. Formulario para transporte turístico exclusivo (terrestre y lacustre)
6. Formulario para demanda receptiva

7. Formulario para demanda interna
8. Formulario para población local

Adicionalmente, se elaboró una guía de entrevista a profundidad para los actores de la superestructura, la misma que permitió capturar las particularidades de cada organización en términos de roles, funciones, desafíos y perspectivas sobre el desarrollo turístico.

Todos los instrumentos fueron validados mediante juicio de expertos y prueba piloto, realizándose los ajustes necesarios para asegurar su claridad, pertinencia y capacidad para medir las variables de interés. La operacionalización de variables consideró dimensiones turísticas, económicas, sociales y transversales (tecnología y sostenibilidad).

Trabajo de campo y procesamiento de datos

El trabajo de campo se realizó entre noviembre y diciembre de 2023, involucrando a un equipo de 4 becarios de investigación debidamente capacitados. Las actividades incluyeron:

- Mapeo exhaustivo de actores en los destinos estudiados.
- Aplicación de encuestas en puntos estratégicos (terminales de transporte, atractivos turísticos, establecimientos comerciales).
- Realización de entrevistas a profundidad con actores clave.
- Observación directa no participante para contrastar información.

Los datos cuantitativos fueron procesados mediante el software SPSS v.25, realizándose análisis estadísticos descriptivos (frecuencias, porcentajes, medidas de tendencia central) para caracterizar los diferentes componentes del sistema turístico. Los datos cualitativos fueron analizados mediante categorización temática y análisis de contenido, triangulándose con la información cuantitativa para enriquecer la interpretación de resultados.

Consideraciones éticas

La investigación garantizó el anonimato y confidencialidad de los participantes, siguiendo los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki. Todas las encuestas fueron voluntarias y se obtuvo consentimiento informado verbal de los participantes, explicándose previamente los objetivos del estudio y el uso previsto de la información.

Resultados

Características de la oferta turística

Empresas de viajes y turismo

El análisis de las empresas de viajes y turismo que operan en los destinos estudiados revela una predominancia de operadoras de turismo (91%) sobre agencias de viajes (9%). El 78% de estas empresas se clasifican como microempresas (menos de 10 empleados), mientras que solo el 2% supera los 50 empleados. En cuanto a la estructura jurídica, el 75% son empresas unipersonales, el 18% son sociedades de responsabilidad limitada y el 7% son sociedades anónimas.

Respecto a la antigüedad en el mercado, el 60% de las empresas lleva operando entre 1 y 10 años, mientras que solo el 11% supera los 20 años de experiencia. Los paquetes turísticos más comercializados son Lago Titicaca (mencionado por el 100% de las empresas), Salar de Uyuni (85%), Death Road (70%) y Huayna Potosí (65%).

En relación con la demanda atendida, el 58,8% de las empresas reporta atender menos de 500 visitantes internacionales al año, mientras que el 62% desconoce el número total de pasajeros atendidos anualmente, evidenciando debilidades en los sistemas de registro y control.

Establecimientos de hospedaje

Los establecimientos de hospedaje en Copacabana se caracterizan por su pequeña escala y orientación hacia segmentos de mercado de bajo presupuesto. El 63% corresponde a hostales o residenciales, seguido por hoteles (26%) y otras modalidades como eco-alojamientos (11%). El 88% son microempresas con menos de 10 empleados, y el 34,9% no cuenta con personal permanente.

Respecto a la distribución de habitaciones, predominan las habitaciones simples (28,8%) y dobles (25,6%), mientras que las suites representan solo el 4,6% del total. Esta configuración refleja una orientación hacia turistas con menor capacidad de gasto y estancias cortas.

Los establecimientos reportan importantes cambios en sus operaciones durante los últimos 5 años, destacando la apertura solo en fines de semana o periodos de mayor movimiento (42%), reducción de servicios, como restaurante (28%), y aumento en la rotación de personal de gestión (19%).

Servicios gastronómicos

Los servicios gastronómicos en Copacabana muestran una clara especialización en la trucha,

presente en el 44% de los menús analizados. El 90,5% de los establecimientos ofrecen desayuno, el 100% almuerzo o menú de medio día y el 90,5% cena. Sin embargo, el 85,7% no está categorizado según la normativa boliviana, y el 100% se clasifica como microempresa.

La procedencia de la clientela se distribuye de manera equilibrada entre visitantes nacionales (47%) y extranjeros (53%), aunque con variaciones estacionales significativas. Los establecimientos con mayor antigüedad (más de 20 años) representan el 19% del total, mientras que los de reciente apertura (menos de 1 año) constituyen el 10%.

Guías de turismo

El perfil del guía de turismo en los destinos estudiados muestra una relativa experiencia (75% con más de 10 años de servicio), pero condiciones laborales precarias. El 75% manifiesta ingresos mensuales inferiores a Bs. 2.000, y el 100% trabaja como free lance de manera eventual.

En cuanto a la formación, el 50% cuenta con título técnico y el 50% con título universitario. El 50% tiene acreditación a nivel nacional, el 25% a nivel departamental y el 25% a nivel local. Los idiomas más manejados son inglés (nivel intermedio en 65% de los casos), seguido de francés (25%) y alemán (15%).

Los destinos más operados son Lago Titicaca (Copacabana, Islas del Sol y Luna), mencionado por el 100% de los guías, seguido de city tour en La Paz (75%) y Uyuni (45%). Las tarifas reportadas oscilan entre Bs. 120-200 por día completo, dependiendo del número de turistas.

Caracterización de la demanda turística

Demanda receptiva en Copacabana

La demanda receptiva en Copacabana presenta una composición predominantemente europea (48,5%) y sudamericana (35,1%), con edades comprendidas principalmente entre 25-34 años (36,6%) y 18-24 años (27,7%). Por nacionalidades, destacan Brasil (14,3%), Colombia (11,6%), Francia (11,3%), Argentina (9,5%) y España (8%).

El nivel educativo es notablemente alto: 51,8% tiene formación universitaria y 21,4% cuenta con maestría. En cuanto a ocupación, predominan los trabajadores dependientes (41,4%) y los trabajadores independientes (25%). El 68,5% reporta ingresos mensuales inferiores a 2.000 USD.

El motivo principal de viaje son vacaciones (72%), seguido de trabajo (7,1%) y estudios (7,1%). La organización del viaje es mayoritariamente independiente (58%), aunque un significativo 42% opta por paquetes organizados. La estadía promedio es de 2,06 días, con un 45,8% que

realiza la visita por un solo día.

El gasto aproximado del viaje se sitúa predominantemente por debajo de los 350 USD (74,1%), con una distribución que privilegia el hospedaje (44,6%) y la alimentación (33,6%). La experiencia turística es valorada positivamente, con 65% de satisfacción general, aunque se identifican problemas específicos, como la basura en lugares públicos (35% de insatisfacción) y el estado de las carreteras (28% de insatisfacción).

Demanda interna en Copacabana

La demanda interna está constituida principalmente por residentes de La Paz (79,2%), con edades entre 20-40 años (56,8%) y un nivel educativo universitario (61,2%). El estado civil predominante es soltero/a (60,2%), y las ocupaciones más frecuentes son trabajador/a independiente (31,8%), trabajador/a dependiente (30,5%) y estudiante (22,1%).

El motivo principal de viaje son vacaciones (72,4%), seguido de tránsito (10,7%). La organización del viaje es abrumadoramente independiente (88,5%), utilizando principalmente minibuses (42,7%) y micros (38,8%) como medios de transporte.

Las actividades más realizadas incluyen paseos por lugares turísticos (22,8%), peregrinación (22%), excursiones (15,2%) y visitas culturales (10,7%). Los lugares más visitados son el Calvario (22,5%), la Basílica de Copacabana (16,6%), las pinturas rupestres (15,5%) y la Isla del Sol (15,2%).

La estadía promedio es de 2 días (55,5%), con una pernoctación predominante de 1 noche (47,4%). El gasto se distribuye principalmente en alimentación (26%), hospedaje (21,2%) y transporte (15,9%). La satisfacción general es alta (40,4% muy satisfecho), aunque persisten problemas de basura (31,3% molesto) y señalización (35,7% satisfecho, pero con margen de mejora).

Demanda en Huayna Potosí

La demanda receptiva en Huayna Potosí muestra un perfil más especializado: el 55,6% de los visitantes son europeos y el 32,5% sudamericanos, con edades entre 25-34 años (66,7%) y alto nivel educativo (57,1% universitarios, 28,6% con maestría). El 100% viaja mediante paquetes organizados, con un costo promedio de Bs. 1.475.

Las actividades principales incluyen trekking (23,7%), senderismo (19,2%) y ascenso de media montaña (18,1%). Los lugares más visitados son el Campo base de Huayna Potosí (27,8%) y el Glaciar Viejo (27,8%). La satisfacción general es muy alta (45,2% totalmente satisfecho), aunque el 26,2% se muestra molesto por la basura en lugares públicos.

La demanda interna en Huayna Potosí es 100% boliviana, principalmente de La Paz (51,7%) y Santa Cruz (21,7%). El 45% son estudiantes, el 48,3% tiene entre 25-34 años, y el 65% viaja mediante paquetes turísticos. Los lugares más visitados son Charquini (18,5%), Laguna roja de Milluni (15,2%) y Cementerio de Milluni (14,7%). La satisfacción general es alta (55% muy satisfecho con la experiencia turística).

Percepción de la población local

En Copacabana, la población local muestra una actitud mayoritariamente favorable hacia el turismo: el 95,6% se siente a gusto perteneciendo a una localidad turística, citando como principales razones la generación de trabajo e ingresos económicos (79,9% recibe ingresos del turismo) y la tranquilidad del destino.

Sin embargo, se identifican problemáticas significativas: el 74,1% considera que los precios de los productos han incrementado debido al turismo, el 26,2% cree que los turistas extranjeros inciden en la cultura y costumbres locales, y el 26,1% atribuye a los visitantes la contribución a la suciedad en las calles.

El 78,2% de la población ha brindado ayuda a turistas en alguna ocasión, principalmente con información sobre direcciones (67,3%) y atractivos (41,8%). Las principales demandas al gobierno para mejorar el turismo incluyen publicidad y promoción del destino (31%), arreglo y mejoramiento de calles (13,6%) y limpieza y gestión de residuos (12,2%).

En Huayna Potosí, la percepción de la población local está marcada por la tensión en las relaciones entre comunidades, guías, operadoras y entidades públicas. Se identifica una falta de claridad en la gobernanza del destino, disputas por el control de ingresos por accesos a atractivos y preocupación por el impacto del cambio climático en los glaciares.

Análisis de la superestructura

Las entrevistas con actores de la superestructura revelan importantes debilidades en la gestión turística de los destinos estudiados. En Copacabana, si bien existe una Dirección de Turismo y Cultura en el gobierno municipal, esta cuenta con recursos humanos y financieros limitados (solo 2 personas), afectando su capacidad de planificación y control.

En Huayna Potosí la situación es más crítica; no existe una autoridad turística claramente identificada, disputándose la competencia entre los gobiernos municipales de La Paz y El Alto. Esta falta de gobernanza dificulta la coordinación de iniciativas y la implementación de políticas de desarrollo turístico coherentes.

A nivel departamental, se identifica una desconexión entre las políticas promocionales y las necesidades reales de los destinos. Los actores entrevistados coinciden en señalar la falta

de continuidad en las acciones debido a los cambios frecuentes de autoridades, así como la insuficiente asignación de recursos para la gestión turística local.

Discusión

Los resultados obtenidos confirman la utilidad de la metodología de observatorios turísticos para el análisis comprehensivo de destinos turísticos, permitiendo identificar problemáticas estructurales y oportunidades de mejora. La predominancia de microempresas en la oferta turística coincide con lo reportado en estudios similares en contextos de economías emergentes (Telfer & Sharpley, 2015), donde el sector turístico se caracteriza por su fragmentación y alta informalidad.

La marcada estacionalidad en la demanda, particularmente en Huayna Potosí, donde la temporada de escalada se limita a mayo-septiembre, representa un desafío para la sostenibilidad económica de los prestadores de servicios. Esta problemática ha sido documentada en destinos de montaña especializados (Pomfret, 2012), en los cuales se recomienda la diversificación de productos turísticos para extender la temporada.

La desconexión entre la superestructura y los actores locales observada en ambos destinos refleja una debilidad común en la gestión turística de países en desarrollo, donde frecuentemente existe una brecha entre la planificación central y las realidades locales (Tosun, 2000). La participación efectiva de las comunidades en la toma de decisiones se identifica como un factor clave para la sostenibilidad del desarrollo turístico (Okazaki, 2008).

El limitado uso de TIC por parte de los prestadores de servicios, particularmente en aspectos como reservas en línea y estrategias de marketing digital, contrasta con las tendencias globales que destacan la creciente importancia del canal digital en la comercialización turística (Buhalis & Law, 2008). Esta brecha digital puede estar afectando la competitividad de los destinos en el mercado internacional.

La percepción mayoritariamente favorable de la población local hacia el turismo coincide con hallazgos en otros destinos emergentes donde los beneficios económicos son evidentes (Andereck & Nyaupane, 2011). Sin embargo, las preocupaciones sobre impactos culturales y ambientales subrayan la necesidad de implementar estrategias de turismo responsable que minimicen los efectos negativos (Sharpley, 2014).

Los desafíos de gestión identificados en Huayna Potosí, particularmente la falta de claridad en la gobernanza, reflejan problemáticas comunes en destinos de montaña con jurisdicciones superpuestas (Godde et al., 2000). La definición de mecanismos claros de coordinación interinstitucional se identifica como prioritaria para el desarrollo sostenible de este destino.

Conclusiones

El estudio permitió implementar exitosamente una metodología de observatorio turístico en los destinos de Copacabana y Huayna Potosí, generando información valiosa para la toma de decisiones en el sector turístico. Las principales conclusiones se organizan en torno a los cuatro ejes de análisis.

Respecto a la oferta turística, se identifica un sector predominantemente microempresarial y con elevados niveles de informalidad, que limita su capacidad de inversión y profesionalización. La escasa incorporación de TIC en los procesos operativos y comerciales representa una desventaja competitiva en un mercado global cada vez más digitalizado.

Con relación a la demanda, se constata la existencia de segmentos diferenciados con necesidades y expectativas específicas. La demanda receptiva muestra mayor predisposición a adquirir paquetes organizados y mayor capacidad de gasto, mientras la demanda interna prefiere la organización independiente y tiene menor presupuesto. Ambos segmentos valoran positivamente la experiencia turística, pero identifican problemáticas comunes relacionadas con infraestructura y limpieza.

Sobre la población local, se evidencia una actitud mayoritariamente favorable hacia el turismo, reconociendo sus beneficios económicos, pero también manifestando preocupaciones sobre impactos culturales, ambientales y en el costo de vida. La alta disposición a brindar asistencia a visitantes constituye un activo importante para la experiencia turística.

En cuanto a la superestructura, se identifican importantes debilidades en la gobernanza turística, particularmente en Huayna Potosí, donde la falta de claridad en las competencias dificulta la planificación y gestión coordinada del destino. La discontinuidad en las acciones debido a cambios políticos afecta la implementación de estrategias de largo plazo.

El estudio aporta evidencia sobre la necesidad de avanzar hacia un modelo de desarrollo turístico más sostenible e inclusivo en los destinos analizados, que combine la formalización del sector, la mejora de la infraestructura, la incorporación de tecnologías, el fortalecimiento de la gestión pública y la participación activa de las comunidades locales.

Referencias

- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). *Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents*. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260.
- Ap, J. (1992). *Residents' perceptions on tourism impacts*. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 665–690.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). *Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet—The state of eTourism research*. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Cárdenas, D. A. (2010). “Turismo y desarrollo local: una aproximación desde la sostenibilidad”. *Revista de Estudios Regionales*, (88), 99–122.
- Fernández, J. I., & Rivero, M. S. (2009). *Measuring tourism sustainability: Proposal for a composite index*. *Tourism Economics*, 15(2), 277–296.
- Godde, P. M., Price, M. F., & Zimmermann, F. M. (2000). *Tourism and development in mountain regions*. CABI.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Routledge.
- Okazaki, E. (2008). *A community-based tourism model: Its conception and use*. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511–529.
- Organización Mundial del Turismo. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2007). *A practical guide to tourism destination management*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *Glossary of tourism terms*. OMT.
- Pomfret, G. (2012). *Mountaineering adventure tourists: A conceptual framework for research*. *Tourism Management*, 33(1), 132–142.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI.
- Sharpley, R. (2014). *Host perceptions of tourism: A review of the research*. *Tourism Management*, 42, 37–49.
- Socatelli, C. (2013). *Gestión de destinos turísticos*. Ediciones Turísticas.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2015). *Tourism and development in the developing world*. Routledge.
- Tosun, C. (2000). *Limits to community participation in the tourism development process in developing countries*. *Tourism Management*, 21(6), 613–633.
- Vázquez Barquero, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Antoni Bosch, Editor.
- Viceministerio de Turismo. (2008). *Sistema Nacional de Observatorios Turísticos*. Estado Plurinacional de Bolivia.