



## Potencial del segmento turístico de reuniones en el departamento Santa Cruz, Bolivia

Potential of the tourism segment of meetings in the department of Santa Cruz, Bolivia

*Potencial do segmento turístico de reuniões no departamento de Santa Cruz, Bolívia*

 David Max Olivares Alvares

 Julián Leoncio Rodríguez

ARTÍCULO ORIGINAL

### Resumen

El turismo de reuniones o MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) ha demostrado ser una estrategia relevante de los destinos urbanos para obtener mejores resultados en la reducción de estacionalidad, diversificación de la demanda e incremento de la ocupación hotelera. Además, produce un efecto multiplicador de los ingresos por turismo en otros sectores. Esta investigación es exploratoria y tiene como objetivo examinar la situación actual del turismo de reuniones en el Departamento Santa Cruz (Bolivia); así como la potencialidad que posee como destino para esta actividad. El estudio se llevó a cabo mediante una investigación cualitativa e implicó la recopilación de datos de expertos mediante entrevistas, reseñas de artículos en revistas científicas y otros datos de investigación y estadísticas relacionados con el turismo en el Departamento Santa Cruz. Se concluye que el sector turístico cruceño la captación de turistas internacionales representa un desafío que requiere ser tratado desde las potencialidades y fortalezas identificadas en esta investigación. Además, para fortalecer el desarrollo del turismo MICE en Santa Cruz es fundamental implementar políticas y estrategias que contribuyan al desarrollo sostenible del turismo MICE y medidas que minimicen el impacto de los conflictos sociales.

**Palabras clave:** Turismo de reuniones; Desarrollo sostenible; Destino turístico; Departamento Santa Cruz; Bolivia

### Abstract

The meetings tourism or MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) has proven to be a relevant strategy for urban destinations to achieve better results in reducing seasonality, diversifying demand, and increasing hotel occupancy. Additionally, it produces a multiplier effect on tourism income in other sectors. This exploratory research aims to examine the current situation of meetings tourism in the Department of Santa Cruz (Bolivia) and its potential as a destination for this activity. The study was conducted through qualitative research and involved collecting data from experts through interviews, reviews of articles in scientific journals, and other research and statistics related to tourism in the Department of Santa Cruz. It is concluded that the tourism sector in Santa Cruz faces the challenge of attracting international tourists, which requires addressing from the identified potentialities and strengths in this investigation. Furthermore, to strengthen the development of MICE tourism in Santa Cruz, it is essential to implement policies and strategies that contribute to the sustainable development of MICE tourism and measures that minimize the impact of social conflicts.

**Key words:** Meetings tourism; Sustainable development; Tourist destination; Santa Cruz Department; Bolivia

### Resumo

O turismo de reuniões ou MICE (Reuniões, Incentivos, Convenções e Exposições) tem demonstrado ser uma estratégia relevante para os destinos urbanos obterem melhores resultados na redução da estacionalidade, diversificação da demanda e aumento da ocupação hoteleira. Além disso, gera um efeito multiplicador dos rendimentos do turismo em outros setores. Esta pesquisa exploratória tem como objetivo examinar a situação atual do turismo de reuniões no Departamento de Santa Cruz (Bolívia) e o potencial que possui como destino para essa atividade. O estudo foi conduzido por meio de pesquisa qualitativa e envolveu a coleta de dados de especialistas por meio de entrevistas, revisões de artigos em revistas científicas e outros dados de pesquisa e estatísticas relacionados ao turismo no Departamento de Santa Cruz. Conclui-se que o setor turístico cruceño enfrenta o desafio de atrair turistas internacionais, o que exige ser abordado a partir das potencialidades e forças identificadas nesta pesquisa. Além disso, para fortalecer o desenvolvimento do turismo MICE em Santa Cruz, é fundamental implementar políticas e estratégias que contribuam para o desenvolvimento sustentável do turismo MICE e medidas que minimizem o impacto dos conflitos sociais.

**Palavras-chave:** Turismo de reuniões; Desenvolvimento sustentável; Destino turístico; Departamento de Santa Cruz; Bolívia



Escanea en tu dispositivo móvil  
o revisa este artículo en:

<http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v8i30.182>

Recibido: 27 de febrero 2024

Aceptado: 20 de marzo 2024

Publicado: 17 de abril 2024

**David Max Olivares Alvares**

[direccion@cidecuador.org](mailto:direccion@cidecuador.org)

Universidad de Carabobo. Valencia, Venezuela

Psicólogo, Universidad Mayor de San Simón, Magister en Salud Pública, Universidad Peruana Unión. Cursando el Doctorado en Ciencias Administrativas y Gerenciales, Universidad de Carabobo, Venezuela.

**Julián Leoncio Rodríguez**

[julianleo2010@gmail.com](mailto:julianleo2010@gmail.com)

Universidad de La Habana, Cuba

Graduado en la Universidad de La Habana y posgrado: Universidades de Milán y Berlín. Profesor Titular de Mérito Consultante en la Universidad de La Habana. Miembro del Tribunal para el Otorgamiento de Categorías Docentes, Universidad de La Habana. Ex Director de Ciencia y técnica del Centro Nacional de Investigaciones Científicas de Cuba. Ex Director del Observatorio Turístico de Cuba. Fundador y Director técnico del Observatorio Turístico de la península de Santa Elena, Ecuador.

## INTRODUCCIÓN

La industria de reuniones en el turismo se refiere a la organización y realización de eventos, reuniones, congresos, convenciones, exposiciones y ferias, así como a la infraestructura y servicios relacionados con estas actividades SENATUR, (2023); Tovar, (2021). La industria de reuniones es un segmento importante de la industria turística, ya que genera ingresos y empleos significativos en todo el mundo<sup>123</sup>. Además, el turismo de reuniones es una fuente importante de divisas para los países, ya que el gasto promedio de un turista de reuniones es aproximadamente un 35% más alto que el de un turista convencional o de placer. La industria de reuniones también contribuye a la desestacionalización del turismo, ya que los eventos se realizan fuera de las temporadas altas del turismo vacacional (Tovar, 2021).

En cuanto a su estructura la industria de reuniones se compone de dos partes principales: la industria de reuniones en sí, que incluye a las empresas y organizaciones que se dedican a la planificación y ejecución de eventos; y el turismo de reuniones, que se refiere a los turistas que viajan a un destino para asistir a un evento. La industria de reuniones está formada por los actores locales, regionales e internacionales que participan en la organización y ejecución de eventos, mientras que el turismo de reuniones se refiere a los turistas que viajan a un destino para asistir a un evento y que representan el resto de los participantes en un evento (Tovar, 2021).

El alcance de la industria de reuniones es global, produce a nivel mundial, según el Events Industry Council (EIC), US\$ 1,7 billones en gastos directos, genera más de 10,3 millones de empleos directos, atrae 1,5 mil millones de participantes y aporta US\$ 621,4 mil millones directos al PIB3. En América Latina, el gasto directo en la materia alcanzó US\$33 mil millones, con un impacto directo por parte de los participantes de US\$362 por persona, atrayendo más de 21 millones de delegados con un aporte al PIB de US\$ 21 mil millones. La industria de reuniones es una industria importante para la economía de cualquier destino, ya que produce formidables derramas económicas, productivos intercambios de conocimiento y legados incalculables para la calidad de vida (TyCGroup, 2023).

Además, el turismo de reuniones o MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) ha demostrado ser una estrategia relevante de los destinos urbanos en la consecución de los mejores resultados para la reducción de estacionalidad, diversificación de la demanda e incremento de la ocupación hotelera. Además, presenta un efecto multiplicador de los ingresos por turismo en otros sectores (Arriaga, 2019; Suryanata, 2019).

Por otra parte, la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), “reunión” es un término general que se refiere al encuentro de un número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta (World-Tourism-Organization, 2019). El término

“reunión” y su descripción señalada se aplican a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio definido. Estas reuniones constan de convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, incentivos, reuniones empresariales y de negocios y otras reuniones que cumplen los criterios expuestos.

En relación con el desarrollo del sector de reuniones en Bolivia, este se encuentra en una coyuntura que requiere la recuperación del turismo en un escenario internacional en transformación, donde la colaboración público-privada es imprescindible para diversificar la oferta y capacitar a los profesionales en nuevas habilidades necesarias para afrontar los retos que generarán más oportunidades. Para ello, el segmento turístico de reuniones en Bolivia debe aspirar a posicionarse como líder regional a través de un modelo de gestión innovador basado en la colaboración público-privada, con principios de sostenibilidad que fomenten la integración entre el visitante y la comunidad. Es necesario aprovechar la amplia oportunidad de negocio multisectorial y de crecimiento de la demanda a nivel mundial, post pandemia, para posicionarse como líder en la región y generar mayores oportunidades de crecimiento y desarrollo en el sector (Poma et al., 2022).

Algunos datos referentes a la relevancia del sector turístico en la economía de Bolivia, señalan que el turismo era uno de los sectores de más rápido crecimiento en el mundo antes

de la pandemia, y en Bolivia, el turismo ya generaba más puestos de trabajo que la minería e hidrocarburos juntos. Sin embargo, en 2020, el turismo en Bolivia decreció un 65% como consecuencia de la pandemia, lo que resultó en la pérdida temporal de cerca de 100 mil empleos. El turismo era el cuarto sector generador de divisas para Bolivia en 2019, con un valor de 837 millones de dólares, superando a las exportaciones de soya y sus derivados, y la plata y estaño, pertenecientes a rubros tradicionales. Además, el turismo provee mejores condiciones laborales que otros sectores, impactando así también la calidad de vida de los trabajadores (León, 2021). Sin embargo, la pandemia ha tenido un gran impacto en el sector, con una caída del 77% en el gasto incurrido por turistas extranjeros en 2020 en comparación a 2019 (OIT, 2021).

En relación a la situación actual del turismo de reuniones en el Departamento Santa Cruz de Bolivia esta actividad es una oportunidad de desarrollo económico y cultural. Santa Cruz ha sido reconocida como un destino preferencial para congresos, convenciones, ferias, exhibiciones y otros eventos, ejemplo de ello fueron los 15 eventos internacionales desarrollados en 2018, lo que demuestra su capacidad para atraer eventos de calidad internacional. Además, la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (CAINCO) ha creado el ‘Santa Cruz Convention & Visitors Bureau’, una instancia privada sin ánimo de lucro, con el objetivo de posicionar a Santa Cruz como

un destino preferencial para la organización de encuentros de calidad internacional (CAINCO, 2020). Por lo tanto, el turismo de reuniones en el Departamento Santa Cruz de Bolivia tiene el potencial de ser una estrategia relevante para la recuperación económica y el desarrollo cultural del departamento y del país en general.

Por consiguiente, objetivo de la presente investigación es examinar la situación actual del turismo de reuniones en el Departamento Santa Cruz (Bolivia).

### MÉTODO

La investigación realizada en este estudio se enmarca dentro del enfoque exploratorio, el cual resulta especialmente útil al momento de analizar la variable turismo de reuniones, tal como lo plantean Shaadi et al., (2017). Este método de investigación se utiliza en situaciones

en las que la información disponible sobre un problema específico es escasa o limitada Calduch, (2014). La metodología exploratoria permite a los investigadores adentrarse en el tema de estudio y obtener una comprensión más profunda de la variable en cuestión. A través de este enfoque, se pueden identificar patrones, relaciones y tendencias emergentes que pueden ser relevantes para la investigación.

Con respecto al departamento de Santa Cruz este es uno de los nueve que forman el Estado Plurinacional de Bolivia. Su capital es Santa Cruz de la Sierra. Está ubicado al este del país, limitando al norte y este con la República Federativa de Brasil, al sur con la República de Paraguay, al suroeste con el departamento de Chuquisaca, al oeste con el departamento de Cochabamba y al noroeste con el departamento del Beni (Figura 1).



**Figura 1.** Ubicación geográfica del Departamento de Santa Cruz, Bolivia.

Con 370 621 km<sup>2</sup> es el departamento más extenso y con una población de 3.297.483 habitantes en 2019. Es el departamento más poblado de Bolivia, Ocupa un tercio (33,74 %) del territorio boliviano. Es la sexta mayor entidad subnacionales de Sudamérica y de toda la América Latina, luego de cinco estados de Brasil (Amazonas, Pará, Mato Grosso, Minas Gerais y Bahía) (INE, 2022).

Con relación a las fuentes consultadas para la obtención de información dada la escasez de datos cuantitativos fueron utilizadas aquellas que permitiesen conocer la situación del turismo de reuniones en el Departamento Santa Cruz. El estudio es de tipo transversal, ya que la información ha sido recabada en un momento único. De esta forma, se describió la contribución del turismo a la economía de Bolivia referente al gasto turístico de extranjeros en Bolivia desde el

año 2006 al 2019. Además, se verificó el ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje de las principales ciudades bolivianas en 2019, el impacto de la Covid-19 en el flujo de turistas al Departamento Santa Cruz 2020-2022, el flujo de turistas al Departamento Santa Cruz entre el año 2008-2019.

Por otra parte, para conocer la percepción sobre el potencial y perspectivas del turismo MICE en el departamento de Santa Cruz de los actores locales sobre el turismo se entrevistaron a actores públicos y privados que intervienen en la organización de eventos. Así, se entrevistaron a 15 profesionales del sector turismo de instituciones públicas, privadas, así como de instituciones académicas Tabla 1. Los resultados analizaron siguiendo la técnica de análisis de contenido propuesta por (Seid, 2016).

**Tabla 1.** Actores identificados en la gestión del turismo en el departamento de Santa Cruz.

Actores identificados
Secretaría Municipal de Cultura y Turismo, de Santa Cruz de la Sierra
Universidad de Aquino de Bolivia – Udabol
Universidad Franz Tamayo - Unifranz
Carrera de turismo -UNIFRANZ
Alcaldía Municipal, de Santa Cruz de la Sierra
Universidad Autónoma Gabriel René Moreno de Santa Cruz de la Sierra
Dirección de Turismo y Cultura, Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz
Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz
Feria Internacional de Santa Cruz 2019 (EXPOCRUZ)
Cámara Gastronómica de Santa Cruz

Guion de la entrevista realizada a las instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo MICE en Bolivia.

- ¿Cuál cree usted que es la situación actual del turismo MICE en Bolivia?
- ¿Qué nuevas tendencias se están produciendo y hacia dónde crees que va este sector? ¿Qué carencias graves detecta? Enumere un máximo de cinco, ordenadas de mayor a menor importancia.
- ¿Qué potencialidades cree que tiene la ciudad de Santa Cruz en este sector? Enumere un máximo de cinco, ordenadas de mayor a menor importancia.
- En su opinión, ¿hacia qué segmentos y mercados (especialización) debería orientar Bolivia sus esfuerzos en el desarrollo del turismo MICE?
- Enumere un máximo de cinco objetivos para fortalecer el desarrollo del turismo MICE en los próximos años en Santa Cruz y qué actuaciones considera fundamentales para conseguir los objetivos propuestos.

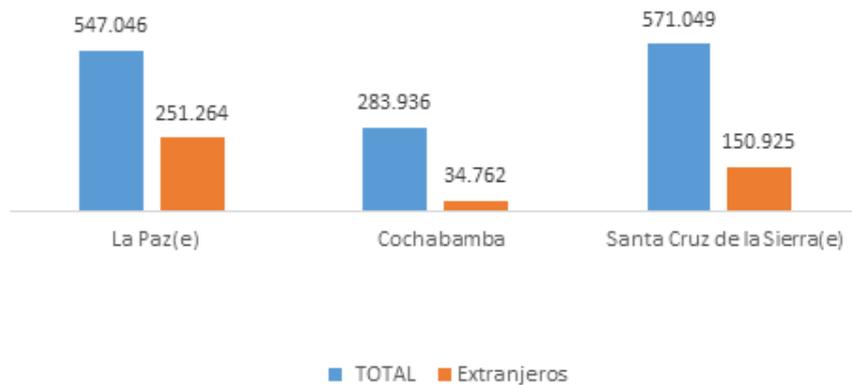
Además, se realizó un análisis de DAFO semejante a Shaadi et al., (2017) que permitió

identificar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas de la situación del turismo MICE en el Departamento Santa Cruz, Bolivia. Se tomó como fuente de información los datos analizados y el resultado de las entrevistas realizadas a los actores identificados en la gestión del turismo en el departamento de Santa Cruz.

Finalmente, un análisis de regresión simple fue aplicado al número de turista nacionales e internacionales desde el año 2008 al 2019 en Bolivia. El análisis se realizó utilizando el software R versión 4.3.2 (2023-10-31) -- "Eye Holes" Copyright (C) 2023.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En Bolivia, pese a la limitada inversión estatal en el sector turístico, los ingresos generados por el turismo receptivo en Bolivia aumentaron un ritmo mayor al 10% anual entre 2006 y 2019 (Figura 2). El turismo boliviano genera más puestos de trabajo que la minería e hidrocarburos juntos (MEFP, 2018), asimismo los puestos de trabajo en el sector del turismo proporcionan mejores condiciones laborales que los otros sectores, lo que impacten la calidad de vida de los trabajadores.

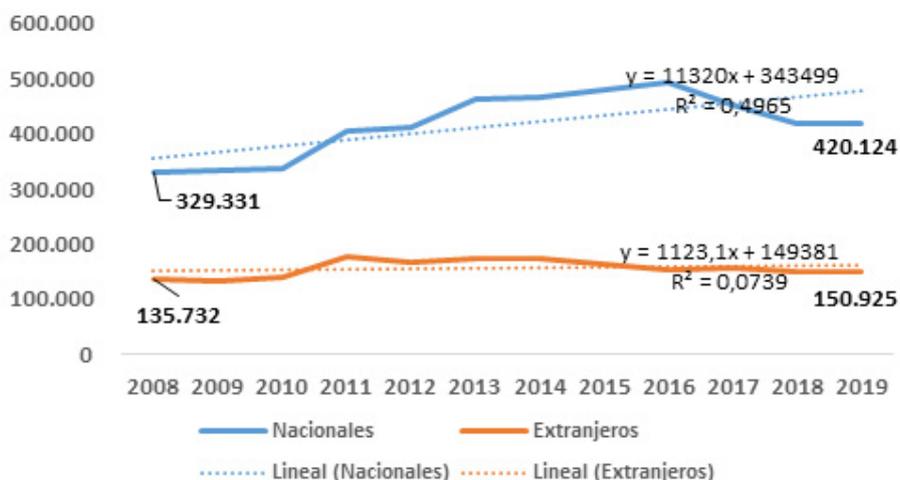


**Figura 2.** Contribución del turismo a la economía de Bolivia gasto turístico de extranjeros en Bolivia, 2006 – 2019 (millones de dólares). World-Tourism-Organization, (2021)

En la actualidad, el sector se presenta como un sector prioritario para el país incluido en el Plan de Desarrollo Económico y Social 2021-2025. Según cifras oficiales del (INE, 2022), el turismo internacional fue el cuarto producto de exportación más importante del país, después del gas natural, el oro y el zinc, y por encima de la soya y sus derivados.

En cuanto a la llegada de visitantes a las principales ciudades receptoras de turistas

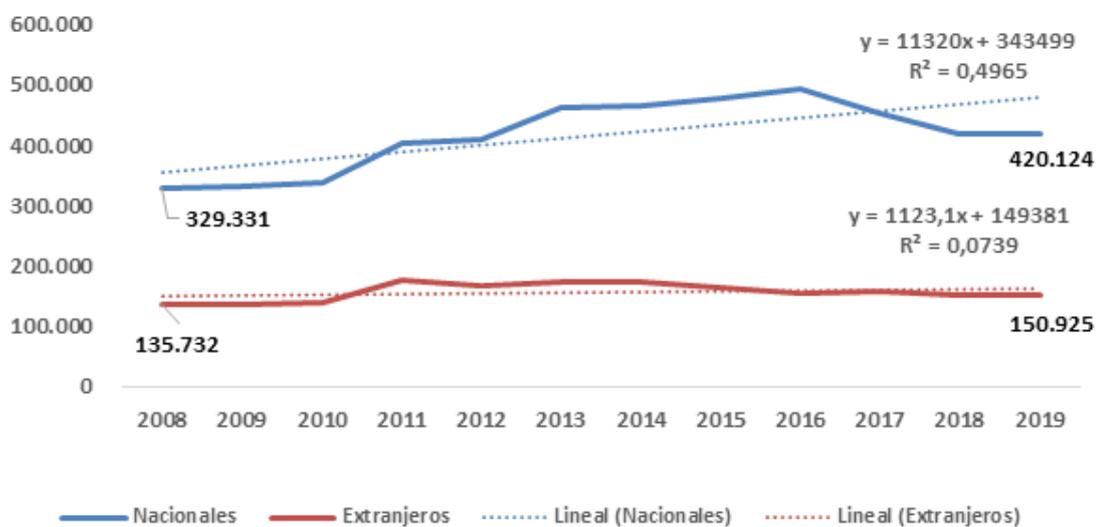
en Bolivia en 2019 se observa en la figura 3 un desequilibrio en el flujo turístico tanto el proveniente del extranjero como la suma de este más el nacional que representan el total de personas que desarrollaron actividades de turismo en el 2019, por lo que es necesario elaborar nuevas estrategias y diseñar una política turística que fomente el turismo receptivo internacional.



**Figura 3.** Ingreso de viajeros a establecimientos de hospedaje de las principales ciudades bolivianas en 2019. (INE, 2022)

El turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. Al elaborar un análisis económico del turismo, se deben tener en cuenta dos aspectos significativos: la contribución económica y el impacto económico del turismo al país.

Para el sector turístico cruceño la captación de turistas internacionales representa un desafío ya que durante el periodo 2008-2019 la tasa de crecimiento anual (TCAC) compuesto, fue sólo del 0.96%; mientras que en igual periodo la (TCAC) de crecimiento de las llegadas de nacionales fue de 2.24 % Figura 4.



**Figura 4.** Flujo de turistas al Departamento Santa Cruz 2008-2019. (INE, 2022).

Por otra parte, el departamento de Santa Cruz goza de características que le permiten obtener ventajas comparativas y competitivas frente a otras ciudades, entre ellas destacan:

1. Su ubicación estratégica al estar en el “Corazón de Sudamérica”, lo que ha permitido así desarrollar políticas públicas de conectividad e internación.
2. Los precios competitivos, por lo que todo organizador de eventos y asociación en

general puede obtener una rentabilidad importante que le permite generar recursos para sus proyectos.

3. La cercanía entre las zonas hoteleras, gastronómicas y centros de convenciones, en comparación con otras ciudades metrópolis como San Pablo o Buenos Aires, que representa una oportunidad para la reducción de los costos de logística.
4. El liderazgo económico del departamento permite pensar en desarrollar estrategias de

logística y metropolización que posicionen a Santa Cruz al mismo nivel de otras ciudades de Sudamérica.

- Existencia del ‘Santa Cruz Convention & Visitors Bureau’ que promueve desde el año 2019 estrategias de integración de la cadena productiva del turismo (hotelería, gastronomía, centros de convenciones, agencias de viaje, aerolíneas, organizadores de eventos, entre otros) con el sector público.

Como resultado de las entrevistas realizadas a los profesionales del sector turismo de instituciones públicas, privadas, así como de instituciones académicas varias categorías y

subcategorías recurrentes fueron identificadas, las mismas se presentan en la tabla en la Tabla 2. Los resultados resaltan el potencial de Santa Cruz como destino de turismo MICE, con su ubicación estratégica, precios competitivos, patrimonio natural y cultural, y una infraestructura bien desarrollada para eventos y hospitalidad. Los resultados de la búsqueda también destacan los desafíos que enfrenta el sector de turismo MICE en Bolivia, como la falta de políticas y marco normativo, la insuficiencia de fondos y experiencia, la ausencia de una entidad especializada en promoción, y preocupaciones sobre la infraestructura de transporte y la seguridad.

**Tabla 2.** Categorías y subcategorías identificadas en la entrevista realizada a los profesionales en el departamento de Santa Cruz

Categoría Principal	Subcategorías
Situación actual del turismo MICE en Bolivia	<ol style="list-style-type: none"> <li>Perspectiva prometedora en Santa Cruz</li> <li>Impacto de la pandemia en Santa Cruz</li> <li>Subutilización del turismo de reuniones en el eje troncal</li> </ol>
Necesidad de incentivos y desarrollo de infraestructura	<ol style="list-style-type: none"> <li>Falta de políticas y marco normativo</li> <li>Escasez de fondos y experticia</li> <li>Ausencia de una entidad de promoción especializada</li> <li>Infraestructura de transporte y preocupaciones de seguridad</li> </ol>
Necesidad de incentivos y desarrollo de infraestructura	<ol style="list-style-type: none"> <li>Posicionamiento de eventos de conferencias y exposiciones</li> <li>Reactivación de eventos presenciales post-pandemia</li> <li>Desarrollo de nuevas ofertas en Santa Cruz</li> <li>Promoción de nuevos proyectos MICE</li> </ol>
Carencias graves en el sector de turismo de reuniones en Bolivia	<ol style="list-style-type: none"> <li>Falta de políticas y marco normativo</li> <li>Escasez de fondos y experiencia</li> <li>Ausencia de una entidad de promoción especializada</li> <li>Infraestructura de transporte y preocupaciones de seguridad</li> </ol>

Categoría Principal	Subcategorías
Potencialidades de la ciudad de Santa Cruz en el turismo de reuniones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ubicación estratégica</li> <li>2. Precios competitivos</li> <li>3. Patrimonio natural y cultural</li> <li>4. Infraestructura hotelera y gastronómica</li> </ol>
Segmentos y mercados a los cuales debería orientar Bolivia sus esfuerzos en el desarrollo del turismo MICE	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promoción de diversos tipos de turismo MICE</li> <li>2. Enfoque en segmentos tecnológicos y de eventos especializados</li> <li>3. Fortalecimiento del turismo de conferencias y exposiciones</li> <li>4. Análisis de nuevas tendencias en sectores empresariales y B2B (Business-to-Business)</li> <li>5. Organización de jornadas, seminarios, convenciones y congresos académicos internacionales</li> </ol>

Tras analizar la caracterización del sector MICE en el departamento de Santa Cruz en la Tabla 3, se expone un análisis DAFO como destino MICE, que incluye los tradicionales campos de análisis de esta metodología: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades Ashok et al., (2017). Estos hallazgos destacan el potencial del turismo MICE en Santa Cruz, pero también la necesidad de abordar las debilidades y amenazas

para aprovechar plenamente las oportunidades. El análisis sugiere que se necesita un enfoque integral, incluyendo el desarrollo de un marco legal, el fortalecimiento de las asociaciones público-privadas, la inversión en infraestructura y la implementación de estrategias de digitalización e informatización. Al abordar estos desafíos, Santa Cruz puede posicionarse como un destino líder de turismo MICE en Sudamérica.

**Tabla 3.** Análisis DAFO de la situación del turismo MICE en Santa Cruz, Bolivia - Variables Internas.

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El turismo MICE como dinamizador de la economía y la innovación.</li> <li>2. El patrimonio natural y cultural aporta atractivos para complementar el turismo MICE.</li> <li>3. Ubicado estratégicamente al estar en el “Corazón de Sudamérica”</li> <li>4. El liderazgo económico del departamento permite posicionarlo al nivel de ciudades de Sudamérica.</li> <li>5. Existencia de ‘Santa Cruz Convention &amp; Visitors Bureau’ que promueve estrategias de integración de la cadena productiva del turismo.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faltan políticas y marco normativo local y nacional y debilidad en establecer alianzas y sinergias entre los niveles público y privado.</li> <li>2. Falta unificar las organizaciones gestoras del turismo MICE a nivel nacional. No existe un ente de promoción enfocado en el segmento MICE.</li> <li>3. El sector de transporte urbano e interprovincial no cumple con los estándares internacionales.</li> <li>4. La información del segmento está poco centralizada y existe escasa diferenciación de la oferta.</li> <li>5. La digitalización y la informatización son insuficientes en el sector.</li> </ol>

Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transformación del sector para adaptarse a nuevas necesidades del turista de reuniones; digitalización, innovación y sostenibilidad.</li> <li>2. Ampliación de la colaboración público-privada e incremento las acciones para el desarrollo del turismo</li> <li>3. Captación de mayor inversión público-privada, de congresos y eventos.</li> <li>4. Reducción de la estacionalidad del turismo, mayor impacto económico</li> <li>5. Renovación de infraestructuras, para congresos ampliación de las conexiones de transporte a nivel nacional e internacional.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fuerte competencia de otros países de la región y creciente evolución de otros mercados como América y Asia.</li> <li>2. Permanencia a largo plazo de la celebración de eventos 100% virtuales.</li> <li>3. Falta de recursos y estrategia para afrontar los retos del futuro del sector MICE en Bolivia</li> <li>4. Pobre participación del turismo internacional en el turismo receptivo en Bolivia</li> <li>5. Inestabilidad social en el departamento Santa Cruz, Bolivia por conflictos en el marco político que genera desconfianza</li> </ol>

## DISCUSIÓN

En Bolivia, es imperativo incluir el turismo de negocios en la agenda pública, dado su impacto económico significativo y su alta demanda de empleo. Por tanto, es crucial que el turismo de negocios se establezca como una política de Estado. La imagen institucional del turismo en Bolivia ha experimentado mejoras recientes, evidenciando su importancia como una industria transformadora respaldada por el (Decreto Supremo No 4543) del 21 de julio de 2021. Este decreto fortalece las actividades de apoyo y promoción turística a través de la Entidad Pública Desconcentrada CONOCE - BOLIVIA, adscrita al Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Además, el Artículo 337 de la Constitución Política del Estado establece al turismo como una actividad económica estratégica que debe desarrollarse de manera sostenible, resaltando la valoración de las culturas y el cuidado del medio ambiente. En este sentido, se encomienda al Estado la promoción y protección del turismo comunitario para beneficiar a los pueblos indígenas originarios, campesinos y comunidades interculturales.

En este sentido, el turismo MICE es conocido como uno de los segmentos de mayor crecimiento en el sector del turismo ya que genera millones en ingresos para países y ciudades de todo el mundo. Según (MICE, 2024) "Allied Market Research" el mercado global del turismo MICE fue de \$ 805 mil millones en 2017, y se proyecta que alcance los \$ 1,439.3 mil millones en 2025 y que registra una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) de 7.6%. En el periodo de 2018 a 2025. La industria MICE dominada por Europa y Asia-Pacífico según su informe regional. Estas regiones representaron casi el 70,4 % de la cuota de mercado en 2017 y se espera que sea testigo de una CAGR de 6.9% y 8.6% durante el pronóstico.

Para resaltar la importancia de esta actividad, se plantea que una cuarta parte de los turistas de todo el mundo viaja por negocios, lo cual representa un total de 280 millones de turistas que viajan para la realización de actividades laborales o profesionales, por asistencia a reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares. El turismo MICE se caracteriza por ser un elemento

dinamizador del sector. Las principales razones son: la desestacionalización, el impacto económico, la generación de empleo y el posicionamiento del destino (Vásconez y Vásconez, 2023).

Una revisión de literatura sobre el turismo de reuniones en el período 2000-2019 Zazueta y Velarde, (2022). Destaca que las reuniones se realizan para motivar a los participantes, hacer negocios, intercambiar ideas o aprender sobre un tema específico, siendo el motivo principal del viaje. Se menciona un crecimiento constante en la realización de reuniones de negocios a nivel global, con destinos especializados en esta oferta. En 2017, se registraron 12,563 reuniones internacionales, y en 2018, hubo un aumento significativo a 12,951 reuniones, aunque con menos destinos. Los resultados presentados en esta investigación coinciden con lo expresado anteriormente, la tendencia del flujo de turistas extranjeros aumenta en el período del 2008 al 2019.

Por otra parte, el desarrollo del turismo no es solo una asignatura pendiente en el caso de Bolivia. En este sentido, Poma et al., (2022) al analizar el impacto del COVID-19 en la industria turística de Bolivia y estrategias para salir de la crisis argumentan que, en el caso latinoamericano, el turismo solo contribuye con el 4 % del producto interno bruto (PIB) de la región, debido a que este sector no está desarrollado como en Europa o Asia en países de la zona que aún dependen de industrias primarias como los hidrocarburos y la minería.

En cuanto a las potencialidades para el desarrollo y crecimiento del turismo MICE en el departamento de Santa Cruz que han aflorado en la presente investigación coinciden con los resultados de Rodríguez y San Martín, (2001) quienes determinaron las potencialidades de España para el desarrollo de esta actividad y señalaban en el momento en que realizaron la investigación que este país disponía de unas infraestructuras adecuadas, tanto terrestres, aéreas como marítimas, contaba con una amplia red hotelera con más de 500 hoteles con salas de reuniones, proliferaban los palacios de congresos, en mayor o menor medida, por todo el territorio nacional y existía una variada oferta cultural, de ocio, gastronómica, deportiva o turística, entre otras. Así mismo, Perlaza et al., (2015) señalan servicios esenciales para el correcto funcionamiento de esta actividad y que deben de estar presentes en los lugares o destinos donde se desarrollan tal como servicio, equipo e instalaciones, servicios auxiliares, exposiciones y presupuestos, transportación, promoción entre otros. Otros autores exponen las potencialidades de sus regiones en el desarrollo de esta actividad como es el caso de Binimelis y Ordinas, (2003) en Murcia, Flamarich y Duro, (2014) en España, Shaadi et al., (2017) en Aguas Calientes, México.

Por otro lado, las debilidades identificadas en el análisis FODA coinciden con resultados obtenidos previamente por Ponce, (2007) al evaluar el turismo de reuniones en la ciudad de

Murcia desde el tejido empresarial involucrado concluía que las debilidades que se detectaron obedecen a los problemas endémicos de accesibilidad, todavía sin resolver, y alcanza un especial significado el aspecto que hace referencia a la falta de promoción y comunicación del producto. Factores claves para ir percibiendo beneficios de los esfuerzos inversores realizados. Asimismo, precisó que es importante reseñar la preocupación por problemas muy cercanos, fundamentales y no excesivamente difíciles de conseguir: calidad medioambiental, coordinación de políticas sectoriales. Estos elementos son coincidentes en alto grado con la situación actual del departamento de Santa Cruz en Bolivia.

### CONCLUSIONES

Bolivia necesita colocar al turismo de negocios como parte de la agenda pública, por su significativo impacto económico, además de ser un sector oferente de importante número de fuentes de empleos. Así mismo, para el sector turístico cruceño la captación de turistas internacionales representa un desafío que requiere ser tratado desde las potencialidades y fortalezas identificadas en esta investigación. Además, para fortalecer el desarrollo del turismo MICE en Santa Cruz es fundamental implementar políticas y estrategias que contribuyan al desarrollo sostenible del turismo MICE y medidas que minimicen el impacto de los conflictos sociales.

**CONFLICTO DE INTERESES.** Los autores declaran que no existe conflicto de intereses para la publicación del presente artículo científico.

### REFERENCIAS

- Arriaga, R. N. (2019). La Contribución de la Cultura y el Turismo al Empleo en México: Una estimación de los Multiplicadores Tipo I y Tipo II. *Análisis Económico*, XXXIV (86), 35–64. <https://analiseconomico.azc.uam.mx/index.php/rae/article/view/416/327>
- Ashok, S., Tewari, H. R., Behera, M. D., y Majumdar, A. (2017). Development of ecotourism sustainability assessment framework employing Delphi, C&I and participatory methods: A case study of KBR, West Sikkim, India. *Tourism Management Perspectives*, 21, 24–41. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2016.10.005>
- Binimelis, J. S., y Ordinas, A. G. (2003). El turismo de reuniones y negocios en Mallorca. *Cuadernos de Turismo*, 12, 35–51.
- CAINCO. (2020). Turismo de negocios: la apuesta de Santa Cruz por Bolivia | Empresa & Desarrollo. Empresa y Desarrollo. <https://www.cainco.org.bo/empresaydesarrollo/2020/03/10/turismo-de-negocios-la-apuesta-de-santa-cruz-por-bolivia/>
- Calduch, R. C. (2014). Métodos y Técnicas de Investigación Internacional. [https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos y Técnicas de Investigación Internacional v2.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos-y-Técnicas-de-Investigación-Internacional-v2.pdf)
- Flamarich, M., y Duro, J. A. (2014). Turismo de negocios (eventos) en España: análisis y perspectivas. *Papers de Turisme*, 0(49–50), 59–75. <http://www.turisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/168>
- Bolivia: Decreto Supremo No 4543, 21 de julio de 2021, Pub. L. No. Gaceta Oficial de Bolivia 1406NEC, 202107e.lexml (2021). <https://www.lexivox.org/norms/BO-DS-N4543.html>
- INE. (2022). Instituto Nacional de Estadística. Estadísticas de Flujo de Viajeros. <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/turismo/estadisticas-de-flujo-de-viajeros-introduccion/>

- León, D. (2021). Análisis económico: impacto de la pandemia en el sector turístico de Bolivia, cuarto rubro generador de divisas hasta 2019. Federación de Entidades Empresariales Privadas de Cochabamba. <https://fepec.bo/2021/12/21/analisis-economico-impacto-de-la-pandemia-en-el-sector-turistico-de-bolivia-cuarto-rubro-generador-de-divisas-hasta-2019/>
- MEFP. (2018). El Sistema Económico de los Sistemas Locales, el potencial en los 399 municipios de Bolivia - La Paz. Fundación Jubileo. <http://sipp.economiayfinanzas.gob.bo/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=4578>
- MICE. (2024). MICE industry Size and Share, Trends Industry Growth 2032. MICE Industry by Type. <https://www.alliedmarketresearch.com/MICE-industry-market>
- OIT. (2021). Bolivia analiza impacto de la COVID-19 en el turismo y los desafíos para la reactivación y formalización del sector. Ilo.Org. [https://www.ilo.org/lima/sala-de-prensa/WCMS\\_779634/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/lima/sala-de-prensa/WCMS_779634/lang--es/index.htm)
- Perlaza, C. L., Correa, J. S. C., y Tamayo, C. G. (2015). Turismo de reuniones y eventos. *Revista Intersección: Eventos, Turismo, Gastronomía y Moda*, 2(3), 38–53. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/article/view/786>
- Poma, E. O. L., García, N. M. M., San Miguel, M. F. C., Soliz, C. P. L., Loayza, Á. C., Mamani, R. M. L., Echalar, W. D., Poveda, L. P., De la Cruz, D. J., Lizarazu, C. S., y Valda, V. G. B. (2022). El impacto de la COVID-19 en la industria turística de Bolivia y estrategias para salir de la crisis. *Turismo y Sociedad*, 32, 219–250. <https://doi.org/10.18601/01207555.N32.09>
- Ponce, M. D. S. (2007). Turismo de reuniones en la ciudad de Murcia. Un enfoque desde el tejido empresarial involucrado. *Cuadernos de Turismo*, 19, 105–131. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13801>
- Rodríguez, I. del B., y San Martín, H. G. (2001). Turismo de reuniones: oportunidad de negocio. *Estudios Turísticos*, 147, 121–139. <https://doi.org/10.61520/ET.1472001.859>
- Seid, G. (2016). Procedimientos para el análisis cualitativo de entrevistas. Una propuesta didáctica. V Encuentro Latinoamericano de Metodología de Las Ciencias Sociales, 1–25. [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.8585/ev.8585.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.8585/ev.8585.pdf) Información adicional en [www.memoria.fahce.unlp.edu.ar](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar)
- SENATUR. (2023). Turismo de Reuniones. Secretaría Nacional de Turismo Paraguay. <https://senatur.gov.py/turismo-de-reuniones/>
- Shaadi, L. D. S. R., Pulido, J. I. F., & Rodríguez, I. M. H. (2017). Turismo de reuniones: contextualización y potencialidad. Caso ciudad de Aguascalientes (México). *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 0(15), 43–64. <https://www.eutm.es/journal/index.php/gt/article/view/101>
- Suryanata, I. G. N. P. (2019). Investment multiplier effect expands tourism destinations. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(2), 44–51. <https://doi.org/10.21744/IRJMIS.V6N2.606>
- T&CGroup. (2023). ¿Cuál es el panorama para la industria de reuniones en el 2023? Tycgroup. Com. <https://tycgroup.com/panorama-para-la-industria-de-reuniones-en-el-2023/>
- Tovar, E. (2021). La industria de reuniones y eventos, ¿turismo o negocios? *Ladevi.Info*. <https://www.ladevi.info/industria-reuniones/la-industria-reuniones-y-eventos-turismo-o-negocios-n30001>
- Vásconez, L. F. A., y Vásconez, J. F. M. (2023). La promoción del turismo mice en el desarrollo en actividades empresariales turísticas. *Dom. Cien.*, 9(3), 1061–1073. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v9i3.3486>
- World-Tourism-Organization. (2019). UNWTO Tourism Definitions. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- World-Tourism-Organization. (2021). Compendium of Tourism Statistics, Data 2015 – 2019, 2021 Edition. In *Compendium of Tourism Statistics, Data 2015 – 2019, 2021 Edition*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284422494>

Zazueta, M. G. H., y Velarde, M. V. (2022). Investigación sobre turismo de reuniones en el período 2000-2019: una revisión de literatura. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural., 20(3), 779–796. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.053>