

RESUMEN DE POLÍTICAS N° IDB-PB-0406

# Análisis de recursos turísticos de los países de la Región Andina para su puesta en valor y transformación

María Cristina Guerrero  
Mariano Proaño  
Ricardo Zambrano  
Emily Díaz  
Cristhian Larrahondo

Banco Interamericano de Desarrollo  
Departamento de Países del Grupo Andino

Mayo 2024



# Análisis de recursos turísticos de los países de la Región Andina para su puesta en valor y transformación

María Cristina Guerrero  
Mariano Proaño  
Ricardo Zambrano  
Emily Díaz  
Cristhian Larrahondo

Banco Interamericano de Desarrollo  
Departamento de Países del Grupo Andino

Mayo 2024



## **Catalogación en la fuente proporcionada por la Biblioteca Felipe Herrera del Banco Interamericano de Desarrollo**

Análisis de recursos turísticos de los países de la Región Andina para su puesta en valor y transformación / María Cristina Guerrero, Mariano Proaño, Ricardo Zambrano, Emily Díaz, Cristhian Larrahondo  
p. cm. — (Resumen de política del BID ; 406)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Tourism-Economic aspects-Andes Region. 2. Tourism-Government policy-Andes Region. 3. Tourism-Employees-Andes Region. 4. Tourism landscapes-Andes Region. 5. National parks and reserves-Andes Region. I. Guerrero, María Cristina. II. Proaño, Mariano. III. Zambrano, Ricardo. IV. Díaz, Emily. V. Larrahondo, Cristhian. VI. Banco Inter -Americano de Desarrollo. Departamento de Países del Grupo Andino. VII. Serie.  
IDB-PB-406

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2024 Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons CC BY 3.0 IGO (<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/legalcode>). Se deberá cumplir los términos y condiciones señalados en el enlace URL y otorgar el respectivo reconocimiento al BID.

En alcance a la sección 8 de la licencia indicada, cualquier mediación relacionada con disputas que surjan bajo esta licencia será llevada a cabo de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (CNUDMI). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones que forman parte integral de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta obra son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del BID, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



# Análisis de recursos turísticos de los países de la Región Andina para su puesta en valor y transformación

**Autores: María Cristina Guerrero, Mariano Proaño, Ricardo Zambrano, Emily Díaz y Cristhian Larrahondo**

**Mayo, 2024**

Frente al desafío de llevar a cabo un proceso de transformación productiva, varios países de la Región Andina han señalado al turismo como un sector con gran potencial de desarrollo en la región. Hoy en día, este sector ha tenido solamente un rol limitado en estas economías, el cual se vio aún más reducido por la pandemia. Pese a esto, su potencial de crecimiento es importante, especialmente dado el gran capital natural y cultural que hace únicos a los países andinos. Este estudio presenta un panorama del sector en la Región Andina, específicamente, se explora el estado del sector, el marco institucional relevante en el país, así como un marco analítico para identificar activos con potencial a desarrollar.

**Palabras clave:** Turismo, Región Andina, transformación productiva, diversificación.

**Códigos JEL:** O10, O20, O54, Z32, Z38, L83.

**Agradecimientos:** Este estudio es uno de seis estudios publicados por el Departamento de Países Andinos del Banco Interamericano de Desarrollo, en los que se estudian el estado actual y potencial de recursos turísticos en Perú, Ecuador, Colombia, Bolivia y Venezuela. Los autores agradecen la coordinación con el resto del equipo consultor que elaboró los informes de cada país: Germán Ríos, Javier Ramiro Monterrey, Luis Mesías, María Cristina Guerrero, Mariano Proaño, Ricardo Zambrano y Nohora Constanza Olaya, así como al equipo coordinador. Finalmente, se agradece a Laura Giles Álvarez y Wladimir Zanoni por sus revisiones, ediciones y sugerencias.

## Índice

1. Introducción.....	1
2. Diagnóstico.....	3
3. Análisis de la demanda y oferta .....	9
4. Marco metodológico para la selección y análisis de activos turísticos .....	13
5. Lecciones aprendidas.....	15
6. Bibliografía .....	20
7. Anexos .....	22

## **Abreviaciones**

ANATO	Asociación Nacional de Agencias de Viajes y Turismo de Colombia
INECC	Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático
IVA	Impuesto sobre el valor añadido
OMT	Organización Mundial de Turismo
PIB	Producto interior bruto
WTTC	Consejo Mundial de Viajes y Turismo

## 1. Introducción

**La historia económica de la Región Andina de los últimos setenta años se ha basado en la explotación de sus recursos naturales.** Los países de la Región Andina —Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia— muestran una dependencia histórica en recursos naturales, principalmente la extracción de petróleo, carbón y minerales<sup>1</sup>. Dichas industrias se han convertido en elementos tan centrales de estos países que el desempeño macroeconómico de toda la región, tanto a nivel de crecimiento como fiscal y externo, están fuertemente influenciados por los precios de las materias primas en los mercados internacionales. El peso de las exportaciones petroleras en el producto interior bruto (PIB) refleja: en el caso de Venezuela, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, un 25% al 2019; en Colombia, según datos del Banco de la República, un 2,8%; en Ecuador y Perú, según los bancos centrales de estos países, un 10,2% y 3,3% respectivamente; finalmente, en Bolivia, según el Instituto Nacional de Estadísticas, el 9,3%.

**Las tendencias internacionales llevan a modelos de crecimiento más verdes.** Hoy, las condiciones a nivel global —la existencia de acuerdos internacionales multilaterales en procura de una transición ecológica global y los desafíos provocados por la pandemia y el calentamiento global— dejan claro que una transición de modelos económicos basados en actividades extractivas hacia otras actividades es imprescindible. Para países tan dependientes de sus materias primas como los de la Región Andina, la opción de competir en el mundo del futuro se muestra amenazada. Es más, el avance hacia la descarbonización ya es una realidad e impactará la estructura productiva de toda la región, con efectos sobre el crecimiento, las balanzas comerciales y los indicadores fiscales de estos países. Según un informe de Abuelafia et al. (2023), para el 2030 al menos 7,5 millones de empleos asociados a los combustibles fósiles y a la producción de alimentos de origen animal correrán el riesgo de perderse, mientras que los sectores productivos vinculados a las energías renovables y el desarrollo sostenible fomentarán más del doble del empleo perdido.

**La transformación productiva de los países andinos requerirá de otros sectores que promuevan un crecimiento sostenible e inclusivo en el largo plazo.** Frente al desafío de llevar a cabo un proceso de transformación productiva, varios países de la región han señalado al turismo<sup>2</sup> como un sector con gran potencial de desarrollo en la región. Hoy en día, este sector ha tenido solamente un rol limitado en las economías de la región, el cual se vio aún más golpeado por la pandemia<sup>3</sup>. Los países de la Región Andina en el año 2018 recibieron tan solo el 0,82% del número de turistas mundial. El aporte al PIB turístico por parte de los países andinos, en ese mismo año, fue de entre 2,3% (Ecuador) hasta 9,3% (Venezuela).

Se puede observar una contracción en los flujos turísticos mundiales pasando de 1500 millones de arribos internacionales en el 2018 a 454 millones en el 2021, según la Organización Mundial de Turismo (OMT), representando el flujo turístico que llegó a la Región Andina un 0,44% del flujo mundial. La información del 2022 no está reportada aún por la OMT. Sin embargo, según expertos de la industria, se experimentó una importante recuperación sin llegar a los niveles de flujo de llegadas prepandemia. Es vital impulsar la transformación productiva a través de políticas públicas y modelos empresariales sostenibles e inclusivos.

---

<sup>1</sup> En este estudio se define la Región Andina como Colombia, Venezuela, Perú, Ecuador y Bolivia.

<sup>2</sup> Entrevistas y grupos focales con expertos de la industria turística de la Región Andina.

<sup>3</sup> Se calcula, según la OMT y el Índice de Desarrollo de Turismo y Viajes, que solamente en el año 2020 se perdieron 62 millones de empleos y la caída del PIB turístico fue de 4,5 trillones de dólares a nivel mundial.

**Existe un gran potencial para el sector turismo en la región.** Pese al rol limitado que ha tenido este sector, su potencial de crecimiento es importante. El turismo no solo tiene el potencial de cubrir parte de las brechas de crecimiento que dejarían las actividades extractivas y ofrecer una canasta exportadora más variada, sino que también puede ser una fuente importante de ingresos y empleos y llevar a modelos de desarrollo más inclusivos, sostenibles y respetuosos con el medioambiente. Como casos relevantes podemos citar: Costa Rica, Belice, Palaos en Filipinas, Bután y Nueva Zelanda. Son destinos cuyas economías dependen del turismo y otorgan valor a los ecosistemas locales, las comunidades y los ejes productivos en los que se encuentran, producto de una planificación rigurosa, controlada y consensuada.

Entre otras ventajas competitivas, los países de la región están entre los más biodiversos del mundo (incluyendo zonas de la Amazonía y playas del Pacífico, Atlántico y Caribe). Según el Banco Mundial, el valor del capital natural de estos países asciende al 557% del PIB en Bolivia, al 469% del PIB en Ecuador, al 382% del PIB en Perú y al 200% del PIB en Colombia. Además, los países andinos cuentan con una diversa y abundante riqueza cultural. Si comparamos con otros países dependientes del turismo, el valor del capital natural representa apenas el 31,5% del PIB en Costa Rica (Hernández-Blanco y Costanza, 2021), el 36,2% en Belice (Banco Mundial, 2012), el 41% en Nueva Zelanda (Banco Mundial, 2012), el 26,3% en México (INECC, 2018).

**Pese a estas oportunidades, se mantienen desafíos.** Pese al potencial, persisten desafíos al desarrollo del sector, entre los destacados en esta publicación están los retos de articulación entre actores, planificación sectorial y regulación de servicios, la poca diversificación de producto turístico y limitaciones en conectividad e infraestructura básica son elementos destacados que inhiben el potencial de crecimiento del sector en la región. Los esfuerzos e inversión en la región deben, por tanto, estar más focalizados en una estrategia para impulsar la creación de productos innovadores, ligados al aprovechamiento sostenible de los recursos, la conservación del patrimonio natural y cultural y la generación de servicios que incluyan a las comunidades locales y crezcan sobre la riqueza cultural de los países. Estos esfuerzos deben tomar como contexto la cambiante demanda de los consumidores de productos turísticos que, entre otros factores, hoy involucran a las tecnologías digitales y el interés por el desarrollo sostenible como condicionantes claves.

**El presente estudio es una radiografía de la situación actual del sector turístico en los países de la Región Andina, analizando retos y oportunidades.** Este estudio añade al actual debate de transformación productiva en la Región Andina y establece, por consiguiente, la realidad de la situación turística antes y después de la pandemia. Identifica nuevas oportunidades generadoras de bienestar económico, social y ambiental; propone mecanismos idóneos para establecer procesos de transformación y aprovechamiento de recursos relevantes en su transición hacia productos turísticos innovadores y sostenibles; formula, finalmente, soluciones que aseguren bienestar a sectores de la población, generando nuevas fuentes de ingreso y empleo mejor remunerados en tanto que se aseguran las oportunidades para emprender y conservar la naturaleza y el patrimonio de los pueblos que no solo representan los elementos fundamentales para la vida, sino el activo a través del cual se solventará el desarrollo sostenible de la región.

De este modo, el objetivo final del presente trabajo es la identificación y priorización de algunos recursos turísticos susceptibles de transformarse en productos innovadores, administrados a través de un modelo práctico y eficiente que permita una verdadera transición hacia el desarrollo sostenible de los países andinos, modelo que podría ser aplicable a todos aquellos recursos disponibles no priorizados, pero que gozan de cualidades significativas. Este estudio está estructurado en seis secciones que

corresponden a: i) Introducción; ii) Diagnóstico; iii) Inventario de recursos turísticos potenciales - marco metodológico; iv) Conclusiones. Además, este análisis regional es uno de seis estudios que analizan en profundidad activos turísticos con potencial para fomentar el sector turístico para la región y específicamente en Colombia, Ecuador, Venezuela, Bolivia y Perú.

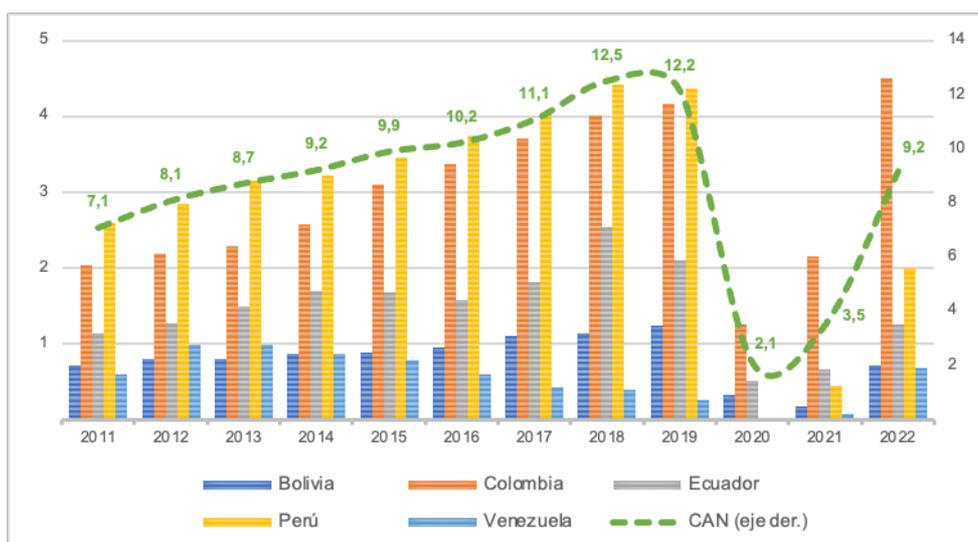
## 2. Diagnóstico

**Esta sección presenta el estado del sector turismo en la región, teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y ambientales y se analiza la posición de oferta y de demanda del sector.** Para esta caracterización, primero describimos el estado del sector turismo antes, durante y después de la pandemia en los cinco países de la Región Andina, en términos de su peso en el PIB, empleo e ingresos. Esto viene seguido de un análisis de la oferta y demanda de los productos turísticos.

### 2.1 Volumen de turistas

**El sector turístico es todavía un sector en desarrollo para la región, comparado con otras regiones del mundo.** Entre 2011 y 2019, alrededor de 89 millones de personas llegaron a los países de la región, aunque ha incrementado año a año, esto solo representa 30,3% de los turistas que llegaron a México en el mismo periodo (293 millones de personas)<sup>4</sup>. Perú y Colombia fueron los países que recibieron el mayor flujo de entradas internacionales: solo en 2019, Perú y Colombia registraron la entrada de 4,2 millones y 4,4 millones de personas, respectivamente. Ecuador y Bolivia también percibieron incrementos progresivos de entradas internacionales entre 2011 y 2019, aunque en menor medida que Colombia y Perú y, en algunos años, evidenciando disminución en la cantidad de entradas a estos países. Venezuela, por el contrario, ha mostrado una caída paulatina en el número de arribos internacionales en este periodo, de modo que a 2019, solo 260.000 personas llegaron a este país.

**Figura 1. Llegada de turistas internacionales (millones de personas)**



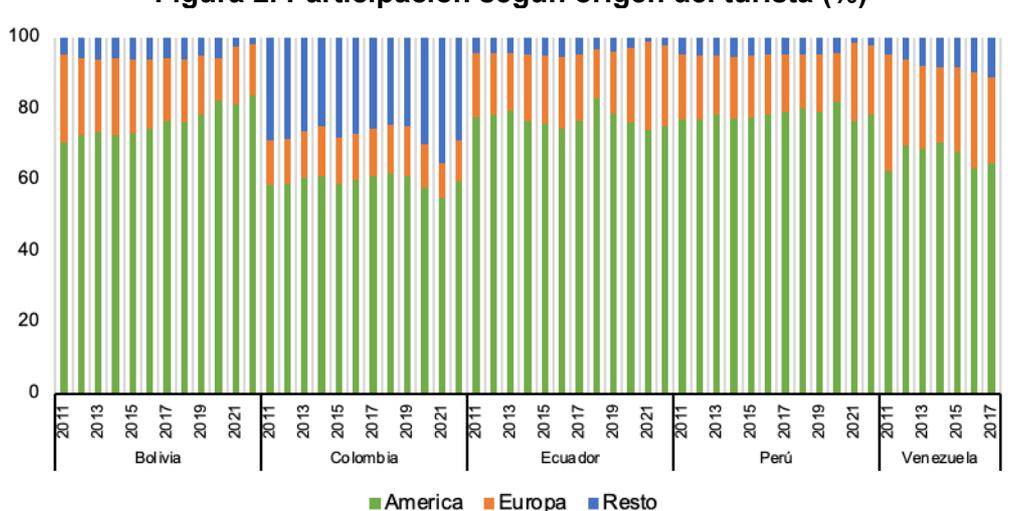
**Nota:** Para el 2020, la OMT no cuenta con los datos de llegadas internacionales de Perú y Venezuela.

**Fuente:** Organización Mundial del Turismo.

<sup>4</sup> Del mismo modo, el aumento anual de los arribos ha sido en promedio de 5,3% en los países de la región, 3,4 puntos porcentuales menos al crecimiento promedio de México (8,7%).

**La mayoría de los turistas en la Región Andina vienen de países de las Américas.** Según datos de la OMT, alrededor del 72,8% del turismo de cada país proviene de países de las Américas, seguido de países europeos (16,8%)<sup>5</sup>. A diferencia de los demás países de la región, en Colombia el turismo proveniente de las Américas y de Europa es ligeramente diferente, hay una mayor participación de países diferentes de otros continentes. El país emisor hacia los países andinos de mayor importancia es Estados Unidos. Desde Europa los emisores más importantes son España, Francia, Alemania, Italia y Reino Unido. Con respecto a los turistas provenientes del resto de países suramericanos, Chile, Argentina y Brasil destacan como mercados emisores importantes. El turismo interandino genera un número muy importante de turistas entre estos países.

**Figura 2. Participación según origen del turista (%)**



**Nota:** No se cuenta con esta información para Venezuela desde 2017.  
**Fuente:** Organización Mundial del Turismo.

**La pandemia por COVID-19 modificó los patrones y resultados del sector turístico a nivel mundial y para los países de la Región Andina.** Según datos disponibles de la OMT (2023), las llegadas internacionales a nivel mundial cayeron un 72% en 2020 respecto a 2019<sup>6</sup>. Para el caso de la Región Andina, desde el 2020, se observa una fuerte caída en el indicador de llegadas internacionales, como lo muestra la Figura 1, motivada por las restricciones de movilidad durante la pandemia. Estas cifras han mejorado progresivamente en los últimos dos años, aunque para la mayor parte de países de la región todavía no se recuperan los niveles previos a la pandemia; al 2022 solamente Colombia logró su recuperación a niveles de 2019.

## 2.2 Gasto promedio por turista internacional

**El gasto promedio por turista en la Región Andina fue de US\$ 798 entre 2015 y 2019, por debajo de la media global de US\$ 1401 en el mismo periodo (OMT, 2023).** El turismo es uno de los mayores catalizadores para la generación de ingresos y exportaciones de servicios, con efectos multiplicadores en otros sectores como la industria, producción de manufactura, agricultura y transporte (BID, 2022). Por lo tanto,

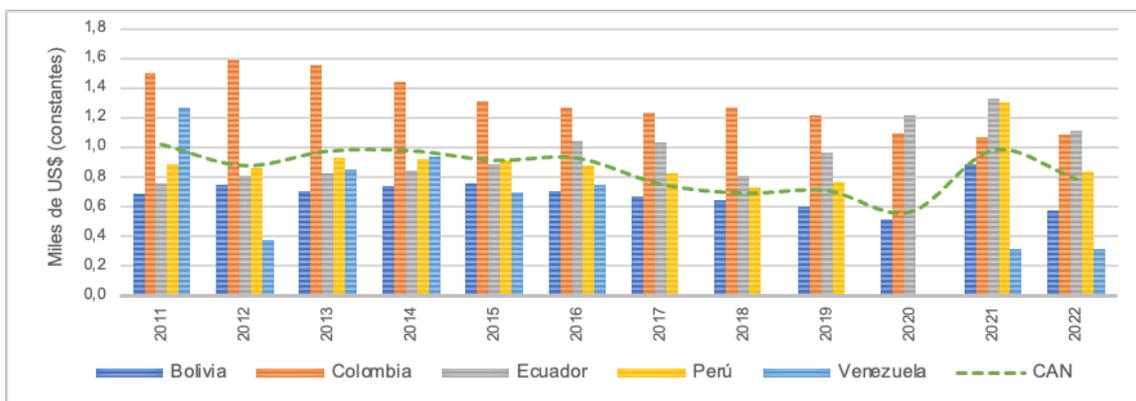
<sup>5</sup> Esta cifra promedio no considera a Venezuela ya que los datos de origen del turista solo están disponibles hasta 2017.

<sup>6</sup> Organización Mundial del Turismo (2022a), Dashboard UNWTO Tourism Recovery Tracker. <https://www.unwto.org/es/unwto-tourism-recovery-tracker>

los gastos incurridos por turistas representan ingresos para los países de destino que promueven la reactivación económica local. Sin embargo, el gasto promedio por turista en la Región Andina se ha mantenido por debajo del promedio de gasto a nivel mundial durante los años previos a la pandemia, entre 2015 y 2019; esta diferencia ha sido de aproximadamente US\$ 595 durante este periodo. En 2020, debido al impacto de la pandemia por COVID-19, esta diferencia se profundizó, reportándose US\$ 1.017 más de gastos por turista a nivel mundial en comparación con la media en los países andinos.

**Hay varios factores que probablemente han contribuido al bajo nivel de gasto por turista.** Entre los países, también son destacables las diferencias: Colombia reporta el monto de gasto por turista más alto (US\$ 1257,8), seguido por Ecuador (US\$ 946,2), Perú (US\$ 821,9), Bolivia (US\$ 676,0) y, finalmente, Venezuela (US\$ 288,1), entre 2015-2019<sup>7</sup>. Algunos factores que han contribuido a mantener el gasto turístico por debajo del promedio mundial son la escasa diversificación de la oferta turística, la limitada oferta de actividades, los bajos precios en la prestación de servicios turísticos y la calidad en la prestación de servicios que requiere mejoras<sup>8</sup>.

**Figura 3. Gasto promedio por turista internacional (US\$ constantes de 2012)**



**Fuente:** Organización Mundial del Turismo.

**Nota:** Entre 2017 y 2020 no se reportaron datos para Venezuela; en 2020 no se cuenta con datos para Perú.

### 2.3 Participación del turismo en el PIB

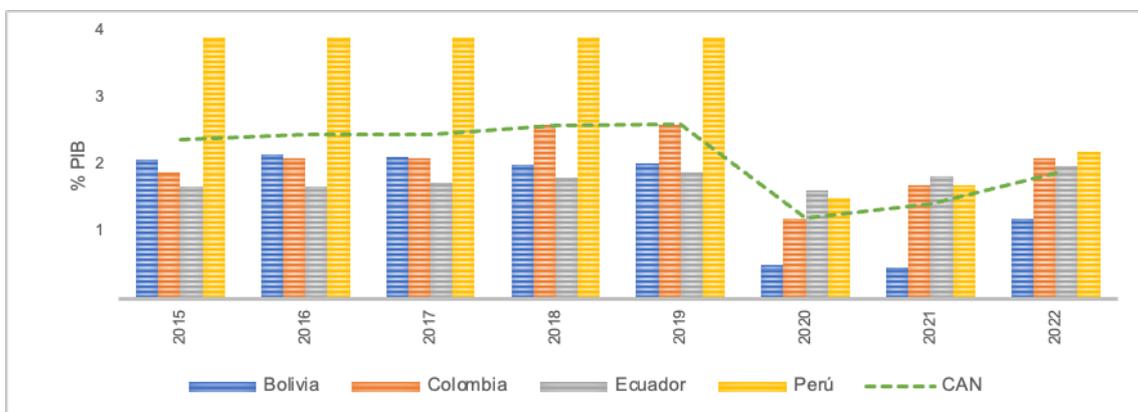
**La contribución del sector turístico al PIB de los cinco países de la Región Andina ha sido moderada en los últimos años.** En promedio, entre 2015 y 2019, el peso del turismo se ha mantenido alrededor del 2,5% del PIB en la región andina. Por país, en el mismo periodo, la contribución del turismo al PIB ha reportado un 2,1% en Bolivia, 2,3% en Colombia, 1,8% en Ecuador y 3,9% en Perú (ver Figura 4). Además, según el BID (2022) el multiplicador turístico<sup>9</sup> para América Latina se ubica en 1,26, es decir, por debajo del multiplicador de la media mundial de 1,56.

<sup>7</sup> En el contexto de la Región Andina, esto puede significar que los turistas internacionales que visitan países como Bolivia o Perú, que tienen una moneda más débil, pero una paridad de compra más alta, pueden tener un mayor poder adquisitivo en términos de gastos de turismo en comparación con los turistas que visitan Ecuador, donde la economía está dolarizada, tiene una moneda más fuerte y una paridad de compra más baja. Es importante tener en cuenta que la paridad de compra no es el único factor que influye en el gasto de los turistas internacionales en la Región Andina, ya que hay otros factores como la calidad de la oferta turística, el tipo de turismo que se ofrece, el nivel de desarrollo económico del país y las políticas turísticas del gobierno.

<sup>8</sup> Resultados de las entrevistas con actores del sector realizadas durante la elaboración de este estudio.

<sup>9</sup> Multiplicador turístico = (Ingresos totales generados por el turismo / Inversión en turismo).

**Figura 4. Contribución del turismo al PIB (%)**



**Fuentes:** Instituto Nacional de Estadística (Bolivia), Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Colombia), Banco Central del Ecuador (Ecuador) y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Perú).

**Nota:** Los datos correspondientes a la Región Andina (CAN) son el promedio simple de los países sin tener en cuenta a Venezuela, por falta de disponibilidad de información.

**El impacto de la pandemia fue severo.** Como en el resto del mundo, la pandemia del COVID-19 tuvo un impacto severo en el sector turismo de la Región Andina. En Venezuela, según el WTTC (2022), el aporte del turismo al PIB pasó del 9,3% en el 2019 al 5,5% en el 2020. En los demás países de la Región Andina, según las cifras nacionales, en Ecuador, el aporte del turismo al PIB pasó del 1,9% en 2019 al 1,6% en 2020. De igual manera en Colombia, la participación del turismo en el PIB se redujo desde el 2,6% en 2019 a un 1,2% en 2020. En Perú este indicador pasó de un 3,9% a un 1,5% para 2020. Finalmente, en Bolivia se observó una caída importante de la participación del turismo en el PIB pasando de un 2,0% en 2019 a un 0,5% en 2020.

**Se observa una recuperación de la actividad turística pese a que esta ha sido lenta y desigual.** El turismo internacional alcanzó el 65% de los niveles anteriores a la pandemia a finales de 2022 (OMT, 2022b). En general, los países que han tomado medidas de control, implementando protocolos de salud y seguridad y que tienen una oferta de turismo diversificada, han experimentado una recuperación más rápida.

Debemos señalar que la recuperación del sector aún no logra cifras de llegadas de turismo internacional como las observadas antes de la pandemia. La implementación de protocolos de salud y las tasas de vacunación apoyaron la reactivación del sector<sup>10</sup>. La promoción dirigida al turismo doméstico fue determinante en el proceso de recuperación. Algunos negocios turísticos de la región se adaptaron a la situación y encontraron maneras para sobrevivir (OMT, 2022c), cambiando su modelo de negocio hacia el turismo local, especializando su oferta y dirigiéndola al mercado doméstico con una nueva oferta promocional. Los presupuestos destinados a la promoción y recuperación del turismo varían entre cada uno de los países. Por ejemplo, en 2022, Colombia destinó para la promoción turística US\$100 millones; Perú, US\$36 millones; Ecuador, US\$5 millones y Bolivia, US\$10 millones<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> La vacunación alcanzó el 83,4% de población en Perú y el 78,9% en Ecuador al 2021, mientras que en Colombia y Bolivia la vacunación alcanzó el 71,04% y el 50,4%, respectivamente.

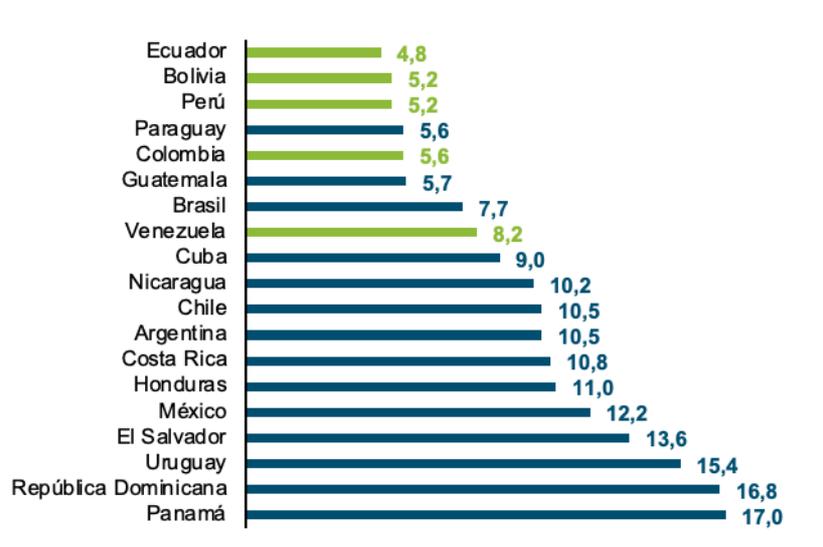
<sup>11</sup> Cifras obtenidas de los ministerios de turismo y entidades encargadas de la gestión turística en cada país.

## 2.4 Empleo

**El sector turismo es una importante fuente de empleo.** Según la OMT (2021a), entre 2014 y 2019, el empleo del sector turismo representó 10,3% (alrededor de 334 millones) del total de empleos. A nivel regional, la participación promedio del turismo<sup>12</sup> en el empleo total en 2022 fue de 5,8%, siendo Ecuador (4,8%), Bolivia (5,2%) y Perú (5,2%) los tres países que menos aporte tuvieron al empleo en Latinoamérica, seguidos de Colombia (5,6%); Venezuela (8,2%) reportó ser el país con mayor aporte del sector turístico al empleo total<sup>13</sup>. Con el impacto de la pandemia, el aporte del turismo al empleo total cayó 3,9% entre 2019 y 2022 en Latinoamérica, lo que significa que aún no se recupera el nivel prepandemia.

**La industria turística es muy diversa y abarca una amplia gama de sectores y subsectores, lo que significa que hay una gran variedad de empleos que pueden ser generados.** Los empleos, tanto directos como indirectos, varían desde personal de limpieza, recepcionistas, camareros, cocineros, o conductores, hasta guías turísticos, docentes, consultores, investigadores, tripulantes de cabina, agentes de viaje, artesanos, personal de seguridad, especialistas en *marketing* y tecnologías, reservas, eventos entre otros. La capacidad generadora de empleos se extiende a otros eslabones de la cadena de valor como la actividad agropecuaria, las de comercio, logística, construcción, salud, entre otras.

**Figura 5. Turismo como porcentaje del empleo total, 2022**



Fuente: World Travel and Tourism Council.

## 2.5 Ingresos por turismo

**Según la OMT, los ingresos por turismo en el 2019 representaron el 5,6% del PIB en los países de la Región Andina (OMT, 2022a)<sup>14</sup>.** Los ingresos generados por concepto de turismo en la Región Andina se pueden considerar en la mayoría de los países de la región una de las principales fuentes de ingresos económicos. En

<sup>12</sup> Se toman en cuenta empleos directos e indirectos para las cifras indicadas.

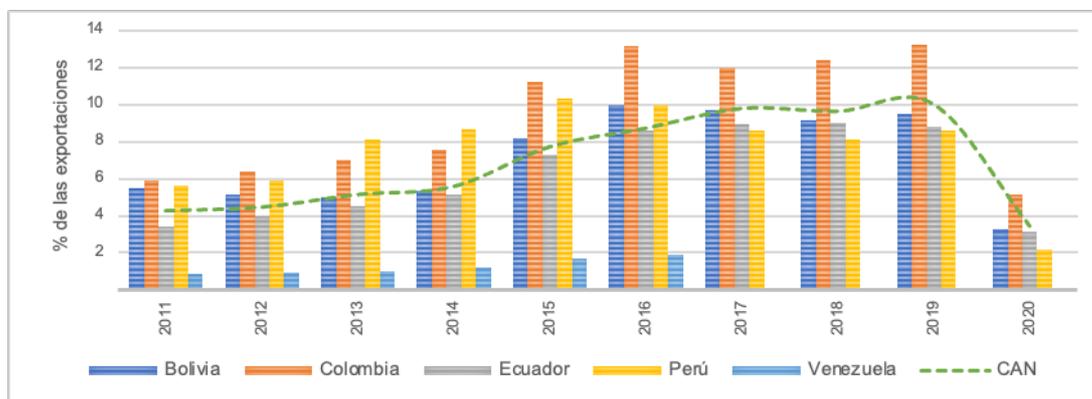
<sup>13</sup> Esto según datos del WTTC. Las cifras en millones de empleos por país fueron: Colombia (1,25), Perú (0,98), Venezuela (0,93), Ecuador (0,39) y Bolivia (0,28).

<sup>14</sup> Los ingresos por turismo se refieren a los ingresos que un país o una región obtiene a través de la actividad turística. Esto incluye el dinero gastado por los turistas en alojamiento, alimentación, transporte, compras, entretenimiento y otras actividades relacionadas con el turismo durante su estadía en el destino turístico.

Colombia, el turismo es una de las actividades económicas más importantes del país, representó la primera fuente de ingreso de divisas entre sectores no tradicionales 2021 (OMT, 2021b). En Ecuador, el turismo fue el tercer sector más grande de la economía en el 2022 (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2023). En Perú, el turismo es el tercer sector más grande de la economía, después de la minería y la pesca (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, 2022). En Bolivia, el turismo es un sector en crecimiento, que está siendo promovido como una fuente importante de desarrollo económico (Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia, 2021). Es difícil determinar con exactitud el impacto del turismo en la economía venezolana por la crisis económica y política que atraviesa. En términos de las exportaciones totales, los ingresos por turismo entre 2015 a 2019 fueron 9,2% en la Región Andina; el efecto de la pandemia redujo esta cifra a 3,4% de las exportaciones totales (ver Figura 6 para la desagregación por países y años).

**Los ingresos tributarios generados por el turismo en los países de la Región Andina se concentran principalmente en los impuestos sobre el valor añadido (IVA) y los impuestos sobre la renta.** En general, el IVA es el ingreso más importante para los gobiernos de la Región Andina, ya que se aplica a la mayoría de los bienes y servicios turísticos. Además, el impuesto a la renta también es una fuente importante de ingresos para los gobiernos de la región, que contribuye significativamente al fisco de los países. Estos impuestos se aplican a las empresas turísticas que generan ingresos en el país y a los empleados que trabajan en la industria. En algunos países de la Región Andina, como Ecuador y Perú, también se han implementado impuestos y tasas específicos, como los denominados impuestos de entrada y salida a los países para turistas nacionales y extranjeros, tasas hoteleras e impuestos a la salida de divisas, en el caso de Ecuador.

**Figura 6. Ingresos<sup>15</sup> por turismo respecto a las exportaciones totales**



**Fuente:** World Development Indicators, Banco Mundial.

**Nota:** Se dispone de datos hasta 2020 para todos los países excepto Venezuela; para Venezuela se reportan datos hasta 2016.

<sup>15</sup> El indicador se refiere a los ingresos que recibe un país por gastos realizados por los visitantes internacionales debido a actividades turísticas (alojamiento, alimentación, transporte, compras, entretenimiento y otras actividades relacionadas), ponderados sobre los ingresos debidos a exportaciones totales de bienes y servicios.

### 3. Análisis de la demanda y oferta

#### 3.1 Análisis de la demanda<sup>16</sup>

**El análisis de demanda se basa en la utilización de la herramienta Google Trends<sup>17</sup>.** Google Trends<sup>18</sup> es una herramienta de análisis que muestra la popularidad relativa y los patrones de búsqueda de palabras clave y términos específicos a lo largo del tiempo y en diferentes ubicaciones geográficas. La herramienta utiliza un índice de búsqueda normalizado<sup>19</sup>, donde el valor más alto representa el punto máximo de popularidad de una palabra clave o término utilizado en un período y ubicación determinados, por ejemplo, 'hoteles', 'viajes' o 'vuelos'. De este modo, esta herramienta permite analizar la tendencia temporal de la serie resultante que, en nuestro caso, representa una *proxy* por demanda de servicios al sector. En la Figura 7, se presentan las tendencias de estas búsquedas por cada uno de los países y de la Región Andina<sup>20</sup> y también se incluye la tendencia o "demanda de turismo"<sup>21</sup>.

**En línea con lo descrito en la primera sección de este estudio, la demanda de turismo cayó durante la pandemia y apenas se está recuperando dos años después<sup>22</sup>.** Entre finales del segundo trimestre y principio del tercero de 2020 se registraron las mayores caídas anuales de la demanda de turismo<sup>23</sup>. Particularmente, en junio de 2020, como se ve en la Figura 5, la caída de demanda en la Región Andina fue de 46,6%; siendo 53,3% en Bolivia, 49,4% en Perú, 43,7% en Venezuela, 43,3% en Colombia y 41,1% en Ecuador. No fue hasta un año después cuando la demanda de turismo empezó a registrar cifras positivas de crecimiento anual.

A pesar de la recuperación del sector, la demanda de turismo no se ha recuperado de igual manera entre los países de la Región Andina. Únicamente Colombia y Venezuela<sup>24</sup> recuperaron sus niveles de demanda e incluso superaron los registros prepandemia; desde enero de 2022 recuperaron su nivel y registraron más de 10 meses consecutivos con tasas de crecimiento promedio de 8,2% y 7,5% hasta marzo de 2023<sup>25</sup>, respectivamente. Entre enero de 2021 y junio de 2023, en promedio, Venezuela se encuentra 6,2% por encima del nivel prepandemia y Colombia 5,4%, mientras que Ecuador se encuentra 4,2% por debajo, Bolivia 9,5% y Perú 21,3%.

---

<sup>16</sup> En esta sección, la demanda se entiende como *demanda potencial*, que significa la intencionalidad de viajar por turismo a través de búsquedas de hoteles/vuelos/destinos etc. en Google. Para mayor detalle, revisar la nota técnica "Tendencias del turismo en la Región Andina: Una Aproximación con Google Trends" próxima a ser publicada por el Banco Interamericano de Desarrollo.

<sup>17</sup> Choi y Varian (2012), quienes utilizan resultados de esta herramienta a múltiples aplicaciones; o inclusive en estudios más recientes como los de Wu et al. (2023), Cevik (2020) y Xiao et al. (2020), en los cuales se integra la herramienta para entender las nuevas dinámicas turísticas después de la pandemia por COVID-19.

<sup>18</sup> Es una herramienta de análisis proporcionada por Google que utiliza datos agregados y anonimizados de las búsquedas realizadas en su motor de búsqueda.

<sup>19</sup> Entre 0 y 100.

<sup>20</sup> Este fue construido como el promedio simple de los índices de los cinco países de la región.

<sup>21</sup> Definida como el promedio de las tres temáticas en cada país. Para el caso de la región, una vez obtenida la demanda de turismo en cada país, se calcula la de la región, de nuevo, como el promedio simple de los cinco países. De las tres temáticas, las búsquedas de hoteles y vuelos son las que mejor exhiben el impacto de la pandemia del COVID-19 en el primer trimestre de 2020.

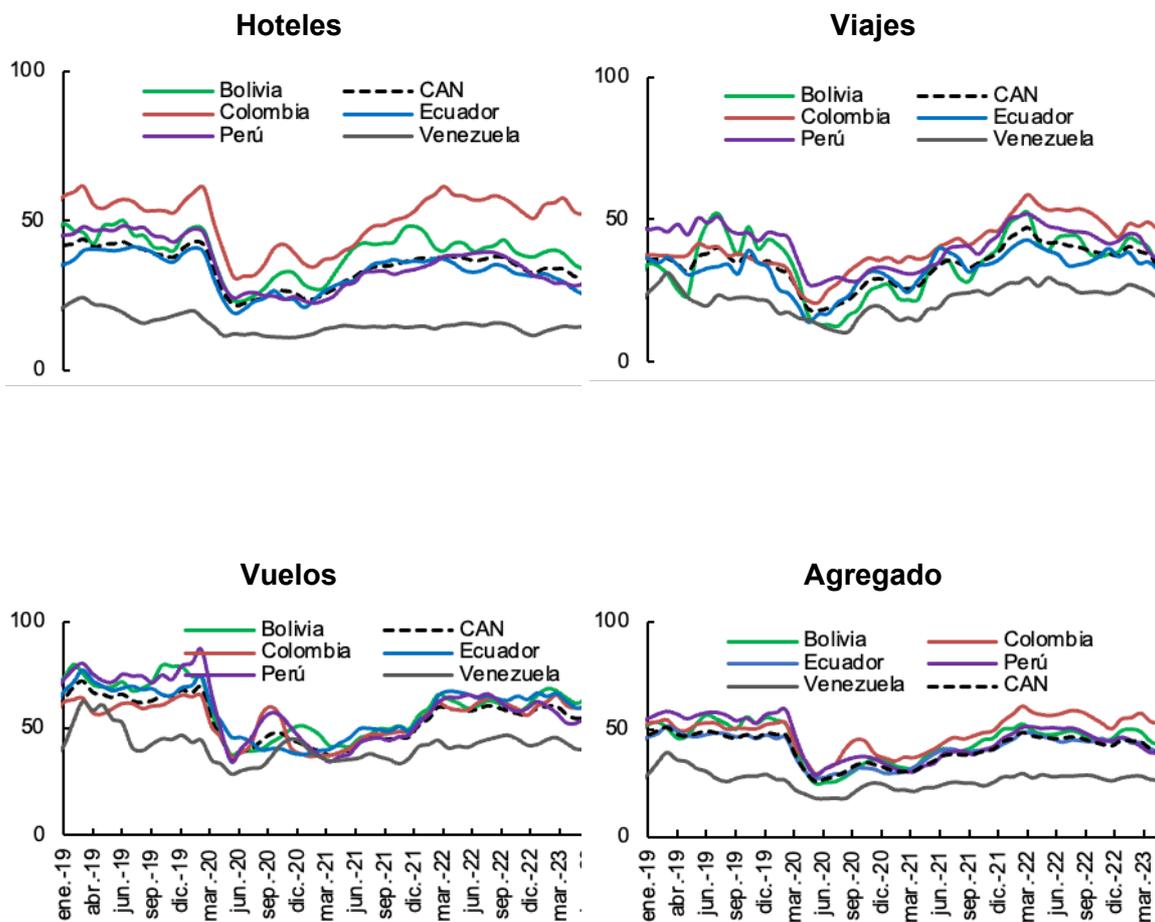
<sup>22</sup> Esto se muestra tanto en el análisis por palabra clave asociada al sector como en el análisis por producto.

<sup>23</sup> Se refiere al cambio porcentual entre junio de 2019 y junio de 2020.

<sup>24</sup> Esto a junio de 2023.

<sup>25</sup> Como mes de referencia para el nivel prepandemia.

**Figura 7. Tendencias relacionadas con el turismo en cada país**



Fuente: Elaboración propia.

### 3.2. Análisis de la oferta turística

**Pese a tener un gran potencial, la oferta está concentrada y ha cambiado poco en los últimos años.** La Región Andina tiene una gran variedad de atractivos turísticos, desde paisajes naturales impresionantes y sitios históricos hasta rica cultura y tradiciones. Sin embargo, pocos destinos turísticos reciben la mayor afluencia de visitantes y concentran la mayor parte de la oferta turística. Entre los más destacados están Machu Picchu y Cuzco en Perú, el Salar de Uyuni en Bolivia, Galápagos y Quito en Ecuador, Cartagena, el eje cafetero y Bogotá en Colombia. A continuación, se presentan los resultados de un análisis de los mayores operadores turísticos de cada país de la región, quienes marcan la pauta de desarrollo en cada uno de estos. El análisis demuestra que, con matices propios de cada marca, la oferta se concentra en productos que no han cambiado en el tiempo y que están altamente concentrados<sup>26</sup>:

- **En el caso de Venezuela, la oferta turística está presente de forma mínima en los catálogos internacionales.** Se observa que los destinos que se venden son realmente muy pocos y la oferta se concentra tan solo en Mérida, Andes, Los

<sup>26</sup> Esta conclusión se obtiene a partir de un análisis de 13 de las principales empresas operadoras de la región. En el anexo se puede encontrar una lista de los *links* a los operadores seleccionados. Las empresas fueron seleccionadas a través de Google bajo la siguiente búsqueda: *best tour operators for latin america*, esto conduce a sitios que aglomeran y califican las 13, 15 o 10 primeras o mejores empresas turísticas para la región: <https://www.travelstride.com/tc/south-america-tour-companies>

Roques, Canaima (Salto del Ángel) y Gran Sabana, como los más notorios. Entre la oferta de los 13 operadores analizados, tan solo uno ofrece estos destinos.

- **Para Colombia, solamente el 27% de la oferta turística está presente de manera relevante en los catálogos de los operadores turísticos investigados.** Esto refleja la baja diversificación de su oferta y una alta concentración en pocos productos, como lo son Bogotá, Cartagena y el Eje Cafetero, siendo estos los más notorios.
- **Solo el 7,4% de la oferta turística de Ecuador está presente de manera relevante en los catálogos de los operadores turísticos investigados.** Destinos turísticos como Quito y Galápagos son los de mayor presencia en los canales de venta digitales.
- **El 48% de la oferta turística de Perú está presente de manera relevante en los catálogos de los operadores turísticos investigados.** La mayoría de los productos ofertados se encuentran dentro del perímetro del Valle Sagrado. Destacan recursos turísticos como Cuzco, Machu Pichu y Lima como los más notorios.
- **Para Bolivia, los operadores turísticos investigados colocan apenas el 16% de su oferta de destinos en los catálogos.** Los destinos mayormente vendidos son el Salar de Uyuni y las ciudades de La Paz y sus alrededores, Santa Cruz y el Desierto de Siloli.

**Además de la alta concentración de productos turísticos, la región presenta brechas en términos de su competitividad.** El "Índice de Competitividad en Viajes y Turismo" del Foro Económico Mundial de 2019 clasificó a Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú en los lugares 109, 91, 77 y 71, respectivamente, de un total de 140 países evaluados. Estos *rankings* indican que hay oportunidades de mejora en la competitividad y la innovación turística en la Región Andina.

Asimismo, el "Índice de Competitividad de Viajes y Turismo" del WTTC destaca diferentes aspectos que contribuyen a los bajos niveles de competitividad del sector turismo de la Región Andina comparado con otras regiones<sup>27</sup>. Como se ve en la Figura 8, los puntajes de la región CAN en Recursos Culturales y Viajes de Negocio son más bajos que aquellos en la Región Europea (2,6) y Asia Pacífico (2,6); mientras que, en comparación con Medio Oriente (1,8) y África (1,3), la región presenta un mejor desempeño.

En cuanto a Recursos Naturales, la puntuación es mejor que en el resto de las otras regiones, convirtiéndose este en un aspecto clave e importante a ser aprovechado, sobre todo para su transformación en productos turísticos. En Infraestructura Terrestre, la Región Andina presenta la calificación más baja (2,5) en relación con el resto de las regiones, lo que representa una oportunidad de mejora. De igual manera, la Infraestructura Portuaria obtiene una de las calificaciones más bajas (2,4), siendo también un desafío para mejorar la accesibilidad turística y portuaria.

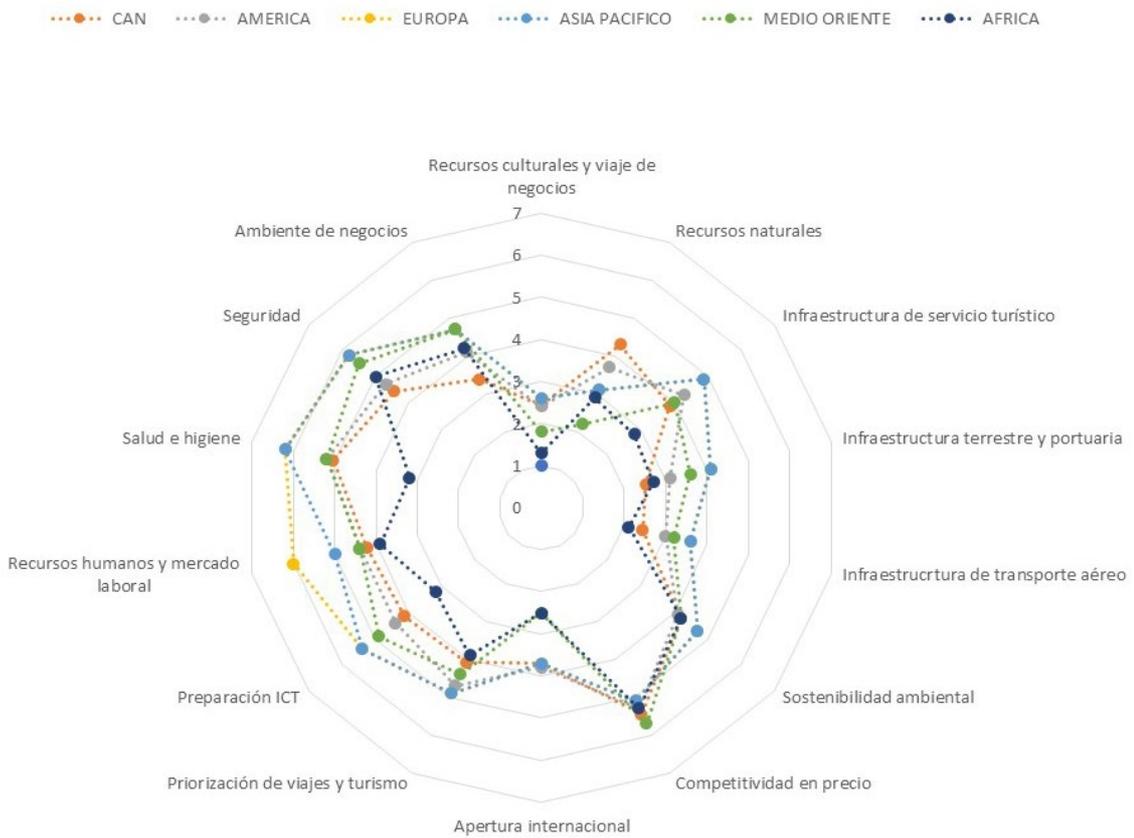
Con respecto a la Competitividad de Precios, la Región Andina presenta la segunda mejor calificación, convirtiéndose en un aspecto clave, en favor de la decisión de viaje. El pilar Recursos Humanos y Mercado Laboral muestra que, en el resto de las regiones, están mejor calificadas, lo cual convierte a este elemento vital para la industria de servicios, como es la industria turística, en el mayor desafío por superar.

---

<sup>27</sup> El índice está compuesto por cuatro subíndices, 14 pilares y 90 indicadores individuales que miden la competitividad de la industria turística en 140 economías del mundo. Las puntuaciones de cada indicador se normalizan primero en una escala común del 0 (peor) al 6 (mejor).

Finalmente se resalta que el pilar Ambiente de Negocios, en el cual la Región Andina obtiene la puntuación más baja en relación con el resto de las regiones, es un aspecto fundamental que influye drásticamente en la atracción de nuevas inversiones, también tema para desarrollar y superar.

**Figura 8. Comparación del Índice de Competitividad Turística de la Región Andina con otras regiones**



**Fuente:** Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

## 4. ¿Cómo potenciar el sector turismo en la Región Andina? - Marco metodológico para la selección y análisis de activos turísticos con potencial

### 4.1 Metodología

En las secciones anteriores se ha resaltado la lenta recuperación del sector turismo en la Región Andina y los desafíos de oferta que presenta. Como se ha resaltado en secciones anteriores, el sector turismo fue fuertemente afectado por la pandemia y, pese a mostrar tendencias diferentes en cada país, su recuperación en general está tardando varios años. El análisis de demanda mostró una recuperación lenta e incluso incompleta en algunos países y un perfil de turista que ha cambiado.

El análisis de oferta mostró un sector altamente concentrado en los cinco países, que ha cambiado poco en años recientes y que enfrenta desafíos en su competitividad, como se resaltó en la subsección anterior. Sin embargo, la región tiene un gran potencial turístico dada su riqueza natural y cultural y el historial del sector en algunos países como Colombia y Perú. Un mejor entendimiento de qué activos turísticos tienen potencial para ser desarrollados y qué elementos de estos activos se deberían impulsar es un primer paso para apoyar un mayor crecimiento y dinamismo del sector turismo en la Región Andina.

**La selección de activos turísticos con potencial parte de los inventarios de recursos que tiene cada país.** Es importante destacar que los inventarios de recursos turísticos son la herramienta clave que tienen los países para la planificación, desarrollo, zonificación y ordenamiento territorial del turismo. Los cinco países, de manera formal o informal, tienen inventarios vigentes<sup>28</sup>. Estos permiten visualizar la vocación y el potencial turístico de una región, identificando los activos existentes y con potencial<sup>29</sup>. En cada uno de los cinco análisis de estudios de caso que forman parte de esta serie, se analizan en detalle uno o dos activos turísticos con potencial, elaborando recomendaciones de los pasos que se pueden seguir para su promoción y desarrollo. La selección de dichos casos de estudio sigue una misma metodología presentada en los siguientes párrafos.

**1. A partir de los inventarios existentes se priorizaron los activos turísticos potenciales que según la opinión del sector turístico público y privado (en la mayoría de los países andinos), podrían convertirse en anclas innovadoras para revitalizar y promover el desarrollo turístico sostenible en la región.** La evaluación de recursos turísticos está basada en el análisis de cinco variables que se detallan a continuación y que se evalúan en una escala del 1 al 5, siendo 5 el valor más alto y 1 el valor más bajo. De este modo también se aplicó el modelo de priorización de recursos turísticos con base en el cual se consideran variables

---

<sup>28</sup> En los casos de Colombia, Ecuador y Perú existen inventarios de recursos turísticos, siendo el más avanzado y detallado el de Perú, que inclusive sugiere oportunidades de inversión. En el caso de Bolivia, no existe un inventario de recursos turísticos, logrando realizarse una clasificación de recursos basada en el método Delphi por macro regiones turísticas y con la ayuda de expertos turísticos. Venezuela, por el contrario, presenta un inventario limitado, debido a que no existe información oficial luego de 2017. El inventario en referencia fue elaborado por actores del sector privado con un alcance limitado y desde una perspectiva que nace de entrevistas semiestructuradas a operadores turísticos y expertos en el sector, además de bibliografía correspondiente a Valentina Quintero (Quintero 2016) y Elizabeth Klein (Klein, 2015).

<sup>29</sup> Los inventarios de recursos turísticos incluyen atracciones naturales (p. ej., parques nacionales, reservas naturales, playas, ríos, lagos, montañas, volcanes, cascadas, cuevas, entre otros), atracciones culturales e históricas (p. ej., monumentos, sitios arqueológicos, museos, galerías de arte, edificios históricos, iglesias, catedrales, festivales, ferias y otros eventos culturales), instalaciones recreativas y deportivas (p. ej., senderismo, ciclismo, deportes acuáticos, paseos a caballo, golf, entre otros), atracciones turísticas urbanas (p. ej., pueblos, plazas, calles históricas, edificios de arquitectura moderna o antigua, mercados, tiendas, restaurantes y bares), comunidades, etnias y diversos tipos de manifestaciones culturales ancestrales y tradicionales, entre otros.

relacionadas con la potencialidad turística, accesibilidad, infraestructura y servicios básicos, planta turística de soporte, oferta, demanda, índice de pobreza, empleo turístico, nivel de conservación, capital social, capacidad de coordinación; así como el potencial de involucramiento del sector público, privado y capacidad de atracción de inversión.

**Tabla 1. Criterios de evaluación de activos turísticos**

n.º	Criterios de evaluación
	<b>UNICIDAD</b>
1	Valor del carácter de unicidad, es decir: es único, no existen otros a nivel nacional, regional o mundial.
	<b>VALOR INTRÍNSECO</b>
2	Valor del recurso en su propia categoría: museo, feria, ruta, montaña, deporte, aventura, etc.
	<b>NOTORIEDAD</b>
3	Conocimiento del recurso a nivel local, nacional o internacional.
	<b>CONCENTRACIÓN OFERTA</b>
4	Oferta de actividades turísticas en la zona inmediata
	<b>CARÁCTER PROPIO</b>
5	Destaca por ser un recurso típico o característico de la zona.

Fuente: Elaboración propia.

**2. Con los resultados obtenidos en la evaluación, se realizó una caracterización de los productos turísticos.** Esta caracterización parte de un enfoque basado en la oferta a través del análisis de los principales diferenciadores que ofrecen los recursos turísticos y de la identificación de las principales tendencias de viaje a nivel mundial. La metodología de caracterización de productos turísticos agrupa las evidencias e información levantada de acuerdo con las categorías relacionadas con recursos y atractivos, servicios turísticos, infraestructura turística, actividades turísticas, lineamiento de mercado y lineamientos de política pública.

**3. Con esto se construye una “Matriz de Relacionamiento de Tendencias y Diferenciadores”.** Dicha matriz está basada en el análisis de la oferta de diferenciadores turísticos, que se evalúan con base en una ponderación que va desde 0 a 5 (siendo 0 el que muestra la no existencia de relación entre la tendencia identificada y el diferenciador seleccionado, mientras que 1 es el reflejo de una baja relación, 3 de una mediana relación y 5 el resultado de una alta relación). Con esta escala se identifican las tendencias y los diferenciadores más importantes que deberán ser considerados en la caracterización del activo turístico con potencial. Dicha matriz, además, se completa junto con actores de la industria turística en diferentes grupos focales mantenidos en cada país.

**La selección final de los casos de estudio se realiza con base en los resultados de la matriz y de consultas con actores clave del sector.** La selección de los casos de estudio en cada país sigue esta metodología común, y la selección final se hace tanto basada en los resultados de la calificación de la matriz como con base en las prioridades establecidas en documentos oficiales de Gobierno como en los resultados de los grupos focales y entrevista semiestructuradas con actores del sector en cada país. Cada estudio de caso se analiza luego con base en: i) capital turístico; ii)

servicios turísticos; iii) infraestructura turística; iv) capital humano; v) seguridad y; vi) promoción y mercadeo. Los casos de estudio seleccionados se presentan en la siguiente tabla.

**Tabla 2. Recursos turísticos de la Región Andina seleccionados**

Recursos turísticos seleccionados		
País	Recurso seleccionado	Enlace a estudio de caso
Venezuela	Archipiélago de Los Roques	<a href="https://acortar.link/58bIDs">https://acortar.link/58bIDs</a>
	La Gran Sabana	
Colombia	Macizo Colombiano: San Agustín – Popayán	<a href="https://acortar.link/EgmE8M">https://acortar.link/EgmE8M</a>
Ecuador	El Qhapac Ñan	<a href="https://acortar.link/rl32h5">https://acortar.link/rl32h5</a>
Perú	Ayacucho	<a href="https://acortar.link/bL6a0t">https://acortar.link/bL6a0t</a>
Bolivia	Circuito Sucre - Potosí	<a href="https://acortar.link/HA3nsy">https://acortar.link/HA3nsy</a>
	Misiones Jesuíticas	

Fuente: Elaboración propia.

## 5. Lecciones aprendidas

**Con base en el contexto regional presentado en este documento y los cinco estudios de caso, se pueden identificar una serie de lecciones presentadas en esta sección.** Aunque cada análisis de país resalta recomendaciones específicas, hay una serie de lecciones que se pueden identificar en común y que informan el contexto regional en el que se encuentra el sector turismo en la Región Andina. Dado el volumen de información y análisis, las principales lecciones se presentan en formato de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas (FODA)<sup>30</sup>. La información recabada nos permite detallar algunos temas sobre la situación con respecto a la política pública que debería suceder en beneficio del sector turístico. También aborda la necesidad de desarrollo de estrategias que aprovechen las fortalezas de cada destino, se puedan gestionar sus debilidades a través de planes estratégicos, se aprovechen sus oportunidades y se mitiguen sus amenazas.

**Las fortalezas identificadas muestran que la región posee recursos naturales y culturales únicos, los cuales constituyen los ingredientes fundamentales para el inicio de un proceso de transformación productiva, con lo cual el sector turístico podría competir a nivel global y llevar a la región a posicionarse como uno de los destinos preferentes.** También se observa que los principales atributos de los recursos y atractivos analizados responden de manera directa a las principales tendencias de consumo del turismo internacional. La transición de recursos con potencial económico a productos turísticos de alta demanda en el mercado podría mejorar sustancialmente las perspectivas de desarrollo sostenible en los países de la región.

<sup>30</sup> Las fortalezas se refieren a las capacidades, recursos y atributos internos que cada uno de los países de la región tiene, los cuales pueden ser aprovechados en la consolidación de productos turísticos innovadores. Las oportunidades son factores externos que favorecen la consolidación y posicionamiento de nuevos productos turísticos. Las debilidades son aspectos internos de la región que limitan o impiden el logro de metas y objetivos; finalmente, las amenazas son factores externos que pueden afectar negativamente el aprovechamiento de recursos turísticos para su transformación en productos turísticos innovadores.

**Tabla 3. Fortalezas del sector turismo en la Región Andina**

Fortalezas
<p><b>Mega diversidad natural:</b> La Región Andina es reconocida por su diversidad natural, incluyendo regiones prístinas de mega biodiversidad, montañas, valles, cascadas, lagos, ríos, playas, islas, flora y fauna. Un elevado porcentaje de su territorio son áreas protegidas.</p>
<p><b>Patrimonio cultural:</b> La Región Andina también es rica en patrimonio cultural, incluyendo monumentos históricos, ciudades coloniales encantadoras, patrimonio arqueológico, grupos étnicos y tradiciones culturales.</p>
<p><b>Experiencias únicas:</b> La Región Andina ofrece experiencias turísticas únicas y auténticas, como turismo de naturaleza, aventura, ecoturismo, senderismo, avistamiento de aves, turismo comunitario y turismo de <i>wellness</i>.</p>
<p><b>Recursos turísticos:</b> La Región Andina cuenta con una amplia variedad de recursos y atractivos con potencial para ser transformados en productos turísticos, incluyendo paisajes naturales, patrimonios culturales, ruinas antiguas, cultura y tradición indígena, gastronomía, artesanías y productos agrícolas propios de la región, entre otros.</p>
<p><b>Clima:</b> Estabilidad climática que no representa condiciones extremas o variaciones pronunciadas.</p>
<p><b>Gastronomía diversa:</b> Cada país en la región tiene una oferta gastronómica distinta, destacan platos tradicionales, ingredientes autóctonos y técnicas de cocina ancestrales.</p>

Fuente: Elaboración propia.

**Las oportunidades para la región se encuentran en el aprovechamiento eficiente de la extraordinaria diversidad natural y cultural, que le permitiría diversificar su oferta, desarrollar multidestinos y aplicar políticas modelo de sostenibilidad.** Se identifica que la articulación interinstitucional y, en especial, público – privada, tiene grandes oportunidades para convertirse en el vehículo de atracción de inversiones y transformación productiva de la Región Andina, haciendo de la industria turística una protagonista. También se identifica que la implementación de una política de desarrollo sostenible en los diferentes destinos podría fortalecer la imagen de los países de la región como elemento diferenciador clave para el fomento turístico y atracción de inversiones.

**Tabla 4. Oportunidades de la Región Andina**

Oportunidades
<p><b>Megadiversidad:</b> La gran megabiodiversidad y diversidad de la Región Andina, así como su importancia en el equilibrio climático y ecosistémico del planeta.</p>
<p><b>Diversificación de la oferta turística:</b> La Región Andina tiene suficiente cantidad de recursos turísticos que le permitirían diversificar su oferta turística, para ofrecer productos innovadores con actividades y experiencias acordes a las nuevas tendencias de mercado.</p>
<p><b>Colaboración entre destinos:</b> La colaboración entre destinos y la consolidación del multidestino Andes se convertiría en una gran alternativa de reconocimiento y posicionamiento, ofreciendo productos sumamente competitivos que no existen en otras partes del mundo.</p>

**Turismo sostenible:** Hay una creciente demanda de turismo sostenible y la Región Andina tiene una oportunidad única de fundamentar su desarrollo turístico en objetivos de sostenibilidad, que le diferencien de otros.

**Culturas vivas:** Generar actividades vivenciales relacionadas con las comunidades locales, mediante el acceso a los turistas para que conozcan y participen de la vida cotidiana de las comunidades, aprendiendo sobre sus costumbres y tradiciones.

Fuente: Elaboración propia.

**La ausencia de una visión de desarrollo nacional sustentada en la actividad turística y, por consiguiente, la falta de planes estratégicos de largo plazo, hacen que los recursos turísticos existentes en los países de la región no sean aprovechados en beneficio de atraer más turistas para la generación de una mejor economía, empleo, bienestar social y conservación de la naturaleza.** Los retos de articulación entre los diferentes actores de la industria turística impiden que se marquen objetivos en común y se establezcan nuevos proyectos en beneficio de cada país de la región. Aunque Perú y Colombia han mantenido una política coherente de promoción turística, tanto en la asignación de recursos como en la ejecución de estrategias de *marketing*, el resto de los países andinos no ha logrado mantener una línea de continuidad sobre estos aspectos clave. Este factor ha incidido en el bajo posicionamiento de cada destino. Existe gran limitación en cuanto a infraestructura básica en puertos, aeropuertos, carreteras, servicios básicos y en la red vial en general, alterando la provisión de servicios, la conectividad y la operación turística cotidiana.

**La ausencia de una política regional integrada que genere demanda y expectativas sobre la región andina debilita el desarrollo del sector.** Si bien cada país tiene políticas públicas para la promoción del sector turismo, no se logró identificar una política regional que unifique estrategias de inversión y promoción del turismo entre los países andinos. Esta falta de integración coloca a los países andinos en desventaja en comparación con destinos turísticos que aprovechan economías de escala regionales en la generación de contenidos mercadeables (tales como Europa y USA). Una estrategia de integración regional turística que involucre a los sectores públicos y privados puede ser un aliciente para el desarrollo del sector en cada país al lograr la armonización de reglas, inversiones, estándares, incentivos y definir un marco de competencia compartido.

**Tabla 5. Debilidades de la Región Andina**

Debilidades
<b>Infraestructura limitada:</b> La falta de infraestructura básica adecuada, aeropuertos, carreteras, transporte público y comunicaciones, limitan el desarrollo y el acceso a zonas turísticas de la Región Andina.
<b>Conectividad:</b> La conectividad aérea y terrestre en la Región Andina es limitada en comparación con otros destinos turísticos. La falta de vuelos directos y servicios de transporte eficientes limita la llegada de visitantes y afecta la accesibilidad a destinos turísticos clave.
<b>Articulación:</b> No existe la suficiente articulación interinstitucional entre los sectores público y privado, lo que uno constituye uno de los mayores obstáculos para el desarrollo y crecimiento turístico de la región.
<b>Servicios turísticos no regulados:</b> La calidad de los servicios turísticos en la Región Andina debe mejorar. Gran parte de la oferta de servicios carece de estándares de calidad mínimos. Se requiere inversiones para la educación y

capacitación profesional, así como los medios de verificación y control.
<b>Competencia con otros destinos:</b> La oferta del producto turístico combinado no es competitiva ya que se mantiene siendo la misma durante varios años, no se han desarrollado nuevos productos que compitan con otros destinos en el mundo.
<b>El turismo como motor de crecimiento:</b> Existe una baja comprensión de la importancia del turismo como un rubro estratégico para el desarrollo económico local, sobre todo a nivel gubernamental en algunos de los países y en la población en general.
<b>Planificación turística y recursos económicos:</b> La falta de planificación turística de largo plazo y su aplicación, así como la insuficiente asignación de recursos económicos por parte de los Estados, han limitado el aprovechamiento y desarrollo de recursos en potenciales productos turísticos en algunos de los países de la región.
<b>Marketing y promoción:</b> El desarrollo de un concepto país (desde el punto de vista turístico), es un aspecto que no se afianza en la región, la promoción y el <i>marketing</i> de la Región Andina como destino turístico son limitados y discontinuos.
<b>Manejo de crisis:</b> Siendo el turismo una actividad supremamente sensible a afectaciones de carácter natural, político, económico y otros fenómenos cíclicos, la pandemia del COVID-19 demostró la debilidad de los países de la Región Andina, para manejar las crisis y responder de manera proactiva con medidas que las atenúen.
<b>Barreras idiomáticas:</b> Aunque el español es el idioma principal en los países andinos, la barrera del idioma puede ser un desafío para los turistas que no conocen el idioma.
<b>Poca diversificación de productos turísticos:</b> A pesar de que la región tiene una enorme cantidad de atractivos, estos no están diversificados ni expuestos. Por lo tanto, las opciones conocidas para los viajeros son limitadas
<b>Dependencia de pocos mercados:</b> Los países de la región dependen en gran medida de un número limitado de mercados emisores de turismo, lo que los hace vulnerables a los cambios cíclicos del mercado.
<b>Salud y saneamiento:</b> Sobre todo en áreas rurales, el acceso a servicios de salud y saneamiento es limitado, lo cual sí es una preocupación para turistas cuyas exigencias demandan atención adecuada en asuntos de salubridad e higiene.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Dos amenazas recurrentes al desarrollo del sector son la inseguridad personal y la inestabilidad política, que afectan directamente la imagen de los destinos, restándoles atractivo.** La alta volatilidad impacta también la continuidad de los programas y planes de desarrollo y lleva a la desarticulación y precariedad en las acciones de política pública tomadas por los Gobiernos para la preservación del recurso natural y cultural ancestral de los países de la región.

El factor exógeno del cambio climático es una amenaza para la integridad de todo el recurso turístico: sin una adecuada planeación y sin medidas de mitigación para hacer frente a los impactos del cambio climático el potencial de la región se deteriora. La mayoría de los países se enfrentan a grandes desafíos relacionados con el cambio climático, tema crítico que no está siendo abordado con la suficiente determinación por parte de los países y sus Gobiernos. Destacan en términos de ventajas comparativas para la promoción del turismo aquellos países que tienen estrategias de previsión y

mitigación de los impactos del cambio climático, entre los cuales los países de la Región Andina no se encuentran.

**Tabla 6. Amenazas de la Región Andina**

<b>Amenazas</b>
<b>Infraestructura limitada:</b> En algunos lugares, la infraestructura turística, como carreteras, aeropuertos y servicios básicos, puede ser deficiente, lo que dificulta el acceso y la movilidad de los turistas.
<b>Inseguridad:</b> La inseguridad generada por la falta de oportunidades de empleo, educación y desarrollo se convierte en la mayor amenaza para el turismo debido a que desalienta la visita turística.
<b>Incertidumbre política:</b> La incertidumbre política se traspasa a los mercados emisores, proyecta una mala imagen del destino, limitando las posibilidades de expansión turística.
<b>Desprotección del patrimonio cultural y natural:</b> La destrucción del patrimonio cultural, natural y del medio ambiente de la Región Andina es una amenaza que afecta la preservación, uso y puesta en valor del atractivo turístico y agrava los efectos del cambio climático.
<b>Turismo masivo:</b> Algunos destinos turísticos en la región, como Machu Picchu en Perú o las Islas Galápagos en Ecuador, han experimentado un turismo masivo que puede generar problemas de sostenibilidad ambiental y cultural.
<b>Impacto ambiental:</b> La afluencia de turistas en ciertas áreas ha generado preocupaciones sobre el impacto ambiental, especialmente en lugares sensibles como parques nacionales y sitios arqueológicos.
<b>Cambio climático:</b> La protección de los bosques es esencial para combatir el cambio climático, la Amazonia es el bosque tropical más grande del mundo y es conocida como el pulmón del planeta. Gran parte de este bosque tropical se encuentra en Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia.

**Fuente:** Elaboración propia.

## 6. Bibliografía

Abuelafia, Emmanuel, Leandro Gaston Andrian, Javier Beverinotti, Liliana Castilleja Vargas, Lina M. Díaz, Pablo M. García, Priscilla Gutiérrez Juárez, Leonardo Maldonado, Osmel Manzano, Kenji Moreno, Fernando Navajas, José Luis Saboin. 2023. *Nuevos horizontes de transformación productiva en la Región Andina*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/nuevos-horizontes-de-transformacion-productiva-en-la-region-andina>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 2022. *Tourism Sector Framework Document*. <https://www.iadb.org/en/who-we-are/institutional-strategy/sector-policies-and-framework>

Banco Mundial. 2023. *Indicadores económicos por país*. <https://datos.bancomundial.org/indicador>

Banco Mundial. 2012. *Contabilidad del Capital Natural*. Editorial Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2012/05/07/natural-capital-accounting>

Cevik, Serhan. 2020. "Where Should We Go? Internet Searches and Tourist Arrivals" *IMF Working Paper*. 1-15. <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2020/01/31/Where-Should-We-Go-Internet-Searches-and-Tourist-Arrivals-48949>

Choi, Hyunyoung, & Hal Varian. 2012. "Predicting the Present with Google Trends" *The Economic Record* 88: 2-9. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4932.2012.00809.x>

Hernández-Blanco, Marcello y Roberto Costanza. 2021. *Valoración del capital natural de Costa Rica en el marco del nuevo pago por servicios ambientales de Costa Rica*. [https://www.biofin.org/sites/default/files/content/knowledge\\_products/undp\\_valor\\_capital\\_21\\_compressed.pdf](https://www.biofin.org/sites/default/files/content/knowledge_products/undp_valor_capital_21_compressed.pdf)

Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC) de México. 2018. *Capital Natural de México*. [http://www2.biodiversidad.gob.mx/pais/pdf/CapNatMex/Sintesis\\_CNM\\_2017.pdf](http://www2.biodiversidad.gob.mx/pais/pdf/CapNatMex/Sintesis_CNM_2017.pdf)

Larrahondo, Cristhian, Emily Díaz, Diego Guerrero (de próxima publicación). *Tendencias del turismo en la Región Andina: Una Aproximación con Google Trends*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. 2022. *Principales actividades económicas*. Mincetur.

Ministerio de Turismo de Ecuador. 2022. *Principales actividades económicas*. Quito, Ecuador. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/>

Organización Mundial del Turismo (OMT). 2021a. *Participación promedio del turismo en empleo total*. <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/empleo-en-turismo>

Organización Mundial del Turismo (OMT). 2021b. *Turismo y negocio invertir en Colombia*. <https://www.unwto.org/es/inversion/turismo-y-negocio-invertir-en-colombia>

Organización Mundial del Turismo (OMT). 2022a. *Dashboard de datos turísticos mundiales*. <https://www.unwto.org/es/omt-dashboard-datos-turisticos>

Organización Mundial del Turismo (OMT). 2022b. *Tourism recovery accelerates to reach 65% of pre-pandemic levels*. OMT. <https://www.unwto.org/news/tourism-recovery-accelerates-to-reach-65-of-pre-pandemic-levels>

Organización Mundial del Turismo (OMT). 2022c. *La OMT pone el foco en la inversión en turismo en las Américas*. OMT. <https://www.unwto.org/es/news/es/la-omt-pone-el-foco-en-la-inversion-en-turismo-en-las-americas>

World Travel & Tourism Council (WTTTC). 2022. *Informe de nuevas tendencias de viaje del WTTTC*. (<https://wttc.org/news-article/incrementa-tendencia-en-viajes-sostenibles-entre-nos-viajeros-wttc>)

Wu, Jing, Mingchen Li., Erlong Zhao, Shaolong Sun, & Shouyang Wang. 2023. "Can multi-source heterogeneous data improve the forecasting performance of tourist arrivals amid COVID-19? Mixed-data sampling approach" *Tourism Management*, 98: 2-17. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104759>

Xiao, Yi, Xueting Tian & Ming Xiao. 2020. "Tourism Traffic Demand Prediction Using Google Trends Based on EEMD-DBN" *Engineering*, 12(3): 194-215. <https://doi.org/10.4236/eng.2020.123016>

## 7. Anexos

### Anexo 1. Operadores internacionales de turismo

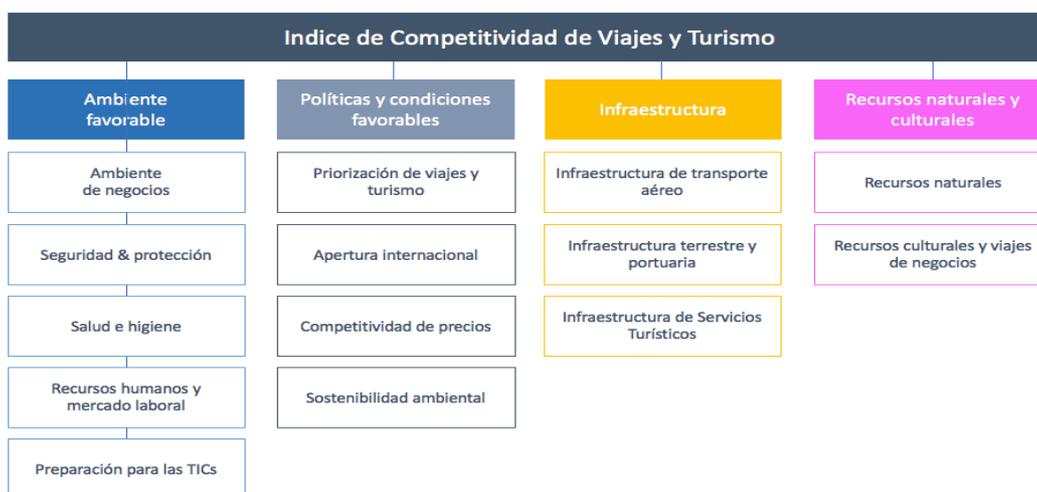
Tabla 1. Enlaces electrónicos a operadores turísticos internacionales de la región

<a href="https://www.gadventures.com/">https://www.gadventures.com/</a>
<a href="https://www.intrepidtravel.com">https://www.intrepidtravel.com</a>
<a href="https://www.exoticca.com">https://www.exoticca.com</a>
<a href="https://www.projectexpedition.com">https://www.projectexpedition.com</a>
<a href="https://www.explore.co.uk/">https://www.explore.co.uk/</a>
<a href="https://www.trafalgarc.com">https://www.trafalgarc.com</a>
<a href="https://www.globusjourneys.com">https://www.globusjourneys.com</a>
<a href="https://www.contiki.com/en-us/travel-styles/world-tour">https://www.contiki.com/en-us/travel-styles/world-tour</a>
<a href="https://sitatours.com/">https://sitatours.com/</a>
<a href="https://www.globalbasecamps.com">https://www.globalbasecamps.com</a>
<a href="https://www.nationalgeographicexpeditions.eu">https://www.nationalgeographicexpeditions.eu</a>
<a href="https://www.trustravels.com">https://www.trustravels.com</a>
<a href="https://lostworld.com">https://lostworld.com</a>

Fuente: Elaboración propia.

### Anexo 2. Índice de Competitividad

Figura 1. Pilares del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo



Fuente: Elaboración propia.

#### Ambiente favorable para negocios

El subíndice de Entorno propicio captura las condiciones generales necesarias para operar en un país e incluye cinco pilares:

## **1. Ambiente de negocios**

Este pilar captura el grado en que un país tiene un entorno normativo propicio para que las empresas hagan negocios. La investigación ha encontrado vínculos significativos entre el crecimiento económico y aspectos como la protección de los derechos de propiedad y la eficiencia del marco legal. De manera similar, las distorsiones en la política fiscal y de competencia, incluida la competencia nacional e internacional, medidas en términos de facilitación de la inversión extranjera directa (IED), afectan la eficiencia y la productividad de un país.

## **2. Seguridad y protección**

La seguridad y la protección son factores críticos que determinan la competitividad de la industria turística. Es probable que los turistas se sientan disuadidos de viajar a países o regiones peligrosas, lo que hace que sea menos atractivo desarrollar el sector de viajes y turismo en esos lugares.

## **3. Salud e higiene**

La salud y la higiene también son esenciales para la competitividad de la industria turística. El acceso a agua potable y saneamiento es importante para la comodidad y la salud de los viajeros. En caso de que los turistas se enfermen, el sector de la salud del país debe poder garantizar que sean atendidos adecuadamente, medido por la disponibilidad de médicos y camas de hospital.

## **4. Recursos humanos y mercado laboral**

Los recursos humanos de alta calidad en una economía aseguran que la industria tenga acceso a los colaboradores que necesita. Los componentes de este pilar miden cómo los países desarrollan habilidades a través de la educación y la formación y mejoran la asignación de esas habilidades a través de un mercado laboral eficiente. El primero incluye las tasas de logro educativo formal y la participación del sector privado en la mejora de los recursos humanos, como la inversión empresarial en servicios de capacitación y atención al cliente. Este último incluye medidas de la flexibilidad, la eficiencia y la apertura del mercado laboral, y la participación de las mujeres, para evaluar la profundidad de la reserva de talento del país y su capacidad para asignar los recursos humanos a su mejor uso.

## **5. Preparación para las TIC**

Los servicios en línea y las operaciones comerciales tienen una importancia creciente en la industria turística, se utiliza Internet para planificar itinerarios y reservar viajes y alojamiento. Sin embargo, las TIC ahora son tan omnipresentes e importantes para todos los sectores que se consideran parte del entorno propicio general. Los componentes de este pilar miden no solo la existencia de infraestructura física moderna (es decir, la cobertura de la red móvil y la calidad del suministro de electricidad), sino también la capacidad de las empresas y las personas para usar y brindar servicios en línea.

### **Políticas y condiciones favorables de T&T (*Tour & Travel*)**

El subíndice de Políticas y condiciones favorables de T&T captura políticas específicas o aspectos estratégicos que impactan directamente en la industria de T&T e incluye cuatro pilares:

## **6. Priorización de viajes y turismo**

La medida en que el Gobierno prioriza el sector turístico tiene un impacto importante en la competitividad de la industria. Al dejar en claro que el sector es una preocupación primordial, el Gobierno puede canalizar fondos para proyectos de

desarrollo esenciales y coordinar a los actores y recursos necesarios para impulsar al sector. La estabilidad de la política gubernamental influye sobre la capacidad del sector para atraer más inversión privada.

Los Gobiernos deben desempeñar un papel importante en la atracción directa de turistas, invirtiendo en planes estratégicos de turismo, planes de desarrollo y de mercadeo turístico para llegar a sus mercados nacionales y a los mercados internacionales. La construcción de una buena identidad turística de un país solo fortalece su reputación. Este pilar incluye medidas del gasto público en desarrollo turístico; así como en campañas de *marketing* y posicionamiento de marca turística eficiente de país, la integridad y oportunidad de proporcionar datos de viajes y turismo a las organizaciones internacionales, todo esto sería la referencia de la importancia que se le asigna a la industria turística.

### **7. Apertura internacional**

Desarrollar un sector de viajes y turismo competitivo a nivel internacional requiere un cierto grado de apertura y facilitación de viajes. Las políticas restrictivas, como los engorrosos requisitos de visas, disminuyen la disposición de los turistas a visitar un país e indirectamente reducen la disponibilidad de servicios clave. Los componentes medidos en este pilar incluyen la apertura de los acuerdos de servicios aéreos bilaterales que han suscrito los gobiernos, lo que impacta en la disponibilidad de conexiones aéreas, y en el número de acuerdos comerciales regionales vigentes, que inciden directamente en la disposición de los viajeros para visitar un destino.

### **8. Competitividad de precios**

Los costos relacionados para viajar hacia un país inciden de forma positiva o negativa en la decisión de viaje, así como en la atracción de inversiones en el sector turístico. Entre los aspectos de competitividad de precios que se tienen en cuenta en este pilar se encuentran los impuestos sobre los pasajes aéreos y las tasas aeroportuarias, que puede hacer que los boletos de avión sean mucho más caros; el costo relativo del alojamiento en un hotel; el costo de vida, representado por la paridad del poder adquisitivo, y costos del precio del combustible, que incluyen directamente en el costo del viaje. Uno de los aspectos que influyen de manera directa en la competitividad de precios tiene que ver con la política fiscal de cada país.

### **9. Sostenibilidad ambiental**

No se puede subestimar la importancia de la naturaleza como atractivo para el turismo, por lo que las políticas y los factores que mejoran la sostenibilidad ambiental son ventajas competitivas esenciales para garantizar el futuro de un país como destino. Este pilar consta de indicadores de política tales como el rigor y la aplicación de las normas ambientales del gobierno y variables que evalúan el estado de los recursos hídricos, forestales, fauna, flora y vida marina. Dados los impactos ambientales del turismo en sí, se toma en cuenta el grado en que la industria turística se desarrolla de manera sostenible.

### **Infraestructura**

El subíndice de Infraestructura captura la disponibilidad y calidad de la infraestructura física de cada economía e incluye tres pilares:

### **10. Infraestructura de transporte aéreo**

La conectividad aérea es esencial para facilitar el acceso de los viajeros hacia y desde los países, así como el movimiento interno. En este pilar se mide la cantidad de transporte aéreo, utilizando indicadores como los asientos disponibles por kilómetro, el número de salidas, la densidad aeroportuaria y el número de aerolíneas operativas,

así como la calidad de la infraestructura del transporte aéreo para vuelos domésticos e internacionales.

### **11. Infraestructura terrestre y portuaria**

La disponibilidad de transporte eficiente y accesible a los principales centros de negocios y atracciones turísticas es vital para la industria turística. Esto requiere demostrar la existencia de una red vial o ferroviaria y portuaria, que cumpla con los estándares internacionales de comodidad, seguridad y eficiencia modal. El pilar también da cuenta de los caminos de segundo y tercer orden, que permiten las conexiones locales y que pueden representar la existencia de caminos pintorescos que, en contextos específicos, atraen turistas.

### **12. Infraestructura de servicios turísticos**

La disponibilidad de suficientes alojamientos, *resorts* e instalaciones de entretenimiento de calidad puede representar una ventaja competitiva significativa para un país. Se mide el nivel de infraestructura de servicios turísticos a través del número de habitaciones de hotel complementado por el grado de acceso a servicios como alquiler de autos y cajeros automáticos.

### **Recursos naturales y culturales**

El subíndice de Recursos naturales y culturales captura las principales “razones para viajar” e incluye dos pilares:

#### **13. Recursos naturales**

Los países con recursos naturales claramente tienen una ventaja competitiva para atraer turistas. En este pilar se mide el número de sitios naturales protegidos como reservas, parques nacionales y patrimonios mundiales declarados por la UNESCO, la riqueza de la fauna del país medida por el total de especies conocidas de animales, y el porcentaje de áreas protegidas a nivel nacional, que representa la extensión de los parques nacionales y las reservas naturales.

#### **14. Recursos culturales y viajes de negocios**

Los recursos culturales de un país son otro motor crítico de la competitividad de la industria turística. Este pilar incluye el número de sitios culturales declarados como Patrimonio Mundial por la UNESCO, espacios para la realización de grandes eventos. También se mide la oferta digital existente en temas culturales y de entretenimiento, así como la cantidad de búsquedas en línea relacionadas con los recursos culturales de un país. También se considera el número de reuniones, viajes de incentivo, congresos y convenciones y todo tipo eventos nacionales e internacionales que tienen lugar en un destino para captar, al menos parcialmente, los viajes de negocios.

### **Anexo 3. Demanda turística**

**Como análisis de robustez, se compara la serie agregada de demanda a nivel de país<sup>31</sup> y de demanda por producto turístico tanto para el caso de cada país como para el agregado de la Región Andina.** Ambas series únicamente se distinguen por la diferencia en niveles de la intensidad de búsquedas, donde la demanda por país muestra más intensidad de búsquedas que las series por productos<sup>32</sup>. El efecto de la pandemia se observa claramente para los casos de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú

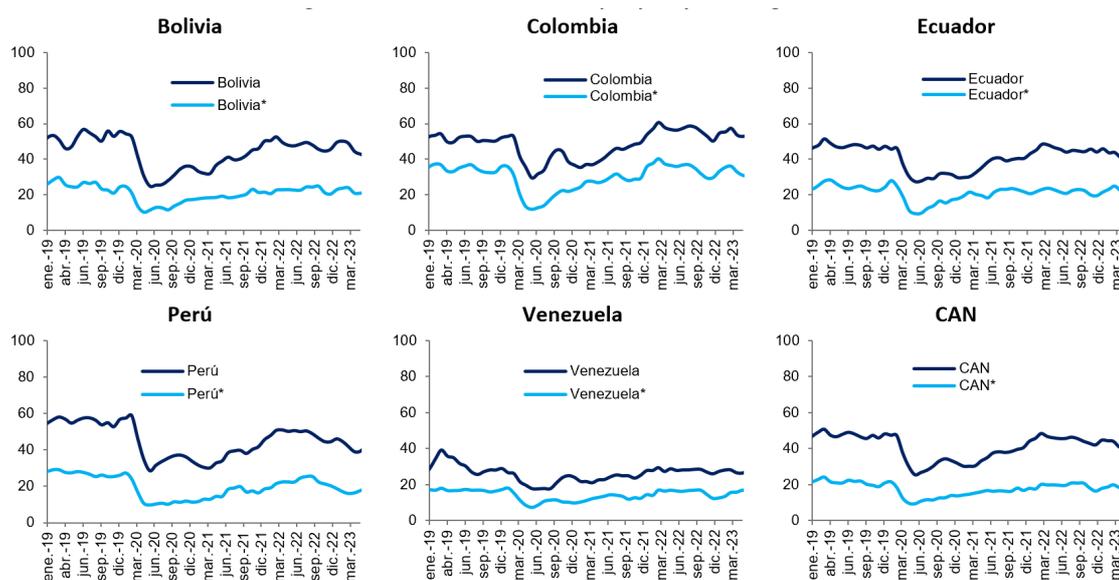
<sup>31</sup> Resultante de las búsquedas de la primera fase.

<sup>32</sup> Esta diferencia podría explicarse si se toma en cuenta el tipo de términos de búsqueda utilizados: para las series por países, los términos tenían la intención de reflejar la demanda potencial genérica por país, mientras que, para las series por productos, los términos correspondían a destinos específicos y, evidentemente, aquellos que fueron considerados en este análisis no representan exhaustivamente la oferta de destinos existente por país.

donde ambas series se comportan paralelamente, mostrando caídas a partir de marzo y abril de 2020, recuperándose a partir de mayo y junio de 2021.

Únicamente Venezuela no presenta una disminución significativa en la demanda de turismo durante los meses de pandemia y, en su caso, se observa caídas leves en sus series. Este comportamiento en las series para Venezuela puede deberse a que la intensidad de búsquedas ya era baja desde años anteriores, de modo que la pandemia profundizó un poco más la baja demanda turística que, por cierto, no ha podido recuperarse desde entonces.

**Figura 1. Tendencias relacionadas con el turismo en cada país**



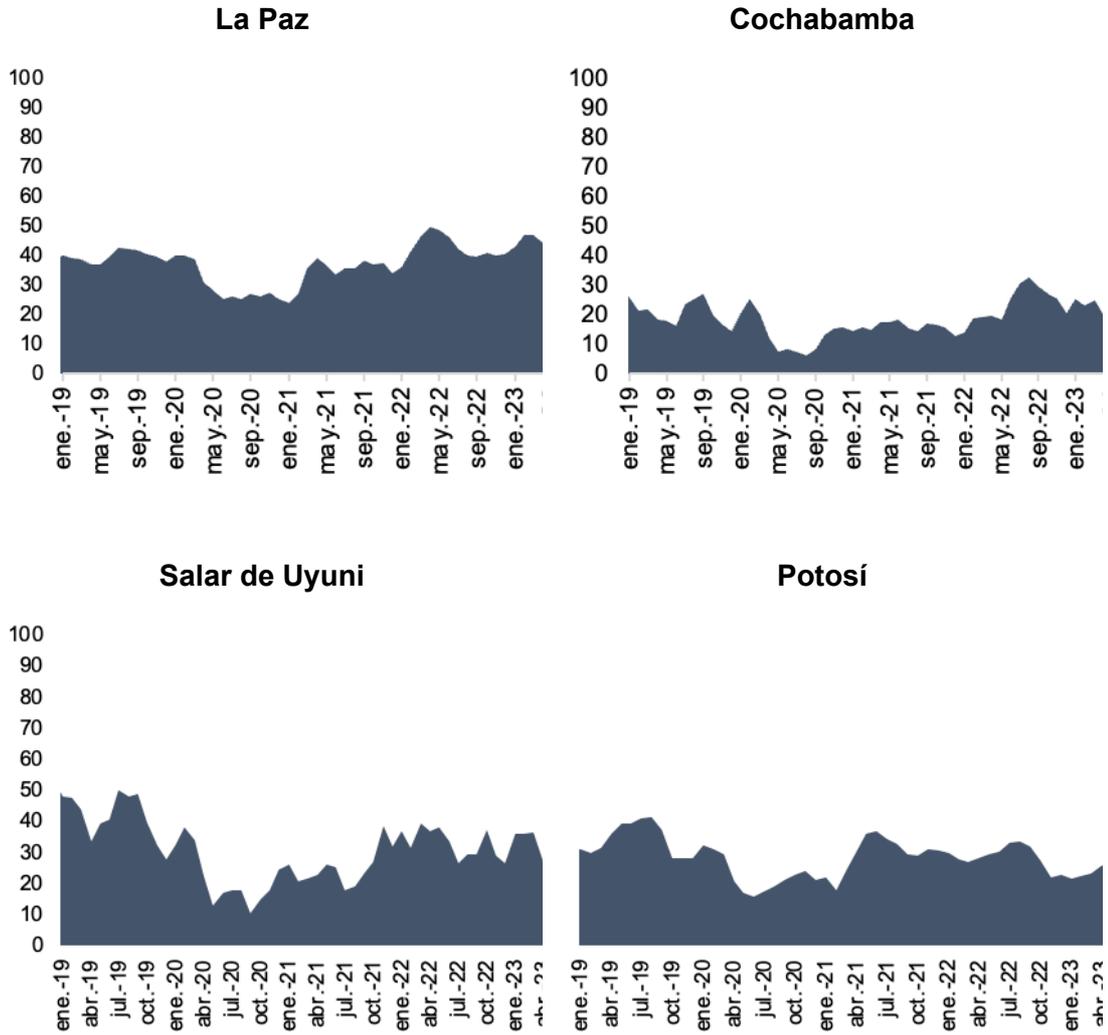
**Fuente:** Elaboración propia.

**Nota:** Serie obtenida a partir de la agregación de la demanda de turismo de todos los productos turísticos de cada país.

**Tabla B1. Prompts utilizados para búsquedas en ChatGPT y Bard**

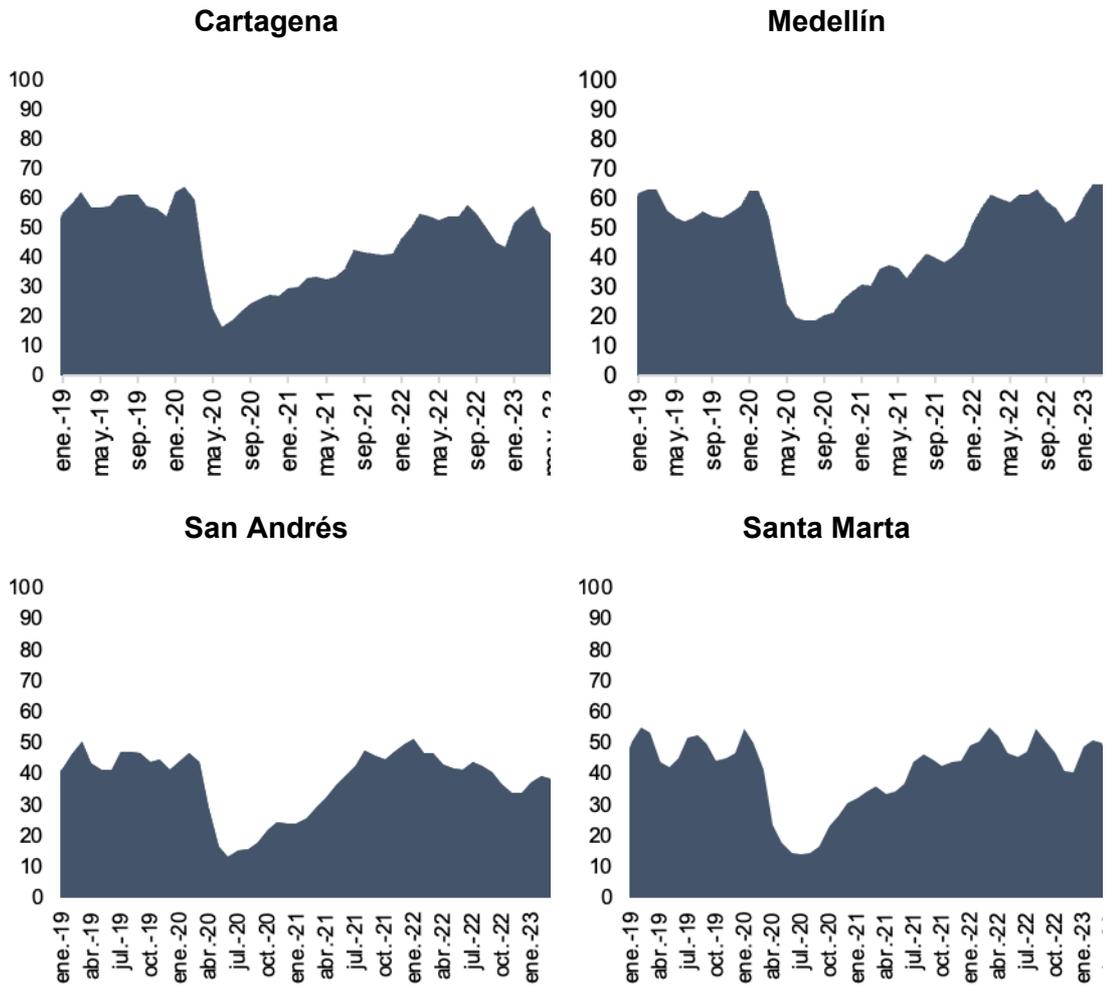
<b>Fase 1: Búsqueda de tendencias regionales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- "List keywords related to travel"</li> <li>- "List keywords related to tourism"</li> </ul>	
<b>Fase 2: Búsqueda de tendencias nacionales</b>	
<i>Keywords</i>	<i>Destinos</i>
"Which are the most common phrases used to search a tourist destination in order to travel there?"	"List the main tourist destinations in [PAIS]"

**Figura B1. Demanda turística de destinos más conocidos en Bolivia**



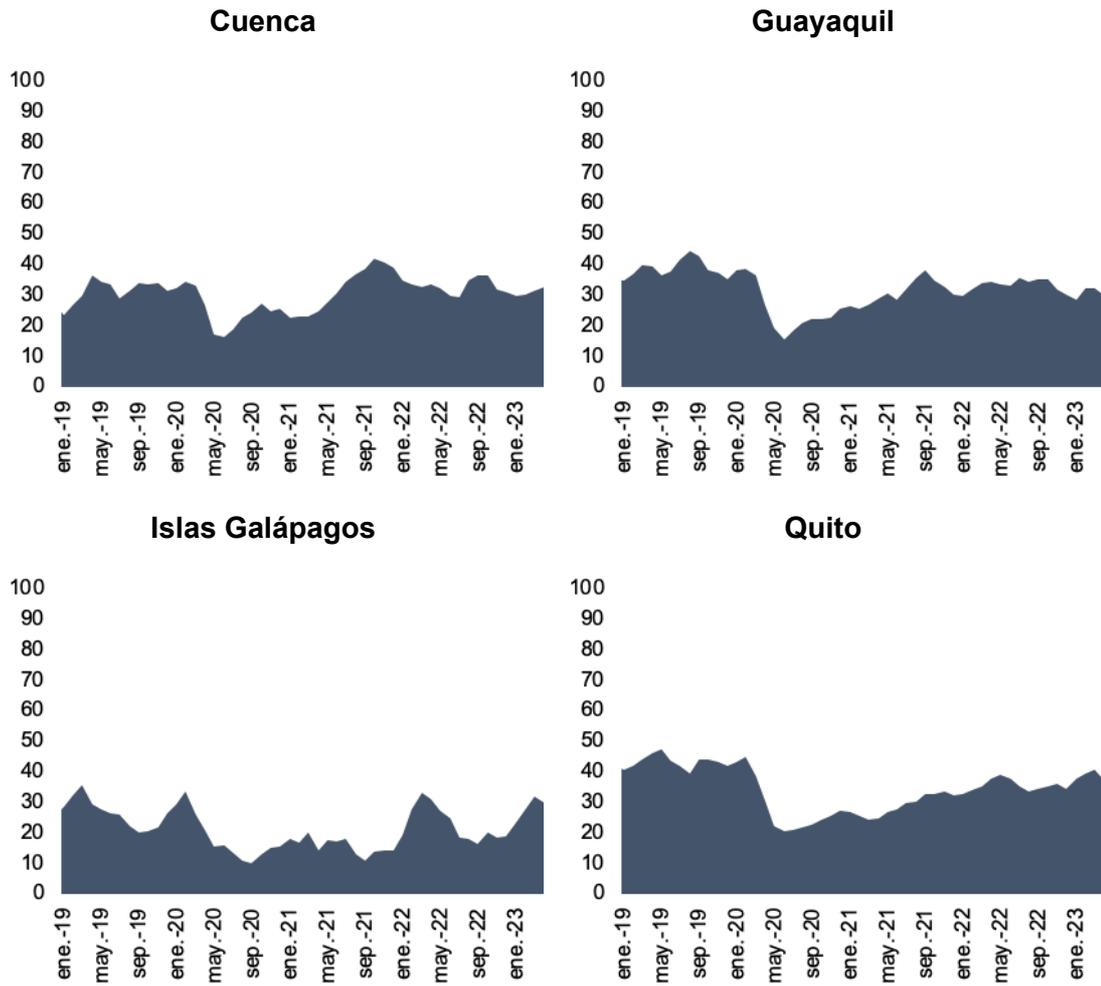
Fuente: Elaboración propia.

**Figura B2. Demanda turística de destinos más conocidos en Colombia**



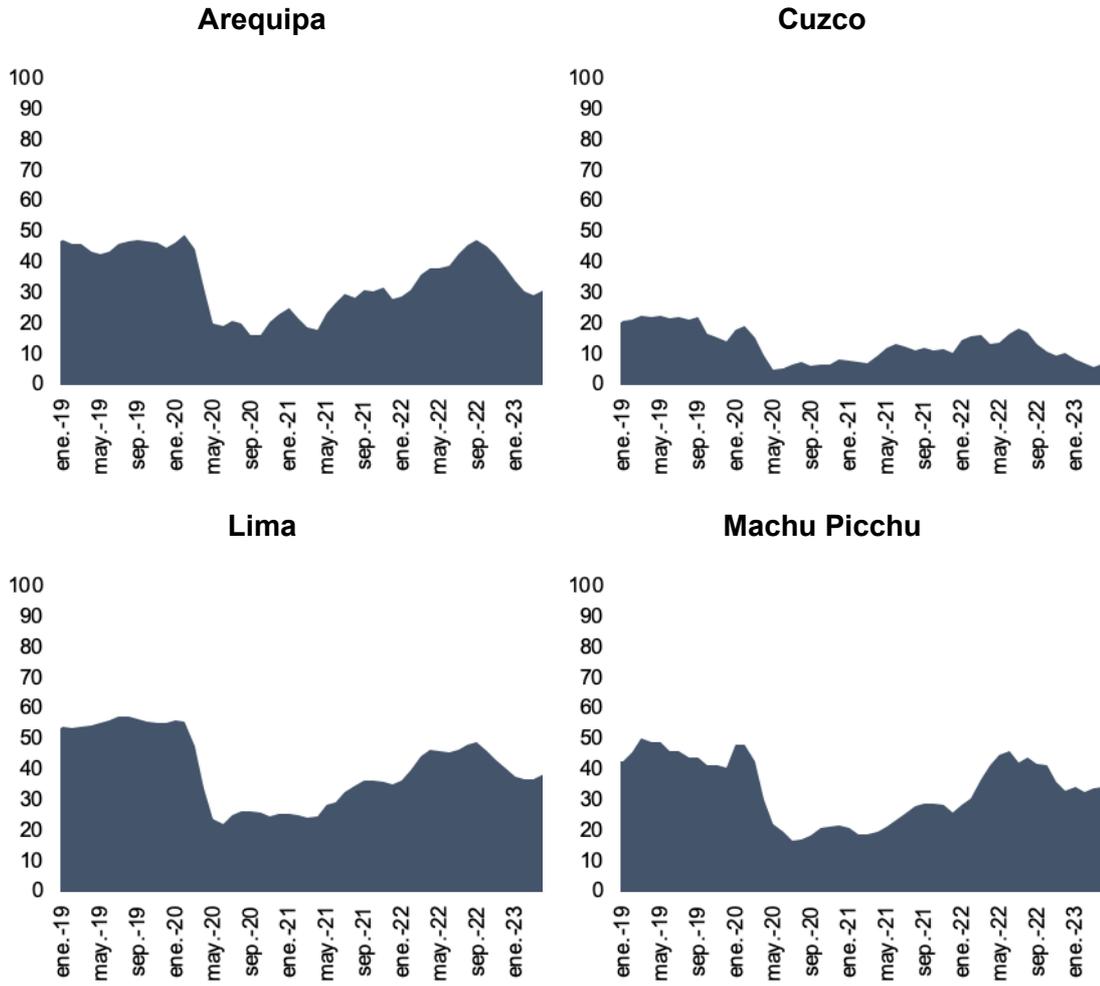
**Fuente:** Elaboración propia.

**Figura B3. Demanda turística de destinos más conocidos en Ecuador**



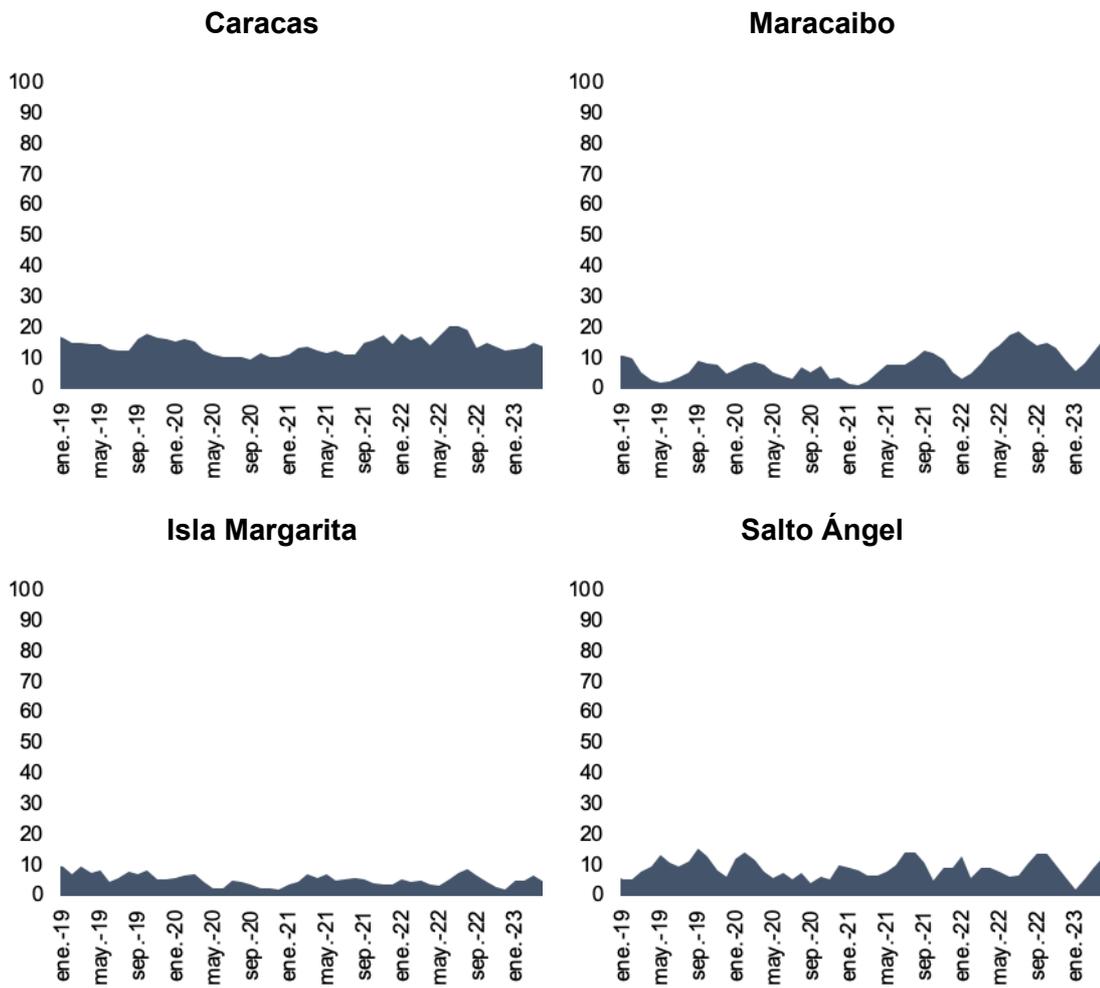
Fuente: Elaboración propia.

**Figura B4. Demanda turística de destinos más conocidos en Perú**



**Fuente:** Elaboración propia.

**Figura B5. Demanda turística de destinos más conocidos en Venezuela**



**Fuente:** Elaboración propia.