



PASAPORTE

ÁREAS PROTEGIDAS DE BOLIVIA

¡Tu viaje a la vida!



ESTADO PLURINACIONAL DE
BOLIVIA
MINISTERIO DE
MEDIO AMBIENTE Y AGUA



P.E.F.
Fondo de Áreas Protegidas

▪ OBJETIVO

Analizar la viabilidad técnica y proponer el diseño para la implementación de un “Pasaporte para la Conservación de las Áreas Protegidas de Bolivia”.



ESTE INSTRUMENTO BUSCA

INCENTIVAR

la participación ciudadana en la conservación de las Áreas Protegidas Nacionales (APN).



GARANTIZAR

la recaudación de fondos para una gestión integral de monitoreo y protección de las APN.



*Actualmente, el SERNAP tiene una brecha financiera de Bs. 130 millones para llevar adelante una gestión con efectividad de manejo de las AP.

PERCEPCIÓN DE LOS BOLIVIANOS SOBRE LAS ÁREAS PROTEGIDAS (AP)

- El 47% no sabe cuáles son las AP.
- Apenas el 13% ha visitado un AP en los últimos 5 años.
- El 97% reconoce la importancia de las AP.



ESTUDIO DE VIABILIDAD TÉCNICA

▪ METODOLOGÍA

Valoración Contingente (VC) para medir la Disponibilidad a Pagar (DAP) de los bolivianos.



1106

personas de los 15 principales centros urbanos de Bolivia fueron encuestadas vía telefónica.

RESULTADOS

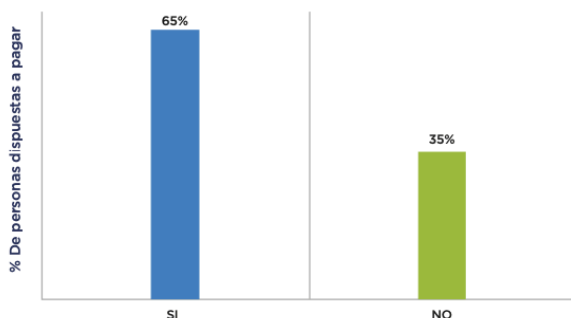
¡Existe un interés significativo de la población en adquirir el pasaporte para visitar las APN y apoyar su conservación!



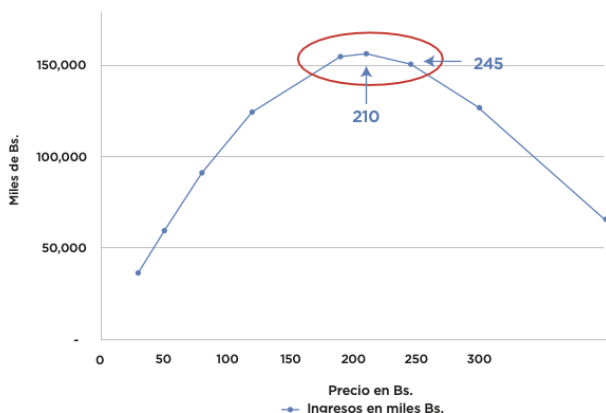
El 65%

de los encuestados estarían dispuestos a pagar para adquirir el Pasaporte.

Disposición a pagar la tarifa propuesta



Ingresos proyectados



Aunque el cálculo de la DAP promedio sugiere una tarifa de Bs. 245, la proyección de ingresos muestra que la tarifa óptima para maximizar las recaudaciones es de Bs. 210.

Se propone una tarifa básica de:

Bs. 200

en su etapa de implementación inicial, la cual permitirá visitar de manera ilimitada las APN habilitadas para el turismo durante un año.

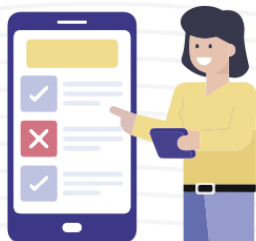


+15 MILLONES DE Bs.

se recaudarían, bajo el escenario conservador, donde el 10% de los usuarios proyectados adquieren el Pasaporte.



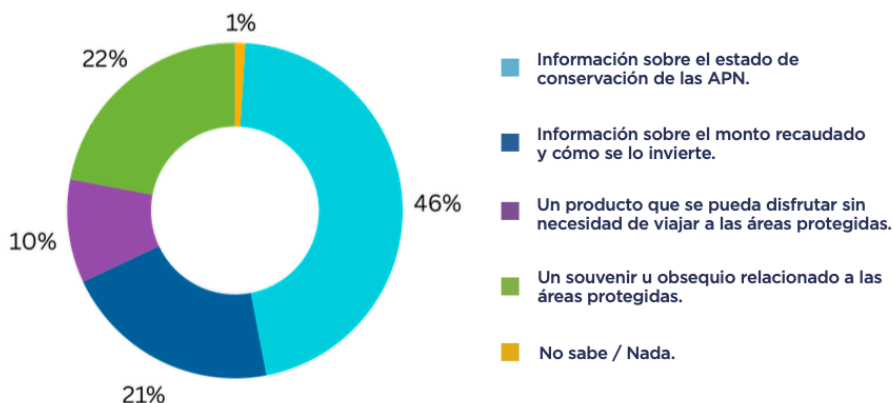
DONAR PARA LA CONSERVACIÓN



El 54%

de los encuestados no tiene planes de visitar áreas protegidas, pero estaría dispuesto a adquirir el Pasaporte como una forma de contribuir a su conservación.

¿Qué esperarían estos usuarios?



EL 46% ESPERARÍA RECIBIR INFORMACIÓN RELACIONADA A LA CONSERVACIÓN Y BIODIVERSIDAD DE ESPECIES EMBLEMÁTICAS.

PROPUESTA DE DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN

■ MARCO INSTITUCIONAL

Se propone la creación de una Unidad en el SERNAP que se encargue específicamente de la administración y gestión del Pasaporte para garantizar su efectividad y el cumplimiento de sus objetivos.



Funciones de la unidad de gestión del pasaporte



ADMINISTRACIÓN DE LOS FONDOS

■ PROPUESTA

Para garantizar la transparencia, se sugiere que la administración de fondos esté a cargo de una tercera instancia.



■ PERCEPCIONES



de los encuestados no están interesados en adquirir el Pasaporte porque no confían que los fondos sean usados en beneficio de las APN.



de los encuestados prefieren que los fondos recaudados sean gestionados por una institución independiente del sector público.

DESTINO DE LOS FONDOS



Actividades de gestión, monitoreo y protección de las APN.

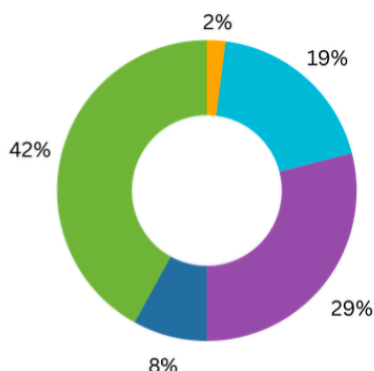


Inversiones de desarrollo turístico.



Gastos administrativos y operativos.

¿Dónde deberían destinarse los fondos?



- Mejorar los servicios turísticos.
- Reforzar de los sistemas de monitoreo.
- Fortalecer el trabajo de conservación que hacen los guardaparques.
- Emprendimientos comunitarios sostenibles.
- No sabe / Nada.

EL 48% DE LOS ENCUESTADOS PRIORIZA FORTALECER EL TRABAJO DE CONSERVACIÓN O REFORZAR LOS SISTEMAS DE MONITOREO.

ESTRATEGIA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

▪ META



70 MIL

personas adquieren el pasaporte en el primer año de implementación.



▪ CAMPAÑAS



EXPECTATIVA



LANZAMIENTO



POSICIONAMIENTO

La campaña de expectativa en colaboración con influencers, busca que más de **medio millón** de personas conozcan el Pasaporte.



50
INFLUENCERS
RECIBIRÁN
UN KIT
PROMOCIONAL.

KIT PROMOCIONAL:

1.



Un botellón.

2.



Un poncho para lluvia.

3.



Un sombrero pescador.

PUNTOS DE VENTA

1.



Oficinas del SERNAP.

2.



Puntos de ingreso en las áreas protegidas.

3.



Agencias de viaje.

4.



Alianzas con empresas.

5.



Ferias.

6.



Billetera móvil.

MEDIOS DE PAGO

© Gabriela Villanueva.

-  **1. Efectivo.**
-  **2. Código QR.**
-  **3. Tarjetas de débito o crédito.**
-  **4. Pagos digitales en página web y aplicación del pasaporte.**
-  **5. A través de la plataforma "Consume lo nuestro".**

ESTRUCTURA TARIFARIA

Una vez posicionado el Pasaporte se propone establecer algunas tarifas preferenciales y promocionales.

BÁSICA



Pasaporte estándar:

1 año
Bs. 200



Tarifa menores de edad (12 a 17 años):

1 año
Bs. 100

PROMOCIONAL



Tarifa de renovación:

1 año
Bs. 150



Paquete promocional:

Paquete + 4 personas
mayores de 18 años (-20%)
**Bs. 160 por
persona.**

LÍNEA GRÁFICA Y DISEÑO DEL PASAPORTE

Logotipo

Inspirado en la biodiversidad boliviana. Se optó por una iconografía simple, una tipografía sólida “san serif” y una paleta de colores viva y elegante.



Slogan

¡Tu viaje a la vida!

Propuesta interior

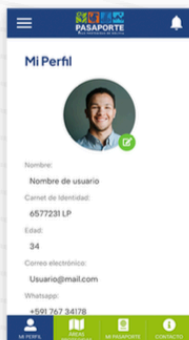


Propuesta exterior

Cada área protegida tiene su espacio, dentro del Pasaporte con información básica del área, actividades recomendadas y un código QR para mayor información.

El pasaporte es personal e intransferible y cuenta con una hoja de seguridad.

Aplicación móvil del Pasaporte





OBJETIVO:

Fortalecer la confianza en el manejo de recursos mejorando la imagen del SERNAP y asegurando el éxito del Pasaporte a largo plazo.

Establecer un mecanismo sólido de control que muestre:

- Logros alcanzados.
- Número total de pasaportes vendidos.
- Número de turistas nacionales que visitan las áreas protegidas.
- Beneficios que las áreas protegidas nacionales reciben gracias a los ingresos generados.
- Testimonios de usuarios y guardaparques.



Enfocar la comunicación en aspectos positivos:

- Resaltar la belleza de las áreas protegidas.
- Compartir noticias positivas y esfuerzos para mejorar la gestión.
- Mostrar resultados tangibles en la mejora de la experiencia de los turistas.
- Permitir a los usuarios evaluar su experiencia y subir comentarios.

