



Encuesta de **Gasto** **de Espectadores** en la **Entrada** **Folklórica del**

CARNAVAL DE **ORURO** 2025

CARNAVAL DE **ORURO** 2025

Boletín Estadístico de la Encuesta de Gasto de Espectadores en la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025

**PRESIDENTE DEL ESTADO
PLURINACIONAL DE BOLIVIA**

Luis Alberto Arce Catacora

**VICEPRESIDENTE DEL ESTADO
PLURINACIONAL DE BOLIVIA**

David Choquehuanca Céspedes

**MINISTRO DE DESARROLLO
PRODUCTIVO Y ECONOMÍA PLURAL**

Zenón Pedro Mamani Ticona

VICEMINISTRO DE TURISMO

Hiver Flores Torrez

CARNAVAL DE ORURO 2025

Este boletín estadístico tiene por objeto cuantificar el número de espectadores en la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025, mediante una estimación del total de asistentes y su distribución según condición de residencia (local, nacional o extranjero). Asimismo, se describen sus principales características sociodemográficas (sexo, nacionalidad) y patrones de comportamiento turístico (motivo de visita, tipo de hospedaje, lugares visitados), además de presentar una estimación del valor del gasto turístico total que se genera como parte del movimiento económico vinculado a esta manifestación cultural en el Estado Plurinacional de Bolivia.

"2025 BICENTENARIO DE BOLIVIA"

Encuesta de Gasto de Espectadores en la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025



El Carnaval de Oruro constituye una de las manifestaciones culturales más importantes de América Latina. Este evento atrae cada año a miles de turistas nacionales y extranjeros, así como también a espectadores locales, consolidándose como una festividad reconocida por la **UNESCO** como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

El Viceministerio de Turismo, en el marco de sus competencias y en coordinación con la Facultad de Ciencias Económicas, Financieras y Administrativas de la Universidad Técnica de Oruro (UTO), llevó a cabo el 1 de marzo de 2025 la Encuesta de Gasto de Espectadores en la **Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro**.

Esta operación estadística se desarrolló a lo largo del recorrido oficial del evento y contó con la participación de encuestadores voluntarios, quienes aplicaron entrevistas directas mediante el uso de dispositivos móviles.

En total se recolectaron **369 registros** válidos, los cuales permitieron analizar el perfil sociodemográfico de los asistentes, su comportamiento turístico y el gasto económico generado durante la festividad.

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos.



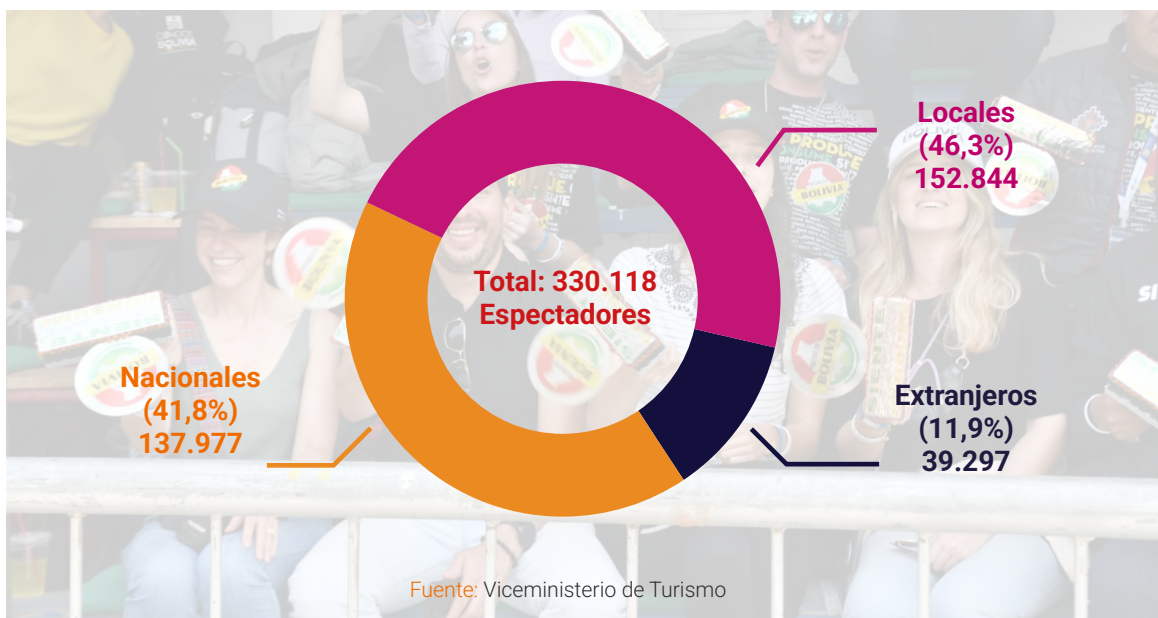
DISTRIBUCIÓN DE ESPECTADORES LOCALES, TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

El **Gráfico N°1** muestra la distribución estimada de espectadores **durante la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025**, según el conteo realizado a lo largo del recorrido oficial. En total, se estimó la presencia de 330.118 personas, clasificadas por lugar de residencia en tres categorías

- **Espectadores locales:** 152.844 personas (46,3%)
- **Turistas nacionales:** 137.977 personas (41,8%)
- **Turistas extranjeros:** 39.297 personas (11,9%)

Esta distribución evidencia una participación equilibrada entre residentes de la ciudad de Oruro y visitantes nacionales, mientras que los espectadores provenientes del exterior representan una proporción menor, aunque significativa, dentro del total registrado.

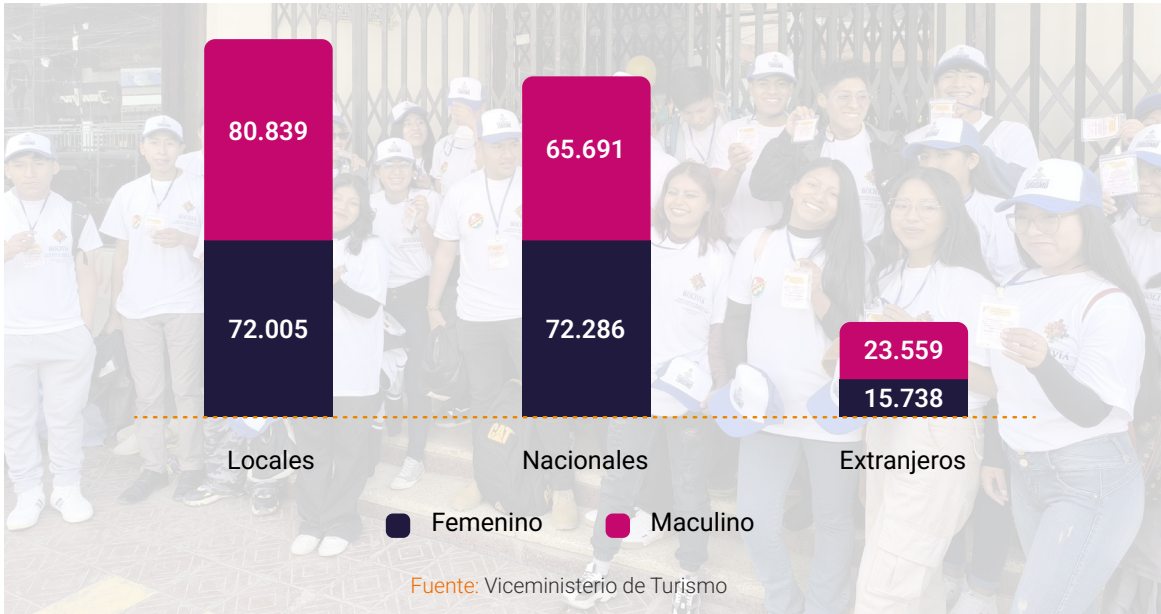
Gráfico N° 1. Distribución de espectadores locales, turistas nacionales y extranjeros, Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025



Durante la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025, se estima que entre los espectadores locales hubo mayor participación masculina (80.839 personas) frente a 72.005 mujeres. Entre los turistas nacionales también predominó el sexo femenino, con 72.286 mujeres frente a 65.691 varones. Por el contrario, en el caso de los turistas extranjeros se registró mayor presencia de hombres (23.559) en comparación con las mujeres (15.738).

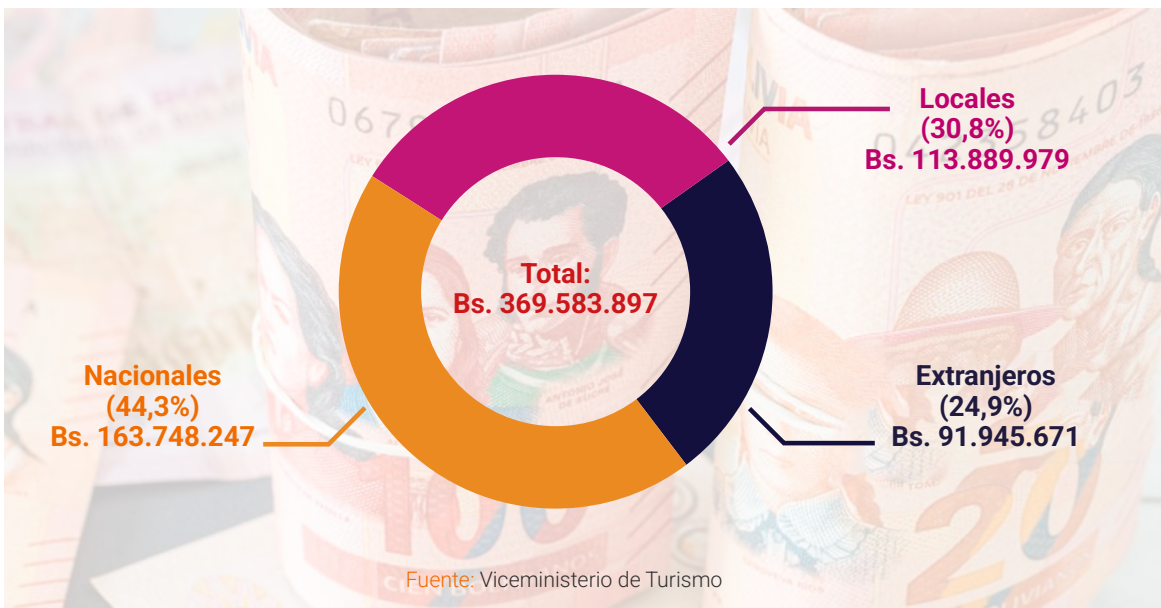
- **Espectadores locales:** Femenino: 72.005 (47,1%) - Masculino: 80.839 (52,9%)
- **Turistas nacionales:** Femenino: 72.286 (52,4%) - Masculino: 65.691 (47,6%)
- **Turistas extranjeros:** Femenino: 15.738 (40,1%) - Masculino: 23.559 (60,0%)

Gráfico N° 2. Distribución de acuerdo al género de espectadores locales, turistas nacionales y extranjeros, Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025



GASTO EFECTUADO POR LOS ESPECTADORES LOCALES Y TURISTAS

Gráfico N° 3. Distribución del gasto efectuado por los espectadores locales, turistas nacionales y extranjeros, Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025.



Con base en los datos proporcionados por los entrevistados, el siguiente gráfico refleja que en la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025, el gasto total alcanzó a Bs 369.583.897, de los cuales Bs 113.889.979 (30,8%) correspondió al gasto de espectadores locales; Bs 163.748.247 (44,3%) a turistas nacionales y Bs 91.945.671 (24,9%) a turistas extranjeros.

ESTRUCTURA DEL GASTO DE ESPECTADORES LOCALES, TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Espectadores locales

Tabla N°1. Estructura del gasto de los espectadores locales en la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025

Estructura de gasto	Porcentaje
 Asientos y/o graderías	35,51
 Bebidas alcohólicas	13,12
 Transporte	10,62
 Ropa, vestimenta y calzado	8,45
 Alimentos a consumir como espectador	7,25
 Servicios de restaurantes	6,70
 Bebidas no alcohólicas que consumió como espectador	4,59
 Peajes y derechos de terminal	2,34
 Artesanías y souvenirs	2,02
 Comunicación (servicios de telefonía, etc.)	2,01
 Hospedaje	1,88
 Combustible (gasolina, diésel, etc.)	1,81
 Gastos en salud (medicinas, consultas, etc.)	1,61
 Alquiler de vehículos	0,78
 Servicios turísticos (tours, paseos, etc.)	0,70
 Otros	0,60
Total	100,00

Fuente: Viceministerio de Turismo

La estructura del gasto realizado por los visitantes durante la festividad muestra que el componente principal fue el alquiler de asientos y/o graderías, que representó el 35,51% del gasto total. Le siguen las bebidas alcohólicas con un 13,12%, y el transporte, que concentró el 10,62% del gasto.

Otros rubros significativos fueron ropa, vestimenta y calzado (8,45%), alimentos a consumir como espectador (7,25%) y servicios de restaurantes (6,70%). Las bebidas no alcohólicas que consumió como espectador representaron un 4,59 %, mientras que los peajes y derechos de terminal alcanzaron un 2,34%, y las artesanías y souvenirs un 2,02%.

En menor proporción se encuentran los gastos en comunicación (2,01%), hospedaje (1,88%), combustible (1,81%), gastos en salud (1,61%), alquiler de vehículos (0,78%), Servicios turísticos como tours o paseos (0,70%) y otros gastos, que sumaron un 0,60% del total.

Turistas nacionales

Tabla N°2 Estructura del gasto de los turistas nacionales en la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025

Estructura de gasto	Porcentaje
 Asientos y/o graderías	26,33
 Transporte	12,59
 Bebidas alcohólicas	11,9
 Hospedaje	9,39
 Servicios de restaurantes	8,78
 Ropa, vestimenta y calzado	8,13
 Alimentos a consumir como espectador	6,59
 Bebidas no alcohólicas que consumió como espectador	4,61
 Combustible (gasolina, diésel, etc.)	2,93
 Servicios turísticos (tours, paseos, etc.)	2,03
 Artesanías y souvenirs	1,71
 Peajes y derechos de terminal	1,40
 Comunicación (servicios de telefonía, etc.)	1,38
 Alquiler de vehículos	1,27
 Gastos en salud (medicinas, consultas, etc.)	0,97
 Otros	0,00
Total	100,00

















Fuente: Viceministerio de Turismo

La estructura del gasto realizado por los turistas nacionales durante la festividad evidencia que el principal componente fue el alquiler de asientos y/o graderías, que representó el 26,33% del gasto total. En segundo lugar, se encuentra el transporte, con una participación del 12,59%, seguido por las bebidas alcohólicas, que alcanzaron un 11,9%. Otros rubros importantes en el gasto fueron el hospedaje (9,39%), los servicios de restaurantes (8,78%), ropa, vestimenta y calzado (8,13%) y alimentos a consumir como espectador (6,59%). Las bebidas no alcohólicas representaron un 4,61% del gasto total.

En menor proporción se encuentran el gasto en combustible (2,93%), servicios turísticos como tours o paseos (2,03%), artesanías y souvenirs (1,71%), peajes y derechos de terminal (1,40%), comunicación (1,38%), alquiler de vehículos (1,27%) y gastos en salud (0,97%). Finalmente, los otros gastos no registraron participación significativa en esta categoría.

Turistas extranjeros

Tabla N°3 Estructura del gasto de los turistas extranjeros, Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025

Estructura de gasto	Porcentaje
 Transporte	32,94
 Asientos y/o graderías	14,19
 Hospedaje	13,74
 Bebidas alcohólicas	7,64
 Servicios de restaurantes	7,05
 Ropa, vestimenta y calzado	5,03
 Alimentos a consumir como espectador	4,84
 Artesanías y souvenirs	3,93
 Bebidas no alcohólicas que consumió como espectador	2,33
 Peajes y derechos de terminal	2,27
 Servicios turísticos (tours, paseos, etc.)	1,96
 Comunicación (servicios de telefonía, etc.)	1,83
 Alquiler de vehículos	0,90
 Gastos en salud (medicinas, consultas, etc.)	0,73
 Combustible (gasolina, diésel, etc.)	0,60
 Otros	0,00
Total	100,00

Fuente: Viceministerio de Turismo

La estructura del gasto realizado por los turistas extranjeros durante la festividad revela que el componente principal fue el transporte, que concentró el 32,94% del gasto total. Le siguen el alquiler de asientos y/o graderías con un 14,19% y el hospedaje, que representó un 13,74%. Otros componentes importantes fueron las bebidas alcohólicas (7,64%), los servicios de restaurantes (7,0%), ropa, vestimenta y calzado (5,03%) y alimentos a consumir como espectador (4,84%). Las artesanías y souvenirs alcanzaron un 3,93%, mientras que las bebidas no alcohólicas representaron un 2,33%.

Entre los rubros de menor participación se encuentran los peajes y derechos de terminal (2,27%), servicios turísticos como tours y paseos (1,96%), comunicación (1,83%), alquiler de vehículos (0,90%), gastos en salud (0,73%) y combustible (0,60%). Los otros gastos no registraron participación dentro de esta categoría.

PRINCIPAL TIPO DE HOSPEDAJE UTILIZADO

Tabla N°4 Principal tipo de hospedaje utilizado por turistas nacionales y extranjeros, Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025

Tipo de hospedaje	Turistas Extranjeros	Turistas Nacionales
 Hoteles	42,16	13,53
 Alojamientos	23,53	23,31
 Casa de familiares o amigos	14,71	51,13
 Residenciales u hostales	13,73	9,02
 Albergues temporales	0,98	0,75
 Otro	4,90	2,26
Total	100,00	100,00

Fuente: Viceministerio de Turismo

En la tabla anterior se presenta la distribución porcentual del principal tipo de hospedaje utilizado por los turistas nacionales y extranjeros que asistieron a la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025. Se observa que el 42,16% de los turistas extranjeros se hospedó en hoteles, seguido por un 23,53% que utilizó alojamientos, y un 14,71% que se alojó en casas de familiares o amigos. Las residenciales u hostales representaron el 13,73%, mientras que el 4,90% optó por otro tipo de hospedaje, y el 0,98% utilizó albergues temporales.

En contraste, entre los turistas nacionales, el 51,13% reportó haberse hospedado en casas de familiares o amigos, siendo esta la opción mayoritaria. Le siguen los alojamientos (23,31%), hoteles (13,53%) y residenciales u hostales (9,02%). Opciones como otros tipos de hospedaje (2,26%) y albergues temporales (0,75%) tuvieron una participación menor.

Esta información evidencia diferencias en los patrones de hospedaje entre visitantes nacionales y extranjeros, destacando un mayor uso de alojamiento formal entre turistas del exterior, y una preferencia por hospedarse en casas de familiares o alternativas económicas entre los turistas nacionales.

PRINCIPALES LUGARES VISITADOS

Los resultados muestran que, durante la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025, los turistas extranjeros reportaron mayor concentración de visitas a la Ciudad de Oruro (81,37%) y al Monumento de la Virgen del Socavón (71,57%). En contraste, entre los turistas nacionales, aunque estos lugares también fueron relevantes, los porcentajes fueron más bajos (54,89% y 50,38%, respectivamente). Además, el 24,81% de los nacionales indicó no haber visitado ningún otro lugar, frente al 16,67% de los extranjeros.

Gráfico N°4 Principales lugares visitados por turistas nacionales y extranjeros, Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025



Fuente: Viceministerio de Turismo

PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA

Durante la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025, la mayoría de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, asistieron principalmente para presenciar la festividad del Carnaval, con un 74,44% y 65,69% respectivamente. En el caso de los turistas nacionales, el motivo familiar también fue relevante (16,54%), mientras que entre los extranjeros se identificaron razones adicionales como vacaciones o recreación (17,65%) y temas culturales o académicos (como historia/cultura y estudio/investigación). Estos resultados confirman el carácter central de la festividad como atractivo principal, pero también evidencian la diversidad de intereses en el turismo receptivo.

Tabla N°5 Principales motivos de visita por turistas nacionales y extranjeros, Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025

Principal motivo de visita	Extranjeros	Nacionales
Presenciar la festividad del Carnaval de Oruro	65,69	74,44
Vacaciones o recreación	17,65	6,02
Historia/cultura	5,88	0,00
Visitar a familiares o amigos	4,90	16,54
Estudio o investigación	2,94	0,00
Trabajo	0,98	1,50
Negocio o comercio	0,00	1,50
Otro	1,96	0,00

Fuente: Viceministerio de Turismo

PRINCIPALES MEDIOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Durante la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025, el principal medio mediante el cual los turistas nacionales se informaron sobre el evento fue la recomendación de familiares o amigos (48,09%), seguido por las redes sociales (22,14%) e internet (19,85%). En el caso de los turistas extranjeros, las redes sociales ocuparon el primer lugar con un 33,66%, seguidas de internet (28,71%) y recomendaciones personales (26,73%). Estos resultados reflejan la creciente importancia de los canales digitales para la promoción del evento, especialmente en el caso del turismo receptivo.

Tabla N°6 Principales medios de información y comunicación, Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025

Medios de información y comunicación	Extranjeros	Nacionales
 Recomendación de familiares o amigos	26,73	48,09
 Redes Sociales (Facebook, Instagram, Tiktok, etc)	33,66	22,14
 Internet (revistas, periódicos digitales o sitios web)	28,71	19,85
 Televisión	5,94	6,87
 Feria de turismo	3,96	1,53
 Otro	0,00	1,53
 Promoción de agencias de viaje	0,99	0,00
Total	100,00	100,00

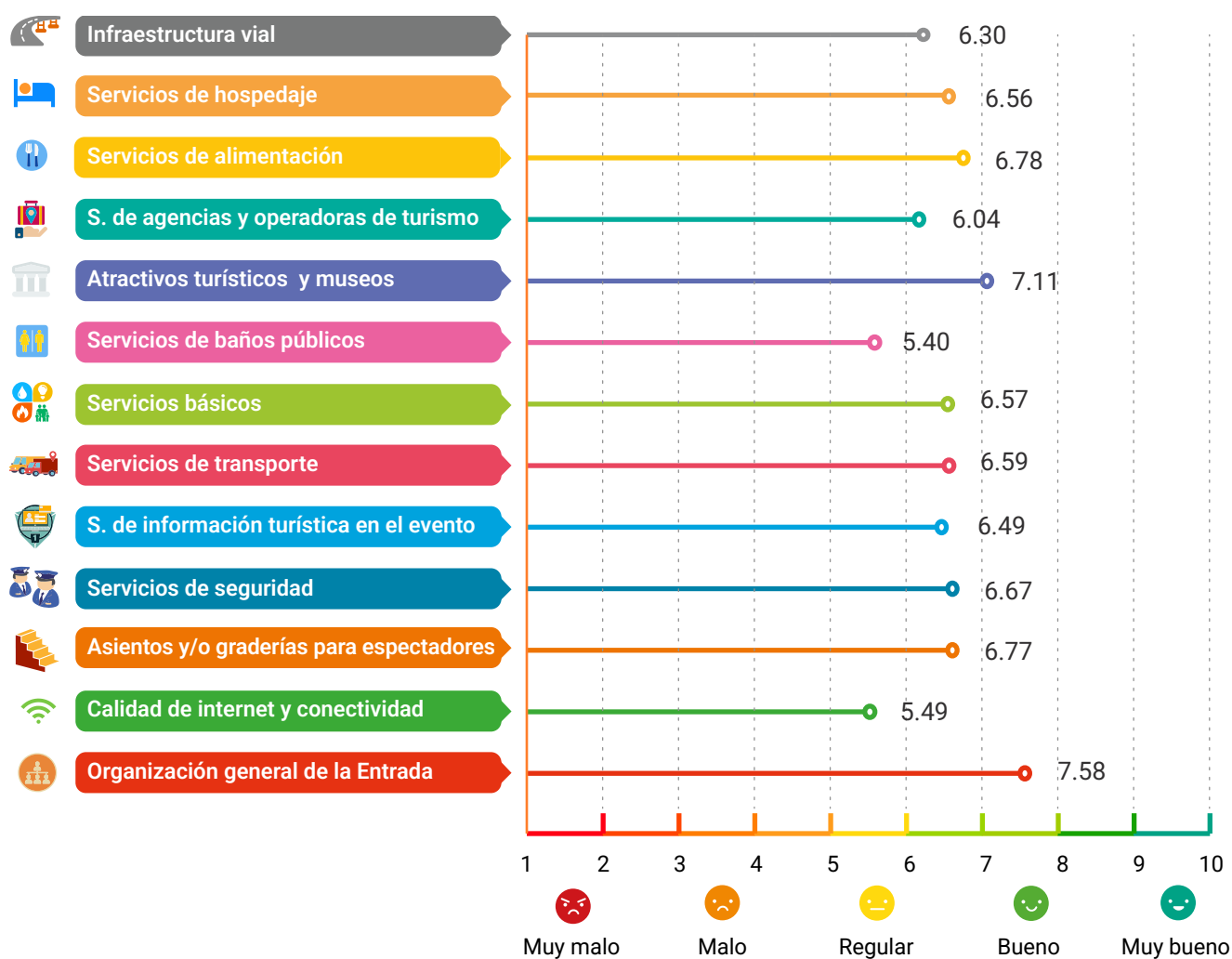
Fuente: Viceministerio de Turismo

CALIDAD DE LOS SERVICIOS

Durante la encuesta se solicitó a los espectadores locales, turistas nacionales y extranjeros calificar, en una escala del 1 al 10, la calidad de diversos servicios ofrecidos durante la Entrada Folkórica del Carnaval de Oruro 2025, tales como: la organización, seguridad, alimentación, baños públicos, entre otros. Los principales resultados, según la percepción de estos grupos se presentan en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 5 Calidad de los servicios según la perspectiva de los espectadores locales, turistas nacionales y extranjeros, Entrada Folkórica del Carnaval de Oruro 2025

Escala de calificación de acuerdo al nivel de calidad



Fuente: Viceministerio de Turismo

De la misma forma, los espectadores locales, turistas nacionales y extranjeros dieron una calificación positiva a los servicios recibidos durante su estadía en la ciudad de Oruro con motivo de la Entrada Folkórica del Carnaval de Oruro 2025. Esta información resulta útil para orientar futuras acciones de mejora en aquellos servicios que no alcanzaron calificaciones elevadas.

Los servicios con mejores calificaciones fueron la organización general del evento, la seguridad, los atractivos turísticos y la alimentación. En contraste, los servicios de baños públicos, conectividad a internet y agencias de turismo recibieron calificaciones buenas o regulares.

Tabla N°7 Calidad de los servicios según la perspectiva de los espectadores locales, turistas nacionales y extranjeros, Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025

Servicios	Locales	Nacionales	Extranjeros
Infraestructura vial	6.14	6.41	6.34
Servicios de hospedaje	6.08	7.03	6.56
Servicios de alimentación	6.64	6.78	6.92
Servicios de agencias y operadoras de turismo	5.84	6.04	6.25
Atractivos turísticos y museos	6.92	7.22	7.20
Servicios de baños públicos	5.00	5.32	5.89
Servicios básicos	6.47	6.46	6.77
Servicios de transporte	6.10	6.69	6.97
Servicios de información turística en el evento	6.29	6.32	6.87
Servicios de seguridad	6.14	6.95	7.42
Asientos y/o graderías para espectadores	6.69	6.69	6.93
Calidad de la señal de internet y conectividad	5.49	5.38	5.60
Organización general de la Entrada	7.30	7.74	7.69

Fuente: Viceministerio de Turismo

ESTADÍA MEDIA DEL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO

En la encuesta aplicada durante la Entrada Folklórica del Carnaval de Oruro 2025, se recogió información sobre la cantidad de días que los turistas permanecerán en la ciudad con motivo de la festividad. Con base en las respuestas obtenidas, se estimó una estadía media de 4 días para los turistas nacionales y de 5 días para los turistas extranjeros.

Estos resultados permiten dimensionar la duración promedio de la visita según el origen del visitante y su impacto en el gasto turístico.

Encuesta de **Gasto de Espectadores** en la **Entrada Folklórica** del **CARNAVAL** **DE ORURO** **2025**



Calle Mercado, Edificio Ballivian, Piso 18, La Paz, Bolivia
(591-2) 2 2117898