



UNIVERSIDAD MAYOR REAL Y PONTIFICIA DE
SAN FRANCISCO XAVIER
DE CHUQUISACA



Nº 2 / Vol. 15/ Año 2026

Documentos **USFX**

**La Chola Sucreña: de Símbolo Histórico
a Impulsor de la Economía Creativa y Potencial
Económico En Sucre. Un Análisis Exploratorio.**

Ing. Walter Isidro Arízaga Cervantes
RECTOR

Ph.D. Erick Gregorio Mita Arancibia
VICERRECTOR

Ph.D. Hael Karina Saucedo Estrada
AUTORA

Ing. Co. Víctor Manuel López Chumacero
DISEÑO Y MAQUETACIÓN

978-9917-0-7292-8
ISBN



Documentos **USFX**





PRÓLOGO

La Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, como el faro del pensamiento crítico y la custodia del patrimonio del sur boliviano, se enorgullece en presentar “La Chola Sucrense: de Símbolo Histórico a Impulsor de la Economía Creativa y Potencial Económico en Sucre”. Esta obra, magistralmente desarrollada por la Ph.D. Hael Saucedo Estrada, constituye un hito indispensable que rescata a esta figura de los márgenes folclóricos para situarla en el centro de las ciencias económicas contemporáneas.

La Dra. Saucedo Estrada, mediante una rigurosa metodología cualitativa y exploratoria, devela que el verdadero valor de la Chola Sucrense no radica en la opulencia comercial de otras regiones, sino en un capital simbólico único, sutil y artesanal forjado como musa intelectual de la “bohemia sucrense”. Este hallazgo es fundamental para nuestra identidad cultural: demuestra que la indumentaria, las artes y las tradiciones locales son un archivo vivo de resistencia, orgullo y autenticidad que define de manera diferenciada el alma chuquisaqueña.

El mayor mérito de esta investigación es su visión de futuro, pues nos desafía a romper con la mera contemplación nostálgica del pasado. La autora nos invita, con audacia y solvencia técnica, a mirar este patrimonio vivo como un activo estratégico y una veta inexplorada para la generación de nuevos negocios sostenibles en sectores clave como la moda de autor, el turismo de experiencia y las industrias culturales.

En esa línea, la obra traza una hoja de ruta disruptiva donde la tradición dialoga perfectamente con la modernidad a través del comercio electrónico, las plataformas digitales y tecnologías emergentes como la inteligencia artificial. Al optimizar y escalar la labor de nuestras artesanas y creadores sin diluir la esencia de su herencia, se abre una oportunidad única para dinamizar y diversificar la economía local desde nuestras propias raíces.

Como Vicerrector de esta Magna Casa de Estudios, aplaudo y valido este brillante aporte académico. Invito a la comunidad universitaria, a los emprendedores y a los tomadores de decisiones a estudiar estas páginas con visión empresarial, seguros de que encontrarán aquí las claves teóricas y prácticas para transformar nuestra riqueza cultural en un motor de desarrollo e innovación para Sucre.

Ph.D. Erick Gregorio Mita Arancibia

VICERRECTOR

**Universidad Mayor, Real y Pontificia de
San Francisco Xavier de Chuquisaca**





LA CHOLA SUCRENSE: DE SÍMBOLO HISTÓRICO A IMPULSOR DE LA ECONOMÍA CREATIVA Y POTENCIAL ECONÓMICO EN SUCRE. UN ANÁLISIS EXPLORATORIO.

THE CHOLA SUCRENSE: FROM HISTORICAL SYMBOL TO CREATIVE ECONOMY DRIVER AND ECONOMIC POTENTIAL IN SUCRE. AN EXPLORATORY ANALYSIS.

Hael Saucedo

Email: saucedo.hael@usfx.bo

RESUMEN:

Esta investigación evalúa el rol de la Chola Sucrense como símbolo histórico-cultural y su potencial para dinamizar la economía creativa, la innovación y el desarrollo local en Sucre. Mediante una metodología cualitativa de alcance exploratorio, se realizó un análisis bibliométrico de 97 documentos secundarios publicados entre 1992 y 2025, recolectados en bases de datos académicas de alto impacto como Google Académico, MDPI y ResearchGate. Los resultados trazan la evolución histórica de esta figura en seis etapas, destacando su consolidación como musa intelectual y artística durante la “bohemia sucrense”, lo que le otorga un capital simbólico distintivo, más sobrio y artesanal, frente a la opulencia de la chola paceña. Se identifica que su indumentaria y prácticas asociadas funcionan como activos estratégicos en sectores como la moda de autor, el turismo de experiencia y las industrias digitales. El estudio concluye que la transformación de este ícono en un motor económico sostenible requiere de políticas públicas híbridas que protejan la propiedad intelectual colectiva y el aprovechamiento de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y la realidad aumentada, para escalar su impacto global preservando la autenticidad cultural.

Palabras clave: Vestimenta tradicional, Chola Sucrense, economía creativa, patrimonio cultural, innovación, Bolivia.

ABSTRACT:

This research evaluates the role of the Chola Sucrense as a historical-cultural symbol and its potential to dynamize the creative economy, innovation, and local development in Sucre. Using a qualitative methodology with an exploratory scope, a bibliometric analysis was performed on 97 secondary documents published between 1992 and 2025, retrieved from high-impact academic databases such as Google Scholar, MDPI, and ResearchGate. The results trace the historical evolution of this figure through six stages, emphasizing her consolidation as an intellectual and artistic muse during the “Sucre bohemia,” which provides her with a distinctive, more sober, and artisanal symbolic capital compared to the opulence of the Chola Paceña. The findings identify that her traditional attire and associated practices serve as strategic assets in sectors such as designer fashion, experiential tourism, and digital industries. The study concludes that transforming this icon into a sustainable economic driver requires hybrid public policies that protect collective



intellectual property and the utilization of emerging technologies, such as artificial intelligence and augmented reality, to scale global impact while ensuring the preservation of cultural authenticity.

Keywords: Traditional clothing, Chola Sucre, creative economy, cultural heritage, innovation, Bolivia.

1. INTRODUCCIÓN

La Chola Sucre es una figura histórica y cultural que simboliza la identidad, resistencia y tradición en Sucre, la capital histórica de Bolivia. Su presencia es palpable en la vestimenta, prácticas culturales, gastronomía, música y comercio local, elementos que, según Soruco, (2017), constituyen un patrimonio vivo. Sin embargo, a lo largo de la historia, estas mujeres han sido marginadas y estigmatizadas por prejuicios de raza, clase y género. Estudios como el de Cuevas, (2019) evidencian que el término “chola” se usó de manera peyorativa en Bolivia, lo que generó un proceso de exclusión social. A pesar de esto, su imagen ha comenzado a resignificarse como un símbolo de orgullo y resiliencia, lo que presenta una oportunidad para integrarla a la economía creativa y las industrias culturales (Laserna, 2023; Unesco, 2007).

En este contexto, las economías creativas son reconocidas como motores de innovación y desarrollo sostenible. Casos internacionales demuestran cómo íconos culturales locales han impulsado la economía y reforzado la identidad a través de políticas públicas, turismo, moda y plataformas digitales (Buitrago & Duque, 2013). Sucre tiene la oportunidad estratégica de posicionar a la Chola Sucre como marca cultural y motor económico, especialmente si se articula con políticas públicas inclusivas y tecnologías digitales como el comercio electrónico, plataformas de turismo inteligente y realidad aumentada/virtual (AR/VR). No obstante, persisten desafíos como la brecha digital, la falta de políticas públicas específicas, la desigualdad de género y el riesgo de mercantilización del patrimonio (Tifni, 2020; Unesco, 2022).

Aunque la Chola Sucre tiene un gran valor cultural, está subrepresentada en la planificación económica y las políticas públicas. La falta de plataformas digitales, políticas de innovación y programas económicos inclusivos limita su potencial como impulsora de la economía creativa y la innovación en Sucre. Por ello, esta investigación busca responder a la siguiente pregunta:

¿De qué manera la figura de la Chola Sucre puede ser transformada de símbolo histórico a impulsora de la economía creativa, mediante políticas públicas y tecnologías digitales, para convertirse en un eje de innovación y motor económico en la ciudad de Sucre?

La justificación para esta investigación es clara: Sucre posee un tesoro cultural en la figura de la Chola Sucre, un símbolo que encapsula la historia y la resistencia de su gente. A pesar de este valor, su potencial de desarrollo económico ha sido inexplorado. Este estudio busca demostrar cómo un ícono históricamente marginado puede convertirse en el centro de una economía creativa vibrante, por lo que el objetivo general de esta investigación es:



“Evaluar el rol de la Chola Sucrense como símbolo histórico cultural en la ciudad de Sucre y su potencial para dinamizar la economía creativa, la innovación y el desarrollo económico local, a partir de un estudio descriptivo.”

Y los objetivos específicos con los que se dará su cumplimiento son:

1. Establecer un marco conceptual que demuestre cómo la vestimenta tradicional como símbolo cultural, se puede transformar en un motor de desarrollo económico vinculado a la economía creativa.
2. Describir la evolución histórica y el significado cultural de la Chola Sucrense, desde sus orígenes hasta su rol actual en la identidad de Sucre.
3. Identificar la conexión y oportunidades de la figura de la Chola Sucrense con los sectores clave de la industria cultural, industria creativa, de la economía creativa como la moda, gastronomía, entorno tecnológico digital, joyería y el turismo.
4. Explorar casos internacionales de emprendimiento cultural e innovación inspirados en su vestimenta tradicional cultural que evidencien impacto en su desarrollo económico local, y compararlos con experiencias similares en el contexto nacional.
5. Proponer oportunidades, desafíos y estrategias de política pública y tecnologías digitales que impulsen la figura de la Chola Sucrense como eje de desarrollo económico.

2. METODOLOGÍA

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo y exploratorio, centrado en el análisis de datos secundarios recopilados entre los años 1992 y 2025. El diseño metodológico se orientó a rastrear la evolución de la vestimenta tradicional de la Chola Sucrense no solo como un símbolo histórico, sino como un activo estratégico dentro de la economía creativa y la innovación local.

La estrategia de búsqueda fue el pilar del rigor bibliométrico, ejecutándose mediante el uso de palabras clave precisas y operadores booleanos para refinar los resultados. Los términos empleados incluyeron combinaciones estratégicas de “vestimenta tradicional”, “Chola Sucrense”, “economía creativa”, “patrimonio cultural”, “innovación” y “Bolivia”. Este proceso de búsqueda avanzada se desplegó en bases de datos académicas de alto impacto y reconocido prestigio científico, tales como Google Académico, MDPI, Semantic Scholar, Dialnet y ResearchGate, etc. asegurando una cobertura diversa que abarcó desde revistas indexadas hasta repositorios institucionales de alcance internacional.

En cuanto al procesamiento de la información, se realizó un filtrado exhaustivo que comenzó con un universo de más de 542 artículos inicialmente identificados. Mediante criterios de inclusión y



exclusión basados en la relevancia temática, la actualidad de los datos y el rigor metodológico de las fuentes, se logró una selección final de 97 documentos estrechamente relacionados con el tema. Este volumen de información permitió construir un marco teórico - conceptual robusto y realizar un análisis comparativo interregional y global, validando la transición del capital cultural hacia el valor de mercado.

El análisis bibliométrico reveló una tendencia creciente en el interés científico por esta temática, especialmente palpable en el periodo 2020-2025 (gráfico 1), donde se concentra la mayor cantidad de fuentes consultadas. Los documentos seleccionados incluyen artículos de

investigación, reportes de entidades gubernamentales, tesis doctorales y publicaciones de organismos internacionales como la UNESCO. Esta diversidad tipológica garantizó una visión holística que integra desde la historia colonial y la bohemia suculense hasta las aplicaciones modernas de inteligencia artificial y plataformas digitales en la moda y el turismo cultural.

Gráfico 1: Número de publicaciones por año 1992 - 2025



Fuente: Elaboración propia en base a fuentes consultadas

3. RESULTADOS

3.1 Marco conceptual

3.1.1 Definiciones conceptuales clave

3.1.1.1 Vestimenta Tradicional

La vestimenta tradicional se define como un elemento mucho más complejo que una prenda de vestir. Es un símbolo cultural y un documento histórico que encapsula la identidad, el estatus social, la historia y las costumbres de un grupo o etnia particular. Estas prendas crean un vínculo



entre los individuos y sus comunidades, promoviendo un sentido de pertenencia y solidaridad al resaltar valores culturales compartidos (Amirova et al., 2024). La indumentaria es además un componente fundamental del patrimonio cultural inmaterial, ya que su valor no reside únicamente en el objeto físico, sino en los conocimientos, las técnicas y las habilidades transmitidas de generación en generación para su producción (Ebert et al., 2016). Este patrimonio intangible, que abarca desde los métodos de tejido ancestrales hasta la simbología de los patrones, sirve como un archivo vivo de la historia y los valores de una sociedad (Sun et al., 2025).

3.1.1.2 Economía Creativa e Industrias Creativas

La economía creativa (o industrias creativas/culturales) se define como un conjunto de sectores que generan valor a través de la producción y comercialización de contenido creativo, con la creatividad humana como un componente esencial. Este ecosistema abarca una amplia gama de actividades, que incluyen la moda, el diseño, la artesanía, el turismo y los medios digitales, y se distingue por su estrecha relación con las ideas, el conocimiento, la tecnología y el patrimonio cultural (Chuanlan & Sibe, 2024). La moda y el diseño se consideran sectores clave dentro de este ámbito, con el potencial de fomentar el crecimiento económico, la innovación y el enriquecimiento cultural a nivel mundial (Sánchez et al., 2021).

3.1.1.3 Activo Cultural y Capital Cultural

Un activo cultural es un recurso dinámico que, cuando se concentra en un área geográfica o se activa estratégicamente, puede revitalizar economías tanto urbanas como rurales (Stern & Seifert, 2010). Su investigación demuestra que la concentración de activos culturales, como organizaciones, negocios y artistas, puede fomentar la innovación, la creatividad y el desarrollo económico. Los economistas conceptualizan la herencia cultural como una forma de capital cultural, que se suma a otros tipos de capital (humano, social, natural) para generar valor. Esta perspectiva reconoce la naturaleza multifacética y entrelazada de las dimensiones económicas y no económicas del patrimonio (Barrère, 2018). La transición del patrimonio cultural a un recurso económico se ilustra en el caso de la medina de Fez, Marruecos, donde el turismo de patrimonio contribuye con una parte significativa de la actividad económica y ha generado más de 10,000 empleos (Madandola & Boussaa, 2022).

3.1.1.4 Desarrollo Económico Sostenible

El desarrollo económico sostenible se mide por métricas que van más allá del simple crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB). Los estudios de caso lo vinculan directamente a la creación de empleo, la generación de ingresos, el fomento del emprendimiento y el fortalecimiento de la resiliencia comunitaria (Madandola & Boussaa, 2022). Un enfoque holístico de la sostenibilidad incluye tres pilares: económico, social y ambiental. Sin embargo, en el contexto de la vestimenta tradicional, la investigación reciente ha propuesto un cuarto pilar crucial, la sostenibilidad cultural (Larissa & Titisari, 2023). Este concepto sostiene que, para que el desarrollo sea verdaderamente sostenible, la tradición no debe ser degradada o diluida por la comercialización, sino que debe ser preservada y revitalizada. Esto asegura que la identidad y el conocimiento inherentes a la vestimenta se mantengan intactos, garantizando la viabilidad a largo plazo tanto del producto como de la comunidad que lo produce (Larissa & Titisari, 2023).



3.1.2 La Vestimenta Tradicional como Símbolo Cultural

La vestimenta tradicional posee un valor inherente que precede a cualquier consideración económica. Sus funciones simbólicas y sociales son fundamentales para la cohesión social y la preservación del patrimonio.

3.1.2.1 Funciones Simbólicas y Sociales de la Indumentaria

La vestimenta es una forma de comunicación no verbal con una profunda carga cultural. A través de sus diseños, colores y patrones, refleja la identidad y el origen de una comunidad o grupo étnico, permitiendo a los individuos expresar con orgullo su pertenencia (Amirova et al., 2024). Estas prendas no solo son un medio de autoexpresión, sino que también actúan como una fuerza de unión, creando un vínculo entre las personas al celebrar valores compartidos, especialmente en eventos significativos como fiestas nacionales, bodas o ceremonias. Al ser un archivo vivo de conocimientos y valores, la vestimenta tradicional juega un papel esencial en la preservación y transmisión del patrimonio cultural a las generaciones futuras (Ebert et al., 2016).

3.1.2.2 La Indumentaria como Herramienta de Poder y Diplomacia Cultural

Más allá de su función comunitaria, la vestimenta tradicional puede ser instrumentalizada estratégicamente para fines de diplomacia y poder nacional. El caso del áo dài vietnamita es un claro ejemplo de cómo una prenda puede ser deliberadamente elevada a un símbolo nacional y una herramienta de “poder blando” (soft power). A pesar de tener una historia relativamente corta, el gobierno vietnamita ha privilegiado el áo dài sobre otras vestimentas tradicionales para que represente la identidad del país. La promoción institucional y el uso de esta prenda en contextos diplomáticos, como cuando las líderes femeninas la visten para recibir a visitantes extranjeros, demuestran que la inversión y el apoyo estratégico en una prenda pueden convertirla en un activo de marca nacional. Esta elevación de estatus no solo fomenta el patriotismo, sino que también genera un efecto cascada, aumentando su visibilidad y potencial económico a nivel internacional (Nualart, 2024).

3.1.3 La Vestimenta Tradicional como Recurso para el Desarrollo Local

3.1.3.1 Del Capital Cultural al Valor de Mercado

El patrimonio cultural, una vez activado, se convierte en capital cultural que puede ser aprovechado para el desarrollo económico (Barrère, 2018). Los activos culturales no sólo atraen a los turistas, sino que también impulsan la regeneración urbana y crean un impacto económico directo en las comunidades (Stern & Seifert, 2010). El caso de Fez, Marruecos, es paradigmático: el turismo de patrimonio cultural representa alrededor del 80% de la actividad turística y ha generado miles de empleos en la rehabilitación de edificios y la reactivación de oficios tradicionales. Esto demuestra que la inversión en la herencia cultural puede generar un círculo virtuoso de crecimiento económico, restauración de activos y mejora del entorno físico (Madandola & Boussaa, 2022).



3.1.3.2 El Rol Catalizador del Emprendimiento Cultural

Los emprendedores culturales actúan como agentes de cambio que logran generar un puente entre la autenticidad cultural y las demandas del mercado (Larissa & Titisari, 2023). Estas figuras son cruciales para apalancar las actividades culturales y convertirlas en fuentes de ingresos, creando un valor que trasciende la mera venta del producto. La artesanía, que incluye la vestimenta tradicional, es un motor económico clave en muchos países. En México, por ejemplo, el sector artesanal aporta el 19% del PIB cultural y genera el 31.4% de los empleos en el sector de la cultura (Sectur, 2025). Los emprendedores son los encargados de transformar el conocimiento tradicional en un modelo de negocio sostenible, demostrando que las industrias culturales pueden ser un factor de crecimiento y desarrollo local que es menos vulnerable a las fluctuaciones de la economía global (Taweewattanakitborvon et al., 2018).

3.1.4 La Vestimenta Tradicional como Eje de la Economía Creativa

3.1.4.1 La Industria de la Moda como Vehículo para el Patrimonio Cultural

La industria de la moda se posiciona como el principal canal para la revalorización del patrimonio cultural ante una audiencia global. A través de la reinterpretación de prendas tradicionales, los diseñadores contemporáneos no solo preservan las formas de arte, sino que las convierten en herramientas de exportación cultural y “diplomacia suave” (Chuanlan & Sibe, 2024). El caso de Malasia es ilustrativo: diseñadores contemporáneos han reinterpretado prendas como el baju kurung y el batik, exhibiéndolas en festivales de moda que atraen a miles de visitantes y generan un efecto de derrame económico en el sector de la hostelería, el transporte y el comercio. Esta fusión creativa con la moda global hace que el patrimonio sea accesible y atractivo para una audiencia más amplia (Al-Mujahed, 2025).

3.1.4.2 El Equilibrio Crítico entre Autenticidad e Innovación

El proceso de transformar la vestimenta tradicional en un producto de la economía creativa no está exento de riesgos. La globalización presenta la amenaza de que los elementos culturales se reduzcan a decoraciones superficiales, diluyendo su autenticidad y disminuyendo la viabilidad de las comunidades locales (Larissa & Titisari, 2023). El éxito a largo plazo depende de encontrar un equilibrio estratégico entre la tradición y la innovación (Shuresh & Shobana, 2025). Un estudio sobre la indumentaria del Lejano Oriente destaca que la fusión de diseños tradicionales con enfoques modernos mantiene las prendas relevantes y atractivas para las generaciones más jóvenes (Taweewattanakitborvon et al., 2018). Un emprendimiento sostenible y socialmente inclusivo se logra cuando la innovación respeta los valores intrínsecos de la tradición, lo que a su vez previene la apropiación cultural y asegura un crecimiento duradero. Los emprendedores deben ser capaces de adaptarse a las dinámicas del mercado sin comprometer la esencia cultural que otorga valor a su producto (Amirova et al., 2024).



3.1.4.3 Microempresas y el Futuro de la Moda Creativa

En este ecosistema, las microempresas y los diseñadores independientes emergen como agentes de cambio fundamentales. Estos actores son considerados “innovadores radicales” que operan de manera más socialmente inclusiva y descentralizada que las grandes corporaciones. Su capacidad para experimentar con diseños y métodos de producción alternativos les permite impulsar la diversidad y la innovación en la industria de la moda. Este modelo descentralizado se alinea de forma natural con las cadenas de valor locales de la vestimenta tradicional y ofrece una vía para el empoderamiento de las comunidades, al poner el futuro del sector en manos de aquellos que pueden conectar la creatividad con los valores culturales locales (McRobbie et al., 2022).

3.1.5 La Fusión de la Vestimenta Tradicional con la Tecnología y las Plataformas Digitales

3.1.5.1 La Digitalización para la Preservación y la Reinterpretación Creativa

Las tecnologías digitales y la inteligencia artificial (IA) están transformando la documentación y la revitalización del patrimonio cultural. La digitalización de motivos textiles tradicionales, como los de la tradición textil china, permite su reconstrucción digital y la manipulación en tiempo real de los patrones a través de sistemas interactivos. Estas herramientas computacionales convierten los archivos estáticos en “elementos dinámicos y vivos”, sirviendo como catalizadores para la innovación cultural participativa (He & Gao, 2025).

Además, la IA ha demostrado ser una herramienta de empoderamiento económico y cultural. Un estudio sobre el bordado Miao muestra cómo la IA puede reducir el umbral de habilidad necesario para aprender el arte, lo que baja los costos de producción y, de forma crucial, aumenta los ingresos de los artesanos. Este incremento en la rentabilidad incentiva a las nuevas generaciones a mantener viva la tradición, asegurando una herencia sostenible. La tecnología, en este contexto, no es solo un canal de venta, sino una herramienta que puede mejorar la productividad y la viabilidad económica de las comunidades (Yu et al., 2025).

3.1.5.2 El Rol de las Plataformas Digitales: E-commerce y Redes Sociales

El auge de las plataformas digitales ha tenido un impacto decisivo en la promoción y comercialización de la vestimenta tradicional. Las redes sociales son un vehículo para aumentar la visibilidad de las prendas y expandir el interés de un nicho de mercado a una audiencia masiva. El “efecto hashtag” ha sido clave para la popularidad de prendas como la falda de cara de caballo china, atrayendo a una amplia gama de jóvenes y revitalizando marcas tradicionales a través de colaboraciones con influencers (Chai, 2025). Las plataformas de comercio electrónico y la tecnología digital han cambiado los hábitos de consumo y la gestión de transacciones en la industria de la moda (Cervera & Bonifacio, 2024).

Sin embargo, el uso de plataformas digitales es un arma de doble filo. Si bien son esenciales para la expansión, también conllevan riesgos de comercialización excesiva y malinterpretación cultural. La promoción en redes sociales, si no se gestiona adecuadamente, puede llevar a una



percepción superficial de la vestimenta, enfocada únicamente en la estética en lugar de la esencia cultural. Para que el crecimiento sea saludable, las estrategias digitales deben buscar un equilibrio entre el crecimiento comercial y la profundización en el conocimiento de la tradición (Chai, 2025).

3.2 La Evolución Histórica de la Chola Sucreña

3.2.1 Etapa I: La Imposición Colonial y los Orígenes (1782-1880)

Los orígenes de la figura de la chola en Sucre, entonces conocida como La Plata, se pueden trazar a un punto histórico anterior a la fundación de la República. El decreto de 1782 fue un intento directo de la administración colonial de suprimir la vestimenta indígena y, por ende, la identidad, después de las rebeliones indígenas (Aguirre, 2015). A las mujeres indígenas de la región de Chuquisaca se les ordenó adoptar el traje de la campesina andaluza, una vestimenta que incluía polleras y mantillas (Maydana, 2021). No obstante, la figura de la mujer mestiza en La Plata ya se estaba configurando desde el siglo XVI con la fundación de una “Casa de Recogimiento para niñas mestizas” (Paredes, 1992). Esto sugiere que la chola chuquisaqueña es, en su raíz, un tipo humano específicamente andino, con una historia de mestizaje que precede a la formalización de su vestimenta. Durante el siglo XIX, un período caracterizado por la inestabilidad política, las cholos y mestizos experimentaron una movilidad social y económica ascendente, aprovechando su participación en el servicio militar y el auge de economías intermedias como el transporte y la venta de coca y chicha (Soruco, 2017).

3.2.2 Etapa II: Consolidación de una Identidad Híbrida (1880-1920)

Para fines del siglo XIX, el término “chola” ya estaba firmemente arraigado, derivado de la palabra española “chula” (Maydana, 2021). A pesar de su creciente poder económico y su integración en los centros urbanos, la chola enfrentaba un profundo prejuicio social por parte de la élite criolla. La historiografía de la época las definía como un grupo “ni bien español ni bien indio”, lo que reflejaba una categorización incómoda para la lógica colonial y republicana que buscaba una dicotomía simple. La chola, sin embargo, construyó una identidad robusta y multifacética. Un elemento central de esta identidad fue la religiosidad, con una devoción particular por la Virgen María. Las cholos chuquisaqueñas, en particular, desarrollaron una conexión íntima con la Virgen de Guadalupe, a la que cariñosamente llamaban “Mamita”, un término mestizo que reafirmaba su identidad como madres y su aspiración a la pureza (Paredes, 1992).

3.2.3 Etapa III: La Chola en la Bohemia Sucreña (1920-1950)

Esta etapa marca un punto de divergencia crucial en la evolución de la chola sucreña, distinguiéndose de sus contrapartes en otras regiones. La pérdida de la sede de gobierno, junto con el poder ejecutivo y legislativo de la capital en la Guerra Federal de 1899 generó un profundo sentimiento de derrota y nostalgia entre la población. Este trauma histórico, en lugar de debilitar la cultura, inspiró un movimiento artístico e intelectual conocido como la “bohemia sucreña.” La chola, y específicamente la “chola chichera” (vendedora de chicha), se convirtió en el epicentro de este movimiento. Las chicherías no eran solo centros de comercio, sino espacios de encuentro social y artístico donde la élite bohemia, compuesta por poetas y músicos, se relacionaba con las cholos (Gantier & Zamora, 2022). De esta interacción surgió un mestizaje cultural e idiomático único, plasmado en obras literarias, cuecas y coplas. El estribillo de la copla “Caymari vida” (una



mezcla de quechua y español) es un ejemplo tangible de esta fusión cultural, demostrando que la chola sucreña era una participante activa y una musa de la creación artística (Paredes, 1992). Su identidad se forjó, por lo tanto, no sólo en torno al comercio, sino a la intelectualidad y el arte, lo que le otorga un capital simbólico distintivo.

3.2.4 Etapa IV: Del Personaje Folclórico al Desafío de la Identidad (1950-1990)

Durante este período, la figura de la chola comenzó a ser idealizada y, en cierta medida, “folclorizada” en la memoria colectiva. La chola de campo, humilde y trabajadora, fue gradualmente reemplazada por una imagen idealizada, alegre y representativa de las fiestas de la ciudad (Tenesaca, 2016). Este proceso de folclorización, si bien ayudó a preservar la vestimenta en el imaginario popular, también creó una tensión para las mujeres que la usaban en su vida diaria. La chola enfrentaba la discriminación y el menosprecio social, lo que llevó a muchas mujeres a adoptar la vestimenta occidental (conocida como ser “mujeres de vestido”) para evitar la estigmatización y la exclusión (Díaz, 2016). Esta tensión entre la tradición y la modernidad se convirtió en un proceso de constante negociación identitaria.

3.2.5 Etapa V: Resurgimiento y Empoderamiento (1990-2010)

Hacia finales del siglo XX, se produjo un cambio fundamental en la percepción social de la chola. La vestimenta, que antes era un marcador de marginalidad, se convirtió en un símbolo de orgullo y resistencia. La chola paceña, en particular, utilizó las festividades del Gran Poder para reivindicar su lugar en la sociedad y exhibir su creciente poder económico a través de la ostentación de sus trajes y joyas. Esta reivindicación se extendió a otros ámbitos, con el surgimiento de los primeros certámenes de belleza “Miss Cholita” y la incursión de mujeres de pollera en la política y los medios de comunicación, con figuras icónicas como Remedios Loza. Este resurgimiento demostró que la identidad de la chola no era un vestigio del pasado, sino una fuerza cultural dinámica y en constante evolución (Cárdenas, 2018).

3.2.6 Etapa VI: Eje de la Innovación y el Rol Actual (2010-2025)

En la actualidad, la figura de la chola ha trascendido su estatus de ícono cultural para convertirse en un motor de la innovación y un pilar de la economía creativa. Se observa una fusión entre la moda andina y la occidental, con la aparición de la “Chola Paceña Fashion” que transgrede la vestimenta tradicional con blusas escotadas y mantas transparentes, demostrando una apropiación creativa y moderna (Anzoleaga, 2023). La figura de la chola se ha integrado a movimientos globales, como las “Imilla Skate” de Cochabamba, donde las jóvenes patinadoras usan la pollera como un acto de empoderamiento femenino que fusiona el deporte, la moda y la identidad (Sandoval, 2020). Esta visibilidad ha impulsado una poderosa industria de la moda que mueve millones de bolivianos, con diseñadores y pasarelas que exhiben trajes que son tanto indicadores de etnicidad como de opulencia. La chola ha pasado de ser un sujeto de discriminación a una fuente de inspiración y un símbolo de “fuerza y libertad”, consolidando su papel en el comercio y el mercado informal, elementos clave de la economía boliviana (Loza, 2021).



Tabla 1: comparativa interregional de las Cholas Bolivianas

Característica	Chola Sucreña	Chola Paceña	Chola Cochabambina	Chola Orureña
Indumentaria Clave	<p>Pollera de plisado fino sin alforzas.</p> <p>Sombrero de copa alta y ala plana mediana.</p> <p>Manta bordada, ligera, con adornos florales.</p>	<p>Pollera larga, con cuatro alforzas y pliegues anchos.</p> <p>Sombrero bombín de copa baja (“Borsalino”).</p> <p>Manta larga, gruesa, con flecadura tejida en macramé.</p>	<p>Pollera más corta (encima de la rodilla), de plisado menudo y alforzas delgadas.</p> <p>Sombrero de copa alta y color blanco.</p> <p>Blusa con mangas abombadas.</p>	<p>Pollera de plisado perfecto.</p> <p>Sombrero de colores caña o plomo, de copa baja y ala corta, inclinado.</p> <p>Manta bordada o aguayo.</p>
Rasgos Distintivos	<p>Ausencia de alforzas y plisado fino.</p> <p>Sombrero de copa alta con ala plana.</p> <p>El cabello se adorna con una flor en la oreja.</p>	<p>Pollera de gran longitud con volado y enaguas de encaje.</p> <p>Joyería ostentosa de oro, plata o platino.</p> <p>La forma de usar el sombrero indica el estado civil.</p>	<p>Pollera más corta y telas ligeras. Calzado en sandalias con o sin tacón bajo.</p>	<p>Pollera con detalles de plisado muy cuidados.</p> <p>Blusas ligeras con pliegues ornamentales.</p> <p>Zapatos tradicionales de charol.</p>
Simbolismo Cultural	<p>Musa intelectual de la bohemia, resiliencia ante la pérdida.</p> <p>Símbolo de religiosidad particular a la Virgen de Guadalupe.</p>	<p>Opulencia, estatus social y económico.</p> <p>Símbolo de poder y liderazgo político.</p> <p>Liderazgo en el comercio informal.</p>	<p>Identidad híbrida entre lo rural y lo urbano.</p> <p>Símbolo de empoderamiento a través del deporte y la moda (“Imilla Skate”).</p>	<p>Representación de la tradición y el folclore, especialmente en el Carnaval de Oruro.</p> <p>Conexión con la música y danza tradicional.</p>
Carácter/Esencia Distintiva	<p>Artística e intelectual.</p> <p>Representa la hibridez del pasado aristocrático y el mestizaje popular.</p> <p>Su esencia está ligada a la poesía y la música de la bohemia.</p>	<p>Empresarial, resiliente y de gran poder económico.</p> <p>Su identidad se reafirma en la ostentación y el desafío a la discriminación.</p>	<p>Carácter moderno y transgresor, fusionando lo tradicional con lo contemporáneo.</p>	<p>Esencia folclórica, guardiana de la danza y las tradiciones del altiplano.</p>

Fuente: Desarrollado en base a (Aguirre, 2015; Anzoleaga, 2023; Diaz, 2016; Gantier & Zamora, 2022; Loza, 2021; Paredes, 1992; Sandoval, 2020; Tenesaca, 2016)



El análisis de la tabla revela que, si bien todas las cholas son emblemas de resistencia y orgullo cultural, sus identidades se manifiestan de manera distinta. La chola paceña, impulsada por un poder económico emergente y la necesidad de revertir estereotipos negativos (Cárdenas, 2018), construyó su imagen en torno a la opulencia y el liderazgo. Su vestimenta, con su joyería ostentosa y sus amplias polleras, es una declaración pública de su éxito (Maclean, 2018).

La chola sucrense, en cambio, se distingue por su arraigo a la historia y la estética bohemia. Su capital simbólico no se basa en la opulencia visible, sino en una herencia de intelectualidad y arte. El plisado de su pollera fina, y la ausencia de alforzas son detalles sutiles, pero que reflejan una estética diferente, más sobria y artesanal. Esta distinción, forjada por su inclinación bohemia y la búsqueda de una identidad a través de la cultura, la posiciona de manera única en el panorama nacional (Gantier & Zamora, 2022; Paredes, 1992).

3.3 La Chola Sucrense en la economía creativa

3.3.1 Economía Cultural

La Economía Cultural se centra en la preservación del patrimonio y la dinamización de las artes tradicionales y el folclore. La figura de la Chola Sucrense se encuentra intrínsecamente ligada a este ámbito, actuando como un pilar fundamental para la transmisión y monetización de la herencia cultural de la región.

3.3.1.1 Artes Escénicas: Música y Danza

La Chola Sucrense está profundamente conectada con la música y la danza folclórica de la región. Su presencia es vital en la interpretación de bailes como la cueca sucrense, una danza que, a través de sus movimientos, ritmos y vestimenta, expresa el espíritu romántico y regional de la ciudad (Ríos, 2019). Este vínculo se manifiesta en celebraciones religiosas y festivales, donde las cholas de Chuquisaca “acuden a la capilla a cantar sus coplas a la Virgen” de Guadalupe, en una tradición que fusiona la fe con la expresión artística (Ríos, 2004).

La danza y la música folclórica han trascendido el ámbito puramente cultural para convertirse en un motor económico. La existencia de una industria de trajes típicos como los “Trajes de Cueca - Cholita”, evidencia la monetización directa de estas prácticas. Este fenómeno demuestra que el folclore no es solo una manifestación cultural, sino un catalizador para una microeconomía de artesanos y comerciantes. La capacidad de las cholas para adaptar y difundir sus bailes en plataformas digitales como TikTok también es un factor clave, permitiendo que esta tradición gane visibilidad y demuestre una transmisión cultural que se extiende a través de los nuevos medios. La figura de la chola, a través de su arte, se ha transformado de una práctica comunitaria a un producto de consumo, un desarrollo que plantea un equilibrio entre la monetización y la preservación de la autenticidad cultural (Miradas, 2024).

3.3.1.2 Patrimonio Cultural: Artesanía y Patrimonio Vivo

La vestimenta de la chola es un claro ejemplo de patrimonio cultural inmaterial (PCI), definido como los conocimientos y tradiciones heredados que se transmiten a las futuras generaciones,



incluyendo oficios y artesanías. En este sentido, la propuesta de ley de 2020 para declarar a la “chola boliviana” como patrimonio cultural e inmaterial del país representa un paso crucial en la validación oficial de su figura (Correo del Sur, 2020). Dicho reconocimiento genera beneficios económicos significativos, ya que la “marca UNESCO” atribuye un valor añadido que puede impulsar la economía local (García & Jiménez, 2022).

Este proceso de valoración cultural tiene un efecto multiplicador. Una vez que la vestimenta de la chola es reconocida a nivel nacional o internacional, su valor simbólico se dispara. Esto, a su vez, aumenta el interés de los turistas que buscan una experiencia cultural auténtica, lo que crea una demanda por productos y servicios asociados. El caso de las bordadoras de trajes de tehuana en Oaxaca, México, sirve como un paralelo inspirador, ya que su labor artesanal les permite no solo preservar técnicas ancestrales, sino también generar ingresos que contribuyen a la autosuficiencia económica de sus familias (Avendaño et al., 2024). La existencia de exposiciones dedicadas, como la de “Trajes de Chola” en el Museo Costumbrista de Sucre, valida su importancia como objeto de valor patrimonial que debe ser expuesto y conservado para las generaciones futuras (Casa Deheza, 2024), completando así una cadena de valor que transforma un activo simbólico en una fuente tangible de crecimiento económico.

3.3.1.3 Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural

La figura de la Chola Sucrense también está profundamente arraigada en el patrimonio gastronómico local. Su imagen es un símbolo de la cocina tradicional, y su presencia se asocia con los “pequeños comedores públicos” que sirven “viandas criollas”, conservando la tradición culinaria de la región (Ríos, 2004). Esta conexión crea una sinergia directa con el turismo cultural. Los turistas que visitan La Paz, por ejemplo, valoran la convivencia diaria con la chola paceña, considerándola “parte del atractivo turístico” (AFP, 2016). En este contexto, la Chola Sucrense puede convertirse en un punto focal para el turismo de nicho, ofreciendo experiencias que combinan la vestimenta, la danza y la gastronomía para una inmersión completa en la cultura local.

3.3.2 Industrias Creativas

Las Industrias Creativas se caracterizan por la generación de productos y servicios con un valor simbólico. La figura de la Chola Sucrense ha demostrado una capacidad notable para adaptarse a este sector, proyectando su identidad en medios y formatos que van más allá de lo tradicional.

3.3.2.1 Industrias Culturales Convencionales

Editorial: La chola ha sido un tema recurrente en la literatura reciente. Obras como la colección de cuentos Chola Salvation de Estella Gonzalez exploran y re-imaginan la identidad de la mujer latina en contextos contemporáneos, confrontando temas como el mestizaje, el racismo y la identidad (Pérez, 2023). A su vez, libros infantiles como



Las Cholitas de Bolivia de Claudia Bellante presentan la figura de las cholitas luchadoras, convirtiéndolas en modelos a seguir que desafían prejuicios y empoderan a las nuevas generaciones. Esta presencia en la literatura es una estrategia de preservación cultural y fortalecimiento de la narrativa identitaria (Bellante, 2020).

Audiovisual: El cine y el documental han sido herramientas poderosas para proyectar la figura de la cholita a nivel global. El documental español *Cholitas* es un ejemplo destacado, siguiendo a cinco mujeres indígenas bolivianas en su expedición para escalar el Aconcagua. El filme, que fue nominado a los Premios Goya, presenta la vestimenta tradicional como un símbolo de “liberación y empoderamiento”. Este tipo de producciones demuestra que la narrativa de la cholita posee un atractivo internacional, capaz de generar productos cinematográficos de alto perfil que aumentan su visibilidad y atraen la atención hacia su cultura (Goya, 2021).

3.3.2.2 Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software

Diseño y Moda: El sector de la moda ha sido uno de los más dinámicos en la revalorización de la figura de la cholita. La vestimenta tradicional ha evolucionado de un simple atuendo a un fenómeno de moda y un símbolo de estatus (Friedman, 2016). Diseñadores como Eliana Paco, quien ha llevado la moda de la “cholita paceña” a las pasarelas de Nueva York, y Gilder Beltrán, que ha profesionalizado el diseño y la confección, demuestran la existencia de una industria de alta costura local con potencial de exportación (Red Uno, 2023). El alto costo de los atuendos, que pueden superar los 10,000 dólares para festivales importantes, demuestra la existencia de un mercado de lujo para esta indumentaria (Friedman, 2016).

Este resurgimiento de la moda de la cholita es un reflejo de un cambio social y económico más profundo. La vestimenta, que en el pasado fue un “símbolo de discriminación” y un signo de marginación, es ahora un “símbolo de estatus” y orgullo. Este cambio es impulsado por el creciente poder económico y político de la población indígena y mestiza de Bolivia (Friedman, 2016). La capacidad de estas mujeres para invertir grandes sumas en su vestimenta tradicional transforma el significado social del traje, convirtiéndolo en una poderosa afirmación de identidad y poder de consumo. Este sector también se alinea con la tendencia global de la moda sostenible, ya que el enfoque tradicional, con su énfasis en la artesanía, el uso de materiales locales y la producción cuidadosa, se presenta como una estrategia de “resiliencia económica y diversidad cultural” (Maclean, 2018).

Publicidad y Tecnología Digital: La tecnología digital ha sido fundamental para la proyección contemporánea de la figura de la cholita. En plataformas como TikTok, su imagen se ha viralizado, mostrando no solo la danza tradicional, sino también a mujeres que desafían estereotipos al practicar deportes como el skateboarding o al participar en eventos de lucha libre. Esta capacidad para fusionar tradición y modernidad ha convertido a la cholita en un ícono de marca y modelo profesional en campañas publicitarias y comerciales (Sandoval, 2020; Silva, 2023).



Tabla 2: Conexión y oportunidades de la chola sucrense con la economía creativa

Sector de la Economía Creativa	Conexión con la Chola Sucrense	Oportunidades de Negocio
Economía Cultural		
Artes Escénicas: Música y Danza	La chola está intrínsecamente ligada a bailes folclóricos como la cueca sucrense y participa en festivales donde canta coplas tradicionales.	Desarrollo de una industria de trajes típicos. Monetización de las danzas y música folclórica a través de espectáculos festivos.
Patrimonio Cultural: Artesanía y Patrimonio Vivo	Su vestimenta y oficios asociados (bordado, confección) son reconocidos como patrimonio cultural inmaterial. Su figura es un pilar para la transmisión de la herencia cultural.	Profesionalización de la labor artesanal para generar autosuficiencia económica. Impulso del turismo y la economía local a través del reconocimiento como patrimonio cultural.
Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural	La chola es un ícono asociado a la cocina tradicional de Sucre y su presencia se valora como un atractivo turístico.	Creación de experiencias de turismo de nicho que integren la danza, vestimenta y gastronomía local.
Industrias Creativas		
Editorial	Es un tema recurrente en la literatura, con obras que exploran su identidad y la presentan como un modelo a seguir.	Publicación de cuentos y novelas que fortalezcan la narrativa cultural y la identidad local.
Audiovisual	La figura de la chola es protagonista de documentales de renombre internacional que la presentan como un símbolo de empoderamiento.	Producción de películas, series y documentales que proyecten su imagen a nivel global, atrayendo inversión y visibilidad.
Diseño y Moda	La vestimenta de la chola ha evolucionado de un atuendo tradicional a un fenómeno de alta costura, siendo un símbolo de estatus y orgullo.	Creación de una industria de lujo local con potencial de exportación. Desarrollo de prácticas alineadas con la moda sostenible y el "slow fashion".
Publicidad y Medios Digitales	La chola es un ícono de marca y modelo profesional en campañas publicitarias. Su imagen se viraliza en redes sociales al fusionar tradición y modernidad.	Democratización de la promoción cultural y monetización de su imagen a través de campañas de branding, modelaje y creación de contenido en plataformas digitales.

Fuente: Desarrollado en base a (Avendaño et al., 2024; Bellante, 2020; Casa Deheza, 2024; Correo del Sur, 2020; Friedman, 2016; García & Jiménez, 2022; Goya, 2021; Miradas, 2024; Pérez, 2023; Ríos, 2019)



3.4 Casos de Estudio Internacionales

La selección de los casos de estudio se ha realizado con base en su relevancia y la disponibilidad de documentación académica reciente, procedente de bases de datos de investigación reconocidas. Se ha optado por un caso destacado por continente (Asia, Europa, África, Oceanía y América del Sur) para obtener una perspectiva geográficamente diversa de las estrategias exitosas. Como referente nacional, se ha incluido a la Chola Paceña, cuya vestimenta y actividad económica asociada están mejor documentadas.

3.4.1 Asia: El Hanbok Surcoreano

El Hanbok, la vestimenta tradicional coreana, ha pasado de ser un traje formal o ceremonial a un fenómeno global. Su revitalización no ha sido un proceso orgánico, sino el resultado de una estrategia de marca cultural cuidadosamente planificada, catalizada por el fenómeno Hallyu (la ola coreana). Se ha creado un ecosistema que vincula el Hanbok con la modernidad a través de medios digitales y el entretenimiento. La vestimenta aparece prominentemente en dramas históricos, videos musicales de K-pop y plataformas de redes sociales, lo que ha generado una nueva identidad coreana que es tanto tradicional como contemporánea (Roh et al., 2024).

Esta estrategia ha llevado a la diversificación de productos, con la creación de las categorías “Life Hanbok” y “New Hanbok” para el uso diario. Estos nuevos diseños mantienen la estética del Hanbok pero utilizan materiales y cortes modernos para adaptarse a la vida cotidiana (Park & Shim, 2016). El valor económico no solo proviene de la venta de los trajes, sino del ecosistema de marca que se ha construido alrededor, lo que convierte a la vestimenta en un motor de exportación cultural. Los estudios demuestran que el “branding cultural” ha sido un factor clave en el éxito global del Hallyu, redefiniendo la identidad cultural de Corea y proyectándola como un activo de consumo universal (Bae et al., 2016; Roh et al., 2024).

3.4.2 Europa: El Tartán Escocés

El tartán, el tejido distintivo de Escocia, ha logrado trascender su historia para convertirse en un activo económico lucrativo. Su éxito se basa en su profundo simbolismo como identidad nacional y su poderosa conexión con una diáspora global masiva, estimada en entre 40 y 60 millones de personas. Este capital social, mantenido a través de una “Orientación a la Patria” (Homeland Orientation), ha creado un mercado global sólido y resiliente (Killian, 2016).

El valor del tartán reside en su capacidad para evocar emociones y pertenencia, lo que se traduce en oportunidades comerciales rentables (Courtney, 2023). Además de la moda, el tartán es un pilar del turismo cultural escocés, que ha sido un motor clave del crecimiento económico del país (Natwest, 2025). A pesar de los desafíos geopolíticos y la incertidumbre económica, los sectores de servicios, viajes y turismo en Escocia han mostrado un fuerte desempeño. La historia del tartán demuestra que el capital de una diáspora es un activo económico invaluable que reduce la dependencia de un solo mercado y fortalece la resiliencia (Scottish economic insights, 2025).



3.4.3 África: El Kente Ghanés

El tejido Kente de Ghana representa un caso fascinante de sostenibilidad intrínseca. Los estudios revelan que la producción tradicional del Kente se alinea con los principios de la economía circular, utilizando telares manuales, reutilizando hilos y empleando tintes naturales a base de plantas. Esta práctica ancestral promueve la minimización de residuos y la eficiencia de los recursos, lo que lo convierte en un modelo de producción ecológico (Solomon et al., 2025).

A pesar de su valor cultural y ambiental inherente, la industria del Kente enfrenta desafíos significativos en el mercado global. Compite con importaciones de bajo costo, sufre la disminución de los conocimientos tradicionales entre las generaciones más jóvenes, y enfrenta obstáculos como la falta de apoyo institucional y la inadecuada protección de la propiedad intelectual (Daitey et al., 2025). El caso del Kente subraya que el valor intrínseco de un producto, basado en su autenticidad y sostenibilidad, no es suficiente para garantizar el éxito si no cuenta con políticas públicas de apoyo y mecanismos para protegerlo de las fuerzas del mercado global. Para prosperar, el Kente necesita convertir su “superioridad moral” en una ventaja competitiva tangible a través de la educación, la colaboración entre artesanos y diseñadores, y el apoyo gubernamental (Narte et al., 2025).

3.4.4 Oceanía: El Tapa Cloth de Fiyi

El Tapa Cloth, un tejido de corteza tradicional de Fiyi, ilustra cómo un emprendimiento a microescala puede dinamizar el desarrollo económico local a través de la innovación y la adaptación digital. El caso de la diseñadora Wati Talavutu, fundadora de la empresa Creations 23, es un claro ejemplo. Durante la pandemia, cuando su tienda física tuvo que cerrar, ella adaptó su negocio, vendiendo sus productos a nivel internacional a través de plataformas digitales como Facebook e Instagram (WIPO, 2024).

Wati ha diversificado su línea de productos, aplicando el arte del Tapa Cloth a una variedad de artículos, desde decoración del hogar hasta vestimenta contemporánea e incluso logotipos para empresas locales. Ella también se ha centrado en la sostenibilidad social y ambiental, cultivando sus propios árboles de morera para asegurar la materia prima y ofreciendo capacitación a mujeres de la comunidad, a las que planea contratar. Este caso demuestra la importancia de la agilidad empresarial, la integración de la tecnología y la protección de la propiedad intelectual, lo que permite a los pequeños emprendedores superar las barreras geográficas y de recursos para alcanzar mercados globales (WIPO, 2024).

3.4.5 América del Sur: Los Textiles de Otavalo (Ecuador)

El pueblo kichwa de Otavalo en Ecuador es reconocido como un “modelo a seguir” en América del Sur por su desarrollo económico endógeno, basado en las redes familiares y la habilidad ancestral en la producción y exportación de artesanías textiles de alto valor étnico (Krainer & Guerra, 2012). El sector textil es un pilar fundamental de la economía local, generando un Valor Agregado Bruto significativo para el cantón (Revista Gestión, 2024).



A pesar de este éxito comunitario, la industria de Otavalo enfrenta desafíos sistémicos. Los estudios señalan la falta de apoyo estatal en áreas críticas como el financiamiento, la capacitación y la protección contra el contrabando de textiles de bajo costo. Este caso ilustra la tensión entre la autosuficiencia comunitaria, que impulsa la economía familiar, y la necesidad de un apoyo gubernamental coordinado para alcanzar una sostenibilidad y escalabilidad a largo plazo (Chávez & Yacelga, 2019).

3.4.6 Bolivia: La Chola Paceña

La vestimenta de la chola paceña es un poderoso símbolo de identidad que, en los últimos años, también se ha convertido en un motor económico significativo. La vestimenta ha evolucionado de un “pastiche cultural” adoptado para el ascenso social en la época colonial a un símbolo de “poder económico” en la actualidad (Naciones Unidas Bolivia, 2022; Querejazu, 2013).

El sector de la confección de la pollera es un empleador importante, con alrededor de 2,383 mujeres cuentapropistas dedicadas a su elaboración en las ciudades de La Paz y El Alto. Sin embargo, el principal motor de la economía de la chola es el turismo cultural y las festividades folclóricas, en particular la fiesta del Gran Poder, que mueve millones de bolivianos y genera una cadena de valor que abarca desde la confección y la joyería hasta la gastronomía y los servicios de alojamiento (Maydana, 2021; Unifranz, 2024).

De esta manera, en la siguiente tabla se presenta una comparativa de estos 6 casos a nivel global:

Tabla 3: Comparativa del Impacto Económico y Cultural

Parámetro	Chola Paceña (Bolivia)	Hanbok (Corea del Sur)	Tartán (Escocia)	Kente (Ghana)	Tapa Cloth (Fiyi)	Textiles de Otavalo (Ecuador)
Crecimiento de empleos y negocios	Alrededor de 2,383 mujeres cuentapropistas en la confección de polleras, con proliferación de escuelas de modelaje y tiendas especializadas.	Creación de nuevas categorías (“Life Hanbok”, “New Hanbok”) que diversifican el mercado y crean nuevos nichos de empleo. Creación de nuevas categorías (“Life Hanbok”, “New Hanbok”) que diversifican el mercado y crean nuevos nichos de empleo.	Industria de tejidos y confección que genera empleo, desde pequeños productores hasta grandes molinos textiles comerciales.	Empleo artesanal, aunque enfrenta desafíos de competencia y falta de apoyo. Necesita inversión en educación y protección para crecer.	Micro-emprendimiento que genera empleo directo (ej. 2 empleados en el caso de estudio) y oportunidades de capacitación para la comunidad.	Modelo de empresa familiar y comunitaria que genera empleo y acumulación de capital, especializándose en producción artesanal.



Parámetro	Chola Paceaña (Bolivia)	Hanbok (Corea del Sur)	Tartán (Escocia)	Kente (Ghana)	Tapa Cloth (Fiyi)	Textiles de Otavalo (Ecuador)
Aumento de ingresos y flujo económico	Festivales como el Gran Poder mueven anualmente alrededor de 500 millones de bolivianos, impulsando ventas de vestimenta, joyería y servicios asociados.	La industria del Hanbok es parte del multimillonario mercado de la moda en Asia y un componente clave de la "ola coreana" (Hallyu).	El turismo y la diáspora impulsan el flujo de ingresos. El sector de viajes y turismo es un motor clave del crecimiento económico de Escocia.	El potencial económico es alto, pero la industria se ve afectada por fluctuaciones de la demanda y la competencia de importaciones baratas.	Los productos se venden a nivel local e internacional, generando un flujo de ingresos que ha permitido la expansión del negocio y el empleo.	El sector textil y de manufactura es un pilar económico que genera más de 100 millones de USD de valor agregado anual para el cantón.
Innovación y diversificación de productos	Innovación impulsada por la moda y los eventos sociales, con diseñadores que adaptan la vestimenta (ej. blusas con nuevos cortes, diferentes tipos de poleras) y accesorios.	Fuerte diversificación en "New Hanbok" para uso diario, adaptando la vestimenta a estilos de vida modernos y fusionando la tradición con tendencias globales.	Se considera un "activo vivo" que se reinventa constantemente, adaptando el tejido para moda sostenible y piezas de diseño de alta gama.	Se mezcla con tendencias contemporáneas para ganar atractivo global, pero la falta de acceso a materiales y el apoyo limitan la diversificación a gran escala.	Gran diversificación de productos, desde piezas de pared y decoración para el hogar hasta vestimenta tradicional y moderna, e incluso diseño de logos.	Productos de alto valor étnico, con exportación de artesanías textiles. La innovación se centra en mantener la tradición para la apreciación internacional.
Atracción de turismo cultural	Los festivales folclóricos son el principal motor de la atracción turística, donde la vestimenta se convierte en el centro del evento y en un poderoso imán cultural.	Fuerte vínculo con el turismo cultural a través de la "ola coreana" (Hallyu), generando interés en la cultura y la vestimenta tradicional en todo el mundo.	El tartán es un símbolo clave del turismo en Escocia. Los turistas buscan experiencias auténticas y conectadas con la herencia y la historia.	Tiene un potencial significativo, ya que el Kente es un ícono cultural. Sin embargo, la industria necesita más visibilidad y apoyo para convertirse en un atractivo turístico masivo.	El Tapa Cloth se utiliza en la promoción de "Tourism Fiji" y es una parte fundamental de la oferta cultural para los visitantes.	Otavalo atrae a visitantes por su mercado artesanal y su rica herencia cultural, lo que impulsa la economía del cantón a través de la compra de productos textiles.
Reconocimiento y valor de marca	Alto valor simbólico de marca como representativo del "poder económico" y de la identidad paceña. Eventos de moda y transmisiones en línea amplían su reconocimiento.	Gran valor de marca global, impulsado por el Hallyu. El Hanbok se ha convertido en una pieza clave del "capital cultural" coreano a nivel mundial.	Es un símbolo cultural globalmente reconocido de Escocia y un activo de marca para la diáspora. Su historia y longevidad le otorgan una credibilidad única.	Es un símbolo cultural muy valorado en Ghana, pero su valor de marca es local. Se necesita una estrategia para proteger la propiedad intelectual y elevar su estatus global.	El valor de marca se construye a nivel de micro-emprendimiento. La protección de la propiedad intelectual es un paso crucial para expandir la marca y evitar la falsificación.	Su valor de marca se basa en la reputación artesanal del pueblo kichwa de Otavalo, reconocida internacionalmente a través de la exportación de artesanías.
Sostenibilidad social y ambiental	Sostenibilidad social a través de la creación de empleo para mujeres cuentapropistas. La producción es artesanal, aunque no hay información específica sobre la sostenibilidad ambiental de los materiales.	La industria se ha movido hacia la sostenibilidad y la transparencia para responder a las nuevas demandas del mercado, aunque es parte de la industria de la moda global que aún enfrenta críticas.	La producción de tartán se ha convertido en un "vehículo para la producción sostenible" con nuevos molinos que se centran en prácticas ecológicas y en la trazabilidad de los materiales.	Es un modelo de economía circular intrínseco. La producción es manual, sin químicos, con reutilización de materiales y tintes naturales. Enfrenta amenazas de importaciones contaminantes.	El emprendimiento busca la sostenibilidad ambiental a través del cultivo de materia prima y la sostenibilidad social mediante la capacitación de mujeres en la comunidad.	El modelo endógeno utiliza materiales propios. Sin embargo, el contrabando de textiles de bajo costo y los desafíos de financiamiento amenazan la sostenibilidad a largo plazo.



Parámetro	Chola Paceña (Bolivia)	Hanbok (Corea del Sur)	Tartán (Escocia)	Kente (Ghana)	Tapa Cloth (Fiyi)	Textiles de Otavalo (Ecuador)
Fortalecimiento de la identidad cultural	La vestimenta es un símbolo de identidad cultural y un marcador de "poder y prestigio". La popularidad ha trascendido las fronteras generacionales con la adopción de nuevas categorías de consumidores.	Fortalecimiento de la identidad cultural coreana a través de la recontextualización del Hanbok para las nuevas generaciones y un público global.	Fuerte conexión con la diáspora, manteniendo la identidad a través de la vestimenta. Su historia conflictiva se ha transformado en un símbolo de resiliencia y orgullo.	Es central para la identidad ghanesa, simbolizando conocimiento, historia y estatus social. Su preservación es un esfuerzo de revitalización cultural.	El Tapa Cloth es un tesoro cultural de las Islas del Pacífico. La innovación en el diseño fortalece la identidad al llevar el arte tradicional a nuevos contextos modernos.	La vestimenta y los tejidos son un medio de transmisión de la identidad, la historia y la información sociocultural. La artesanía es un pilar de la identidad kichwa.

Fuente: Desarrollado en base a (Chávez & Yacelga, 2019; Courtney, 2023; Daitey et al., 2025; Killian, 2016; Naciones Unidas Bolivia, 2022; Narte et al., 2025; Natwest, 2025; Park & Shim, 2016; Revista Gestión, 2024; Roh et al., 2024; Solomon et al., 2025; Unifranz, 2024; WIPO, 2024)

Los casos analizados demuestran que la vestimenta tradicional puede ser un potente motor de la economía creativa si se capitaliza a través de estrategias bien definidas, la ejecución de estas estrategias, que requieren la colaboración entre artesanos, diseñadores, el sector turístico y las autoridades locales, puede transformar el potencial cultural de la Chola Sucrense en un motor económico sostenible y escalable para Sucre.

3.5 Propuestas de impulso la figura de la Chola Sucrense

3.5.1 Oportunidades Clave para el Desarrollo Económico

3.5.1.1 Oportunidades de Negocio en la Economía Creativa

El valor de la Chola Sucrense se puede monetizar a través de una cadena de valor que integra su herencia cultural con las demandas del mercado.

Moday Diseño: Existe un potencial de negocio en el diseño de autor y el slow fashion, reinterpretando elementos de su vestimenta para crear líneas de ropa y accesorios contemporáneos. Esto se alinea con la creciente demanda de los consumidores por productos con una narrativa cultural y un origen ético.

Artesanía y Patrimonio: El reconocimiento oficial de la vestimenta como patrimonio cultural inmaterial, como ha propuesto una ley para la “chola boliviana”, aumenta su valor simbólico y genera un “efecto multiplicador” en la economía local. La profesionalización de oficios como el bordado puede generar autosuficiencia económica para las artesanas, tal como en el caso de las bordadoras de tehuana en México.

Turismo de Experiencia: La figura de la chola, asociada a la gastronomía tradicional y la danza (cueca sucrense), es una base sólida para el turismo de nicho. La inversión en la preservación del patrimonio cultural se correlaciona con un aumento de los retornos económicos a través del turismo sostenible y la creación de empleo.



3.5.1.2 Oportunidades de Marca

La Chola Sucrense tiene el potencial de convertirse en un activo de “poder blando” y de marca para la ciudad de Sucre. Su arraigo en la historia intelectual y la estética bohemia puede ser la base para una estrategia de marca de ciudad única que la posicione como un centro de cultura, arte y autenticidad.

3.5.2 Desafíos

3.5.2.1 Competencia y Comercialización

La vestimenta tradicional enfrenta la competencia de las importaciones de bajo costo y las imitaciones. El modelo de producción masiva del fast fashion, basado en la velocidad y el bajo precio, se opone directamente al enfoque artesanal y de alta calidad de la vestimenta de la chola. El desafío es posicionar la autenticidad y el tiempo de producción como atributos de lujo y valor.

3.5.2.2 Protección de la Propiedad Intelectual (PI)

La falta de conciencia sobre los derechos de PI y la débil aplicación de las leyes son obstáculos significativos. Sin embargo, el desafío principal es de naturaleza sistémica: el marco legal de la PI, basado en la noción de autoría individual, es inadecuado para proteger el conocimiento colectivo de las “expresiones culturales tradicionales” (TCE). La falta de un consenso internacional en este tema hace que las comunidades sean vulnerables a la apropiación cultural.

3.5.3 Estrategias y Diversificación

Para superar los desafíos, se deben implementar estrategias que unan creatividad, tradición y mercado.

Co-creación: La colaboración entre diseñadores y artesanos puede crear nuevos conceptos de productos que unan la tradición con la modernidad, ayudando a los artesanos a adaptar sus técnicas a las demandas del mercado.

Experiencia de Valor: Los modelos de negocio deben ir más allá de la venta de productos para crear una experiencia auténtica para el consumidor. Esto incluye ofrecer talleres, visitas guiadas y degustaciones de gastronomía tradicional, construyendo así un valor de marca basado en la narrativa cultural.

Diversificación: Es clave crear sub-marcas o líneas de productos que adapten elementos de la vestimenta tradicional para el uso diario sin diluir la marca principal, como en el caso del “New Hanbok” de Corea del Sur.

3.5.4 Estrategias de Política Pública

La transformación de la Chola Sucrense requiere apoyo estatal coordinado.



Modelo Híbrido: Se propone un modelo de política cultural que combine el enfoque patronal (el estado financia a través de entidades autónomas para evitar politización) y el liberal (incentivos fiscales y protección de la PI para fomentar la inversión privada).

Acciones Clave: El gobierno debe crear programas de apoyo financiero y capacitación en gestión y marketing para los artesanos. Es crucial fortalecer el marco legal y abogar por un sistema que proteja las expresiones culturales tradicionales (TCE) contra la apropiación. Además, se debe invertir en la promoción de la Chola Sucrense como un activo de marca nacional, movilizándolo a la diáspora para fortalecer el mercado global.

3.5.5 Tecnologías Digitales como Catalizador

Las tecnologías digitales son herramientas indispensables para la promoción y la innovación.

Marketing Digital y E-commerce: Las plataformas digitales permiten que los artesanos alcancen mercados globales. Las redes sociales deben usarse para contar la historia y el proceso artesanal detrás de cada pieza, construyendo un valor de marca basado en la narrativa cultural y la autenticidad.

Innovación Tecnológica: La inteligencia artificial (IA) puede optimizar el diseño de patrones y la producción para reducir el desperdicio, alineándose con la sostenibilidad. La realidad aumentada (RA) puede transformar la vestimenta de la chola en una herramienta interactiva, enriqueciendo la experiencia turística y cultural al superponer información histórica sobre la vestimenta en tiempo real.

4. CONCLUSIÓN

La Chola Sucrense ha trascendido su rol como símbolo histórico para posicionarse como un potente motor de la economía creativa y la innovación en Sucre. Su valor reside en un capital simbólico único, forjado no en la opulencia comercial, sino en una herencia intelectual y artística que se remonta a su rol como musa de la “bohemia sucrense”. Este legado distintivo ofrece la base para transformar su figura en un activo económico sostenible y en el eje de una marca de ciudad que identifique a Sucre con la cultura y la autenticidad.

La investigación establece que la vestimenta tradicional es un “activo cultural” que puede dinamizar la economía local al ser canalizado a través de industrias como la moda, el diseño y el turismo. Sin embargo, para que este desarrollo sea exitoso, debe fundamentarse en la “sostenibilidad cultural”, asegurando que la comercialización preserve y revitalice la tradición en lugar de diluirla.

Las oportunidades para la Chola Sucrense son diversas y se extienden por toda la cadena de valor creativa:

- En la moda y el diseño, existe un claro potencial para el slow fashion y las líneas de autor que reinterpreten su indumentaria para mercados contemporáneos que valoran las narrativas culturales.



- Como pilar del turismo de experiencias, su figura conecta de forma natural la danza (cueca sucrense), la gastronomía tradicional y el patrimonio vivo, permitiendo la creación de productos turísticos de nicho y alto valor.
- Las plataformas digitales ya han demostrado ser un catalizador clave, donde su imagen se ha viralizado fusionando tradición y modernidad, lo que la posiciona como un potente ícono de marca y modelo profesional.

El análisis de casos internacionales ofrece una hoja de ruta estratégica.

- El éxito del Hanbok surcoreano demuestra el poder de una marca cultural deliberada, mientras que el Tartán escocés evidencia el valor económico de conectar con una diáspora global.
- A nivel nacional, la Chola Paceña es un referente de cómo las festividades culturales pueden convertirse en motores económicos que generan un impacto masivo. No obstante, casos como el Kente ghanés advierten que la autenticidad por sí sola no es suficiente sin

políticas públicas que protejan a los artesanos de la competencia desleal y el contrabando, un desafío también presente en Bolivia.

Para capitalizar este potencial, es crucial superar desafíos como la competencia del fast fashion y la falta de un marco legal adecuado para proteger el conocimiento tradicional colectivo. Se propone una estrategia integral que combine la co-creación entre diseñadores y artesanas, la diversificación de productos y el apoyo de políticas públicas que ofrezcan financiamiento, capacitación y una promoción activa de la Chola Sucrense como un activo de marca nacional.

La implementación de estas acciones, en conjunto con el uso de tecnologías digitales, puede transformar de manera definitiva el valioso potencial cultural de la Chola Sucrense en un motor de desarrollo económico sostenible y escalable para la región.

5. BIBLIOGRAFÍA

- » AFP. (2016). Eliana Paco, embajadora de la moda de la chola boliviana en el mundo. <https://fashionunited.es/noticias/moda/eliana-paco-embajadora-de-la-moda-de-la-chola-boliviana-en-el-mundo/2016111423166>
- » Aguirre. (2015). Octavio Aguirre (nborcezi) | Scribd. <https://es.scribd.com/user/89199692/Octavio-Aguirre>
- » Al-Mujahed. (2025). The Malaysian Fashion Industry as a Catalyst for Cultural Tourism and Economic Growth: A Perspective. https://hrmars.com/papers_submitted/25510/the-malaysian-fashion-industry-as-a-catalyst-for-cultural-tourism-and-economic-growth-a-perspective.pdf



- » Amirova, Agamaliyeva, & Salehzadeh. (2024). (PDF) Cultural and historical significance of the traditional attire of the Far East. https://www.researchgate.net/publication/379284043_Cultural_and_historical_significance_of_the_traditional_attire_of_the_Far_East
- » Anzoleaga. (2023). (PDF) Identity transformation of the chola paceña fashion. https://www.researchgate.net/publication/373301141_Identity_transformation_of_the_chola_pacena_fashion
- » Avendaño, M. del C., Arango-Ramírez, P. M., & Martínez-Vargas, A. (2024). Hilos de Identidad: Aportaciones de las bordadoras de trajes de tehuana: Impacto social, económico y cultural de las mujeres en Juchitán Oaxaca (México). *Revista Prisma Social*, 47, 121-144.
- » Bae, Lee, & Kim. (2016). A Study on the Current Status of Hanbok Brands and Aesthetic Characteristics | Request PDF. https://www.researchgate.net/publication/299481509_A_Study_on_the_Current_Status_of_Hanbok_Brands_and_Aesthetic_Characteristics
- » Barrère. (2018). (PDF) Cultural heritage: Capital, commons, and heritages. https://www.researchgate.net/publication/330885848_Cultural_heritage_Capital_commons_and_heritages
- » Bellante. (2020). LAS CHOLITAS DE BOLIVIA. BELLANTE, CLAUDIA. Libro en papel. 9788468346687 Librería Salesiana. https://www.libreriasalesiana.com/libro/las-cholitas-de-bolivia_316088
- » Buitrago, & Duque. (2013). La Economía Naranja: Una oportunidad infinita. https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita?utm_source=chatgpt.com
- » Cárdenas. (2018). Vista de La chola en el imaginario de la ciudad: Decolonialidad y resistencia en Los Andes bolivianos | Estudios Artísticos. https://www.researchgate.net/publication/323350671_La_chola_en_el_imagenario_de_la_ciudad_decolonialidad_y_resistencia_en_Los_Andes_bolivianos
- » Casa Deheza. (2024). Trajes de chola | Costumbrista. <https://museocostumbrista.usfx.bo/project/trajes-de-chola/>
- » Cervera, & Bonifacio. (2024). (PDF) EL ECOMMERCE EN LA INDUSTRIA DE LA MODA EN LATINOAMÉRICA DEL 2020 A 2022. https://www.researchgate.net/publication/380562511_EL_ECOMMERCE_EN_LA_INDUSTRIA_DE_LA_MODA_EN_LATINOAMERICA_DEL_2020_A_2022
- » Chai. (2025). (PDF) The Impact of Social Media on the Promotion of Traditional Culture: A Case Study of the Horse-Face Skirt. <https://www.researchgate.net/publication/380562511>



net/publication/394864290_The_Impact_of_Social_Media_on_the_Promotion_of_Traditional_Culture_A_Case_Study_of_the_Horse-Face_Skirt

- » Chávez, & Yacelga. (2019). Análisis del impacto de las exportaciones del sector artesanal textil del cantón Otavalo en el crecimiento económico del Ecuador, período 2013–2017. <https://repositorio.puce.edu.ec/items/2ecc3f9a-650e-4479-b384-fc8c2123a759>
- » Chuanlan, & Sibeí. (2024). JTAER | Topical Collection: Exploring the Future of Creative Economy: Transforming Creative Industries through Innovation, Technology and Enhanced Consumer Engagement. https://www.mdpi.com/journal/jtaer/topical_collections/5P8PG66H21
- » Correo del Sur. (2020). Bolivia busca declarar patrimonio cultural a las icónicas cholitas. <https://correodelsur.com/politica/20200128/bolivia-busca-declarar-patrimonio-cultural-a-las-iconicas-cholitas.html>
- » Courtney. (2023). Tartan through the maker's lens: An Exploration of Tartans Romantic Inventions. https://radar.gsa.ac.uk/8998/19/2023_Courtney_Ciara_MRes.pdf
- » Cuevas. (2019). Estética chola: Identidad fronteriza en la ciudad de La Paz. https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/26528?utm_source=chatgpt.com
- » Daitey, Takyi, & Bonnah. (2025). The Revitalization and Preservation of Indigenous Ghanaian Textiles in Contemporary Fashion Design | International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS Journal). <https://sinomicsjournal.com/index.php/sj/article/view/449>
- » Diaz, M. (2016). (PDF) “ Cholitas “ conductoras de televisión, misses y modelos en Bolivia. https://www.researchgate.net/publication/319710968_Cholitas_conductoras_de_television_misses_y_modelos_en_Bolivia
- » Ebert, Harlow, Andersson, & Bjerregaard. (2016). Traditional Textile Craft—An Intangible Cultural Heritage? https://ctr.hum.ku.dk/conferences/2014/E-Book_Traditional_textile_crafts.pdf
- » Friedman. (2016). When Indigenous Fashion Hits the Runway, Details Matter—How We Get To Next. <https://www.howwegettonext.com/when-indigenous-fashion-hits-the-runway-details-matter/>
- » Gantier, & Zamora. (2022). LA BOHEMIA FOLCLÓRICA SUCRENSE Y LA CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD SOCIAL EN LA CAPITAL DE BOLIVIA



DURANTE EL SIGLO XX. <https://revistapares.com.ar/wp-content/uploads/2022/06/1.-La-Bohemia-Sucrense.pdf>

- » García, & Jiménez. (2022). (PDF) El Valor del Patrimonio Cultural Inmaterial. Métodos de estimación. https://www.researchgate.net/publication/359504150_El_Valor_del_Patrimonio_Cultural_Inmaterial_Metodos_de_estimacion
- » Goya. (2021). Cholitas » Premios Goya 2025. <https://www.premiosgoya.com/pelicula/cholitas/>
- » He, & Gao. (2025). (PDF) Digital Translation of Traditional Textiles: Interactive Design Applications Based on Chinese Fabric Motifs. https://www.researchgate.net/publication/394569121_Digital_Translation_of_Traditional_Textiles_Interactive_Design_Applications_Based_on_Chinese_Fabric_Motifs
- » Killian. (2016). The Homecoming of Tartan: How Scotland and North America Collaborate in Shaping Tartan. <https://journals.openedition.org/etudeseccossaises/1074?lang=en>
- » Krainer, A., & Guerra, M. E. (Eds.). (2012). Interculturalidad: Un acercamiento desde la investigación (1a. edición). FLACSO Ecuador.
- » Larissa, & Titisari. (2023). (PDF) TRADITIONAL ASPECTS IN SUSTAINABLE FASHION PRACTICE. https://www.researchgate.net/publication/377229928_TRADITIONAL_ASPECTS_IN_SUSTAINABLE_FASHION_PRACTICE
- » Laserna. (2023). La Economía Creativa en Bolivia: Un Motor para el Desarrollo. <https://www.cipeafrica.org/wp-content/uploads/2024/01/Economia-Creativa-en-Bolivia-espanol.pdf>
- » Loza. (2021). Este es el origen de la denominación chola y de su vestimenta. <https://www.urgente.bo/noticia/este-es-el-origen-de-la-denominaci%C3%B3n-chola-y-de-su-vestimenta>
- » Maclean. (2018). Fashion in Bolivia's cultural economy. https://www.researchgate.net/publication/329141057_Fashion_in_Bolivia's_cultural_economy
- » Madandola, & Boussaa. (2022). Full article: Cultural heritage tourism as a catalyst for sustainable development; the case of old Oyo town in Nigeria. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527258.2023.2169332>
- » Maydana. (2021, julio 20). La historia del traje de la chola. Urgentebo. <https://www.urgente.bo/noticia/la-historia-del-traje-de-la-chola>



- » McRobbie, Strutt, & Bandinelli. (2022). Fashion as Creative Economy: Micro-Enterprises in London, Berlin and Milan | Wiley. <https://www.wiley.com/en-us/Fashion+as+Creative+Economy%3A+Micro-Enterprises+in+London%2C+Berlin+and+Milan-p-9781509553860>
- » Miradas.(2024). Trajes Tradicionales de la Chola Sucreñense en la Cueca | TikTok. <https://www.tiktok.com/@noritanavarro/video/7422859419907558661>
- » Naciones Unidas Bolivia. (2022). SECTOR DE CONFECCIÓN DE POLLERAS EN LAS CIUDADES DE LA PAZ Y EL ALTO. <https://www.ilo.org/es/media/373831/download>
- » Narte, Baidoo, & Abass. (2025). Revitalizing the Daboya Weaving Industry: Challenges and Solutions, American Journal of Art and Design, Science Publishing Group. <https://www.sciencepublishinggroup.com/article/10.11648/j.ajad.20251002.17>
- » Natwest. (2025). Tourism supports Scotland's economic growth as optimism improves in the mid-market sector | NatWest Group. <https://www.natwestgroup.com/news-and-insights/news-room/press-releases/economic-analysis/2025/aug/tourism-supports-scotlands-economic-growth-as-optimism-improves-.html>
- » Nualart. (2024). La evolución sociopolítica del áo dài en Vietnam: El camino a la patrimonialización. <https://www.cultura.gob.es/mtraje-indumentadam/jcr:081e6857-3daa-4ca5-b595-1b1ef4b3165a/04cristinannualart.pdf>
- » Paredes. (1992). La Chola Boliviana. https://archivodefokloreboliviano.org/wp-content/uploads/2021/04/La_Chola_Boliviana_Antonio_Paredes_Candia.pdf
- » Park, & Shim. (2016). Modern Fashion Design Development using Morphological Characteristics of Hanbok. https://www.researchgate.net/publication/299481458_Modern_Fashion_Design_Development_using_Morphological_Characteristics_of_Hanbok
- » Pérez. (2023). (PDF) Estella Gonzalez. Chola Salvation. Arte Público Press, 2021. 208 pp. Estella Gonzalez. Chola Salvation. Arte Público Press, 2021. 208 pp. ResearchGate. <https://doi.org/10.37536/cr.2023.18.2892>
- » Querejazu, L. (2013, mayo 17). FutureChallenges » Una identidad nueva para nuevas oportunidades económicas: La chola boliviana. <https://blog.futurechallenges.org/local/una-identidad-nueva-para-nuevas-oportunidades-economicas-la-chola-boliviana/>



- » Red Uno. (2023). Gilder Beltrán, es un reconocido diseñador de elegantes vestidos de Ch... | TikTok. <https://www.tiktok.com/@redunotv/video/7269935553976585477>
- » Revista Gestión. (2024). Revista Gestión | primicias.ec | Otavalo busca consolidarse como polo económico, además de turístico y cultural. <https://revistagestion.primicias.ec/analisis-economia-y-finanzas/otavalo-busca-consolidarse-como-polo-economico-ademas-de-turistico-y/>
- » Ríos, L. (2004). Tradiciones Sucrenses. https://archivodefolkloreboliviano.org/wp-content/uploads/2021/08/Tradiciones_Sucrenses_Luis_Rios_Quiroga.pdf
- » Ríos, L. (2019). Cueca y bailecito sucrenses. <https://correodelsur.com/ecos/20190519/cueca-y-bailecito-sucrenses.html>
- » Roh, Kim, Kim, & Yoon. (2024). Unravelling the key topics of Hallyu: A cultural branding perspective from South Korea: Asia Pacific Business Review: Vol 0, No 0–Get Access. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13602381.2025.2500668?af=R>
- » Sánchez, Ottone, & Henderson. (2021). Economía creativa. <https://revistamonograma.com/wp-content/uploads/2021/11/Monograma-9-Economia-Creativa.pdf>
- » Sandoval.(2020).ImillaSkate,la comunidadfemeninadeskatersquereivindica la pollera. <https://www.opinion.com.bo/articulo/cultura/imilla-skate-comunidad-femenina-skaters-reivindica-pollera/20200930110715789257.html>
- » Scottish economic insights. (2025). The Rise in Global Economic Uncertainty. - Scottish economic insights: April 2025–Gov.scot. <https://www.gov.scot/publications/scottish-economic-insights-april-2025/pages/3/>
- » Sectur. (2025). FERIA XCARET DE ARTE POPULAR MEXICANO. https://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/2025/DGTIC/07_31_l2gkqx/Libro_Artesanos_Digital.pdf
- » Shuresh, & Shobana. (2025). (PDF) The Impact of Cultural Heritage on Creative Industry Development in Nagaland. https://www.researchgate.net/publication/391861608_The_Impact_of_Cultural_Heritage_on_Creative_Industry_Development_in_Nagaland
- » Silva, A. (2023). Puntadas del tiempo: La Chola Chuquisaqueña en Exposición | TikTok. <https://www.tiktok.com/@elcafedemariana/video/7286982090866822405>



- » Solomon, Korang, Danso, & Nkansah. (2025). (PDF) Ghanaian Kente Weaving As An Epitome Of Environmental Sustainability And Resource Efficiency. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/393905529_Ghanaian_Kente_Weaving_As_An_Epitome_Of_Environmental_Sustainability_And_Resource_Efficiency
- » Soruco, X. (2017). La chola boliviana en la primera mitad del siglo XX. <https://journals.openedition.org/agedor/1693?lang=en>
- » Stern, & Seifert. (2010). (PDF) Cultural Clusters: The Implications of Cultural Assets Agglomeration for Neighborhood Revitalization. ResearchGate. <https://doi.org/10.1177/0739456X09358555>
- » Sun, Talib, & Kay. (2025). Deep Learning models for cultural pattern recognition: Preserving intangible heritage of Li ethnic subgroups through intelligent documentation systems. https://www.researchgate.net/publication/394498896_Deep_Learning_models_for_cultural_pattern_recognition_preserving_intangible_heritage_of_Li_ethnic_subgroups_through_intelligent_documentation_systems
- » Taweewattanakitborvon, Y., Anuntavoranich, P., Ch, A., rachai, & Savetpanuvong, P. (2018). Adapt or Die, Thai Traditional Textiles Entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 24(3), 1-171.
- » Tenesaca. (2016). <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11972/1/UPS-CT005730.pdf>. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11972/1/UPS-CT005730.pdf>
- » Tifni. (2020). Repositorio Digital FLACSO Ecuador: Cuando de adaptarse se trata: Políticas públicas y productores familiares porcinos del sur santafesino, Argentina. https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/16353?utm_source=chatgpt.com
- » Unesco. (2022). RE | SHAPING POLICIES FOR CREATIVITY. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380479>
- » Unesco, U. W. H. (2007). Historic City of Sucre. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/list/566/>
- » Unifranz. (2024). Gran Poder, de expresión folklórica a pilar de la economía creativa. <https://unifranz.edu.bo/blog/gran-poder-de-expresion-folklorica-a-pilar-de-la-economia-creativa/>
- » WIPO. (2024). Tapa Cloth – An Ancient Fijian Craft Revisited by Creations 23. <https://www.wipo.int/en/web/ip-advantage/w/stories/tapa-cloth-an-ancient-fijian-craft-revisited-by-creations-23>



- » Yu, Tao, & Wang. (2025). Sustainable Design on Intangible Cultural Heritage: Miao Embroidery Pattern Generation and Application Based on Diffusion Models. <https://www.mdpi.com/2071-1050/17/17/7657>





ISBN: 978-9917-0-7292-8



9 789917 072928

vice
rrecto
rado.



Edición
Especial
Cuatro Siglos