

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO



**LA NECESIDAD DE UNA LEY PARA LA
EXENCIÓN IMPOSITIVA DE LAS EMPRESAS DE
TURISMO RECEPTIVO DE BOLIVIA POR UN
PLAZO DE 10 AÑOS**

POSTULANTE : FREDDY ALFREDO MENDOZA CASAS

TUTOR : CARLOS E. CALDERÓN LIMPIAZ

LA PAZ – BOLIVIA
2006

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por el amor, la paciencia, fortaleza, perseverancia y tenacidad en la vida.

A mi esposa Ely, por su comprensión, apoyo moral y su amor incondicional.

A mis hijos Maria Del Carmen, Huascar y Emmanuel que este pequeño logro, será un aliciente para el alcance de mayores logros.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todas las personas que las pone en mi camino.

Al Dr. Carlos E. Calderón Limpiaz, por guiar aportando con toda su sapiencia profesional, para ayudarme a elaborar el presente trabajo Dirigido.

De igual manera, el agradecimiento se hace extensivo a mi Tribunal, Dr. José María Rivera Ibáñez y Dr. Juan O. Ríos Luna, por brindar su tiempo y cooperación a la realización del presente trabajo.

INDICE GENERAL

	Pág.
1. MOTIVACIÓN.....	1
1.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	1
1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	2
1.4. MÉTODOS A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.4.1. MÉTODO INDUCTIVO.....	2
1.4.2. MÉTODO DE OBSERVACIÓN.....	3
1.4.3. MÉTODO ESTADÍSTICO.....	3
I. SECCIÓN DIAGNÓSTICA.....	4
1. HISTORIA DEL TURISMO.....	4
1.2. HISTORIA DEL TURISMO EN AMÉRICA.....	8
1.3. EL TURISMO Y SU RELACIÓN CON OTRAS DISCIPLINAS.....	13
1.4. PERSPECTIVAS DEL TURISMO.....	16
II. SECCIÓN PROPOSITIVA.....	18
2.1. NOCIONES DE DERECHO TRIBUTARIO.....	18
2.2. CLASIFICACIÓN JURÍDICA DE LOS TRIBUTOS.....	20
2.3. EXENCIONES DEL SUJETO PASIVO.....	25
2.4. ETIMOLOGIA Y DEFINICIÓN DEL TURISMO.....	26
2.5. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO.....	30
2.6. EFECTOS DEL TURISMO EN LA ECONOMIA.....	36
2.7. COMPOSICIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO.....	44
2.8. DISPOSICIONES CONSTITUCIONALES EN LAS QUE SE SUSTENTA EL TURISMO.....	62
III. SECCIÓN CONCLUSIVA.....	67
3.1. POLITICAS DE TURISMO.....	67
3.2. IMPACTO DEL TURISMO EN LA SOCIEDAD.....	68
3.3. INTERVENCION DE LOS GOBIERNOS EN EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	69
IV. PROPUESTAS DEL TRABAJO DIRIGIDO.....	72
4.1. PROPUESTAS.....	72
BIBLIOGRAFIA.....	98

ANEXOS

PRESENTACIÓN

El presente trabajo dirigido que se desarrolla a continuación es el resultado de un estudio respecto al comportamiento del turismo receptivo, situación en la que la economía de Bolivia se ve fortalecida, con el ingreso de divisas frescas que los visitantes internacionales dejan al ingresar al país.

El turismo es multisectorial y multidisciplinario, es una industria que de a poco va creciendo adquiriendo personalidad propia, con la inversión de miles de dólares en publicidad y promoción para atraer la atención de los potenciales viajeros, las empresas privadas de turismo junto a las gubernamentales, locales, regionales y nacionales que planifican y promocionan el turismo deben ser consideradas como parte integrante del extenso ámbito turístico.

El turismo receptivo genera empleos, es una fuente de ingresos económicos directa e indirectamente, y según estudios estadísticos nacionales como informes de la Organización Mundial del Turismo el flujo de visitantes aumentara en los próximos años, por tanto es necesario que el Estado incentive la inversión privada en infraestructura turística mediante la creación de una Ley de exención tributaria que favorezca al turismo receptivo, los efectos se verían a largo plazo, se pueden citar varios ejemplos de países que tomaron esta forma de incentivar al turismo en lugares como el caribe y el mediterráneo, aumentando el número de visitantes y convirtiéndose en centros turísticos.

Los atractivos turísticos son por definición todo aquello que atrae al turista y constituyen una parte importante del turismo, Bolivia posee una infinidad de atractivos turísticos, aun existe lo auténtico, mantiene lo original, tiene atractivos naturales como arqueológicos, diversidad cultural.

Bolivia es un pequeño destino turístico, y no podemos seguir así, es deber gubernamental y de los empresarios del turismo que Bolivia se convierta en un destino turístico de primera; los turistas de hoy saben apreciar el encanto de una zona y de su pasado, saben responder muy bien al atractivo turístico que les ofrece algo más que una mera distracción.

LA NECESIDAD DE UNA LEY PARA LA EXENCIÓN IMPOSITIVA DE LAS EMPRESAS DE TURISMO RECEPTIVO DE BOLIVIA POR UN PLAZO DE 10 AÑOS

1. MOTIVACIÓN

El turismo es actualmente una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial, hay países en el cual el turismo es su fuente de divisas para el mantenimiento del estado.

Crillon Tours S.A. se constituye en una empresa pionera del turismo receptivo nacional, conocida por su importancia en América, Europa y Asia, su centro de operaciones se encuentra ubicado en la ciudad de La Paz, Bolivia.

Forma parte del circuito turístico conformado por los países de Ecuador, Perú, Argentina, Brasil y Paraguay.

1.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

¿Porque es necesario una ley de exención impositiva de las empresas de turismo receptivo de Bolivia?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Demostrar, la necesidad de una ley de exención impositiva para las empresas de turismo receptivo de Bolivia.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Explorar las disposiciones legales anteriores referentes a la exención tributaria.

Analizar las disposiciones legales vigentes y aplicables a la exención impositiva para las empresas de turismo receptivo.

Explicar los fundamentos turísticos para la exención impositiva de las empresas de turismo receptivo.

Comparar datos numéricos de llegadas de viajeros extranjeros por año, según el medio de transporte.

Proponer la creación de una ley de exención impositiva para las empresas de turismo receptivo de Bolivia por un plazo de 10 años.

1.4. MÉTODOS A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. MÉTODO INDUCTIVO

Consiste en ir de lo “simple” a lo “compuesto”, de las “partes” al “todo”, de lo particular a lo general, se aplica al estudio directo con los casos reales, el fundamento de la inducción es la experiencia.

Los datos sobre el flujo de visitantes, constituyéndose otro pilar de la economía y la creación de empleos.

1.4.2. MÉTODO DE OBSERVACIÓN

Consiste en el registro sistemático válido y confiable de fenómenos reales, descubrir y poner en evidencia las condiciones.

Nos ayudara en nuestro tema a sustentar la hipótesis en el ingreso de divisas por concepto de turismo internacional por departamento (millones de dólares).

1.4.3. MÉTODO ESTADISTICO

Se utiliza en la selección, organización y clasificación de datos; sirve para agrupar, ordenar y clasificar los datos empíricos que se recoge.

Se utilizara en el tema de investigación, seleccionando los cuadros estadísticos que confirmen el aumento o disminución del número de visitantes internacionales.

SECCION DIAGNOSTICA

I. SECCIÓN DIAGNÓSTICA

1. HISTORIA DEL TURISMO

A través de la historia, el viajar ha sido un fenómeno que se ha relacionado con una clase social.

Antes, viajar estaba mucho más limitado a la elite, los nómadas, los guerreros y los peregrinos.

Viajar, de manera que nosotros conocemos es un fenómeno característico del siglo XX y en gran parte ha sido determinado por el uso cada vez extendido del automóvil y el avión.

Efectivamente, los viajes por motivos de comercio, conquistas o religiosos, se remontan a la antigüedad.

Las caravanas se trasladaban de un lado a otro de oriente medio.

Los fenicios recorrieron el mediterráneo como comerciantes.

La guerra obligo a viajar a los soldados como a los individuos que no combatían.

Mientras que los nómadas se trasladaban en busca de pasto para sus animales.

Los primeros romanos, tanto los ricos como los oficiales del gobierno, podían viajar a través de caminos en buen estado por todo el imperio.

Los turistas Romanos estaban interesados por la historia y por la religión, recorrieron los templos Griegos, hacían excursiones hasta el lugar donde durmió Alejandro Magno, donde vivió Sócrates.

Se crea o no, visitaron Egipto para ver las pirámides.

Existían también libros guías, escritos a mano sobre pergaminos, de la acrópolis de Atenas y de la ciudad de Esparta, entre otras.

Durante la edad media viajar fue una actividad que quedó paralizada casi por completo.

La caída del Imperio Romano supuso una interrupción a muchos de los avances que habían introducido.

No se mantuvieron los caminos en buen estado, los ladrones acechaban para atacar a aquellos que se arriesgaban a viajar.

La guerra y la religión ocasionaron el movimiento de cientos de miles de personas.

Las cruzadas, emprendidas por los cristianos de Europa durante los siglos XI, XII, XIII, llevaron a decenas de miles de europeos al oriente medio.

En esa época también se realizaron peregrinaciones religiosas a oriente medio.

Los problemas surgidos en el viaje podían disminuir cuando se iba con tour operadores de aquellos tiempos como ejemplo en Francia VOITURIN y en Italia VETTURINO.

Hacia la misma época también comenzó a adquirir importancia el viajar por motivos de salud, aquellos que padecían enfermedades iban a los balnearios.

En 1750 “tomar las aguas” pasó a ser una necesidad social.

El barco a vapor ayudo a realizar viajes seguros sin depender del viento.

El ferrocarril permitió un transporte rápido y relativamente barato.

Hacia finales del siglo XIX y principios del XX, los núcleos de veraneo se convirtieron casi en una institución.

En las primeras décadas del siglo XX el automóvil cambió nuestra sociedad.

Hacia los años cincuenta el avión, el medio de transporte más atractivo.

1.1. PIONEROS DEL TURISMO

1. Thomas Cook

Thomas Cook es quien tiene la reputación de ser el primer agente de viajes profesional. Carpintero de profesión, en 1841 alquiló un tren para llevar a 540 personas a una convención antialcohólica. En 1845 Cook consiguió dedicarse exclusivamente a organizar excursiones.

Habiéndose dedicado a organizar viajes lo más prácticos e interesantes posible, hizo imprimir un libro a modo de guía, creando su propia agencia de viajes en 1851, la primera en el mercado con el nombre de Thomas Cook & Son.

En 1856, organiza la primera excursión por toda Europa.

En 1866, organiza la primera excursión a Estados Unidos de Norteamérica.

En 1872, organiza la vuelta al mundo con un grupo de 9 personas viaje que duro 222 días inspirado en la obra de Julio Verne, La Vuelta al Mundo en 80 días.

Crea el “Cupón de hotel”, lo que modernamente se conoce con el nombre de “Voucher”

Introduce el cupón de “excursión organizada”, hoy conocido como “paquete turístico”

2. George Mortimer Pullman

En 1860, George Mortimer Pullman crea en EE.UU. el “coche salón, coche dormitorio”, hecho por el cual es considerado como el “padre del transporte”.

La innovación de Pullman luego de su perfeccionamiento, fue adoptada en Europa continental en 1872, año en que se funda la compañía internacional “Wagon-Lits”.

3. César Ritz

Reconocido como el “padre de la hotelería”, César Ritz transforma la tradicional hotelería en un servicio de lujo.

Desde muy joven ocupó todos los puestos de trabajo en el Hotel Nacional de Lucerna; una vez gerente, introdujo grandes innovaciones:

- Cuarto de baño privado
- Crea la History Card (historial de los huéspedes).
- Motivo la dignificación de la profesión hotelera.

4. Henry Wells y William Fargo

Creadores de una de las más importante y grande agencia de viajes American Express en Estados Unidos, reconocida a partir de 1882 por la emisión de cheques

de viaje y tarjetas de crédito, creando el "Traveller's Check", brindando al turista seguridad contra robos y pérdidas.

1.2. HISTORIA DEL TURISMO EN AMÉRICA

Para explicar el origen del hombre americano, existen muchas teorías.

Teoría de las emigraciones, que proceden del Asia y atravesó el estrecho de Bering y pobló América.

Teoría de la Atlántida o victoria, que desapareció por un cataclismo y apareció América, donde los naufragos fueron a poblar América.

Teoría autóctona de Ameghino, funda en haber encontrado restos del hombre primitivo en las pampas Argentinas.

a) PUEBLOS DE AMERICA DEL NORTE.-

- Esquimales habitan Alaska.
- Atapascos se extienden desde el Océano Pacífico hasta bahía de Hudson.
- Algonquinos, península de Labrador a Carolina.
- Hurones, por el lago de su nombre.
- Dacotas o Siux, región occidental del río Missisipí.
- Pueblo, límite entre México y EE.UU.

b) PUEBLOS DE AMERICA CENTRAL.-

- Aztecas, nahuas, del norte, centro, meridionales México.
- Totonecas, Mixtecas, Zapotecas, costa del Pacífico.

- Mayas, península de Yucatán, habitan Guatemala, Honduras y Nicaragua.

c) PUEBLOS DE AMERICA DEL SUR

- Chibchas y Muiscas; Venezuela y Colombia.
- Chocós, región occidental de Colombia.
- Quiteños, Ecuador.
- Aymaras, quechuas, Yuncas, Perú y Bolivia.
- Nazcas y Chimus, Norte del Perú.
- Atacameños, araucanos, Fueguinos; Chile.
- Tehuelches, Pehuelches, Querandíes; Argentina.

1.2.1. DESCUBRIMIENTO DE AMÉRICA

El 12 de octubre de 1492, Cristóbal Colón atravesó el Atlántico en busca de un camino más corto hacia la India, bautizando a su primer descubrimiento de tierra americana como “San Salvador”.

Españoles y Portugueses fueron los primeros en establecerse en el nuevo mundo descubierto, penetrando en Centro y Sudamérica con las conquistas de Cortés, en México, y Pizarro, en Perú.

Las expediciones y exploración de continentes, razón principal de viajes obedecían principalmente a las siguientes causas:

- Encontrar nuevas vías comerciales
- Obtener materias primas
- Fundar colonias y dominios comerciales

Se puede afirmar que a partir de los descubrimientos geográficos se inicia el turismo en América, se incorpora en estos desplazamientos el elemento cultural y social.

En efecto, a partir de la llegada de gentes de otras civilizaciones distantes y distintas, las culturas nativas adquieren un nuevo matiz produciéndose otras nuevas, incorporando costumbres, formas de vida que obliga a las viejas sociedades adoptar nuevas estructuras sociales.

1.2.2. EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA

Sobre la existencia de los primeros habitantes de nuestro territorio, no se han efectuado serias investigaciones.

1. Los URUS o URIS

Ocupaban las riberas del Lago Titicaca y Poopó y las márgenes del río Desaguadero. En todos estos lugares se dedicaban a la pesca, sin preocuparse de los cultivos.

2. Chipayas

Esta es otra tribu que existe en las frías y áridas regiones de la antigua provincia de los Carangas del departamento de Oruro, el idioma de los Chipayas parece tener semejanza con el aymará y probablemente es una derivación del puquina de los antiguos Urus, la religión de los Chipayas es "totemista", adoran a la madre tierra, al Sajama y el río Lauka lleva la vida fértil a su suelo.

3. Aymaras

Las tribus indígenas que habitaban el Altiplano y las regiones ribereñas a los lagos Titicaca y Poopó, los Kollas en sus conquistas y dominios alcanzaron por el Norte hasta Ayaviri del Perú, por el Sur hasta Tucumán, por el Este hasta las montañas de los Andes y por el Oeste hasta el Océano Pacífico.

4. Tiahunacu

Acerca de los restos de las construcciones que existen en Tiahunacu se han hecho muchas conjeturas; se ha establecido tres estadios de desarrollo para Tiahunacu, el aldeano, el urbano y el imperial, las ruinas de Tiahunacu se dividen en cuatro grupos, cuyos nombres son los siguientes: Akapana, Pumapuncu, Kalasasaya y Cantatallita.

5. Cultura Inca

El Imperio Incaico, estaba situado en sur América, hay varias leyendas sobre su origen, pero la principal es aquella que explica, que es de origen aymará, la otra leyenda de los hermanos AYAR y la de Manco Cápac y Mama Ocllo, su gobierno teocrático, absoluto y hereditario; estaba dividido en cuatro regiones, a lo que se denominó el TAHUANTINSUYO que comprendía el Antisuyo, Colla suyo, Chinchasuyo y Cuntisuyo, la capital del Imperio era la ciudad del Cuzco, dividido en dos partes, notable por sus templos y palacios, templo del sol y el monasterio de las escogidas, así como las fortalezas del Sacsayhuaman.

6. Colonia

Las colonias que España conquistó en América, fueron organizadas de manera que entre sus autoridades hubiera dependencia, control recíproco y equilibrio, un continuo desplazamiento de soldados fundando ciudades, igualmente de civiles que colonizaban las nuevas tierras, el comercio constante entre la metrópoli y las colonias, los viajes eran una aventura, con amenazas de asaltos, malos caminos .

- Expediciones territoriales invasoras
- Expediciones mineras
- Migraciones y nacimiento de ciudades coloniales
- Traslado de botines minerales a España
- Huida de indios
- Evangelización cristiana

7. República

Una de las causas para la independencia se encuentra en el despotismo con que España gobernó sus colonias, otra es la “mayoría de edad” a que ya habían llegado los Americanos; después de largas luchas, el 6 de Agosto de 1825, se declara la independencia de la república de Bolivia que regiría su vida autónoma bajo la forma de un gobierno representativo republicano, iniciándose de esta manera nuevas formas de desplazamientos.

- Organización política
- Comercio interno e internacional
- Construcción de caminos carreteros y redes ferroviarias internas
- Explotación de riquezas naturales y minerales

A partir de las dos últimas décadas del siglo pasado, la visión del turismo en Bolivia reconoce el derecho inalienable de los pueblos de participar en el fenómeno de los viajes, y los gobiernos están dando mayor atención a su desarrollo.

1.3. EL TURISMO Y SU RELACION CON OTRAS DISCIPLINAS

El estudio del turismo de hoy, supera un tratamiento metodológico parcelado y atomizado, logrando un conocimiento interdisciplinario y plural integrado en una perspectiva conjunta.

El conjunto disciplinas que hacen al estudio e investigación del turismo, según la Organización Mundial de Turismo, son las siguientes:

La Psicología: Ayuda a comprender las motivaciones, preferencias y conducta de los turistas.

La Antropología: Analiza las condiciones socioeconómicas y culturales que determinan la necesidad humana de viajar.

La Sociología: Aborda el turismo como fenómeno social y en continuo crecimiento.

La Economía: La cuantificación de los flujos turísticos y su efecto sobre la balanza de pagos nacionales.

La Gestión Empresarial: La adquisición de competencias en contabilidad, marketing, ventas.

La Geografía: Ofrece un análisis del turismo desde una perspectiva espacial.

El Derecho: La aproximación de las diversas legislaciones nacionales así como una mayor protección de los turistas.

La Ecología: La capacidad de regeneración de los recursos.

La Educación: El diseño de grado de especialización necesario en la formación básica del turismo.

Política: Establece la necesidad de tomar medidas de: organización, planificación y promoción del turismo; surgiendo de esta forma la “política turística”

El Turismo para fines estadísticos: En el turismo, ante la necesidad de medir y comparar las cifras turísticas internacionales y nacionales, se constituye en un instrumento auxiliar fundamental para conocer el pasado, presente y las perspectivas del escenario turístico; por ejemplo: número de visitantes, permanencia, nivel de ingreso, gasto, etc.

El Turismo para fines comerciales: Turismo, es el negocio de proveer y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros.

El Turismo para fines jurídicos: “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se originan del acto o hecho que lleva a efecto el individuo para emprender o realizar un viaje y obtener su estancia legal en el lugar distinto al de su lugar de residencia.”

Si de la anterior definición destacamos la palabra “legal”, (conforme a ley); entonces la legislación turística se define como:

“Conjunto de normas jurídicas que regulan las actividades públicas y privadas dirigidas a satisfacer las necesidades del turismo, sometiendo su tratamiento a la protección de Estado”

El Turismo para fines del marketing: “conjunto de técnicas aplicadas por las empresas turísticas para la comercialización y distribución de los productos y servicios con el fin de satisfacer las necesidades de los distintos grupos de consumidores y obtener un beneficio.”

1.3.1. SUJETO Y OBJETO DEL TURISMO

a) Sujeto

El sujeto del turismo es el hombre, denominado **turista**, se le considere aislado o en grupo, sea participante activo o potencial y cuya necesidad, deseo relaciones y fenómenos producidos por éste, dan origen al turismo.

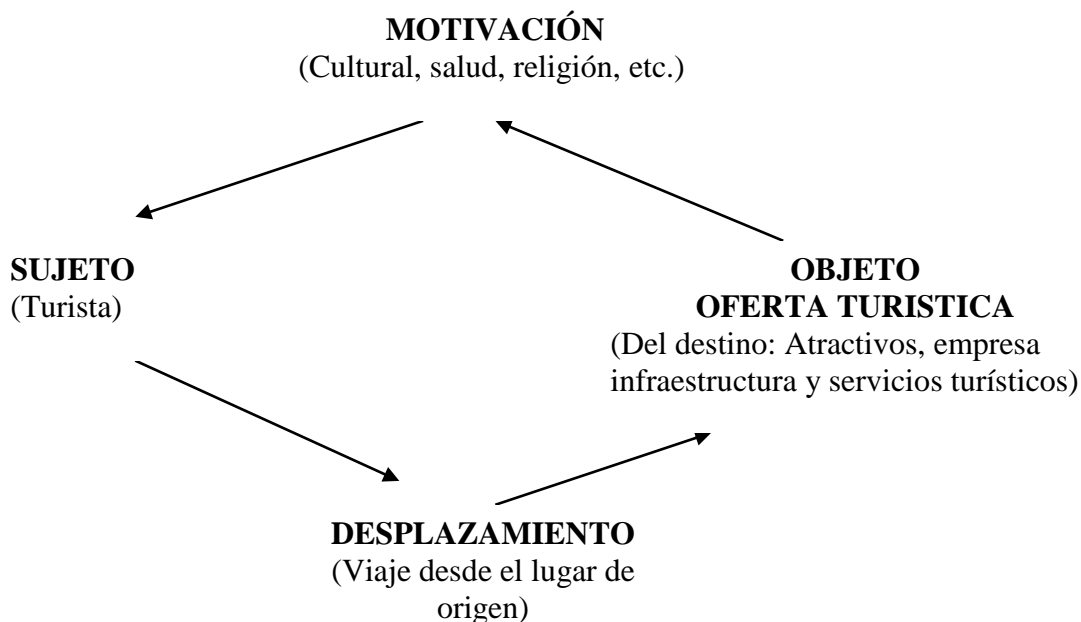
b) Objeto

En forma más clara, el objeto del turismo es el conjunto de elementos que conforman la **oferta turística**, razón por la cual el turista se desplaza.

La oferta constituye los recursos turísticos que son los atractivos de orden natural y cultural, las empresas turísticas que facilitan la estadía (hoteles, transporte, etc.), la infraestructura como caminos, aeropuertos y otros, además de servicios complementarios que apoyan a las anteriores como los teatros, instalaciones deportivas, etc., todas ellas ubicadas en un **destino turístico**.

Así por ejemplo, Tiwanaku es un destino para turistas que buscan cultura y Rurrenabaque para aquellos que gustan de la naturaleza.

Elementos de intervención



1.4. PERSPECTIVAS DEL TURISMO

A partir de 1950, el turismo internacional se constituye en una actividad accesible para la mayoría de los estratos sociales-económicos, con un crecimiento de una tasa media de 7,1 por ciento, alcanzando en ingresos económicos de 25 millones a 563 millones de dólares registrados en 1995.

Según la **OMT** (Organización Mundial del Turismo) en 1997 estas cifras, se incrementa con un ritmo anual de 5,6 ciento, porcentaje que fue superior a la media lograda los cinco años anteriores; registrándose los aumentos en Asia Oriental/Pacífico (9,6%) África (7,1%) y las Américas (5,8%).

La previsión de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial para el año 2010 superarán los 1.000 millones y el 2020 llegarán a 1.600 millones, con una tasa de crecimiento anual de 4.3 por ciento.

En cuanto a las Américas se registra un crecimiento anual medio en llegadas de turistas internacionales del 3,4 por ciento entre 1990 y 1995, en las que sobresalen: América del Sur (más 8,8% anual) América Central (más 8,6% anual) y América del Norte con un 2,3% anual.

América del Sur alcanzará la tasa más elevada de crecimiento para el 2020 es decir el 4,9 por ciento anual, mientras que América del Norte reflejara la más baja, con el 3,6 por ciento anual. El caribe doblará su volumen de llegadas para el 2011.

(Anexo N° 1)

La región de las Américas experimentará el crecimiento más fuerte de llegadas de turistas internacionales procedentes de Asia Oriental y el Pacífico en el periodo de 1995-2020; (6,5 por ciento anual) con 42 millones de llegadas. Las del noreste y sudeste Asiático registrarán las tasas de crecimiento más altas.

Las llegadas desde Europa también aumentarán (5,7 por ciento anual), por encima de la media de 3,8 por ciento anual en toda la región en su conjunto. Todas las subregiones Europeas registrarán tasas de crecimiento altas, especialmente las regiones de Europa Central, Oriental, Meridional y Occidental.

Los viajes intraregionales aumentarán en 2,9 por ciento por año durante el periodo 1995-2020. (Anexo N° 2)

SECCION PROPOSITIVA

II SECCIÓN PROPOSITIVA

2.1. NOCIONES DE DERECHO TRIBUTARIO

1. Generalidades

El jurista Dn. Alfredo Benítez R. destacado profesional de nuestro medio, y estudioso del Derecho Tributario, considera que: “la mayor parte de los ingresos del Estado están constituidos por prestaciones pecuniarias de carácter coactivo que realizan las personas naturales o jurídicas, el conjunto de normas legales reguladoras de estas prestaciones, recibe el nombre de Derecho Tributario”.

Por consiguiente, “Tributar significa, dar satisfacción al pago de las prestaciones coactivas que imponen los entes públicos. Estas prestaciones, pueden asumir varias formas y así se habla de impuestos, tasas y contribuciones”.

2. Definición

Donato A. Giannini, define el Derecho Tributario como “...la rama del Derecho que expone las normas y los principios relativos a la imposición y a la recaudación de los tributos y que analiza las consiguientes relaciones jurídicas entre los entes públicos y los ciudadanos”.

A su vez Héctor B. Villegas, define el Derecho Tributario como el conjunto de normas jurídicas que regulan los tributos en sus distintos aspectos. Advierte que algunos autores piensan que esta noción debe completarse con otros aspectos de la ciencia en estudio. Asimismo agrega, que esto es correcto pero no le parece mal tomar como base el instrumento regulado o sea, el Tributo.

Entonces por lo expuesto, se deduce que el Derecho Tributario en sentido lato es el conjunto de normas legales, reguladoras de los tributos en su más amplio concepto; es decir es sus diferentes categorías.

2.1.1. TRIBUTO

1. Concepto

A criterio de Sainz de Bujanda, el tributo es la prestación patrimonial obligatoria, habitualmente pecuniaria-establecida por la ley, a cargo de las personas físicas y jurídicas que se encuentren en los supuestos de hecho que la propia ley determine, y que vaya dirigida a dar satisfacción a los fines que el Estado y a los restantes entes públicos estén encomendados.

Blumenstein señala que “Los tributos son las prestaciones pecuniarias que el Estado, o un ente público autorizado al efecto por aquél, en virtud de su soberanía territorial exige de sujetos económicos sometidos a la misma”.

Lo que decía al respecto nuestro Código Tributario abrogado: “Las prestaciones en dinero que el Estado, en ejercicio de su poder de imperio exige con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines”.

Para el actual Código Tributario Boliviano, Ley 2492 se considera que: “Son tributos las obligaciones en dinero que el Estado, en ejercicio de su poder de imperio impone con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines”.

Ahora bien, expresada así la definición, mantiene el concepto de tributo como obligaciones en dinero, no contempla como pago otra de diversa naturaleza a la ya establecida.

Su fin es obtener recursos para el Estado, conforme a la economía monetaria vigente, las obligaciones tributarias son en dinero.

2. Etimología

La palabra tributo, viene del latín: tributum, que significa carga continua en dinero o en especie que debe entregar el vasallo al señor en reconocimiento del señorío, o el súbdito al Estado para la atención a su vez, de las llamadas cargas públicas.

Impuesto viene también del latín: impositus, que significa imponer un tributo o carga.

Consecuentemente, tributo e impuesto se caracterizan, por ser sinónimos, una obligación inexcusable, un gravamen, una carga y una imposición. El Estado impone para sufragar la subsistencia del aparato burocrático prioritariamente; y la ejecución de obras publicas.

2.2. CLASIFICACIÓN DE LOS TRIBUTOS

La clasificación principal de los impuestos los agrupa en directos e indirectos, Los primeros recaen sobre las cosas propias, ya sean bienes o actividades, los segundos pesan sobre cosas que se destinan al tráfico y versan sobre el consumo, mercaderías en transito interior o a través de las aduanas, artículos de monopolio o en proceso de elaboración.

Se denomina indirecto porque quien los paga, los recarga sobre el producto a fin de que el adquirente los abone; en definitiva, como sobreprecio los soporta el consumidor.

Nuestro Código Tributario Boliviano en el artículo 9 inc. II, nos da la siguiente clasificación: impuestos, tasas, contribuciones especiales; y III, Las Patentes Municipales establecidas conforme a lo previsto por la Constitución Política del Estado, cuyo generador es el uso o aprovechamiento de bienes de dominio público, así como la obtención de autorizaciones para la realizaciones de actividades económicas.

1. IMPUESTO

a) Definición

Que dice al respecto el Código Tributario Boliviano en su artículo 10 “impuesto es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador una situación prevista por ley, independiente de toda actividad relativa al contribuyente”.

- Debe ser creado únicamente por Ley (seguridad jurídica)
- Utiliza como sinónimo tributo e impuesto.
- No hay contraprestación directa, puede o no vincularse.
- Existe independencia entre la obligación de pagarlo y la actividad que desarrolla el Estado con lo recaudado.

En nuestro país, de acuerdo a la Teoría de Política Tributaria, se consideran tres familias de impuestos:

- 1) Impuestos al consumo (grava toda Transacción)

- 2) Impuesto al Patrimonio (grava Activos)
- 3) Impuesto a las Rentas (grava Ingresos y Utilidades)

2. TASA

a) Definición

Para Jarach, “la tasa en un tributo caracterizado por la prestación de un servicio público individualizado hacia el sujeto pasivo”.

Giannini dice que “La tasa constituye una prestación debida por el desarrollo de una actividad del ente público que afecta particularmente al obligado”.

Giuliani Fonrouge define como “La prestación pecuniaria exigida compulsivamente por el Estado en virtud de Ley, por la realización de una actividad que afecta especialmente al obligado”.

El Código Tributario boliviano en su artículo 11 dice:

I. Las tasas son tributos cuyo hecho imponible consiste en la prestación de servicios o la realización de actividades sujetas a normas de Derecho Público, individualizadas en el sujeto pasivo cuando concurren las dos (2) siguientes circunstancias:

1. Que dichos servicios y actividades sean de solicitud o recepción obligatoria por los administrados.
2. Que para los mismos, esté establecida su reserva a favor del sector público por referirse a la manifestación del ejercicio de autoridad.

II. No es tasa el pago que se recibe por un servicio de origen contractual o la contraprestación recibida del usuario en pago de servicios no inherentes al Estado.

III. La recaudación por el cobro de tasas no debe tener un destino ajeno al servicio o actividad que constituye la causa de la obligación.

b) Diferencia entre tasa e impuesto:

Impuesto

- EL Impuesto paga el conjunto de los servicios indeterminados que presta el Estado.
- El impuesto en general debe ser pagado por todos, conforme a las prescripciones de la Ley.
- El impuesto tiene carácter coactivo.

Tasa

- La tasa un servicio o beneficio especial e individualizado.
- La tasa paga solamente aquél que se beneficia con el servicio.
- La tasa no tiene un carácter coactivo.

c) Clases de Tasas

Tasas por servicios públicos: Alumbrado público, recojo de basura, franqueo de carta postal

Tasas por servicio técnico: Aprobación de planos de construcción, remodelación, etc.

Tasas por servicios administrativos: Extensión de documentos en duplicado (carnet de propiedad e vehículos automotores).

3. CONTRIBUCIONES ESPECIALES

La palabra “contribución” proviene del latín “contributio - nis”, derivada del verbo latino “contribuo - uere” que significa contribuir.

El artículo 12 del Código Tributario Boliviano define “Las contribuciones especiales son los tributos cuya obligación tiene como hecho generador, beneficios derivados de la realización de determinadas obras o actividades estatales y cuyo producto no debe tener un destino ajeno a la financiación de dichas obras o actividades que constituyen el presupuesto de la obligación. El tratamiento de las contribuciones especiales emergentes de los aportes a los servicios de seguridad, teniendo el presente Código carácter supletorio”.

Sin embargo, estas contribuciones se conocen generalmente con el nombre de “Tasas de Mejora”, que es conocida en el medio municipal como plus - valía.

En palabras de G. Reynaga “que la contribución especial, tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o actividades estatales identificados en el contribuyente; y la contribución de mejora, es el tributo destinado a financiar la obra pública que produce una valoración inmobiliaria siendo el limite total el gasto realizado y el limite individual, el incremento del valor del inmueble beneficiado”.

2.3. EXENCIONES DEL SUJETO PASIVO

Significan la exclusión de determinadas personas del campo de aplicación de impuesto. Exención es liberarse de algo.

Exención en materia tributaria es la dispensa de la obligación tributaria establecida por la Ley.

La fuente directa del tributo es la ley, la fuente de la exención también es la ley.

Exención. "Situación de privilegio o inmunidad de que goza una persona o entidad para no ser comprendida en una carga u obligación, o para regirse por leyes especiales".

Nuestro Código Tributario Boliviano en el artículo 19 inc. I. Exención es la dispensa de la obligación tributaria materia; establecida expresamente por ley; y II. La Ley que establezca exenciones, deberá especificar las condiciones y requisitos exigidos para su procedencia, los tributos que comprende, si es total o parcial y en su caso, el plazo de su duración.

El fundamento de la exención radica en que el privilegio responde a la justicia social y a la política económica, sobre los cuales el legislador determina la utilidad de otorgar este beneficio a determinadas personas físicas o jurídicas.

En el pasado fueron los beneficiados los nobles y el clero, ahora con el Estado de Derecho se frena el caos, tienen este beneficio los beneméritos que tienen propiedad sobre bienes inmuebles, las prefecturas, las municipalidades, las universidades públicas, las fundaciones o instituciones no lucrativas, los organismos internacionales.

2.4. ETIMOLOGIA Y DEFINICIÓN DEL TURISMO

1. Etimología del Turismo

Se recibió esta palabra proveniente del inglés y con algunas modificaciones. Pues en su origen en este idioma, tampoco se definía clara y completamente, la moderna idea representada a cabalidad con la palabra TURISMO; así en inglés se decía: “to make a tour”, o sea dar la vuelta, como equivalente de hacer un viaje o dar un paseo, cuya última acepción se usa todavía corrientemente.

De allí, que en Inglaterra se comenzó a decir que el que viajaba por placer era un “tourist”, palabra que pasó directamente al castellano con las comprensibles modificaciones ortográficas y fonéticas, hasta nuestra actual palabra turista.

Etimológicamente consideradas, las palabras TURISMO Y TURISTA, que representan el hecho o la acción y quien lo realiza, tiene su raíz como dijimos, en la palabra inglesa TOUR, que a su vez, proviene del francés tour, que quiere decir “vuelta” o “movimiento en círculo” y esta última palabra es derivada del latín TORNUS con significado igual y TORNARE de significado “girar”.

Conforme a esto, turismo es la afición a viajar por placer, estudio, descanso, afán de curiosidad, deporte, religión, etc., sin deseo de lucro ni obligación en forma alguna, limitándose el turista a viajar y recorrer países para conocerlos y procurarse con ello, cultura y distracción.

2. Definiciones del Turismo

La definición aceptada modernamente es el elaborado por la Organización Mundial de Turismo (OMT):

“El turismo comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las persona durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos; en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y mínimo de veinticuatro horas (pernoctando en el camino); principalmente con fines de ocio, por negocios y otros.”

- El movimiento físico o desplazamiento de los turistas fuera de su lugar de residencia o entorno habitual.
- La estancia en el destino, estableciendo el periodo máximo y mínimo de estadía.
- El turismo comprende el viaje y las actividades realizadas en la estancia, produciéndose relaciones de múltiples índoles.
- El turismo abarca los servicios y los productos que conforma la oferta creada para satisfacer las necesidades de los turistas.
- Fines de ocio, negocios y otros, estos constituyen los motivos del viaje.

Como todo fenómeno, el turismo tiene también numerosas definiciones y es así que Hunziker y Krapf nos dicen que “el turismo es el conjunto de las relaciones y los fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal.”

- Relaciones y fenómenos: Porque con el turismo se produce correspondencia, interconexión entre las personas, empresas, etc.

- Desplazamiento y permanencia: Es decir fuera del lugar de domicilio habitual.
- No estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal, debe obedecer a fines vacacionales.

El concepto del profesor Carlos Urquiza cuando dice que el “turismo” es el “conjunto de relaciones, hechos, bienes, organización y permanencia sin motivaciones lucrativas y con carácter de transitoriedad”, y “turista” es toda aquella “persona que se desplaza por más de veinticuatro horas a un país distinto de aquel que tiene su residencia habitual”.

- Las personas que efectúan un viaje de recreo o por razones de salud, distracción, etc.
- Las personas que acuden a reuniones, misiones científicas diplomáticas, deportivas, administrativas, etc.
- Las personas que realizan viajes vacacionales a otro país donde gastan su dinero sin ganárselo en ese país.

Mathieson y Wall conciben al turismo como: “El movimiento temporal de gente, por periodos inferior a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo; las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas.”

- Periodo inferior a un año.
- Facilidades creadas, haciendo referencia a la oferta.
- La satisfacción de las necesidades de los turistas.

3. Definiciones del turista

La Comisión Europea de Viajes define a los turistas “como visitantes en tránsito que permanecen al menos durante veinticuatro horas en un país y cuyos motivos para viajar se puede clasificar en: ocio, vacaciones, salud, estudio, deporte, religión, trabajo, familia, misión o reunión.”

“Toda persona que viaja durante 24 horas o más por cualquier otro país o su país, que no sea el de su residencia fija o habitual por motivos de recreación, vacaciones, tratamiento médico, devociones religiosas, participación en encuentros deportivos internacionales, nacionales u otras reuniones, con un tiempo de estadía de menos de un año”

Al respecto, la Organización Mundial del Turismo, clasifica a los turistas denominándolos como *unidades básicas del Turismo* en: turistas, visitantes y viajero.

TURISTA: Visitante que está al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

VISITANTE: Toda persona que viaje, por un período no superior a 12 meses, a un país diferente de aquel donde tiene su residencia habitual y que el motivo principal de la visita no sea ejercer una actividad que remunere en el país visitado.

VISITANTE DE DÍA: Visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado.

VIAJERO: Toda persona que se desplaza entre dos o más países diferentes o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual.

EXCURSIONISTA: Define a los viajeros que permanecen sin limitación en sus desplazamientos, menos de 24 horas en un país extranjero o en su país de origen.

2.5. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

La Organización Mundial del Turismo, distingue los siguientes tipos de Turismo:

1. Turismo interno

El de los residentes de un país que viajan únicamente dentro de este mismo país.

2. Turismo receptor

Los visitantes extranjeros que viajan por ejemplo a Bolivia.

3. Turismo emisor

El de los residentes de un país que viajan a otro país.

De estas se originan las siguientes categorías:

- **Turismo interior:** que incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- **Turismo nacional:** que incluye el turismo interno y el turismo emisor.
- **Turismo internacional:** que se compone de turismo receptor y turismo emisor.

2.5.1. LA NECESIDAD DE VIAJAR

Muy a menudo, el tomarse unas vacaciones se considera una inversión en SALUD.

Los viajes y las vacaciones son una oportunidad para satisfacer esta necesidad de APRENDER.

Para muchos, el viaje es una oportunidad de gratificarse sensualmente con la posibilidad de realzar su EGO.

Muchos viajes tienen razón de ser un acontecimiento DEPORTIVO.

El placer de COMPRAR que se desprende al comprar determinada mercadería, puede ser la principal razón para hacer un viaje.

2.5.2. TURISMO DE INTERÉS ESPECIAL

Según la Organización Mundial del Turismo : “El turismo de interés especial, en una amplia categoría de turismo basado en intereses concretos de los turistas e incluye naturaleza, cultura, historia y otros campos de índole diversa ofrecidos en un entorno local, son centenares los posibles campos de interés especial, desde la observación de pájaros, contemplación de orquídeas silvestres, medicina natural, estilos arquitectónicos históricos o participación en excavaciones arqueológicas hasta diseño y producción de artesanía local y formas locales de danza y música.”

a) Aventura Hard o extrema:

Son las que requieren de entrenamiento esfuerzo y tienen un alto grado de exigencia física y riesgo.

b) Aventura Soft o convencional:

Basado en actividades de menor grado de intensidad que la anterior, es decir son actividades más tranquilas que no requieren mucho esfuerzo.

2.5.3. AVENTURA ESPECIAL INTEREST O “LIGHT”

Actividades que se realizan por entretenimiento, hobbies, aprendizaje.

a) Observación de aves

Es una actividad muy tranquila, personas interesadas en la ornitología o gustan de la belleza de las aves. (Aventura “Light”)

b) Rafting

Consiste en el descenso rápido en botes inflables en ríos que siguen su cause natural. (Aventura “extrema”)

c) Trekking

Caminar en campo traviesa, disfrutar del paisaje sea este natural, cultural. (Aventura “Light”)

2.5.4. TURISMO ALTERNATIVO

Se manifiesta generalmente en destinos no tradicionales y con escaso desarrollo turístico, es más participativo, personalizado y exótico.

Turismo alternativo engloba a micro y pequeñas empresas, y de propiedad de habitantes locales que son utilizadas por los visitantes, donde hay la posibilidad de mayor contacto con las comunidades y donde existe la mayoría de las veces un respeto por la naturaleza.

a) Turismo Artesanal

En los destinos turísticos las artesanías son un medio de expresión cultural, reflejando a través de ellos sus costumbres, tradiciones, forma de confección, etc.

b) Agroturismo

Constituye una versión actualizada de las vacaciones en granjas o casas de labranza, en los que el turista participa.

c. Turismo Étnico o Indígena

Convivencia con las poblaciones indígenas locales, situadas en países en vía de desarrollo.

2.5.5. ELEMENTOS DEL TURISMO

a) Viaje

Es la superación del espacio cualquiera sea el medio empleado; no existe el fenómeno del turismo sin el viaje o desplazamiento.

b) Mercado Emisor

Se denomina *mercado emisor*, al lugar de origen, punto o salida de los sujetos de la acción de viaje: los turistas.

c) Corriente Turística

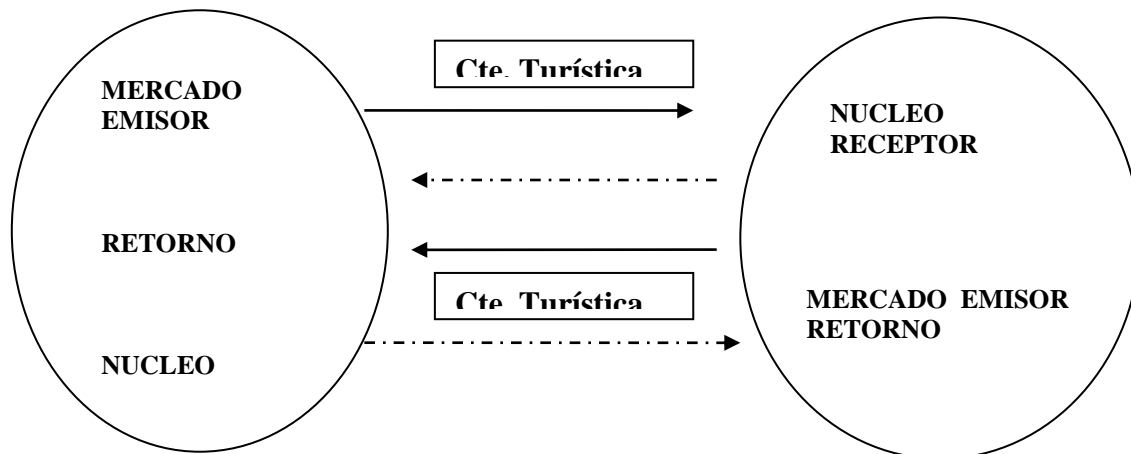
Es el movimiento migratorio-por tierra, mar o aire- de masas de turistas.

d) Núcleo receptor

Es punto, lugar de destino de las corrientes turísticas-ciudad región, país, continente, en el cual permanece temporalmente y consume bienes y servicios turísticos.

Para el lugar de destino significa principalmente ingreso de divisas.

Estructura del viaje



e) Composición del viaje

Composición del viaje turístico es igual a:

$$VT = D + E$$

Donde:

D=**Tiempo empleado** en el desplazamiento, horas días, que implica la jornada de viaje desde el lugar de origen hasta el destino.

E= **Tiempo de estancia** en el núcleo receptor que puede ser días, semanas o meses siempre y cuando no sobrepase el año.

2.5.6. PATRIMONIO TURISTICO

Se denomina “Patrimonio” a la disponibilidad mediata o inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región.

Se determina a partir de cuatro componentes:

- Atractivos turísticos
- Planta turística
- Infraestructura
- Superestructura

Según el inventario del Patrimonio Turístico de Bolivia, realizado con metodologías y procedimientos internacionalmente recomendados; los atractivos están agrupados en cinco categorías:

Categoría 1: Sitios Naturales

Considerados en razón de su interés como paisajes.

Categoría 2: Patrimonio urbano, Arquitectónico y Artístico

Las expresiones relacionadas con la arquitectura y las artes visuales.

Categoría 3: Etnografía y Folklore

Folklore material-Artesanal: Constituyen todos los objetos artesanales que manifiestan la cultura de las poblaciones.

Folklore social, arte y utilería: Los objetos artesanales utilizados para manifestaciones sociales, como entradas folklóricas, alasitas, prestes, manifestaciones gastronómicas.

Folklore espiritual mental: Manifiestan tradiciones, costumbres.

Categoría 4: Realizaciones Técnicas

Dentro de esta categoría, solo a las obras técnicas y científicas.

Categoría 5: Acontecimientos Programados

Todos los eventos, actuales o tradicionales, que pueden atraer a los turistas.

Oficialmente, son 1340 atractivos turísticos con lo que cuenta nuestro territorio, distribuido de la siguiente forma: (Anexo N° 3)

2.6. EFECTOS DEL TURISMO EN LA ECONOMIA

No se puede poner en duda que el turismo afecta la economía de la región visitada.

Gran parte de la investigación sobre el turismo tiene que ver con el impacto económico que éste provoca en un estado, nación, isla o comunidad.

Los viajes internacionales aportan beneficios económicos a algunos países, juntamente con algunas obligaciones.

Cuando un dólar “fresco” penetra en una economía, la afecta de varias maneras, parte de ese dólar sale inmediatamente de esa economía en forma de ganancia, ahorro.

La parte del dólar que permanece en la economía se puede ahorrar y prestar a otro consumidor, invertir o utilizarlo para gastos.

En términos económicos, el dólar del turista es un artículo de exportación que aportará dinero nuevo, la que se quedara en la economía local, gastándose una y otra vez, dispone una reduplicación de ingresos turísticos.

Cuando llega un visitante a su destino, una considerable cantidad de dinero ya se ha gastado en esa zona para su traslado, supóngase que el viajero llega en avión, la compañía aérea gastará una cierta cantidad de dinero del viajero en ese destino, se necesitan mecánicos en el aeropuerto, el combustible para los aviones puede estar suministrado por un proveedor que emplea personal local, se ha iniciado el efecto multiplicador, los empleados y proveedores gastan una cierta cantidad de dinero que reciben dentro de la economía local, pudiendo ingresar en el banco parte en un depósito con intereses, el banco se beneficia y simultáneamente, el dinero se puede utilizar para construir una casa o empezar un negocio en dicha zona.

Si el visitante se queda en un hotel, entre un veinte y un cuarenta por ciento de la factura irá a parar a los empleados locales del hotel.

El turista paga cincuenta dólares para realizar una excursión, el tour operador compra gasolina, paga a conductores locales, obtiene ganancia y se gastará una parte de esos beneficios dentro de la citada economía.

1. Economía

La economía es el estudio de la manera en que el hombre y la sociedad utilizan, unos recursos productivos escasos; para obtener distintos bienes y distribuirlos para su consumo, haciendo uso o no de dinero.

2. Ubicación del Turismo en la Economía

El turismo se ubica en el **sector terciario**, porque:

- Es una actividad exclusivamente de servicios, es decir, facilita el goce, disfrute de bienes inmateriales.
- Es una actividad de hechos humanos.
- Es una actividad que maneja una categoría social, el turista.
- Es una actividad de prestación de servicios, hoteles, transporte.
- Es una actividad de tendencia creciente uso de recursos humanos.
- Es una actividad que requiere cada vez más tecnología de servicios.

3. Economía Turística

“El turismo se define como la actividad económica que integra la producción, y distribución y consumo de bienes y servicios para satisfacer al turista y que

requiere empresas que se dediquen a realizar las actividades que lo hagan posible”.

El Turismo implica:

- Gasto de renta (previamente obtenida)
- Deseo de bienes (demanda)
- Consumo de bienes y servicios
- Generación de ingresos.

2.6.1. MERCADO TURÍSTICO

El mercado turístico es la parte de la economía que estudia y analiza la realidad económica del turismo, donde concurren y se relacionan la OFERTA de productos y servicios turísticos y la DEMANDA ya sea individual o colectiva, que está interesada y motivada en el consumo y uso de esos productos y servicios turísticos.

a) Oferta turística

Está constituido por todos aquellos bienes y servicios, y organizaciones involucradas que se ponen activamente a disposición, para el consumo y satisfacción de necesidades de la demanda (turistas) y que equivale al **producto**.

b) Demanda turística

Está integrada por todas las personas que viajan (demanda real), para disfrutar de productos y servicios turísticos, en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual.

El producto **permanece fijo en el lugar de consumo.**

Es el consumidor quién debe trasladarse al lugar donde se encuentra el producto.

c) Rigidez de la oferta

Quiere decir, que la venta del producto turístico no es permanente porque depende fundamentalmente de la “**estacionalidad**” es decir que la demanda se concentre en una determinada época del año y se relaja durante el resto del año.

d) En Bolivia la estacionalidad se refleja de la siguiente forma:

1) Turismo Receptivo

- Temporada alta: **julio y agosto**
- Temporada baja: **enero y diciembre**

2) Turismo Interno

- Temporada alta: **noviembre y diciembre**
- Temporada baja: **febrero y marzo**

2.6.2. EFECTO ECONÓMICO DEL TURISMO

Como *fenómeno económico*, el turismo puede definirse como:

“El conjunto de actividades generadoras de empleo, de ingresos y divisas, creadoras de una corriente de oferta y demanda de diversos servicios, que obedece a las leyes y principios económicos de toda actividad productiva y de servicios.”

1. Aporte del Turismo en la Balanza de Pagos

La balanza de pagos es un estado de cuentas donde se registra las transacciones efectuadas entre los residentes de un determinado país y el resto del mundo en un periodo de un año y, que permite observar la situación económica general de un país entre los ingresos y egresos.

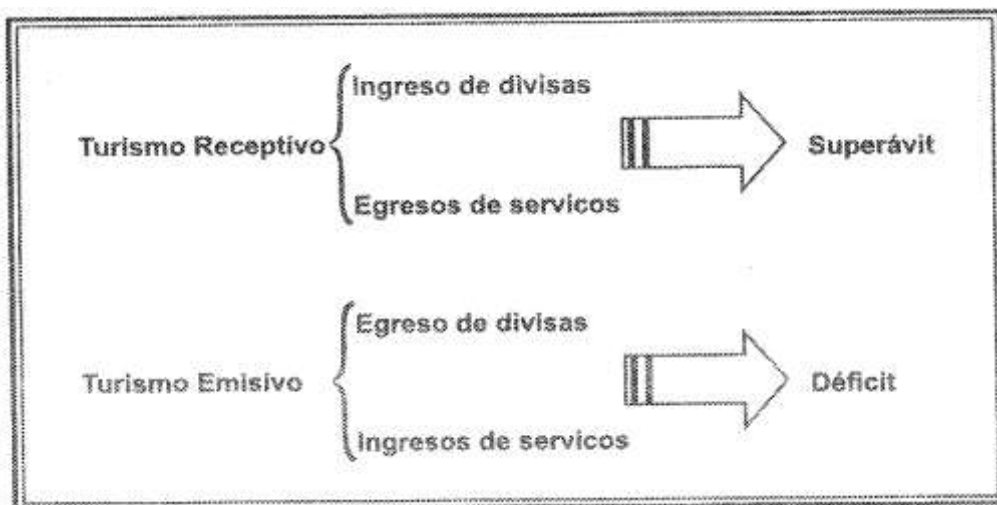
Cualquier transacción que conduzca a un **pago** por parte de los residentes de un país (o gobierno) es un ítem de *déficit*.

Cualquier transacción que conduzca a un **ingreso** para los residentes de un país (o gobierno), es un ítem de **superávit**.

2. Efecto del Turismo en la balanza de pagos

El Turismo se ubica en la clasificación de **cuentas corrientes** de la balanza de pagos, traducido de la siguiente forma:

.SUPERAVIT Y DEFICIT DEL TURISMO



3. Generación de Empleos

El turismo a través de las corrientes turísticas genera empleos o fuentes de trabajo.

La creación de puestos de trabajo por el Turismo se presenta de dos formas:

- **Empleos directos:** En aquellas empresas públicas y privadas que funcionan y tienen su razón de existencia para el turismo: agencias de viaje, hospedaje, transporte, artesanía, eventos, museos, unidades de turismo del gobierno.
- **Empleos indirectos:** En aquéllas que si bien no dirigen sus actividades exclusivamente para el turismo, de alguna forma se relacionan con este: restaurantes, casas de cambio, comercio, peñas folklóricas, discotecas.
- Se estima que en Bolivia existen **60.000** empleados directa e indirectamente por la actividad turística.
- En consecuencia (datos del Viceministerio de Turismo-Bolivia: 2003), las personas dependientes de la actividad turística son aproximadamente **300.000**

4. Los beneficiarios del gasto turístico son los siguientes:

- El Estado, por el ingreso de divisas.
- El Estado, por los impuestos que paga el turista en gastos en moneda nacional.
- El Estado, por los impuestos que pagan las empresas turísticas y las vinculadas.
- Hospedaje, agencia de viaje, transporte (industria turística directa)
- Hospitales, bancos, etc.

El turismo genera, un ingreso para TGN de aproximadamente **20 millones de dólares**, por medio de los diferentes impuestos (IVA, IT, ISAE, IU, etc.)
(Viceministerio de Turismo, 2003)

Los impuesto generados por salidas al Extranjero (ISAE) alcanzaron en el año 2003, la cifra de **Bs.19.914.360** (fuente impuestos nacionales)

5. Efecto del gasto turístico: Turismo receptivo

Según encuestas del Viceministerio de Turismo (2000); la estructura del gasto en términos porcentuales es: (Anexo N° 4)

6. El auge del Turismo exige inversiones en:

- Construcciones para alojamientos.
- Construcciones para servicios complementarios.
- Obras públicas
- Medios de transporte

7. El Turismo contribuye decisivamente en el desarrollo económico a nivel regional:

- Aumento de la demanda global de empleo.
- Desarrollo intersectorial a nivel regional.
- Generador de rentas a las regiones.
- Promotor de actividades productivas relacionadas con el turismo

8. Ingresos económicos por Turismo Internacional

Bolivia recibe aproximadamente *172.6 millones de dólares por año*, por concepto del gasto que realizan los visitantes extranjeros en el país. (Viceministerio de Turismo, 2003)

Considerando la tendencia en las preferencias turísticas por los destinos nacionales y las estadísticas hoteleras de los flujos de turistas, la distribución de los ingresos es la siguiente: (Anexo N° 5)

9. Incidencia en el PIB

EL PIB es el valor de los bienes finales producidos en el interior de un país. Por cada dólar que se contabiliza en el PIB nacional **4 centavos de dólar** son atribuidos al consumo turístico nacional y receptivo internacional.

10. Ingresos por Turismo Internacional y exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales

En un análisis comparativo de ingresos por concepto del Turismo internacional y exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales, **el año 2004, el Turismo ocupa el cuarto lugar.** (Anexo N° 6)

2.7. COMPOSICIÓN DEL SISTEMA TURISTICO

La actividad turística es el resultado de las relaciones entre diferentes factores, los cuales deben ser considerados conjuntamente como un sistema.

Son cuatro elementos los que conforman el sistema turístico:

- **Demanda** (consumidores o turistas)
- **Oferta** (productos, servicios y organizaciones)
- **Espacio geográfico** (base física donde se desarrolla el encuentro entre la demanda, oferta y población residente)
- **Los operadores de mercado**
- El instrumento del sistema turístico capaz de satisfacer estas exigencias se denomina **INDUSTRIA TURISTICA**, compuesta por los operadores del mercado.

Se entiende como **operadores del mercado** a todas aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la relación entre la oferta y la demanda; dedicada a la prestación de servicios relacionados con los viajes.

2.7.1. AGENCIA DE VIAJES

Una agencia de viajes es una empresa de servicios turísticos que actúa como intermediario entre las personas que requieren desplazarse y prestadores de servicios turísticos específicos, proporcionando orientación y asesoría en los casos correspondiente.

2.7.1.1. Funciones de las agencias de viaje

- Son intermediarias entre el prestador de servicios turísticos y el turista.
- Son integradoras y vendedoras de servicios y productos turísticos propios u de otras empresas

1. Importancia de las agencias de viaje

- Las empresas de viaje se constituyen en promotoras del turismo, al manejar un flujo constante de pasajeros a nivel nacional e internacional.
- Por otro lado una agencia de viajes tiene la capacidad de “**integrar**” en lo que se conoce como “paquete o excursión”, un producto turístico que cubre una gran parte de las necesidades del cliente.

2. Clasificación de las agencias de viaje

- **Operadoras:** Son agencias de viaje que integran y operan sus propios servicios turísticos, elaborando un producto llamado excursión y/o paquete, el cual es ofrecido y vendido directamente a otras agencias de viaje y no directamente al público.
- **Mayoristas:** Son agencias de viajes que venden sus paquetes o excursiones directamente a otras agencias de viaje y al público o bien los productos de otras operadores y los servicios turísticos de las empresas que los ofrecen.
- **Minorista:** Son las que venden directamente al público servicios y productos turísticos que operan o generan otras agencias y empresas de servicios; por lo tanto no tienen propios paquetes o excursiones.

3. Clasificación según el tipo de mercado

- **Nacional:** Son agencias de viaje que atienden al turismo que reside dentro un territorio.
- **De exportación o emisoro:** Son las que atienden al turismo que reside en el territorio y viaja hacia otros países.

- **Receptivo:** Son las que atienden al turismo que reside en otros países y viaja dentro del territorio.

2.7.2. Establecimientos de hospedaje

Se dice muy acertadamente que el Turismo es “**camino y posada**”.

Se denomina *establecimiento de hospedaje* a todo aquel que se dedica a prestar servicios básicos de alojamiento de forma habitual, mediante precio con o sin servicios complementarios.

Funciones:

- Alojamiento y restauración, dormir, descansar, comer y beber.
- *La hospitalidad* (materia prima no tangible), proporcionar una estancia placentera, tranquila, segura y asistencia al huésped.

Servicios:

- **Servicios básicos:** Habitación, alimentos y bebidas, lavandería y comunicación.
- **Servicios complementarios:** Áreas deportivas, áreas de recreación, etc.

2.7.2.1. CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

La evolución de los establecimientos hoteleros desde sus orígenes se ha desarrollado junto al crecimiento del Turismo.

La Organización Mundial del Turismo establece una clasificación que resume de forma general diferentes criterios comunes:

a) Establecimientos Hoteleros Similares

Son todos aquellos establecimientos que prestan servicios básicos de hospedaje con o sin servicios complementarios.

Y cuya capacidad se mide por el N° de habitaciones, camas y plazas.

b) Establecimientos de hospedaje complementarios

Son todos aquellos que no incluyen en la anterior categoría cuya capacidad se mide por el N° de personas alojadas.

La legislación Boliviana contempla la siguiente clasificación:

1. Hoteles	1-5 estrellas
2. Apart hoteles	3-5 estrellas
3. All Suites Hotels	4-5 estrellas
4. Hostales o Residenciales	1-5 estrellas
5. Casa de Huéspedes	Categoría Única
6. Alojamientos	"A" y "B"
7. Complejos Turísticos	3-5 estrellas
8. Flóteles	Categoría Única
9. Albergues Turísticos	Categoría Única

En cuanto a la evolución de la capacidad hotelera boliviana, se refleja en el cuadro siguiente, tomándose en cuenta en este el número de habitaciones y número de plazas o camas. (ANEXO N° 6)

2.7.3. TRANSPORTE

El desarrollo del turismo y el transporte han estado muy ligado, puesto que el Turismo implica desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, por lo tanto el transporte, representa dentro del sistema turístico; el medio de acceso al destino desde el lugar de origen, además de constituirse el medio de movimiento dentro del destino.

Elementos:

- **El medio:** Formado por las rutas aéreas, marítimas, canales, carreteras, vías férreas, autopistas.
- **El vehículo:** Trenes, autobuses, vehículos, aviones, barcos.
- **Terminales:** Aeropuertos, estaciones, puertos, garajes.

2.7.3.1. MEDIOS DE TRANSPORTE

a) El transporte Marítimo

Una vez los continentes del mundo en viajes transatlánticos, el uso de transporte marítimo se reduce a desplazamientos cortos, fundamentalmente a bordo de los ferries, y los cruceros.

b) Transporte aéreo

El avión es el medio de transporte más utilizado por el Turismo actualmente, el reconocimiento de la importancia del viaje y Turismo para la economía de los países ha llevado a considerar la necesidad de estimular la competencia entre las empresas aéreas, mejorando la competitividad a través de la calidad del servicio y rebaja de precios.

c) Transporte por carretera

Es el medio de transporte que obedece a preferencia del viajero que quiere disfrutar del paisaje del recorrido, la flexibilidad de itinerario a seguir y sobre todo por la importancia del costo que implica en comparación con otros medios; utilizada generalmente por el Turismo nacional.

Renta cars o alquiler de automóviles al turista.

d) Transporte por ferrocarril

Apareció al inicio del siglo XX cubriendo más bien necesidades industriales, si bien tuvo su importancia para el traslado de viajeros, después fue desplazado por el transporte carretero y aéreo; especialmente por el automóvil y avión.

En Europa para fomentar el uso de los ferrocarriles se usa el sistema del **Eurailpass**.

Todos los ferrocarriles, excepto el británico, han creado juntos un billete único, apto para viajes limitados en primera clase, por un periodo específico de tiempo, quince, veintiuno días, de un mes y de tres meses. (ANEXO N° 9)

2.7.4. ORGANIZACIÓN TURÍSTICA

Las acciones que desarrollan en el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que la componen, se orientan a diseñar una política turística, al igual que una política fiscal, monetaria.

Se define como *política turística*:

“Sistema de procedimientos e iniciativa que el Estado determina y pone en marcha con el fin de obtener la más completa y organizada valoración de sus propios recursos turísticos y permite el disfrute de ellos al mayor número posible de personas dentro de un marco de unitaria orientación económica y social.”

2.7.4.1. ORGANISMOS GUBERNAMENTALES TURÍSTICOS NACIONALES

1. Ente Rector del Turismo

Los objetivos de la política estatal referidos a la actividad turística nacional se hallan establecido mediante la **“LEY N° 2074 DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA” del 14 DE ABRIL DE 2000** (Hugo Banzer Suárez Presidente de la República) que en su artículo 5° señala:

- a) Reconocer que, bajo los principios de una economía de mercado transparente, la actividad turística corresponde a la iniciativa privada, donde el Estado debe asegurar las condiciones necesarias para el potenciamiento del Turismo, a través del mantenimiento de un producto turístico competitivo.

- b) Garantizar la conservación y uso racional de los recursos naturales, históricos, arqueológicos y culturales que tienen significación turística y que son de interés general de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la **CONCIENCIA TURÍSTICA**.
- d) Establecer, en materia de Turismo, las directrices de coordinación entre El Gobierno Central, las Administraciones Departamentales y los Gobiernos Municipales.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional, tanto en instituciones estatales como en el sector privado.

En el título II, artículo 6°, declara como ente rector competente en materia turística, al Ministerio de Comercio Exterior e Inversión en todo el ámbito nacional, ejecutando sus acciones a través del Viceministerio de Turismo.

Las atribuciones del Viceministerio de Turismo son la formulación y ejecución de la estrategia nacional de Turismo y sus políticas, así como la elaboración normativa, realizando el proceso de coordinación necesario con otras entidades públicas y privadas.

2. Prefecturas departamentales

La Ley también hace referencia a las competencias de las prefecturas departamentales en el tema del turismo, que como representantes del Poder Ejecutivo central, ejecutan y administran programas y proyectos de promoción y desarrollo turístico, emanados del ente rector en estrecha coordinación con los Gobiernos Municipales.

3. Gobiernos Municipales

A los Gobiernos Municipales, la Ley señala su facultad de promover y promocionar los recursos turísticos en su jurisdicción territorial, ejecutando las acciones y programas acordes con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, a través del Viceministerio de Turismo.

2.7.4.2. EL TURISMO Y SU RELACIÓN CON OTROS ENTES PÚBLICOS

1. Ministerio de desarrollo económico

Formular y ejecutar políticas de desarrollo económico, promoviendo programas de productividad y competitividad en los sectores de industria, comercio, Turismo y microempresa.

Formular la producción y difusión de la cultura y proteger la riqueza cultural, religiosa, histórica y documental; proveer a su custodia y atender a su conservación, promoviendo su uso como fuente generadora de empleo y bienestar.

2. Viceministerio de Cultura

Formular y ejecutar políticas para fomentar la producción y difusión de la cultura y proteger la riqueza cultural, religiosa, histórica y documental, proveer a su custodia y atender a su conservación, promoviendo su uso como fuente generadora de empleo y bienestar.

Promover la conservación o restauración de monumentos, inmuebles y otros bienes que se consideren de interés histórico, religioso y cultural. Promover el desarrollo de regiones con potencial turístico o ecológico.

Efectuar el seguimiento y control de las instituciones nacionales y extranjeras, en el cumplimiento de las normas de conservación y custodia del patrimonio histórico, arquitectónico, arqueológico, artístico, religioso, etnográfico y documental.

Coordinar con las prefecturas y municipios, actividades de promoción y capacitación, cultura y artística.

3. Dirección de Recursos Naturales y Medio Ambiente de la Prefectura

Definir acciones que garanticen la preservación, conservación, mejoramiento y restauración de la calidad ambiental urbana y rural.

Promover el desarrollo sostenible con equidad y justicia social tomando en cuenta la diversidad cultural del departamento.

4. Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente

Promover el desarrollo sostenible, articulando el crecimiento económico, social y tecnológico con la conservación del medio ambiente.

Formular políticas y planes para el uso sostenible e incremento de los recursos naturales renovables y la explotación y uso racional de los recursos no renovables.

5. Servicio Nacional de Áreas Protegidas

Autorizar el uso en las áreas protegidas para la conservación de la biodiversidad, investigación científica, bioprospección y turismo, mediante concesiones, autorizaciones y otros mecanismos a ser establecidos en la reglamentación expresa.

Promocionar la protección y conservación de los recursos naturales, la investigación científica, recreativa, educativa y de turismo ecológico, en el ámbito de las áreas protegidas.

6. Policía Turística

Con dependencia administrativa del Viceministerio de Turismo según resolución Ministerial N° 089 98 del 12 de Mayo de 1998, y disciplinariamente del Comando General de la Policía Nacional.

Tiene como misión evitar la comisión de delitos y faltas relacionadas con la actividad turística, protegiendo la persona y los bienes de los turistas, así como el patrimonio natural, cultural y turístico del país.

7. Empresarios privados del turismo nacional

Sin la presencia e intervención del sector privado; el sistema turístico no existe, que de manera representativa actúa junto a la administración pública en el desarrollo del turismo.

- Representan y defienden los intereses comunes de sus miembros y asociaciones ante las autoridades locales, nacionales e internacionales.
- Promueven estrechas relaciones y colaboración en actividades comunes.
- Defienden e intercambian información y experiencia.

8. Organizaciones nacionales:

- Cámara Nacional de Operadores de Turismo.

- Asociación Boliviana de Agencias de Viaje y Turismo (ABAVYT)
- Asociación de Líneas Aéreas (ALA- BOLIVIA)
- Cámara Nacional de Empresarios Gastronomicos.
- Cámara Boliviana de Hoteleria

2.7.4.3. ORGANISMOS INTERNACIONALES

Se originan por la voluntad de varios Estados, firman tratados internacionales, determinado los objetivos permanentes, la estructura, los medios de acción y el poder que los confiere.

1. Organización Mundial del Turismo (OMT)

Sede: Madrid, España

Objetivo General

“Promover el desarrollo del Turismo, con vista a contribuir al desenvolvimiento económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad, el respeto universal y la observancia de los derechos humanos, así como las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión”.

Objetivos Secundarios

- Acelerar y fomentar la contribución de Turismo (internacional y nacional) a la paz, a la comprensión, la salud, y la prosperidad en todo el mundo.

- Facilitar por medio de los viajes el acceso del ser humano a la educación y la cultura.
- Actuar como agencia internacional y cooperación para difundir el turismo.
- Proporcionar a los miembros un servicio que sea valioso en sus operaciones nacionales dentro del campo del Turismo.
- Establecer un enlace y consulta permanente con los diversos sectores de los operadores turísticos.

Funciones

- La promoción informada del Turismo.
- Representación del Turismo en las Naciones Unidas.
- Vocero autorizado del Turismo mundial y del turista.

2. Organización de las Naciones Unidas - ONU

En relación directa con el Turismo, la ONU ha contribuido en la ratificación del “**Código Ético Mundial del Turismo**”, propuesta por la OMT, aun sustenta el desarrollo responsable y sostenible del Turismo mundial en el nuevo milenio; minimizando los efectos negativos en el medio ambiente y en el patrimonio cultural.

3. Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura - UNESCO

“La sed de conocimiento y el deseo de disfrutar en persona de las maravillas de nuestro mundo seguirán, sin duda, impulsando el floreciente sector del Turismo cultural bien gestionado y planificado.

El Turismo cultural cumple una función esencial en la protección del patrimonio mundial, ya que reporta los medios financieros necesarios para proteger los sitios y monumentos de nuestro patrimonio.

Los ingresos de este tipo de Turismo también ayudan a mantener la artesanía local y las tradiciones culturales.

Sin esa inyección de fondos, muchos sitios del patrimonio y muchas actividades culturales se enfrentarían a un incierto futuro.”

Patrimonio de la Humanidad (UNESCO)

PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD	AÑO
Ciudad de Potosí	1987
Ciudad Histórica de Sucre	1991
Misiones Jesuíticas de Chiquitos	1992
Samaipata	1998
Parque Nacional Noel Kempff Mercado	2000
Tiwanaku: Centro espiritual y político de la cultura	2000
Tiwanaku	
Carnaval de Oruro: Patrimonio oral e Inmaterial de la Humanidad	2001
Cultura Kallawayaya	2003

Fuente: UNESCO, 2001

4. Organización Mundial de la Salud - OMS

En relación al Turismo, está dirigida a prevenir la proliferación de ciertas enfermedades. Para ello elabora el “Reglamento sanitario del viaje internacional”.

5. Organización Internacional del Trabajo - OIT

En el tema de Turismo, la OIT, verifica que se respeten los derechos de los trabajadores en todos los polos turísticos, prestando ayuda al Turismo sostenible.

6. Organización de la Aviación Civil Internacional - OACI

La OACI establece normas y regulaciones internacionales necesarias para garantizar la seguridad y eficiencia y regularidad del transporte aéreo y sirve de catalizador para la cooperación en todas las esferas de la aviación civil.

7. H. Consejo Mundial de Viajes y Turismo - AIEST

- Fundada en Berna en 1941 a iniciativa de los Suizos, Walter Hunziker y Kurt Krapf.
- Promover la actividad científica de Turismo, proporcionando la documentación y facilitando el cambio de impresiones y experiencia.
- Apoyar la actividad de los institutos científicos del Turismo y otros centros de a investigación y educación especializándose en el Turismo.
- Organiza y coopera en congreso y otras reuniones y cursos en el Turismo de una naturaleza científica.

2.7.4.4. ORGANISMOS INTERNACIONALES REGIONALES

1. Confederación de las Organizaciones Turísticas de la América Latina - COTAL

- Estudiar y estimular el estudio de la problemática del Turismo en la región y emitir opinión tendiendo a que las mismas propongan

soluciones que defiendan los intereses del sector empresarial regional.

- Promover la más estrecha colaboración entre las instituciones que la conforman, y entre los diferentes sectores que integran la actividad turística latinoamericana.
- Privilegiar las empresas turísticas promoviendo su jerarquización y posicionamiento en el mercado.
- Promover el producto turístico latinoamericano, en todas sus formas, en todo el mundo.

2. Corporación Andina de Fomento - CAF

La Corporación Andina de Fomento, es una institución financiera multilateral cuya misión es apoyar el desarrollo sostenible de sus países accionistas y la integración regional. Atiende a los sectores público y privado, suministrando producto y servicios financieros múltiples a una amplia cartera de clientes.

3. Organización de los Estados Americanos - OEA

Tiene un papel fundamental en la tarea de alcanzar las metas compartidas por los países de Norte, Centro y Sud América. A través del proceso de la Cumbre de las Américas, los jefes de estado y de gobierno del hemisferio han dotado a la OEA de importantes responsabilidades y mandatos.

4. Banco Interamericano de Desarrollo - BID

Sede: Washington-EE.UU.

Facilita financiamiento para planes de desarrollo incluyendo el asesoramiento a través de consultores extranjeros abarcando la labor de planificación y financiamiento conjuntamente.

2.7.4.5. ORGANISMOS INTERNACIONALES NO GUBERNAMENTALES

1. Asociación Mundial de Agencias de Viajes - WATA

Sede: Génova – Suiza

Tiene la misión de favorecer y garantizar los intereses económicos de todas las agencias de viajes del mundo, por medio de un intercambio de servicios, ofreciendo un acceso global de las nuevas tecnologías para permanecer cerca de las tendencias del mercado.

2. Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viaje - FUAAV

Sede: París – Francia

- Orientar a sus miembros sobre los asuntos profesionales y turísticos que revisten un interés general.
- Actuar en calidad de consultora y asesora entre organizaciones internacionales, en todos los asuntos que se refieran a las actividades profesionales de las agencias de viajes en el mundo.

3. Asociación de Transporte Aéreo Internacional - IATA

Sede: Brúcelas – Bélgica

- Constituye la organización mundial que representa a las líneas Aéreas regulares de más de 100 países.
- Desarrollar coordinadamente normas de la industria; sobre tarifas y fletes internacionales
- Asegura la seguridad y comodidad del pasajero.
- Contribuye a satisfacer las exigencias comerciales.
- Promueve el transporte rápido y económico de correo aéreo internacional.
- Autoriza a las agencias de viajes a que representen a las diferentes Líneas aéreas nacionales e internacionales como intermediarias de comercialización de pasajes ante el turista.
- Profesionaliza a los recursos humanos a través de su “programa de capacitación profesional de agentes de viaje de IATA”.

4. Asociación Internacional de la Hotelería

Sede: París – Francia

Agrupar a las asociaciones nacionales de los hoteles y se ocupa de las relaciones entre la hotelería y las agencias de viaje, así como de la capacitación profesional a través de cursos en el extranjero.

2.8. DISPOSICIONES CONSTITUCIONALES EN LAS QUE SE SUSTENTA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Constitución Política del Estado. “Art.1°.- BOLIVIA, libre, independiente, soberana, multiétnica y pluricultural, constituida en República Unitaria, adopta para su gobierno la forma democrática representativa y participativa, fundada en la unión y la solidaridad de todos los bolivianos”.

La Constitución Política del Estado, reformada mediante Ley N° 2650 de 13 de Abril de 2004, considera en su Art. 1° el reconocimiento “**multiétnico y pluricultural**” dando lugar al nuevo concepto del turismo basado en el respeto a las etnias y diversas culturas nacionales, que dio lugar al denominado “EtnoEco turismo”, concebido en las vastas y variadas riquezas culturales del país.

“Art. 7°.- Toda persona tiene los siguientes derechos fundamentales, conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio:”

El inc. C) del Art. 7° permite también el derecho fundamental orientado: “A reunirse y asociarse para fines lícitos”.

El derecho a asociarse con fines lícitos, implica reconocer la iniciativa económica privada libre y que en este caso, se ejerce mediante la creación de empresas o sociedades mercantiles, destinadas a la explotación de servicios turísticos.

El inc. G) del mismo Art. 7°, entre otros derechos fundamentales de la persona señala: “El ingresar, permanecer, transitar y salir del territorio nacional”.

Merced a este mandato constitucional, el desplazamiento de los turistas en territorio nacional está garantizado, toda vez que la posibilidad de desplazarse, viajar y recorrer cualquier lugar y detenerse en ellos, está indudablemente unida de manera indisoluble a la libertad de la persona humana. Este derecho recogido de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, aprobada por Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de Diciembre de 1948, constituye un verdadero derecho natural.

“Art. 136.- Son de dominio originario del Estado, además de los bienes a los que la Ley les da esa calidad, el suelo y el subsuelo con todas sus riquezas naturales, las

aguas lacustre, fluviales y medicinales, así como los elementos y fuerzas físicas susceptibles de aprovechamiento. La ley establecerá las condiciones de este dominio, así como las de su concesión y adjudicación a los particulares.”

En el Capítulo II, Art. 136 de la Tercera Parte de la Constitución Política de Estado referido a los “Bienes Nacionales”, se fija que están bajo el dominio del Estado, todos los bienes patrimoniales de la Nación, con todas sus riquezas, aguas lacustres y fluviales, que en este caso son parte integrante de nuestra planta turística.

“Art. 141.- El Estado podrá regular, mediante Ley, el ejercicio del comercio y de la industria, cuando así lo requieran, con carácter imperioso, la seguridad o necesidad públicas. Podrá también, en estos casos, asumir la dirección superior de la economía nacional. Esta intervención se ejercerá en forma de control, de estímulo o de gestión directa.”

“Art. 142.- El Poder Ejecutivo podrá, con cargo de aprobación legislativa en Congreso, establecer el monopolio fiscal de determinadas exportaciones, siempre que la necesidad del país así lo requieran.”

“Art. 143.- El Estado determinará la política monetaria bancaria y crediticia con objeto de mejorar las condiciones de la economía nacional. Controlará, asimismo, las reservas monetarias.”

“Art. 144.- La programación del desarrollo económico del país se realizará en ejercicio y procura de la soberanía nacional. El Estado formulará periódicamente el plan general de desarrollo económico y social de la República, cuya ejecución será obligatoria. Este planeamiento comprenderá los sectores estatal, mixto y privado de la economía nacional.

La iniciativa privada recibirá el estímulo y la cooperación del Estado cuando contribuya al mejoramiento de la economía nacional.

“Art.145.- Las explotaciones a cargo del Estado se realizarán de acuerdo a planificación económica y se ejecutarán preferentemente por entidades autónomas, autárquicas o sociedades de economía mixta. La dirección y administración superiores de éstas se ejercerán por directorios designados conforme a Ley. Los directores no podrán ejercer otros cargos públicos ni desempeñar actividades industriales, comerciales o profesionales relacionadas con aquellas entidades.”

Los Artículos 141 al 145 del Capítulo III “Política Económica del Estado”, definen los principios generales en los cuales deben basarse las actividades económicas. El Estado garantiza la actividad económica y las formas de encausar el comercio y la industria, permitiendo que el Estado asuma y sustente la dirección de la economía nacional. Este planteamiento comprende a los sectores público y privados en los que está inmersa la actividad turística.

La iniciativa privada recibirá el estímulo y cooperación del Estado cuando contribuya al mejoramiento de la economía nacional. A este respecto debemos señalar que la mayor parte de las empresas de servicios turísticos desarrollan sus actividades en condiciones de pequeñas empresas.

“Art. 191.- Los monumentos y objetos arqueológicos son de propiedad del Estado. La riqueza artística colonial, la arqueológica, la histórica y documental, así como la procedente del culto religioso son tesoro cultural de la Nación están bajo el amparo del Estado y no pueden ser exportadas.

El Estado organizará un registro de la riqueza artística, histórica, religiosa y documental, proveerá a su custodia y atenderá a su conservación.

El Estado protegerá los edificios y objetos que sean declarados de valor histórico o artístico.”

“Art. 192.- Las manifestaciones del arte e industrias populares son factores de la cultura nacional y gozan de especial protección del Estado, con el fin de conservar su autenticidad e incrementar su producción y difusión.”

Los Artículos 191 y 192 establecen que “Los monumentos y objetos arqueológicos son de propiedad del Estado.”

Gracias a esta declaración podemos mencionar que el Estado, en materia turística, tiene como deber fundamental resguardar las obras de arte, históricas, documentales y de importancia arqueológica, que al momento, esta protección está dada a través de Viceministerio de Cultura.

Es conveniente destacar que el concepto actual de la conservación de restos arqueológicos y monumentos históricos, tiene un contenido que va más allá del simple resguardo, es decir, no solo implica la preservación del bien nacional, sino su uso nacional.

SECCION CONCLUSIVA

III. SECCIÓN CONCLUSIVA

3.1. POLÍTICAS DE TURISMO

El efecto del liderazgo político sobre el turismo siempre es importante; en las naciones en vías de desarrollo como Bolivia puede llegar a ser decisivo; el dirigente político puede provocar sentimientos de hostilidad o cordialidad, fomentar el orgullo o el resentimiento de los trabajadores, exacerbar sentimientos de inferioridad o inspirar confianza, preconizar la ley y el orden, alentar un aumento planificado del turismo o participar él mismo en beneficiarse rápidamente; el mal clima político de una zona turística puede hacer mucho daño al turismo.

Los costes y beneficios del turismo se deberían analizar teniendo en cuenta a toda la población directa o indirectamente relacionada, incluyendo a los residentes de la zona turística.

Algunos gobiernos se inclinan claramente por el llamado “mercado de calidad”, una clase acaudalada generalmente de más de cincuenta años.

Otros gobiernos prefieren una mezcla de turistas, desde estudiantes con poco poder adquisitivo a personas ricas.

a) Valoraciones distintas

El determinar que industria es más importante para un estado no resulta nada simple, se debe calcular el valor del turismo en términos de gastos diarios, impuestos generados y empleos creados, en oposición a los gastos sociales y de infraestructura.

En las ciudades en que el turismo constituye sólo una parte de su economía, aun en el caso de que sea una parte importante, los visitantes no siempre son vistos como elementos benéficos que aportan dinero.

3.2. IMPACTO DEL TURISMO EN LA SOCIEDAD

Quizás más que las implicaciones económicas, son más importantes para los residentes en un área turística las implicaciones sociológicas al tener a miles de viajeros que visitan una zona determinada, seguro que el turismo comporta un cambio, el cual es bien recibido por un sector de la sociedad y provoca controversias en otros sectores de la población.

En una sociedad pequeña, firmemente interrelacionada, los efectos del turismo son pronunciados y obvios, los visitantes provocan un cambio al igual que lo pueden provocar un grupo de misioneros o nuevos negocios, los visitantes, normalmente inmersos en sus valores personales y de clase media, propagan sus valores cuando viajan.

Las personas mayores de algunas colectividades están preocupadas por el hecho de que la gente joven de ambos sexos de su sociedad, tentados por tanto dinero, se dediquen a la prostitución, algunas sociedades sienten el cambio más que otras, otras creen que el turismo comercializa la historia, la identidad étnica y la cultura de los pueblos, forzando un cambio cultural sin precedentes sobre personas que ya estaban confundidas por cambios como la industrialización, la urbanización y la inflación.

El visitante, especialmente el del mundo industrializado que viaja a países menos desarrollados, es observado como alguien a quien emular, el visitante prefiere whisky escocés, y el whisky escocés pasa a ser la bebida más consumida en casa o

bares; el visitante se comporta con unos modales desenfadados y ese comportamiento se hace popular.

El cambio social es menor donde el visitante y el residente tienen un nivel económico, educativo y cultural similar; por el contrario, es de esperar que se produzca un mayor cambio social en los destinos en los que existan diferencias acusadas entre la cultura y la economía de los visitantes y la de los residentes fijos del lugar.

La diferencia económica entre los visitantes y los residentes se considera como un factor que amplía los motivos de queja de la población local, especialmente si son evidentes las diferencias raciales entre ambos grupos; cuando una población residente se siente inferior, o tiene una historia en la que ha sido explotada, estos sentimientos probablemente se intensifican.

Se puede afirmar con seguridad que el turismo incrementa la artesanía y las artes de su zona de destino proveyendo nuevos mercados para los artesanos, a menudo recuperando un tipo de arte o artesanía que se estaba perdiendo y fortaleciendo el desarrollo de las formas tradicionales; el turismo en algunos casos ha fomentado nuevas formas artísticas o adaptaciones de las formas tradicionales.

3.3. INTERVENCIÓN DE LOS GOBIERNOS EN EL DESARROLLO TURÍSTICO

En cualquier desarrollo turístico participan de una forma u otra los gobiernos locales y de los estados, el grado de participación o intervención puede ser muy variable.

Numerosos gobiernos estimulan el turismo proporcionando incentivos para que se produzcan la inversión privada; en general, solo se conceden los créditos para invertir en turismo a las explotaciones aprobadas por el gobierno, en la mayor parte de los países los créditos para la construcción de hoteles se dan por un tiempo aproximado de veinticinco años, los créditos para reconstrucción y equipamiento son de diez o quince años, otra ayuda puede ser la reducción de los derechos de aduana de los materiales importados que se requieren para la construcción y el equipamiento de los servicios turísticos.

Sin la ayuda del gobierno, el turismo en varias regiones no podría crecer de forma sustancial; de la misma manera, no se abrirán a la explotación turística zonas montañosas inaccesibles si no existen carreteras de acceso construidas por el estado, a menudo se recomienda en la planificación de la explotación participe un amplio espectro de la población residente y que se tengan en cuenta intereses dispares, en un intento de evitar el crecimiento a costa de un grupo y conseguir, por tanto generalizar los beneficios de la explotación de una forma equitativa.

El país, ambicioso de dólares turísticos, concede amplias ventajas en impuestos a los dueños de hoteles y agencias de viajes receptivo, se renuncia a los derechos de importación y puede concederse una exención fiscal sobre los beneficios durante diez años o mas años.

Un estudio reciente de **la Organización Mundial de Turismo (OMT)** recomendaba que la administración debería intervenir en el turismo en cuatro actividades: coordinación, legislación, planificación y financiación. Además, la **OMT** identifica cinco objetivos principales en le desarrollo turístico, que deberían ser responsabilidad pública. Estos objetivos serían:

- Garantizar el derecho al ocio y a las vacaciones.

- Preparar a los ciudadanos para el turismo.
- Desarrollar la economía a través del turismo.
- Promover el desarrollo social y cultural.
- Salvaguardar y proteger el medio ambiente.

Todo ello requiere una actitud claramente intervencionista del estado; otros estudios argumentan que la intervención estatal es imprescindible para suplir la ausencia de un sector privado fuerte con experiencia, ello obliga al estado a actuar de “pionero” en la introducción de actividades y servicios turísticos.

a) COMERCIALIZACIÓN DE LAS ZONAS TURÍSTICAS

Las oficinas Nacionales de Turismo tienen interés en que acudan más visitantes a su país; el propósito primordial de cualquier departamento de congresos y turismo es el de convencer a más gente que visite su territorio.

No solo los promotores oficiales del gobierno tienen interés en promover los destinos, sino que también lo tienen las agencias de viajes, las empresas de transporte los hoteles; los destinos turísticos pueden ser áreas pequeñas, ciudades o pueblos, regiones o estados.

Otra función que desempeña la oficina de turismo del estado es llamar la atención sobre el valor económico que supone el turismo para él; se realizan estudios sobre el impacto económico y los resultados se presentan para interés de los votantes y de los políticos, y trabajar con el sector privado para atraer más visitantes al país.

En muchas áreas los presupuestos de las oficinas turísticas nacionales son bajos y los responsables del turismo deben gastar sus recursos limitados de una forma juiciosa.

PROPUESTAS DE TRABAJO DIRIGIDO

IV. PROPUESTAS DEL TRABAJO DIRIGIDO

4.1. PROPUESTAS

Las propuestas del presente trabajo de investigación pueden resumirse en lo siguiente:

- Bolivia en el futuro tiene que convertirse en un destino turístico con el esfuerzo del sector público y la empresa privada del turismo aunando esfuerzos para este logro tan ansiado, ya que actualmente es considerado un destino secundario.
- El aumento de visitantes a nuestro país, tendrá como resultado un aumento multiplicador por cada dólar que deje el turista, la economía se vera fortalecida ayudara al ingreso de divisas al Estado, crecerá el número de empleos relacionados con el turismo directa e indirectamente.
- La conscientización de la población nacional urbana como rural sobre el turismo y su importancia es muy necesaria, ya que el común de las personas no entiende que el visitante que llega a nuestro país trae dólares que ayuda a nuestra economía, al turista lo ven con malos ojos, como a un extraño de otro mundo a veces se los ve en forma despectiva, nos falta el calor humano, amabilidad, y aprecio al turista por su visita, hacerle sentir como en casa, la mejor propaganda sobre el país que se hace es de contar sobre el trato afectuoso que recibió el visitante al llegar a su país de origen.
- Los visitantes llegan a nuestro país cada año atraídos por su belleza natural sabiendo que aun existe lo autentico lo original, por sus antiguos yacimientos arqueológicos, sus parques naturales, de entre ellos podemos

citar las ruinas precolombinas de Tiwanaku, el lago Titicaca el mas alto del mundo, el salar de Uyuni, y otros lugares turístico que se van descubriendo a lo largo del país.

- El turismo tiene que llegar a ser el uno de los principales soportes de la economía de la nación, según datos estadísticos el 2004 el turismo internacional ocupó el cuarto lugar en ingresos, comparado con las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales; el fin que se persigue es llegar a ocupar los primeros lugares por ingreso de divisas al país, lo cual se puede lograr con el aumento de visitantes, el turismo no necesita mucha inversión para lograr este propósito.
- La política turística de gobierno boliviano tiene que dirigir sus esfuerzos a incentivar la inversión en el turismo atrayendo a inversionistas extranjeros y nacionales, una de las formas de incentivar puede ser el crear una ley que exima al pago de impuestos por un determinado tiempo, en ese lapso los inversores recuperarían su capital , pero quedarían la infraestructura turística para muchos años por delante, se puede citar a muchos países que tomaron esta clase de decisiones y actualmente son atractivos turísticos de mucha importancia, ocupando el turismo el primer lugar como ingreso de divisas .

**LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD
TURÍSTICA EN BOLIVIA**

LEY N° 2074 - LEY DE 14 DE ABRIL DE 2000

HUGO BANZER SUÁREZ

PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

Por cuanto el Honorable Congreso Nacional, ha sancionado la siguiente Ley:

EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL,

DECRETA:

**LEY DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN
BOLIVIA**

TITULO I

AMBITO DE APLICACIÓN Y DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1°.- AMBITO DE APLICACIÓN.- La presente Ley constituye el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia.

ARTÍCULO 2°.- IMPORTANCIA DEL TURISMO.- El turismo es una actividad económicamente estratégica para el desarrollo integral del país. El turismo receptivo es actividad de exportación fundamental para la generación de divisas.

ARTÍCULO 3°.- PRINCIPIOS.- Son principios de la actividad turística:

- a) La participación de la iniciativa privada como pilar fundamental de la dinamización del sector para contribuir al crecimiento económico, a la generación de empleo y al incremento de los ingresos para el país.
- b) La participación y beneficio de las comunidades donde se encuentran los atractivos turísticos para fortalecer el proceso de identidad e integración nacional.
- c) El fomento a la construcción de infraestructura y el mejoramiento de la calidad de los servicios, para garantizar la adecuada satisfacción de los usuarios.
- d) La conservación permanente y uso sostenible de patrimonio cultural del país.
- e) La participación y el beneficio de los pueblos originarios y etnias que integrados a la actividad turística, preserven su identidad y ecosistema.

ARTICULO 4°.- Para los fines de la presente Ley, se adoptan las siguientes definiciones:

- **Turista.** Toda persona que se desplaza de un sitio distinto de aquel donde tiene su residencia habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.
- **Servicios Turísticos.** Son los bienes y servicios producidos por la empresa e instalaciones turísticas que son consumidos y utilizados por los turistas.
- **Actividades turísticas.** Son aquellas derivadas de las interrelaciones entre los turistas, los prestadores de servicios turísticos y el Estado.

- Productos turísticos. Son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas.
- Turismo interno. Es el realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliado en el país.
- Turismo receptivo. Es la actividad realizada dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior del país.
- Prestadores de servicios. Son las empresas legalmente establecidas en el país que se dedican habitualmente al negocio de las actividades turísticas.

ARTICULO 5°.- OBJETIVOS DE LA POLÍTICA ESTATAL.- Los objetivos de la política estatal referidos a la actividad turística son los siguientes:

- a) Reconocer que, bajo los principios de una economía de mercado transparente, la actividad turística corresponde a la iniciativa privada, donde el Estado debe asegurar las condiciones necesarias para el potenciamiento del turismo, a través del mantenimiento de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar la conservación y uso racional de los recursos naturales, históricos, arqueológicos y culturales que tienen significación turística y que son de interés general de la nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la **CONCIENCIA TURÍSTICA**.
- d) Establecer en materia de turismo, las directrices de coordinación entre el Gobierno Central, las Administraciones Departamentales y los Gobiernos Municipales.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional, tanto en instituciones estatales como en el sector privado.

TITULO II

ENTE RECTOR

ARTICULO 6°.- ENTE RECTOR.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión en todo el ámbito nacional, es el ente rector competente en materia turística. El ente rector ejecutará sus acciones a través de Ministerio de Turismo.

ARTICULO 7°.- ATRIBUCIONES.- Las atribuciones del ente rector son la formulación y ejecución de la estrategia nacional de turismo y sus políticas; así como la elaboración normativa, realizando el proceso de coordinación necesario con otras entidades públicas y privadas.

TITULO III

COMPETENCIAS DE OTROS ORGANISMOS

ARTICULO 8°.- GOBIERNOS MUNICIPALES.- Los Gobiernos Municipales tienen la facultad de promover y promocionar los recursos turísticos en su jurisdicción territorial, ejecutando las acciones y programas acordes con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, a través del Viceministerio de Turismo.

ARTICULO 9°.- PREFECTURAS.- Las Prefecturas Departamentales, en tanto representantes del Poder Ejecutivo central, ejecutan y administran programas y proyectos de promoción y desarrollo turístico, emanados por el ente rector en estrecha coordinación con los Gobiernos Municipales.

TITULO IV

CONSEJO NACIONAL Y CONSEJOS DEPARTAMENTALES DE TURISMO

ARTICULO 10°.- CREACION DEL CONSEJO NACIONAL DE TURISMO.-Se crea el Consejo Nacional de Turismo para propiciar la coordinación entre el sector público y privado, con la finalidad de promover y desarrollar el turismo en el país.

ARTÍCULO 11°.- COMPOSICIÓN.- El Consejo Nacional de Turismo está presidido por el Ministro de Comercio Exterior e Inversión, como Presidente nato e integrado por:

- El Viceministro de Turismo que ejercerá como Secretario Ejecutivo del Consejo y asumirá la Presidencia en ausencia del Ministro.
- El Viceministro de Transportes, Comunicaciones y Aeronáutica Civil o su representante legal.
- El Viceministro de Régimen Interior y Policía o su representante legal.
- El Viceministro de Cultura o su representante legal.
- El Viceministro de Cultura o su representante legal.
- El Viceministro de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente o su representante legal.
- El Presidente de la Cámara Boliviana de Turismo.
- El Presidente de la Cámara Boliviana de Hotelería.

- El Presidente de la Asociación Boliviana de Agencias de Viajes y Turismo (ABAVYT)
- El Presidente de la Cámara Nacional de Operadores de Turismo (CANATUR)
- El Presidente de la Asociación de Líneas Aéreas (ALA-BOLIVIA)
- El Presidente de la Cámara Nacional de Empresarios Gastronomicos.

ARTICULO 12°.- FUNCIONES Y ATRIBUCIONES.- El Consejo Nacional de Turismo tendrá las siguientes funciones y atribuciones:

- a) Delinear acciones, planes, proyectos y otras actividades orientadas a la efectiva implementación de la política turística nacional.
- b) Establecer mecanismos efectivos para la promoción y desarrollo del turismo tanto interno como receptivo.

ARTICULO 13°.- CONSEJOS DEPARTAMENTALES.- Se crean los Consejos Departamentales de Turismo para coordinar la actividad turística en cada Departamento.

ARTICULO 14°.- COMPOSICION.- Los Consejos Departamentales de Turismo están presididos por el Prefecto, como presidente nato, e integrado por:

- Dos representantes de las prefecturas Departamentales (preferentemente de las unidades de Cultura y Turismo).
- Un representante del Gobierno Municipal por la Provincia Capital.

- Un Representante de los Gobiernos Municipales de las Provincias.
- La Cámara Hotelera Departamental.
- La Asociación Departamental de Agencias de Viajes y Turismo.
- La Asociación Departamental de Líneas Aéreas.
- La Cámara Departamental de Empresarios Gastronómicos.

ARTICULO 15°.- FUNCIONES Y ATRIBUCIONES.- Las funciones y atribuciones de los Consejos Departamentales de Turismo deberán estar acordes con las acciones y funciones del Consejo Nacional de Turismo.

TITULO V

LOS PRESTADORES DE SERVICIO

ARTICULO 16°.- PRESTADORES DE SERVICIOS.- Son prestadores de servicio:

- a) Empresas operadoras de turismo receptivo.
- b) Establecimientos de hospedaje turístico en todas sus modalidades y categorías.
- c) Empresas de viajes y turismo en todas sus modalidades y categorías
- d) Empresas de transporte turístico.
- e) Empresas arrendadoras de vehículos.
- f) Restaurantes turísticos y peñas folklóricas.
- g) Empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales.
- h) Museos privados y centros artesanales.
- i) Guías de turismo.
- j) Aquellos servicios afines al turismo que adquieren la categoría de servicios turísticos a través de una reglamentación expresa.

ARTICULO 17°.- GUÍAS DE TURISMO.- Para ejercer la función de guía oficial de turismo, se debe estar legalmente autorizado y registrado por la Prefectura del Departamento correspondiente y cumplir con todas las disposiciones legales en vigencia.

ARTICULO 18°.- REQUISITOS.- Los requisitos para ser prestadores de servicios turísticos se establecerán en los reglamentos sectoriales.

TITULO VI

FOMENTO AL TURISMO

ARTICULO 19°.- REALIZACIÓN DE CONVENIOS.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, a través del Viceministerio de Turismo, podrá suscribir convenios con personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, que tengan por objeto la instrumentación de programas conjuntos de promoción y capacitación de desarrollo turístico del país.

ARTICULO 20°.- COOPERCIÓN INTERNACIONAL.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión coordinará con el Ministerio de Hacienda, o cualquier organismo gubernamental, para identificar, gestionar y celebrar acuerdos de cooperación turística con organismos gubernamentales y no gubernamentales extranjeros y organizaciones internacionales, con el fin de incentivar el desarrollo de las actividades turísticas.

ARTICULO 21°.-PROMOCIÓN.- Crease la entidad Promoción Boliviana de Turismo (PROBOTUR), como institución descentralizada dependiente del Viceministerio de Turismo, con participación de la empresa privada, con autonomía de gestión administrativa, económica, financiera y técnica, con personalidad jurídica propia y patrimonio independiente, para realizar la

promoción turística integral del país, institución que deberá ser reglamentada mediante Decreto Supremo.

ARTICULO 22°.- DESCUENTO DEL IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE BIENES INMUEBLES (IPBI) A LA ACTIVIDAD HOTELERA.- Los bienes inmuebles dedicados exclusivamente a la actividad hotelera y que formen parte de los activos fijos de la empresa hotelera, a efectos del pago del Impuesto a la Propiedad de Bienes Inmuebles (IPBI), serán valuados tomando en cuenta el cincuenta por ciento (50%) de la base imponible obtenida de acuerdo a los procedimientos establecidos por el Título V, Capítulo I de la Ley N° 843 (Texto Ordenado), por el plazo de diez años (10 años) a partir de la promulgación de la presente Ley, de conformidad con las normas de uso y clasificación de cada Gobierno Municipal.

ARTICULO 23°.- CAPACITACIÓN Y CONSCIENTIZACIÓN.- El Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, en coordinación con el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, las Prefecturas Departamentales y los Municipios respectivos, el sector privado y las universidades promoverán la capacitación de recursos humanos afectados a la actividad turística en sus diferentes modalidades y la conscientización de la población sobre la importancia del turismo en el desarrollo sostenible del país.

ARTICULO 24°.- IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN EL SECTOR DEL TURISMO.- A efectos de la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el sector de turismo, se considera como exportación de servicios.

- a) La venta de servicios turístico que efectúen los operadores nacionales de Turismo Receptivo en el exterior.

- b) Los servicios de hospedaje prestados por establecimientos hoteleros a turistas extranjeros sin domicilio o residencia en Bolivia.

El respectivo procedimiento será reglamentado por el Poder Ejecutivo.

ARTÍCULO 25°.- BIENES DE CAPITAL.- A efecto del pago del Gravamen arancelario consolidado (GAC), se consideran como bienes de capital, los equipos destinados a la actividad hotelera, de acuerdo a reglamentación específica.

ARTICULO 26°.- ZONAS PRIORITARIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO.-

Los Consejos Municipales, en estrecha coordinación con los Consejos Departamentales de turismo y en función a la articulación de los Planes de Desarrollo Municipal y Departamental, podrán determinar zonas prioritarias de desarrollo turístico con la aceptación del Consejo Nacional de Turismo. En el caso de territorios indígenas los Planes de Desarrollo Distrital Indígena articulados con la participación de las autoridades originarias en igual forma. Tal determinación producirá los siguientes efectos:

- a) Obligatoriedad de utilización del suelo afectado en el desarrollo prioritario de actividades turísticas
- b) Apoyo local en servicios públicos e infraestructura básica acorde con los planes de desarrollo municipal y regional.
- c) Apoyo técnico a los prestadores de servicios turísticos que vayan a desarrollar sus actividades en esas áreas.

ARTÍCULO 27°.- INFRAESTRUCTURA.- Las obras de infraestructura básica y aeroportuaria, implementadas o por implementarse por parte del Estado, tomarán en cuenta los requerimientos del desarrollo turístico para facilitar el transporte terrestre, fluvial, lacustre y aéreo, de tal forma que se garantice su competitividad.

TITULO VII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTICULO 28°.- DISPOSICIONES TRANSITORIAS.- En el plazo máximo de 90 días se reglamentará la presente Ley y se aprobarán los Reglamentos Sectoriales correspondientes.

Quedan derogadas todas las disposiciones contrarias a la presente Ley.

Remítase al Poder Ejecutivo, para fines constitucionales.

Es dada en la Sala de Sesiones del Honorable Congreso Nacional, a los doce días del mes de Abril de dos mil años.

Fdo. Leopoldo Fernández Ferreira, Hugo Carvajal Donoso, Gonzalo Molina Ossio, Carlos García Suárez, Jorge Sensano Zárate, Franz Rivero Valda.

Por tanto la promulgo para que se tenga y cumpla como Ley de la República.

Palacio de Gobierno de la ciudad de La Paz, a los catorce días del mes de Abril de dos mil años.

FDO. HUGO BANZER SUAREZ, Franz Ondarza Linarez, José Luis Lupo Flores, Tito Hoz de Vila Quiroga, Carlos Saavedra Bruno

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

ANTECEDENTES

La **OMT**, es un órgano operativo, más que deliberativo. Su primer antecedente fue la organización que se fundó en 1925, en la Haya, bajo la denominación de Congreso Internacional de las Asociaciones Oficiales de Propaganda Turística.

Posteriormente, en el año de 1927, el nombre fue cambiado por el de Congreso Internacional de los Organismos Oficiales de Propaganda Turística, y en 1930, por el de Unión Internacional de los Organismos de Propaganda Turística.

Después de la segunda guerra mundial, esta última se reunió en Londres, en 1946, y se estructuró bajo el nombre de Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT), quedando su sede en la ciudad de Ginebra. Posteriormente y hasta la actualidad es conocida con el nombre de Organización Mundial del Turismo (**OMT**).

La cual es la organización más importante a nivel mundial, ya que es la única organización que representa todos los intereses gubernamentales y oficiales, tiene su sede en Madrid.

Objetivos

- Acelerar y fomentar la contribución del turismo (internacional y nacional) a la paz, a la comprensión, la salud, y la prosperidad en todo el mundo.
- Facilitar por medio de los viajes el acceso del ser humano a la educación y la cultura.

- Elevar los estándares de vida en las regiones menos desarrolladas del mundo, al ayudar a promocionar facilidades para el turismo extranjero y la promoción de la corriente turística a esas zonas en especial.
- Mejorar las condiciones de los habitantes del país y contribuir así al desarrollo de la economía mundial.
- Actuar como una agencia internacional de coordinación y cooperación para difundir el turismo.
- Proporcionar a los miembros un servicio que sea valioso en sus operaciones nacionales dentro del campo del turismo.
- Ofrecer un punto de reunión y coordinación de todos los intereses turísticos de los países miembros de las organizaciones turísticas nacionales y de los sectores y organizaciones profesionales que representen los intereses de los viajeros.
- Establecer un enlace y consulta permanente con los diversos sectores de los operadores turísticos.

OBJETIVO GENERAL

- El objetivo fundamental de la organización es promover el desarrollo del turismo, con vista a contribuir al desenvolvimiento económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad, el respeto universal y la observancia de los derechos humanos, así como las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión.
- La organización aprobará y adoptará todas las medidas adecuadas a lograr estos fines, y prestará particular atención a los intereses en materia turística de los países en vías de desarrollo.
- Para definir su participación central en el área del turismo, la Organización Mundial del Turismo ha mantenido y mantendrá una colaboración estrecha

y efectiva con los organismos correspondientes de las Naciones Unidas y sus instituciones especializadas.

- Sobre este particular, la organización procurará estrechar las relaciones que tiendan a la cooperación y la participación en las actividades consideradas en el programa de Naciones Unidas para el desarrollo.
- En tales casos, la Organización Mundial del Turismo será un organismo participante, encargado de ejecutar este programa.

FUNCIONES

- La promoción informada del turismo; no de la corriente turística específica, sino de una mayor comprensión del turismo, sus ventajas y sus riesgos; la recomendación de medidas positivas como la creación de nuevas instalaciones.
- Coordinar las políticas en turismo; formulación y aplicación de los principios del turismo internacional.
- Racionalización de las organizaciones turísticas internacionales y nacionales.
- Representación del turismo en las Naciones Unidas.
- Vocero autorizado del turismo mundial y del turista, que complemente la autoridad y a la posición central de las organizaciones turísticas nacionales.
- Cumplimiento de acuerdos internacionales multilaterales y apoyo para su implementación, así como de los acuerdos ya existentes.
- Solución de desacuerdos técnicos internacionales.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA LEGISLACIÓN TURÍSTICA NACIONAL

PRIMER PERIODO.- (Enero 1937 - Diciembre 1972) **(DIRECCIÓN NACIONAL DE TURISMO)**

La administración turística aparentemente no estuvo estructurada en forma integral ni normada sus actividades. La primera función que se asigna al Estado en el desarrollo de la inmigración, se da con la promulgación del **Decreto Ley de 22 de Mayo de 1936**

En que se crea el despacho de Inmigración, adscrito al Ministerio de Agricultura y Colonización. Este Decreto Ley solamente regulaba el ingreso de extranjeros al país y nada que esté relacionado con las corrientes turísticas.

El **Decreto Supremo de 28 de Enero de 1937**, aprueba el “reglamento de permisos de Ingresos al Territorio Nacional” bajo control del Ministerio de Inmigración, en cuya clasificación de extranjeros se reconocía la calidad de “turistas”.

El **Decreto Supremo de 26 de abril de 1937**, exceptúa a los turistas de la obligación de recabar carnet de identidad, debiendo utilizar como documento de identificación el ejemplar N°. 1 de las “solicitudes de permiso”.

El **Decreto Supremo de 20 de mayo de 1937**, aprueba el “reglamento de Pasaportes al Extranjero”, estableciendo una clasificación de ocho categorías de pasaportes.

El **Decreto Supremo de 30 de septiembre de 1937**, crea la “Dirección General de Extranjería y Turismo”, encargada del estudio de los problemas turísticos y de impulsar el fomento internacional del turismo. Este Decreto Supremo define por primera vez la organización administrativa pública del turismo.

El Decreto Ley de 17 de Diciembre de 1937, establece la “clasificación Oficial de los Turistas” y se crean los derechos consulares de visación del pasaporte internacional.

El Decreto Supremo de 17 de mayo de 1938, establece que los turistas extranjeros están eximidos del pago de los impuestos de prestación vial.

La Resolución Presidencial de 30 de agosto de 1939, dispone que la “Dirección General de Turismo”, pase a depender del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto.

El Decreto Ley de 24 de noviembre de 1939, aprueba el “Reglamento Orgánico de Turismo”, con el objetivo principal de fomentar, desarrollar e incrementar el turismo, hasta convertirlo en una fuente saneada de la economía nacional.

El decreto Ley de 29 de Diciembre de 1939, crea el impuesto denominado “Ingreso a Bolivia”.

El Decreto Supremo de 30 de junio de 1941, aprueba el “reglamento sobre aplicación del Impuesto denominado Ingreso a Bolivia”, de 25 dólares americanos.

El Decreto Supremo de 25 de marzo de 1954, establece las “Penalidades a Empresas que Contraten el Servicio de Turistas”, con sumas de Bs.5.000.- y Bs.10.000.-

El Decreto Supremo N° 03973 de 3 de marzo de 1955, regula la incorporación de nuevos capitales introducidos al país con el objeto de impulsar la industria hotelera, bajo el principio del “Fomento del Turismo”.

El Decreto Supremo de fecha 6 de septiembre de 1955, aprueba las “Normas Legales y Atribuciones de la Dirección Nacional de Turismo”, cuyas finalidades eran la de incrementar el turismo interno e internacional.

Mediante este instrumento legal, por primera vez el Estado tiene la obligación fundamental de orientar, coordinar y supervisar las actividades de todas las empresas de turismo, agencias de viajes, hoteles, bares, restaurantes y todos los servicios públicos vinculados directamente con el turismo.

En este periodo el Estado tiende a buscar la capacitación de los recursos humanos del rubro hotelero, para lo que pretende instituir una escuela hotelera con financiación del Supremo Gobierno, hecho que no logro concretarse.

El Decreto Supremo de 12 de abril de 1957, dispone que la “Dirección Nacional de Turismo” creada mediante Decreto Supremo N° 03973, pase a depender del Ministerio de Inmigración.

El Decreto Supremo de 28 de Septiembre de 1957, aprueba las disposiciones legales que estipulaban las “Penalidades y Multas a turistas que infringen el Reglamento Orgánico de Turismo”.

El Decreto Supremo N° 05809 de 29 de mayo de 1961, dispone que la “Dirección Nacional de Turismo” pase a depender de la Secretaria General de la Presidencia de la República con su misma organización y estructura.

La Resolución Suprema N° 105386 de 11 de agosto de 1961, crea por primera vez el “Consejo Nacional de Turismo”, como Organismo asesor de la Dirección Nacional de Turismo, compuesto por las asociaciones gremiales.

El Decreto Supremo N° 05911 de octubre de 1961, crea por primera vez la “Tarjeta de Turismo”, con el objetivo de simplificar los procedimientos de control de entrada y salida, suprimiendo las visas consulares y el moroso trámite administrativo.

El Decreto Supremo N° 05921 de 10 de noviembre de 1961, concede al “Turista Internacional” a tiempo de ingresar al país y previa declaración a la Aduana, la liberación de derechos e impuestos aduaneros y derechos consulares, en la internación de objetos de uso y consumo personal.

El Decreto Supremo N° 05928 de 24 de noviembre de 1961, crea la “Escuela de Guías y Cicerones” bajo la supervigilancia de la Dirección Nacional de Turismo, con el propósito de abrir nuevas fuentes de trabajo y hacer del guía un profesional bien remunerado que contribuya al mismo tiempo a un mejor conocimiento de propios y extraños, de nuestro incomparable tesoro cultural.

El Decreto Supremo N° 05939 de 8 de diciembre de 1961, establece que las inversiones para construir hoteles de primera categoría, gozan de la liberación de impuestos directos nacionales, departamentales, municipales y universitarios por el término de 10 años.

El Decreto Supremo N° 05993 de 2 de febrero de 1962, confirma la creación del “Consejo Nacional de Turismo”, incluyendo a un representante del Consejo Municipal de Cultura de la H. Alcaldía Municipal de La Paz.

El Decreto Supremo N° 06422 de 4 de abril de 1963, aprueba el “Reglamento Interno de la Dirección Nacional de Turismo”.

El Decreto Supremo N° 06514 de 28 junio de 1963, amplía y complementa las “Atribuciones de la Dirección Nacional de Turismo”.

El Decreto Supremo N° 06515 de 28 de junio de 1963, modifica la composición del “Consejo Nacional de Turismo”.

El Decreto Supremo N° 06868 de 24 de agosto de 1964, reconoce con carácter nacional, la “Insignia Única del Turismo”, creada y diseñada por la Dirección Nacional de Turismo”.

El Decreto Supremo N° 07203 de 3 de junio de 1965, aprueba un nuevo “Reglamento Orgánico de Turismo”, reconociendo al turismo y a sus actividades conexas como industria básica en Bolivia.

El Decreto Supremo N° 08060 de 4 de agosto de 1967, crea el “Ministerio de Cultura, Información y Turismo” en base a las Direcciones Nacionales correspondientes.

El Decreto Supremo N° 08140 de 31 de octubre de 1967, amplía la “Estructura Orgánica del Ministerio de Cultura, Información y Turismo”, con otros organismos creados en función a las necesidades de la cultura del país.

SEGUNDO PERIODO.- (Enero 1973 - Junio 1989)
(INSTITUTO BOLIVIANO DE TURISMO)

El Decreto Supremo N° 10702 de 28 de enero de 1973, crea el “Instituto Boliviano de Turismo”, con carácter de institución Pública, con personería jurídica reconocida y patrimonio propio, sujeta a la tuición del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, encargado de la planificación, el desarrollo, coordinación y promoción de la actividad turística en el país.

El Decreto Supremo N° 12988 de 22 de octubre de 1975, aprueba el “Estatuto Orgánico del Instituto Boliviano de Turismo”.

El Decreto Supremo N° 12991 de 22 de octubre de 1975, aprueba el “Reglamento de Agencias de Pasajes y Agencias de Viajes y Turismo”.

El Decreto Supremo N° 13051 de 12 de noviembre de 1975, aprueba el “Reglamento de la Policía Turística”, creada mediante Resolución N° 28/75 de 29 de julio de 1975 del Comando General de la Policía Nacional.

El Decreto Supremo N° 13052 de 12 de noviembre de 1975, aprueba el “Reglamento de las Empresas Arrendadoras de Vehículos”.

El Decreto Supremo N° 13053 de 12 de noviembre de 1975, aprueba el “Reglamento de Peñas Folklóricas”.

El Decreto Supremo N° 13054 de 12 de noviembre de 1975, aprueba el “Reglamento de Guías de Turismo”.

El Decreto Supremo N° 13055 de 12 de noviembre de 1975, aprueba el “Reglamento de Establecimientos de Hospedaje”.

El Decreto Supremo N° 16991 de 2 de agosto de 1979, autoriza al Instituto Boliviano de Turismo inicie las gestiones ante “Compañías Operadoras de Vuelos Charter” para que oferten un plan de vuelos de este sistema entre Europa y Bolivia.

El Decreto Supremo N° 17828 de 27 de noviembre de 1980, dispone reformular la “Tarjeta de Turismo” como un medio de facilitación para el turista internacional.

TERCER PERIODO.- (Julio 1989 - Septiembre 1993)
(DIRECCIÓN NACIONAL DE TURISMO)

El Decreto Supremo N° 17828 de 27 de noviembre de 1989, en sustitución del Instituto Boliviano de Turismo crea nuevamente la “Dirección Nacional de Turismo”, que debía operar con el Estatuto Orgánico del Instituto Boliviano de Turismo, hasta que su marco legal sea delimitado por una “Ley Nacional de Turismo”.

CUARTO PERIODO.- (Octubre 1993 - Agosto 1997)
(SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO)

El Decreto Supremo N° 23660 de 12 de octubre de 1993, crea la “Secretaria Nacional de Turismo”, dependiente del Ministerio de Desarrollo Económico. Este instrumento legal establece por primera vez en la historia de la administración pública turística, la creación de una “Secretaria”.

El Decreto Supremo N° 24583 de 25 de abril de 1997, aprueba el “Reglamento General del Turismo” que concibe al turismo como aquella “actividad económica y de exportación fundamental para el desarrollo integral del Estado boliviano”.

En sujeción al Decreto Supremo N° 24583 que abrogó los Reglamentos Sectoriales que regulaban la actividad turística de los prestadores de servicios turísticos, se aprobaron los nuevos Reglamentos Sectoriales mediante:

La Resolución Ministerial N° 153 de 4 de agosto de 1997, que aprueba el “Reglamento de Empresas de Viajes y Turismo”.

La Resolución Ministerial N° 154 de 4 de agosto de 1997, aprueba el “Reglamento de la Policía Turística”.

La Resolución Ministerial N° 155 de 4 de agosto de 1997, aprueba el “Reglamento de Guías de Turismo”.

La Resolución Ministerial N° 156 de 4 de agosto de 1997, aprueba el “Reglamento de Arrendadoras de Vehículos”.

La Resolución Ministerial N° 157 de 4 de agosto de 1997, aprueba el “Reglamento de Peñas Folklóricas”.

La Resolución Ministerial N° 158 de 4 de agosto de 1997, aprueba el “Reglamento de Concurso de Bellezas”.

La Resolución Ministerial N° 159 de 4 de agosto de 1997, aprueba el “Reglamento de Empresas de Hospedaje Turístico”.

**QUINTO PERIODO.- (Septiembre 1997 -
(VICEMINISTERIO DE TURISMO)**

La Ley N° 1788 de 16 de septiembre de 1997 que aprueba la “Ley de Organización del Poder Ejecutivo” (L.O.P.E.), crea el MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSION como aquella entidad estatal encargada de formular políticas y normas para el desarrollo del turismo.

El Decreto Supremo N° 24855 de 22 de septiembre de 1998, aprueba el “Reglamento a la Ley de Organización del Poder Ejecutivo”, estableciendo dentro de la estructura orgánica del Ministerio de Comercio Exterior e Inversión al VICEMINISTERIO DE TURISMO, como la entidad responsable de la conducción ejecutiva y administrativa del sector.

El Decreto Supremo N° 24946 de 4 de febrero de 1998, crea el “Centro de Promoción-Bolivia” (CEPROBOL), en sustitución del Instituto Nacional de Promoción de Exportaciones (INPEX).

La Resolución Ministerial N° 086 98 de 12 de mayo de 1998, deja sin efecto la Resolución Ministerial N° 159 y aprueba el “Reglamento de Empresas de Hospedaje Turístico”.

La Resolución Ministerial N° 088 98 de 12 de mayo de 1998, deja sin efecto la Resolución Ministerial N° 153 y aprueba el “Reglamento de Empresas de Viajes y Turismo”.

La Resolución Ministerial N° 089 98 de 12 de mayo de 1998, deja sin efecto la Resolución Ministerial N° 154 y aprueba el “Reglamento de la Policía Turística”.

La Resolución Ministerial N° 090 98 de 12 de mayo de 1998, deja sin efecto la Resolución Ministerial N° 155 y aprueba el “Reglamento de Guías de Turismo”.

La Resolución Ministerial N° 091 98 de 12 de mayo de 1998, deja sin efecto la Resolución Ministerial N° 156 y aprueba el “Reglamento de Empresas Arrendadoras de Vehículos”.

La Resolución Ministerial N° 092 98 de 12 de mayo de 1998, deja sin efecto la Resolución Ministerial N° 157 y aprueba el “Reglamento de Peñas Folklóricas”.

La Resolución Ministerial N° 093 98 de 12 de mayo de 1998, deja sin efecto la Resolución Ministerial N° 158 y aprueba el “Reglamento de Concursos de Belleza”.

El Decreto Supremo N° 25055 de 23 de mayo de 1998, define la “Norma Complementaria al Decreto Supremo N° 24855 de 22 de septiembre de 1997”, en el que se definen las funciones específicas de los respectivos viceministerios.

El Decreto Supremo N° 25089 de 06 de julio de 1998, redefine y adecua la nueva estructura y funciones del Centro de Promoción Bolivia - CEPROBOL

LEY N° 2064 de 3 de abril de 2000, Ley de reactivación económica.

LEY N° 2074 de 14 de abril de abril de 2000, Ley de promoción y desarrollo de la actividad turística en Bolivia.

BIBLIOGRAFIA

ARIAS, Pérez Dorys. Teoría del Turismo. Viceministerio de Turismo – Bolivia 2006.

ANGELES, Caballero César. La Investigación Jurídica. Lima, Perú. 1999.

BNITEZ, Rivas Alfredo. Compendio de Derecho Financiero Boliviano. Primera Edición, La Paz, 1988.

CABANELLAS, Guillermo. Diccionario Jurídico Elemental. Editorial Heliasta S.R.L., Buenos Aires-Argentina, 1970.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Ley N° 2650 de 13 de abril de 2004.

CONSTITUCIÓN POLITICA DE DEL ESTADO.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Ley N° 2074 de 14 de abril de 2000. LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN BOLIVIA.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA. Ley N° 2492 de 2 de agosto de 2003. CODIGO TRIBUTARIO BOLIVIANO.

JARACH, Dino. El Hecho Imponible Teoría. Segunda Edición, Abelardo- Perrot, Buenos Aires-Argentina, 1971.

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO VICEMINISTERIO. Estadísticas de Turismo, 2004.

MOSTAJO, Machicado Max. Seminario Taller de Grado. Primera Edición, La Paz, Bolivia. 2005.

OSORIO, Manuel. Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales. Editorial Heliasta S.R.L. Argentina. 1987.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Evolución de los recursos Turísticos. OMT-Madrid, 1978.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. ... Introducción al Turismo. Editorial Egrat. Madrid, 1998.

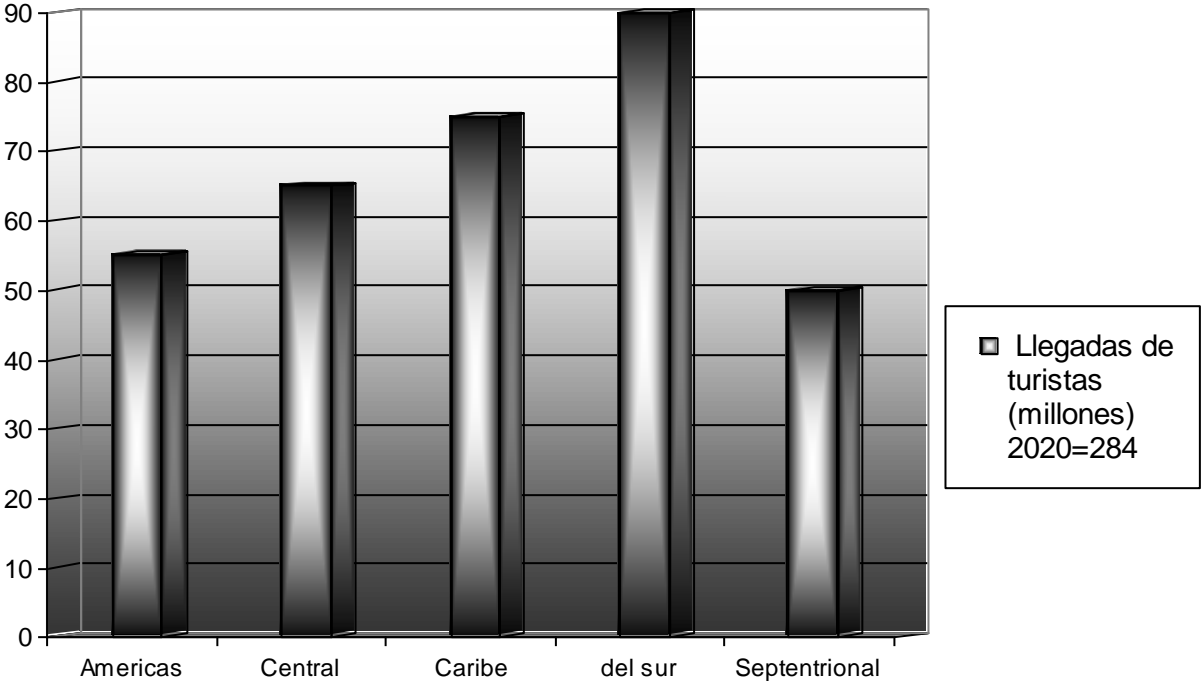
REYNAGA, Ginelda. Manual de Derecho Financiero y Tributario Boliviano. Druck. La Paz-Bolivia, 2002.

TÉLLEZ, Flores Rodolfo. Legislación Turística de Bolivia. Editorial Industrias Graficas Acuarela Ltda. 1998.

ANEXOS

Tasa de crecimiento de las llegadas de turistas internacionales en las Américas por subregion:

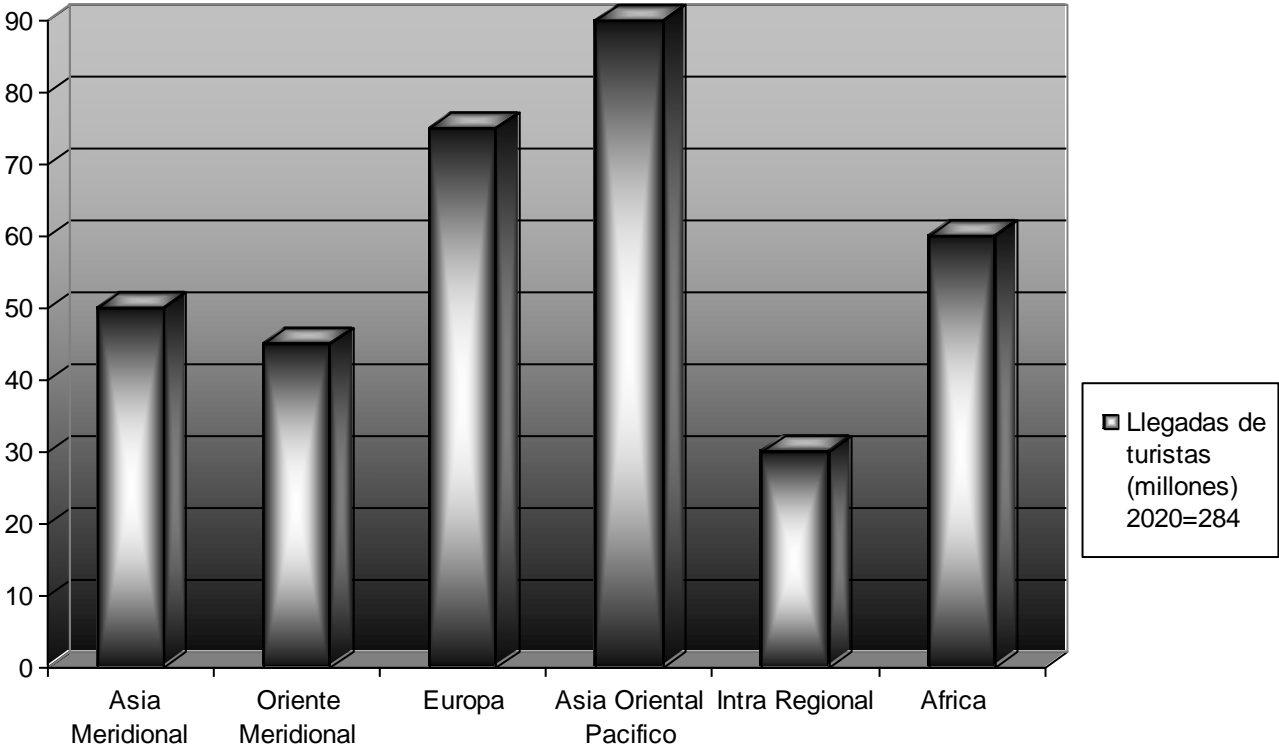
**1995-2020
(Por ciento anual)**



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Tasa de crecimiento de las llegadas de turistas internacionales a las Américas procedentes de las regiones de origen.

**1995-2020
(Por ciento anual)**



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ATRACTIVOS POR DEPARTAMENTO

(ANEXO N° 3)

DEPARTAMENTO	CATG. 1	CATG. 2	CATG. 3	CATG. 4	CATG. 5	TOTAL
La Paz	107	125	55	17	44	348
Santa Cruz	43	61	18	9	37	168
Cochabamba	39	73	26	2	40	180
Chuquisaca	14	46	16	4	14	94
Potosí	70	61	19	17	16	183
Oruro	36	45	22	12	27	142
Tarija	19	21	7	7	27	78
Beni	39	32	28	3	12	114
Pando	22	3	7	-	1	33
TOTAL	389	467	198	68	218	1340
%	29,0	34,9	14,8	5,1	16,1	100%

Fuente: Estrategia de Desarrollo Turístico Bolivia, Viceministerio de Turismo, 1993 – 2003

GASTO TURISTICO POR CONCEPTO DE TURISMO RECEPTIVO

(ANEXO N° 4)

DEMANDA	ALOJ.	ALIMENT.	TRANS	ARTES.	RECREAC.	OTROS	TOTAL
Sudamérica	26,1	20,5	14,5	8,8	13,5	16,6	100
Norteamérica	19,5	18,1	16	12,7	13,7	20	100
Europa	28	20	18,1	12,1	9	12,8	100

Fuente: Viceministerio de Turismo, 2000

**BOLIVIA: INGRESO DE DIVISAS POR CONCEPTO DE TURISMO
INTERNACIONAL POR DEPARTAMENTO**

(En millones de dólares)

(Porcentaje)

(ANEXO N° 5)

DEPARTAMENTO	%	DIVISAS (Millones \$us.)
LA PAZ	48,1%	83,02
SANTA CRUZ	28,3 %	48,84
CBBA	8,0 %	13,80
SUCRE	5,7 %	9,83
POTOSI	4,8 %	8,28
ORURO	2,7 %	4,66
TARIJA	1,1 %	1,89
BENI	0,8 %	1,38
PAMDO	0,5 %	0,86
INGRESOS TOTALES	100 %	172,6

Fuente: Viceministerio de Turismo. 2003

BOLIVIA: INGRESO POR TURISMO INTERNACIONAL Y EXPORTACIONES DE PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES - 2004

(En millones de dólares)

(Porcentajes)

(ANEXO N° 5)

PRODUCTOS	%
Gas Natural	619,7
Tota y aceite de soya	423,6
Otros derivados de Hidrocarburos	227,3
Turismo Receptivo	187,7
Cine y concentrados	151,6
Estaño	147,1
Plata	91,2
Maderas	56,1
Castaña	53,4
Joyería	44,5
Oro	34,3
Cueros y Pieles	232,6

Fuente: Viceministerio de Turismo, 2003

**EVOLUCIÓN DE LA CAPACIDAD HOTELERA
(CIUDAD CAPITAL)
(ANEXO N° 6)**

CIUDAD	1991	2004	N° Hab. 2004	N° Plazas -Camas 2004
La Paz	127	194	5,340	8,719
El Alto	127	130	1,858	2,159
Santa Cruz	95	243	6,222	9,600
Cochabamba	76	125	2,517	3.902
Sucre	26	51	1,094	2,002
Potosí	29	38	712	1,299
Oruro	37	78	1,520	2,751
Tarija	22	40	845	1,460
Trinidad	23	39	544	1,109
Cobija	5	13	244	425
BOLIVIA	440	951	20,846	33,426

Fuente: Viceministerio de Turismo, 2004

**LLEGADA DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS A
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN CATEGORÍA, 2004**

(ANEXO N° 7)

CATEGORÍA	EXTRANJEROS	NACIONALES	TOTAL
HOTELES	218,746	240,064	458,810
5*	80,661	43,593	124,254
4*	38,358	21,082	79,440
3*	39,573	54,955	94,528
2*	41,931	64,685	106,616
1*	18,223	33,749	53,972
APART -HOTEL	13,604	11,715	25,319
RESIDENCIALES	93,380	207,154	299,534
4*	10,494	10,817	21,311
3*	23,073	31,050	54,123
2*	21,058	65,824	86,882
1*	37,755	99,463	137,218
ALOJAMIENTOS	61,994	406,699	468,693
A	34,434	116,666	151,100
B	18,560	192,134	210,694
C	9,000	97,899	106,899
POSADAS	3,941	5,772	9,713
FLOTEL	223	55	278
	390,888	871,459	1,262,347

Fuente: Viceministerio de Turismo, 2004

**ESTADÍA MEDIA DE VISITANTES EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
SEGÚN CATEGORIA, 2004
(ANEXO N° 8)**

CATEGORIA	EXTRANJEROS	NACIONALES	TOTAL
HOTELES	2,8	2,2	2,5
5*	2,9	2,5	2,7
4*	3,1	2,3	2,7
3*	2,6	2,3	2,4
2*	2,5	2,1	2,3
1*	2,4	1,9	2,0
APART -HOTEL	4,1	2,6	3,4
RESIDENCIALES	2,3	1,8	2,0
4*	2,6	2,3	2,4
3*	2,1	2,0	2,1
2*	2,4	1,8	1,9
1*	2,3	1,8	1,9
ALOJAMIENTOS	2,4	1,4	1,5
A	2,6	1,7	1,9
B	2,2	1,3	1,4
C	2,1	1,3	1,4
POSADAS	2,8	2,0	2,3
FLOTEL	3,7	3,8	3,7
	2,6	1,7	2,0

Fuente: Viceministerio de turismo 2004

La preferencia de uso de los medios de transporte de turistas nacionales y extranjeros hacia Bolivia, se puede reflejar en el siguiente cuadro:

(ANEXO N° 9)

MEDIO DE TRANSPORTE	2004 (P)
TOTAL GENERAL	703,715
Total Nacionales	299,0024
Total Extranjeros	404,691
AÉREOS	404,315
Nacionales	162,290
Extranjeros	239,025
CARRETERO	284,986
Nacionales	124,781
Extranjeros	160,205
FERROVIARIO	14,225
Nacionales	10,774
Extranjeros	3,581
FLUVIAL – LACUSTRE	3,189
Nacionales	1,209
Extranjeros	1,980

(P) Datos preliminares

Viceministerio de Turismo: Estadísticas 2004