

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

Facultad de Ciencias Económicas y Financieras

CARRERA DE ECONOMÍA



TESIS DE GRADO

EL TURISMO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO

DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA

Postulante: Lourdes Ivonne Baldiviezo B.

Tutor: Lic. Alfredo Barrientos

La Paz – Bolivia

1998

Dedicatoria

Con admiración y cariño; para Yolanda, mi madre, como modesta muestra de gratitud, por alguno de los muchos sacrificios que hizo por mí, y por enseñarme que con voluntad, se logran los objetivos, así también, a la memoria de mi abuelita Andrea, porque siempre me dió, ejemplo de fortaleza.

Agradecimientos

Este trabajo se ha realizado gracias a la valiosa colaboración del Lic. Alfredo Barrientos, mi tutor, que con su paciente y meticulosa lectura, detectó errores y me colaboró en la corrección de los mismos, su profesionalismo fue una constante guía a lo largo del trabajo.

Mi infinito reconocimiento, a Mario Ernesto Villagra, mi esposo, que me brindó en todo momento su apoyo, comprensión y ante todo una incalculable colaboración, si la Tesis se mejoró, fue gracias a él, es por eso que jamás olvidaré su importante ayuda.

Van también mis agradecimientos al Sr. Javier Zenteno, del Departamento de Estadísticas Económicas, del Instituto Nacional de Estadística, por proporcionarme gran parte de la información que requería para la elaboración del presente Trabajo.

**“ Es mejor vender
buenos servicios turísticos
que valiosos recursos
no renovables ”**

RESUMEN

“El Turismo en el Desarrollo Económico del Departamento de Tarija”

La creciente importancia que en estos últimos años adquiere la actividad turística a nivel mundial, está motivada no sólo por ser un factor de integración entre los pueblos, sino por su rol socio-económico que desempeña al constituirse en una interesante alternativa para la generación de ingresos, la creación de fuentes de trabajo y la preservación del medio ambiente.

El estudio del tema, es un trabajo que buscó satisfacer la necesidad de un estudio técnico inexistente e identificar el impacto, de la actividad turística, en las variables económicas que mayor incidencia tienen en la misma.

- El trabajo determinó la dimensión que tiene la actividad turística del Departamento de Tarija, mediante el análisis de las causas y efectos de las principales variables económicas.
- El estudio dotó al Departamento de Tarija de un instrumento técnico (Matriz de Insumo-Producto del Turismo) y macroeconómico, que permitió el diagnóstico de la actividad y la medición del impacto del Turismo en la economía regional.

Del análisis de la información procesada, se pudo determinar, que el impacto neto del Turismo en la economía del Departamento de Tarija alcanza a 13%, lo cual implica el impacto de todas las actividades que hacen posible el Turismo en el PIB; aunque es destacado observar que dentro de esta participación se incluye el impacto directo, con el 1,1%; y el 11,9% restante es atribuible a los efectos indirectos que genera esta actividad.

El empleo generado por el Turismo -directo e indirecto- alcanza a 5.763 empleos en 1993, equivalente al 15% del empleo total en el Departamento de Tarija, que si bien esta cifra engloba las actividades identificadas como de “vocación turística”, también estas ramas no ocupan su producción exclusivamente al Turismo.

En la Primera Parte del trabajo se puede encontrar una sinopsis de la situación actual del Turismo y se presentan los objetivos a los cuales está dirigida la tesis; en la Segunda Parte se exponen los lineamientos que dirigen el trabajo y la estructura metodológica base del estudio; aquí también se encuentra la parte esencial de la investigación ya que se efectúa un análisis de efectos e impactos en algunas de las principales variables macroeconómicas; finalmente la Tercera Parte, esta referida, al contenido del quehacer turístico del Departamento, como así también, se hallan las conclusiones y recomendaciones resultantes del estudio.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	9
PRIMERA PARTE	
CAPÍTULO I	
1. CONSIDERACIONES GENERALES.....	11
2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	18
3. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
4. MARCO TEÓRICO.....	19
4.1 CONTEXTO GENERAL DE LA ECONOMÍA NACIONAL	23
4.2 IMPORTANCIA Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL TURISMO	25
5. METODOLOGÍA.....	28
5.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA TEORÍA DEL INSUMO-PRODUCTO.....	28
5.2 SISTEMA DE CUENTAS DE PRODUCTO-INGRESO (SCPI) Y LA MATRIZ DE INSUMO PRODUCTO (MIP).....	31
5.3 LA MATRIZ DE INSUMO PRODUCTO Y EL TURISMO.....	37
5.4 APLICACIÓN DEL MODELO A PARTIR DE LA MATRIZ DE LEONTIEV.....	39

6.	FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	45
6.1	HIPÓTESIS CENTRAL.....	45
6.2	HIPÓTESIS SECUNDARIAS.....	45
7.	OBJETIVOS.....	46
7.1	OBJETIVO GENERAL.....	46
7.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	46

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO I

1.	EL TURISMO EN LA ECONOMÍA DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA.....	47
1.1	CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA.....	47
1.2	IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE MAYOR Y MENOR SIGNIFICACIÓN TURÍSTICA.....	51
1.3	OBTENCIÓN DE LA MATRIZ DE INSUMO PRODUCTO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA (MIPT).....	53
1.4	OBTENCIÓN DE LA MATRIZ DE INSUMO-PRODUCTO DEL TURISMO PARA EL DEPARTAMENTO DE TARIJA, AÑO 1993 (MIPTT/93).....	59
1.5	DESCRIPCIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA.....	64

CAPÍTULO II

1.	EL CONSUMO TURÍSTICO.....	66
2.	GENERACIÓN DEL VALOR AGREGADO DEL TURISMO.....	72
3.	IMPACTO DEL TURISMO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB).....	76
4.	EMPLEO, CAPITAL E IMPUESTOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	78
5.	EL EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO.....	80
6.	EFECTOS DE UNA POLÍTICA DE PROMOCIÓN DEL TURISMO.....	83
6.1	VARIACIONES EN: CTR, CTNR, FBKF, FACTORES PRODUCTIVOS COMPONENTES DEL VABT, GENERACIÓN DE DIVISAS Y EMPLEO; ANTE VARIACIONES DE ESCENARIOS EN EL CTR, CTNR, FBKF.....	83
6.2	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD POR RAMA DE ACTIVIDAD DEL VALOR AGREGADO BRUTO ANTE MODIFICACIONES DEL CTR, CTNR, INVERSIÓN TURÍSTICA.....	88
6.3	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD POR RAMA DE ACTIVIDAD EN EL EMPLEO TOTAL CUANDO SE MODIFICA EL CTR, CTNR, E INVERSIÓN TURÍSTICA.....	89

TERCERA PARTE

CAPÍTULO I

1. BASES PARA LA FORMULACIÓN DE POLÍTICAS SECTORIALES TURÍSTICAS DIRIGIDAS A IMPULSAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA.....	91
1.1 FOMENTO DEL TURISMO RECEPTIVO.....	91
1.2 ALTERNATIVAS DEL ETNO-ECO-TURISMO.....	103
1.3 CUANTIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS ESPERADOS..	106

CAPÍTULO II

✓1. CONCLUSIONES.....	110
✓2. RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS DE POLÍTICA ECONÓMICA DEL TURISMO.....	112
2.1 LA OFERTA TURÍSTICA.....	113
2.2 LA DEMANDA TURÍSTICA.....	114
2.3 MARCO INSTITUCIONAL.....	115
ABREVIACIONES UTILIZADAS.....	119
FOTOS.....	122
ANEXOS ESTADÍSTICOS.....	127
LISTA DE ANEXOS ESTADÍSTICOS.....	128
BIBLIOGRAFÍA	

INTRODUCCIÓN

Mucho se ha escrito en nuestro país, sobre el Turismo, pero casi siempre ha sido desde el punto de vista de la propaganda de las bellezas naturales y artísticas de una región, y muy pocas veces sobre los aspectos fundamentales de esta industria. En nuestro país son verdaderamente escasas las obras de carácter científico que constituyen la bibliografía sobre la materia y a nivel del Departamento de Tarija, no se ha encontrado ninguna obra que de modo sistemático se ocupe de la influencia del Turismo en la economía del Departamento.

La investigación de esta materia, en la que se abordan los efectos del Turismo, nos parece de gran interés, máxime cuando el fenómeno turístico influye en casi todos los sectores de la vida socioeconómica en forma trascendente.

Precisamente por la falta de estudios económicos en la materia y puesto que ningún sector, ya sea estatal o privado en el Departamento de Tarija, ha dedicado la debida atención, las dificultades encontradas en el trabajo han sido considerables, ya que para darle un carácter económico al presente estudio, eran necesarias estadísticas adecuadas, aún no disponibles en las instituciones encargadas de esta actividad.

Dadas todas estas dificultades, se comprenderá fácilmente lo trabajosn que ha sido el intentar abrir una brecha en este terreno virgen, y lo laborioso que fue realizar un estudio en un campo, que se constituye una vía factible de desarrollo para el Departamento de Tarija, pero que hasta el momento ha sido abandonado. Así, en la Primera Parte del trabajo se puede encontrar una sinopsis de la situación actual del Turismo y se presentan los objetivos a los cuales está dirigida la tesis; en la

Segunda Parte se exponen los lineamientos que dirigen el trabajo y la estructura metodológica base del estudio; aquí también se encuentra la parte esencial de la investigación ya que se efectúa un análisis de efectos e impactos en algunas de las principales variables macroeconómicas; finalmente la Tercera Parte, esta referida, al contenido del quehacer turístico del Departamento, como así también, se hallan las conclusiones y recomendaciones resultantes del estudio.

PRIMERA PARTE

CAPÍTULO I

1. CONSIDERACIONES GENERALES

Está ampliamente comprobado que el Turismo representa en la actualidad uno de los fenómenos más importantes de la sociedad moderna, tanto por su impacto económico, social y ambiental.

- **ECONÓMICAMENTE**

- Genera Divisas, Empleo, Inversión y Efectos Multiplicadores

- Eleva la calidad de vida de las poblaciones receptoras

- Es el distribuidor más democrático de los ingresos

- **SOCIALMENTE**

- Valoriza las etnias y culturas

- Es una actividad de paz e integración entre los pueblos

- Refuerza el sentimiento de nacionalidad

- **AMBIENTALMENTE**

- Valoriza el hábitat

- Genera conciencia de Conservación y Sostenibilidad

- Propicia el uso económico sostenible de los Recursos Naturales

- Es una "Industria sin Chimeneas"

Para mostrar la magnitud de su importancia a escala mundial, en la Tabla 1 se observa el flujo de turistas por regiones.

La Tabla 1 nos muestra que el movimiento de flujo turístico a nivel mundial ha experimentado un crecimiento del 7.3% en 1995 respecto al año anterior y al que si se añaden los Viajes Interiores, que según la OMT ascendieron a más de 3.500 millones de turistas residentes para el año 1990¹, resulta que estamos ante una actividad económicamente importante, y cuyo accionar provoca modificaciones en las manifestaciones socioculturales de los pueblos.

En el caso de los ingresos en divisas por Turismo Internacional, en el ámbito mundial, se puede observar en la Tabla 2 que el Turismo es una actividad altamente generadora de divisas y que en los últimos años su tasa de crecimiento promedio en el quinquenio 90-95 ha sido de un 7,5%.

La actividad turística en Bolivia ha tenido un desarrollo incipiente, comparado con los indicadores a nivel mundial, la escasa infraestructura básica de acceso y servicios, han sido las causas fundamentales de este retraso. El Turismo en el ámbito institucional se establece en el país en 1937 con la creación de la Dirección Nacional de Turismo, poco a poco va cobrando mayor importancia, como entidad estatal de control, planificación y promoción. En 1973 se le cambia de nombre a Instituto Boliviano de Turismo, en 1989 vuelve a la categoría anterior y en 1993 cuando el gobierno toma conciencia de la importancia de esta actividad en la

¹ 1990 es el último año con el que se cuenta con datos de Turismo interno a nivel mundial.

TABLA 1

TURISMO INTERNACIONAL
LLEGADAS POR REGIONES
(miles de turistas)

Región	1993		1994		1995		Variación 1995/1994 (%)
	Llegadas	Distribución (%)	Llegadas	Distribución (%)	Llegadas	Distribución (%)	
Europa	308.191	60,1	315.000	59,6	337.240	59,5	7,1
Américas	104.243	20,3	108.500	20,5	111.944	19,7	3,2
Asia Oriental	69.581	13,6	74.700	14,1	83.624	14,8	11,9
África	18.376	3,6	18.600	3,5	18.800	3,3	1,1
Oriente Medio	8.666	1,7	7.900	1,5	11.041	1,9	39,8
Asia Meridional	3.466	0,7	3.700	0,7	4.384	0,8	18,5
Mundo	512.523	100,0	528.400	100,0	567.033	100,0	7,3

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)
Datos Preliminares

TABLA 2

INGRESOS DE DIVISAS POR TURISMO INTERNACIONAL
(miles de dólares americanos)

Región	Ingresos (Excluido transporte internacional)					
	1990	1991	1992	1993	1994	1995
África	5.213	4.887	5.916	6.008	6.437	6.654
América	69.481	76.821	84.732	90.270	95.733	96.398
Asia del Este y el Pacífico	38.830	40.154	47.213	52.327	61.915	71.940
Europa	143.980	143.327	162.646	158.048	173.182	195.264
Oriente Medio	5.127	4.280	5.400	4.804	5.107	6.747
Asia del Sur	2.083	2.411	2.838	2.792	3.166	3.690
Mundo	264.714	271.880	308.745	314.249	345.540	380.693
Variación respecto al año anterior (%)		2,71	13,56	1,78	9,96	10,17

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

economía nacional, es que se crea la Secretaría Nacional de Turismo, que por primera vez tiene rango de Ministerio.

En Bolivia las llegadas de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje en 1995 ascendieron a 350.687; 9,7% superior al año anterior. La tasa media anual de la última década es de 10,7%; y si a esto añadimos que el Turismo Interno para este mismo año fue de 646.804 residentes que se registraron en establecimientos de hospedaje en las capitales departamentales del país, con un crecimiento del 3,3% con respecto al año anterior², se colige que estamos refiriéndonos a una actividad socioeconómica de mucha importancia, como se puede ratificar en la Tabla 3; en efecto, en 1995 el Turismo superó en valor a los ingresos generados por las exportaciones de productos no tradicionales, este hecho se evidencia en la Tabla 4.

TABLA 3

BOLIVIA

LLEGADAS DE VISITANTES A ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Año	Extranjeros	Tasa anual %	Nacionales	Tasa anual %	Total	Tasa anual %
1990	217.071		546.296		763.367	
1991	220.902	1,8	543.476	-0,5	764.378	0,1
1992	244.583	10,7	558.845	2,8	803.428	5,1
1993	268.968	10,0	560.659	0,3	829.627	3,3
1994	319.578	18,8	626.325	11,7	945.903	14,0
1995	350.687	9,7	646.804	3,3	997.491	5,5

Fuente: Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR)

² Datos extractados de: PRINCIPALES INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 1995. Ministerio de Desarrollo Económico, Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR).

Si observamos la tendencia, en los últimos cinco años, se observa un comportamiento creciente de los ingresos generados por el Turismo (ver Tabla 5), con una tasa promedio de 12,5%, lo cual nos muestra un panorama muy alentador para los próximos años.

TABLA 4

BOLIVIA
TURISMO RECEPTIVO Y PRINCIPALES PRODUCTOS DE
EXPORTACIÓN
(en millones de dólares)

Tradicionales	1993	1994	1995	No Tradicionales	1993	1994	1995
Zinc	119,5	105,3	151,3	Turismo	117,2	130,6	146,0
Turismo	117,2	130,6	146,0	Soya en General	74,1	118,5	126,2
Oro	76,3	119,0	130,8	Joyería	57,8	141,2	78,5
Gas Natural	90,2	91,6	92,4	Maderas en General	53,3	86,4	75,8
Estaño	83,8	91,3	89,6	Algodón	9,5	15,5	30,1
Plata	55,9	62,6	70,8	Castaña	15,2	15,7	18,7

Fuente: SENATUR.

Es importante señalar que el impacto generado en 1995 por la actividad turística en el Producto Interno Bruto (PIB) fue de un 7% a nivel Nacional³.

Si analizamos el caso específico del Departamento de Tarija, observamos que el flujo de turistas a este es todavía bajo, en 1995 llegaron 5.491 turistas extranjeros, lo que representa el 1,5% de las recepciones a nivel nacional (ver Tabla 6).

³ Fuente: DATOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA.1995. SENATUR.

Sin embargo Tarija tiene un gran potencial turístico, puesto que los atractivos naturales, históricos y hospitalidad de su gente podrían reflejarse en una mayor cantidad de visitantes.

TABLA 5

BOLIVIA
INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL
(en millones de dólares)

Año	1991	1992	1993	1994	1995
Ingresos	91,2	102,2	117,2	130,6	146,0(p)

Fuente: INE
(p): Dato preliminar

TABLA 6

FLUJO DE TURISTAS EXTRANJEROS AL DEPARTAMENTO DE
TARIJA
Año 1995
(número de turistas)

Bolivia	Tarija	Participación Porcentual
372.010	5.491	1,5%

Fuente: INE

2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El estudio del tema “El Turismo en el desarrollo económico del Departamento de Tarija” pretende satisfacer la necesidad de un estudio técnico inexistente, desarrollar una metodología para medir el impacto de esta actividad, establecer interrelaciones e identificar instrumentos que permitirán la formulación de políticas que contribuyan en el despegue del desarrollo regional, resaltar el papel del Turismo como una actividad de vital importancia económica y de gran potencialidad.

El desarrollo y aplicación de las recomendaciones y conclusiones de este estudio permitirán identificar el impacto positivo en las principales variables macroeconómicas regionales, y por ende a nivel nacional, ya que se mostrarán las características económicas del Turismo, las variables económicas que mayor incidencia tienen en esta actividad y los efectos que resultarían de un estímulo a las mismas.

Es importante mencionar que se trabajará con datos reales obtenidos de las Cuentas Regionales, a partir de los cuales se realizará un análisis profundo del Turismo en el Departamento, como condición básica para explicitar los lineamientos de Política Económica orientados a lograr un crecimiento sostenido, precisamente por el efecto multiplicador que tiene el Turismo, en las actividades que hacen posible la recepción de visitantes.

3. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

El Turismo, como actividad económica, está adquiriendo mayor relevancia; esto lo podemos constatar en los elevados flujos turísticos a zonas geográficas, como los que tiene Tarija.

↳ El movimiento económico generado por el Turismo en Tarija es prácticamente desconocido, y la promoción de la Dirección Departamental de Turismo, es intuitiva y aislada.

El presente trabajo de Tesis pretende cuantificar la incidencia económica del Turismo en Tarija, desarrollar instrumentos de análisis y finalmente formular bases de propuestas de política a partir del análisis de sensibilidad “ex-ante” de las principales variables que hacen a esta actividad.

4. MARCO TEÓRICO

Para hacer posible el presente trabajo se ha visto por conveniente utilizar el marco conceptual del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), para el análisis del Sector Turismo y su relación con otros sectores de la economía, porque este sistema no sólo contiene datos globales como el PIB, sino que dentro del mismo encontramos información detallada de las interrelaciones intersectoriales, formando una base de datos íntegra de estadísticas macroeconómicas, con miras a distintos fines analíticos y de formulación de políticas.

Es importante destacar que el estudio se desarrolla en sujeción a las recomendaciones de carácter metodológico que se dispone a nivel internacional a

traves de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Junta Nacional del Acuerdo de Cartagena (JUNAC), la conceptualización de la actividad económica del Turismo según la Organización Mundial del Turismo (OMT), Instituto Nacional de Turismo de España y otras instituciones que han trabajado en la estimación de la cuenta satélite del Turismo.

También es necesario considerar la teoría del Comercio Exterior, como un referente importante, ya que el Turismo es una actividad de exportación, es así que se comenzará tomando en cuenta los aportes de algunos teóricos de la economía, como los de David Ricardo que explicó hace bastante tiempo, que una de las bases de cualquier teoría de comercio internacional, es que la competitividad se determina por las relaciones a las que diferentes bienes pueden ser intercambiados de un país respecto al mercado internacional. En este sentido, Ricardo presenta un enfoque del Comercio Exterior basado en la especialización o exportación de un bien en el cual un país tiene una producción relativamente eficiente, por el contrario, el mismo país debería importar un bien en cuya producción es relativamente ineficiente o en el cual tenga una desventaja comparativa.

Ricardo plantea que depende del interés de cada uno de los países especializarse en los productos, que comparativamente posee más ventajas (costos de producción más bajos); es decir, recomienda que la producción especializada de un país se base en la utilización intensiva de los factores de producción, de los cuales esté relativamente mejor dotado.

Los economistas neoclásicos rechazaron en principio la teoría del valor impuesta por Ricardo. Para ellos en el intercambio internacional los costos comparativos no se limitan a los costos de trabajo; más bien otros costos de factores, como los del

capital y de los recursos naturales; quienes se constituyen en costos relativos dentro de cálculo de las ventajas comparativas entre los países. Sin embargo, las conclusiones de la teoría neoclásica no son muy diferentes a las que llegó Ricardo en su modelo estático; fundamentalmente el libre comercio tiende a mejorar la situación de todos los países participantes y reducir las desigualdades entre ellos.

Michael Porter en su artículo "The Competitive Advantages of Nations"⁴ (Las Ventajas Competitivas de las Naciones), expresa que no son las "ventajas comparativas", sustentadas en la mejor dotación de los recursos productivos, las que determinan al éxito de un país, sino que éste es más bien el resultado de las "ventajas competitivas" que adquieren sus industrias mediante la innovación permanente y el acceso a los altos grados de productividad. Condiciones que pueden ser alcanzadas dentro de una economía dinámica abierta y no del todo favorable.

Para la economía boliviana revisten excepcional importancia las exportaciones en general y más aún las exportaciones no tradicionales que por su naturaleza, tienden a diversificar el carácter extractivo de materias primas que en su generalidad constituyen recursos no renovables y han sido, son y aún serán por algún tiempo más, por su valor y cantidad el grueso de nuestras exportaciones, las mismas que con mínimo valor agregado no constituyen la actividad económica que requiere Bolivia para superar los problemas que atraviesa su economía actual.

Es esencial buscar competitividad en las exportaciones, con productos de mayor valor agregado y productos que tengan futuro mundial, el Turismo es uno de ellos,

⁴ Este artículo fue publicado en Harvard Business Review (04/90).

ya que a diferencia de los productos tradicionales, como es el caso del estaño, por ejemplo, que tiene un valor agregado mínimo, la actividad turística es generadora de un considerable valor agregado. Además es necesario destacar que el Turismo es un bien de consumo final y esta característica puede ser aprovechada, como un factor de impulso a las ventajas competitivas en el mercado nacional e internacional.

Así mismo, como ya se mencionó anteriormente, las reciente corrientes, liderizadas por Porter, hablan también del provecho del Comercio Exterior, la diferencia radica en que las ventajas se crean (formas de administración, marketing de primer nivel, etc.) y no se heredan (mano de obra barata, posición geográfica, etc.); además estas ventajas deben ser sustentables y sostenidas. El Turismo es, a todas luces, un producto con las propiedades necesarias para considerarse una actividad de exportación, bajo los lineamientos de esta nueva corriente.

Es interesante destacar algunas de las ventajas de la exportación del Turismo, ya que nos muestra referencias que son relevantes para sustentar la concepción del Turismo como bien exportable por naturaleza, es así que tenemos:

- a) El comprador (el turista) paga en el acto, con lo que se evita el riesgo del pago aplazado que es normal en las exportaciones de mercancías.
- b) La mercancía vendida, como tal, no sale de las fronteras, por lo que todo el valor de la producción queda en la región. Es decir, se dá a cambio de divisas unos bienes que no salen del país.
- c) No se pagan derechos de exportación, ni existen trámites aduaneros ni otros que gravan a las mercancías vendidas al extranjero.

Además de estas características, no se deben descartar las posibilidades de asociaciones internacionales de riesgo compartido, para realizar inversiones en el Turismo, las cuales resultarían muy beneficiosas tanto para los socios como para la región en donde se efectuaría el Joint Venture, para los primeros, éste tipo de contrato podría gozar de más ventajas que los tradicionales Joint Ventures ejecutados en Bolivia, puesto que lo que se vende son servicios que no salen del país, por lo tanto se podría gozar de algunas exenciones tributarias y se pasarían por alto algunas de las barreras impositivas a la inversión extranjera, que muchas veces ahuyentan a los inversionistas extranjeros; y las ventajas que trae consigo esta sociedad para la región donde se realizará el proyecto, son por demás positivas.

Finalmente, es útil mencionar que es imprescindible el apoyo deliberado de los agentes públicos y privados para alcanzar eficiencia y competitividad, pues los mercados internacionales actuales demandan productos y servicios de mayor calidad y menor precio. En este sentido es indispensable la acción conjunta de ambos sectores (público y privado) para dar una nueva identidad regional y/o nacional, mejorando la riqueza de los que estén directa o indirectamente involucrados.

4.1 CONTEXTO GENERAL DE LA ECONOMÍA NACIONAL

A partir de 1985, año en que se perfecciona el modelo de libre mercado para la economía boliviana, nuestro país ha experimentado una estabilidad traducida en bajos niveles de inflación, junto a tasas de crecimiento sostenidas; en la mayor parte de los años con tasas superiores a las variaciones del crecimiento de la población.

En lo que corresponde a la estructura de la economía al año 1993⁵, basada en el análisis de la participación del Valor Agregado Bruto (VAB) de cada rama de actividad económica respecto al VAB total⁶, se observa que el sector de la Industria Manufacturera es el que tiene mayor participación relativa (19,08%); seguido de la Agricultura (16,26%); Servicios de las Administraciones Públicas (12,71%); Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones (12,29%); Establecimientos Financieros (11,69%); Comercio (9,31%); Extracción de Minas y Canteras (6,08%); y otros sectores con participaciones menores.

En los últimos años⁷, los sectores que han registrado mayores tasas de crecimiento sostenidas, son electricidad, gas y agua; seguido de transporte almacenamiento y comunicaciones; minería; industria manufacturera y restaurantes y hoteles. Los sectores con crecimiento moderado pero sostenido, son construcción, comercio, establecimientos financieros, servicios comunales, servicios de las administraciones públicas y servicio doméstico. Cabe resaltar que el sector agropecuario muestra una conducta errática, con algunos años de alto crecimiento y otros con caídas.

Respecto al PIB por tipo de gasto, el Consumo de las Familias en 1993 alcanza a 79,44%, la Inversión Bruta a 16,27%, el Consumo de Administración Pública a 13,28%, las Exportaciones a 19,02% y las Importaciones a -28,74%. En la Tabla 7, se puede observar que el Consumo de los Hogares ha registrado en los últimos

⁵ Se trabaja con el año 1993, por ser éste el último año del que se tiene Estadísticas Regionales y también la Matriz de Insumo Producto (MIP).

⁶ Ver ANEXO 1, "Participación del VAB de cada rama económica en el VAB total".

⁷ Ver ANEXO 2, "Crecimiento del PIB real por actividad económica"

tres años tasas de crecimiento sostenidas a diferencia de los otros componentes del PIB por tipo de gasto que registran variaciones tanto positivas como negativas.

TABLA 7

BOLIVIA
TASAS DE CRECIMIENTO DEL PIB, POR TIPO DE GASTO
(en porcentajes)

Ramas/años	1990	1991	1992	1993
Gasto Consumo Final de las Administraciones Públicas	-1,4	3,1	3,5	2,5
Gasto de Consumo Final de los Hogares	1,5	3,4	3,4	3,2
Variación de Existencias	-60,0	-2.254,9	71,8	-19,1
Formación Bruta de Capital Fijo	3,3	2,9	11,7	5,3
Exportaciones de bienes y Servicios	10,4	5,2	0,5	16,9
Importaciones de Bienes y Servicios	2,7	8,2	12,8	8,3
Total: A precios de comprador	4,4	4,6	2,8	4,1

Fuente: INE

4.2 IMPORTANCIA Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL TURISMO

En el ámbito mundial las economías de los países están dirigidas a la apertura de las mismas, todo esto indica un cambio de la estructura de la economía en general y de cada uno de los países que conforman nuestro planeta. Dentro de este ámbito el Turismo es una alternativa económica de desarrollo ya que ocasiona un eficiente intercambio socioeconómico entre los distintos países y al interior de cada uno de

ellos, puesto que hace a un país moderno, dinámico y ofrece una fuente de empleo, producción, y en general de crecimiento y desarrollo.

Bolivia y cada uno de sus Departamentos, son un recurso turístico, ya que si esta actividad es planificada y explotada adecuadamente conseguirá atraer divisas frescas a nuestro país.

El Turismo es importante ya que además de participar directa e indirectamente en todos los sectores de la economía y de redistribuir sus ingresos en cada uno de ellos es considerada una industria de exportación rentable.

La OMT define al *Turismo* como una actividad económica que pertenece al sector terciario, que consiste en un conjunto de bienes y servicios que se venden al turista. Dichos bienes y servicios están necesariamente interrelacionados, de forma que la ausencia de uno de ellos dificulta y hasta impide la venta o prestación de todos los otros; en esta actividad las personas se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual, por un determinado tiempo y por un motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, y donde⁸:

- La noción de “entorno habitual”, excluye como turísticos los desplazamientos dentro del lugar de residencia⁹, y los que tienen carácter rutinario¹⁰

⁸ Tomado de las RESOLUCIONES DE LA CONFERENCIA INTERNACIONAL SOBRE ESTADÍSTICAS DE VIAJES Y TURISMO, organizada por la OMT, Ottawa-Canadá, Junio de 1991.

⁹ Se trata de la zona de residencia habitual.

¹⁰ Se trata de recorridos regulares y frecuentes entre el domicilio y el lugar de trabajo y otros desplazamientos de carácter rutinario.

- La noción de “duración por un determinado tiempo” implica que se excluyen las migraciones a largo plazo (superior a un año), como así también, en las que no se ha efectuado una estancia de por lo menos una noche; y
- La noción “motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”¹¹, implica que se excluyen los movimientos migratorios temporales de carácter laboral.

La Secretaría de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo afirma: Que si bien no puede elaborarse un concepto formal del Sector Turismo, pero si puede concebirse éste, en líneas generales, “como el conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales”.

Se lo concibe como industria, en el entendido que genera transformación de las materias primas y se preocupa de colocar ésta producción.

No es posible la identificación del Turismo con un Sector de la economía, puesto que el hecho turístico se proyecta generalmente impactando al conjunto de las ramas de los sistemas económicos. Se trata pues de una actividad económica integradora de ramas, que directa o indirectamente se ven influidas por los procesos evolutivos del Turismo.

De acuerdo a lo utilizado por el Ministerio de Información y Turismo de España y la metodología de Manuel Figuerola Palomo, del mismo Ministerio, se toma la siguiente definición de *Actividad Turística*: “Se considera actividades integradas

¹¹ Por un agente económico residente en el lugar.

dentro de la economía turística, aquellas cuyo producto supone para el sujeto un consumo de bienes y servicios, localizados en un lugar distinto al que corresponde a su residencia habitual". Asimismo, se considera que el producto de aquellas actividades creadas para satisfacer necesidades del Turismo, aún no siendo consumidos en su totalidad por éste, se le imputa íntegramente.

De igual manera se toma los conceptos de *Turismo Residente* y *No Residente*, que en el caso del presente trabajo se refiere a un Departamento del país; en este caso, se define al primero como el consumo de los residentes en el Departamento de Tarija en sus desplazamientos turísticos al interior del Departamento (viajes interprovinciales); y el segundo se considera el consumo en Tarija de los nacionales y extranjeros no residentes en el Departamento.

5. METODOLOGÍA

5.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA TEORÍA DEL INSUMO-PRODUCTO

Los antecedentes de la Contabilidad Nacional pueden remontarse al nacimiento de la aritmética, la estadística, la geografía, etc.; que responden a necesidades inmediatas de los primeros estados por conocer, regular y controlar los hombres y cosas bajo su jurisdicción, siendo sus preocupaciones más que todo militares y fiscales: número de personas por alimentar, hombres por reclutar, distribución de impuestos, cosechas y animales según regiones, etc. Estas inquietudes del hombre se encuentran en los papiros, libros sacros y otros escritos de la antigüedad.

Los precursores de la Contabilidad Nacional se los pueden encontrar en la época de conformación de la economía como ciencia, entre los más importantes se tiene a los ingleses¹²; pero los trabajos de los franceses¹³ y los fisiócratas¹⁴, pueden ser considerados entre los que dan origen a la Contabilidad Nacional; los primeros desarrollaron lo que hoy se llama un agregado: el ingreso nacional; los fisiócratas por su lado fundan la tesis sobre el producto neto y los flujos entre agentes económicos.

La revolución macroeconómica contribuyó a dar a la Contabilidad Nacional su marco conceptual, fue Keynes su principal impulsor, en su obra "Teoría General de la Ocupación, el Interés y el Dinero", donde analiza el proceso por el cual cuatro variables interdependientes: Consumo, Ahorro, Inversión e Ingreso Nacional, establecen un equilibrio contable a partir de las siguientes ecuaciones de igualdad y de comportamiento.

El consumo depende de los ingresos.

$$C = f(Y)$$

¹² Los teóricos de la "Aritmética Política" William Petty (1623-1687), Gregory King (1648-1712) y Arthur Young (1741-1820), abren paso a cuantificar la riqueza, se intenta contabilizar el patrimonio nacional, se realiza el trabajo al cual se dedican en nuestros días los contables nacionales.

¹³ Sebastián Le Prestre Vauban (1633-1707), Pierre Le Pesant Boisguilbert (1646-1714); la obra del primero es fundamentalmente estadística y busca conocer los ingresos para precisar los impuestos; y el segundo desarrolló la noción de renta nacional como el conjunto de ingresos percibidos por los individuos, a la que identifica como el consumo, y realizó algunas estimaciones para determinar su cuantía.

¹⁴ Cuando se habla de los fisiócratas es indudablemente Francisco Quesnay su principal expositor, su gran mérito fue dar una visión macroeconómica de los problemas económicos; pero la obra que lo coloca como uno de los principales precursores de la Contabilidad Nacional el "Le Tableau Economique", en la que representaba, como un todo el proceso de producción, distribución, intercambio y consumo, de la repartición del producto neto entre las clases sociales.

Pero no todo el ingreso se consume.

$$C \leq Y$$

Por lo menos una parte es ahorrada

$$Y = C + S$$

Si se presenta un ingreso adicional ó un aumento en el ingreso, no todo el incremento se lo consume, sino que se ahorrará alguna parte; en sus términos esto significa que la propensión marginal a consumir es siempre, o casi siempre inferior a 1.

La parte del ingreso que no se gasta, se ahorra y es utilizada por otros agentes económicos como inversión, o gasto productivo; su monto depende de la rentabilidad que la inversión producirá, lo que se llama "eficacia marginal del capital", y el precio que tendrá que pagar por prestar el dinero necesario al financiamiento de esta inversión, o sea la tasa de interés. Vemos como el gasto en general está conformado por el consumo y la inversión.

$$G = C + I$$

El equilibrio general está dado por la igualdad entre el ingreso y el gasto.

$$Y = G$$

$$C + S = C + I$$

$$S = I$$

$$Y = C + I$$

Donde:

C: Consumo

Y: Ingreso

S: Ahorro

G: Gasto

Keynes de esta manera expuso los principios básicos de la Contabilidad Nacional.

Con todos estos antecedentes se sientan las bases para la elaboración del modelo insumo-producto, que es una de las partes que presenta la arquitectura del Sistema de las Cuentas Nacionales (difundido por Naciones Unidas en sus diferentes versiones y revisiones).

5.2 SISTEMA DE CUENTAS DE PRODUCTO-INGRESO (SCPI) Y LA MATRIZ DE INSUMO-PRODUCTO (MIP)

El SCPI sirve para medir un período determinado (generalmente un año), el flujo de producción e ingreso de una economía, libre de duplicaciones. Mediante éste Sistema se cuantifica el Producto Interno Bruto (PIB) y el Ingreso Originado de una economía, es así que es el esquema principal del cálculo de las Cuentas Nacionales.

Las Cuentas que integran el sistema son cinco: Producción, Hogares, Gobierno General o Administración Pública, Exterior o Resto del Mundo y la Cuenta Ahorro-Inversión.

Dentro de la Cuenta Producción se registran todos los actos de producción independientemente de la institución o persona que los realice.

El Haber de la Cuenta Producción lo representamos con la ecuación:

$$PIB = CH + CG + FBKF + VAREX + X_{nf} - M_{nf} \quad (1)$$

Donde:

CH: Consumo de Hogares

CG: Consumo de Gobierno

FBKF: Formación Bruta de Capital Fijo

VAREX: Variación de Existencias

X_{nf} y *M_{nf}*¹⁵: Exportaciones e Importaciones de bienes y servicios no factoriales.

La Oferta Final (OF) está compuesta por los bienes y servicios que se producen dentro del país, más aquellos que provienen del Resto del Mundo; es decir, se reordena la ecuación (1), según el origen de los bienes y servicios finales disponibles, trasladando las *M_{nf}* al primer miembro, se establece la siguiente expresión:

$$PIB + M_{nf} = CH + CG + FBKF + VAREX + X_{nf} \quad (2)$$

Donde:

$$PIB + M_{nf} = OF$$

¹⁵ Las transacciones internacionales no factoriales corresponden a las exportaciones e importaciones de bienes y servicios no vinculados al uso de factores de producción, es decir constituyen las compras y ventas de bienes que normalmente se realizan entre países y todos aquellos servicios (fletes, seguros, etc.) que se relacionan con este tipo de transacciones.

OF: Oferta de Bienes y Servicios Finales

El segundo miembro de la ecuación (2) constituye la Demanda Final (DF)

$$CH + CG + FBKF + VAREX + X_{nf} = DF \quad (3)$$

Donde:

DF: Demanda Final de bienes y servicios, llamada también utilización o absorción de bienes y servicios finales.

Si a la ecuación (2) sumamos miembro a miembro el valor de los bienes intermedios, se tiene la Oferta y Utilización de Bienes y servicios totales:

$$PIB + M_{nf} + CI = CH + CG + FBKF + VAREX + X_{nf} + CI \quad (4)$$

Donde:

$PIB + M_{nf} + CI = OT$ (Oferta Total)

CI: Consumo Intermedio, o valor de los bienes intermedios

$$CH + CG + FBKF + VAREX + X_{nf} + CI = DT \quad (5)$$

Se define como Valor Agregado al valor que un agente productor crea o añade al flujo de producción de una economía. El que se determina disminuyendo del Valor Bruto de Producción (VBP) el cual es igual a las Ventas¹⁶ más el cambio en la

¹⁶ En el caso de que la producción se destine al autoconsumo, se imputa un valor, para lo que se utilizan los precios del mercado similar más próximo.

Variación de Existencias de productos terminados y en elaboración, los insumos utilizados en el proceso productivo:

$$PIB = VA = VBP - CI \quad (6)$$

Es importante señalar que habrá tantos VA como agentes productores existan.

Despejando VBP en (6) y reemplazando en (4) se encuentra otra representación del macroequilibrio:

$$OT = DT$$

$$VBP + Mnf = CI + CH + CG + FBKF + VAREX + Xnf \quad (7)$$

Como cada bien y servicio tiene su origen (OT) y su utilización (DT), existirá tantos equilibrios como productos se identifiquen en una economía; en cuyo caso esta relación representa una identidad matricial; donde cada uno de sus términos representarán vectores columna de tamaño "n", según el número de productos que se hayan identificado, y el CI una matriz cuadrada "n x n" que representará las transacciones intermedias de los "n" productos y las "n" Ramas de Actividad que los demandan para realizar sus procesos productivos.

En el caso boliviano se trabaja con 35 Ramas de Actividad; con sus correspondientes costos de producción, y similar número de productos, con sus respectivos equilibrios de oferta y utilización, variables que expresadas a través de

un cuadro, se tiene la *MATRIZ DE INSUMO PRODUCTO (MIP)*¹⁷. En el presente trabajo se toma la valoración de los bienes y servicios producidos a precios de adquisición o Utilización (pa).

La MIP es un cuadro de doble entrada que describe los flujos intersectoriales de la producción dentro del aparato productivo y de las operaciones de bienes y servicios entre los productores y los utilizadores.

En la MIP de transacciones totales se distinguen cuatro subconjuntos de información: Oferta Total (por productos), Consumo Intermedio (por productos), Demanda Final (por productos) y Cuenta de Producción (por ramas).

En el Cuadrante de la Oferta Total se registra los recursos disponibles en la economía en un año determinado, resultado del esfuerzo interno (VBP por productos) y aquellos provenientes del exterior (Mnf).

Como se señaló anteriormente la MIP que se maneja en el presente trabajo está a precios de adquisición, lo que significa, que se añaden los Derechos Arancelarios (DERA), el Impuesto al Valor Agregado no deducible (IVAnd), los Impuestos a las Transacciones (IT) y Otros Impuestos Indirectos que gravan al producto, también no deducibles (IT y OII), y los Márgenes de Comercialización (MG)¹⁸.

¹⁷ A la MIP se la llama también Matriz de Leontiev, debido a que fue Wassily Leontiev que en 1936, por primera vez, aplicó el modelo de Insumo-Producto para explicar el proceso de intercambio entre los capitalistas (empresarios) y los trabajadores (consumidores). Los primeros utilizando la fuerza de trabajo de los segundos y los bienes intermedios, desarrollan su actividad productiva, en tanto que los trabajadores adquieren bienes de consumo de los sectores productivos con la finalidad de transformarlos en fuerza laboral.

¹⁸ El total del vector Márgenes (MG) es igual al VBP de la Rama de Comercio, razón por la cual el vector fila que representa al "producto" comercio es igual a cero.

La dependencia en términos de insumos nacionales o importados que tienen los sectores productivos, se registran en el Cuadrante de Consumos Intermedios, en las filas se registran las ventas y distribución de los productos entre las diversas industrias o ramas de actividad, discriminadas por clase de bienes y servicios.

En la MIP de Bolivia, que es la base para la confección de la MIP del Departamento de Tarija, se elabora una MIP Producto-Rama, por lo que es necesario hacer las siguientes puntualizaciones:

En la MIP aparece una Rama Comercio, pero no hay un producto Comercio. La suma de los márgenes comerciales sobre los productos constituye la producción de la Rama Comercio. En la matriz, las operaciones sobre bienes y servicios están valoradas a precios de utilización, por lo tanto los márgenes comerciales hacen parte del precio de utilización de los productos; no se compra el servicio comercio, el precio que el comprador paga incluye los márgenes.

Para producir sus servicios, los establecimientos comerciales tienen gastos de consumo intermedio (alquileres de locales, energía, papelería, etc.) que se detallan por productos en la Columna de la Rama Comercio. También asumen gastos relacionados con la producción (RET, IIN) que forman parte del VA junto con el EBE.

En las transacciones intermedias es donde se aprecia como las ramas de actividad se relacionan unas con otras.

Todos los recursos disponibles utilizados en los empleos finales, distinguidos en: CH, CG, FBKF, VAREX, y Xnf están dentro del Cuadrante de la Demanda Final.

El Cuadrante de la Cuenta Producción, está conformado por VBP, el Consumo Intermedio por Ramas (CIR); el Valor Agregado (VA) y sus componentes factoriales: Remuneración al Trabajo (RT), Impuestos Indirectos Netos (IIN) y el Excedente Bruto de Explotación (EBE).

Es de esta manera y de forma resumida que se trató de explicar la lógica de la MIP.

5.3 LA MATRIZ DE INSUMO PRODUCTO Y EL TURISMO

En los primeros años de la década de los setenta, la información económica del Turismo era muy escasa, momento en que la producción turística era atribuida al Sector de la hostelería. Posteriormente se intentó imputar una cuota turística a los valores agregados generados por cada una de las actividades económicas, criterio que también adolecía de deficiencias.

El Sistema de Cuentas Nacionales de Naciones Unidas, Rev. 4, no identifica explícitamente al Sector Turismo, precisamente porque reconoce que la producción generada se encuentra implícita en todas las actividades económicas. Es por estas razones que la OMT propone el Sistema de Cuentas Nacionales del Turismo, para lo cual parte del principio de que el Sistema de Cuentas del Turismo se configura integrado al Sistema de Cuentas Nacionales, donde el esquema propuesto se fundamenta esencialmente en un enfoque funcional de la economía.

Al no individualizar un Sector Turístico el método propuesto por la OMT consiste en identificar los Sectores considerados como “muy turísticos” o “de vocación turística”, para después construir una Matriz de Insumo-Producto del Turismo

(MIPT), que es el instrumento básico a partir del cual se determinan las relaciones de causa y efecto de la actividad turística.

El propósito de la construcción de la Matriz Insumo-Producto es:

- Identificar exactamente la repercusión del Turismo en la economía, determinando la demanda final turística.
- Fijar qué parte de la producción de cada una de las ramas de actividad es absorbida por el Turismo.
- Aplicarla en la planificación del desarrollo, ya que permite hacer proyecciones y análisis de sensibilidad.

Es de vital importancia, señalar que en el presente trabajo la obtención de la Matriz de Insumo Producto del Turismo para el Departamento de Tarija¹⁹ (MIPTT), se constituye en un punto central, ya que a partir de ésta se analiza el impacto de la actividad turística en la economía de la región, y es por esta razón que se elabora previamente la Matriz de Insumo Producto del Departamento de Tarija (MIPT)²⁰, puesto que estas dos matrices no existen y para nuestro objetivo es preciso construirlas.

¹⁹ La elaboración de la MIPTT se la determina a partir de la MIPT (la obtención de ambas matrices se la explica en el Capítulo I, de la Segunda Parte de la presente tesis).

²⁰ La base de la construcción de la MIPT es la MIP Nacional y las Cuentas Regionales que elabora el INE.

5.4 APLICACIÓN DEL MODELO A PARTIR DE LA MATRIZ DE LEONTIEV

A partir del modelo Insumo-Producto, es posible a través de tratamientos matemáticos, establecer las modificaciones en el aparato productivo como consecuencia de decisiones tomadas por los agentes económicos, es decir como respuesta a la modificación de cualquiera de los elementos de la demanda final (en nuestro caso CTR, CTNR, FBKF), así sus aplicaciones principales son las siguientes:

- Cuantificar el efecto sobre la producción de las diferentes ramas de actividad que componen el aparato productivo
- Cuantificar las variaciones en el empleo
- Cuantificar cambios en los impuestos indirectos netos, excedente neto de explotación, etc

La estructura de la MIP que se aplica en este trabajo es la recomendada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), donde el flujo de productos lo expresa mediante un cuadro de doble entrada; en las filas se indican las ventas y en las columnas las compras:

		<i>Ramas</i>					
		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4.....</i>	<i>n</i>	<i>total ventas</i>
<i>Productos</i>	<i>1</i>	x_{11}	x_{12}	x_{13}	$x_{14}.....$	x_{1n}	
	<i>2</i>	x_{21}	x_{22}	x_{23}	$x_{24}.....$	x_{2n}	
	<i>3</i>	x_{31}	x_{32}	x_{33}	$x_{34}.....$	x_{3n}	
	.						
	.						
<i>total compras</i>	<i>n</i>	x_{n1}	x_{n2}	x_{n3}	$x_{n4}.....$	x_{nn}	

donde, cada x_{ij} mide el producto (i) vendido a la Rama de Actividad (j).

La presentación de los flujos intersectoriales muestran el intercambio de los bienes y servicios entre las diferentes actividades, lo que significa que una rama para producir una cantidad de bienes, requerirá utilizar bienes intermedios, además del pago a los Factores de Producción (trabajo y capital). Una vez determinados los flujos necesarios para la producción, quedan fijados implícitamente las proporciones de intercambio; de modo que para determinar las relaciones tecnológicas que regulan los flujos de productos, Leontiev plantea la hipótesis que la cantidad de cada producto comprado por un determinado sector, es directamente proporcional a la cantidad total del producto generado en dicho sector (principio de proporcionalidad), esta hipótesis supone funciones de producción lineales y coeficientes constantes, entonces:

$$x_{ij} = f(X_j) \tag{8}$$

$$x_{ij} = a_{ij} X_j \tag{9}$$

$$a_{ij} = x_{ij} / X_j \tag{10}$$

donde (8) representa la cantidad de insumos (i) que requiere la Rama (j), como función de la cantidad total (X_j) producida por el sector j; (9) y (10) indican que un aumento de la cantidad producida por un sector (X_j), implica, un incremento proporcional en la adquisición de los productos necesarios para su elaboración (x_{ij}), dando como resultado un coeficiente constante (a_{ij}).

Así se establece la ecuación de equilibrio entre la oferta de recursos y la demanda o utilización (la producción total de cada sector es de dos clases: una intermedia y otra final, donde las primeras son funciones lineales del nivel de producción del

sector, y las segundas son independientes de las variables que hacen parte del sistema), entonces:

$$X_i + M_i = \sum x_{ij} + C_i + I_i + E_i \quad (11)$$

donde:

X_i : Producción total del sector i

M_i : Importaciones no factoriales del producto i

x_{ij} : Compras del producto i por la rama j

C_i : Consumo final del bien i

I_i : Inversión del producto i

E_i : Exportaciones del producto i

El subíndice i representa los diferentes productos, y el subíndice j las ramas de actividad, definiéndose ésta como la suma de los establecimientos que tienen como producción característica un grupo homogéneo de productos.

Esta igualdad permite construir un modelo matemático en el que figuran parámetros y variables, clasificadas estas, en endógenas y exógenas. Las primeras son las que van a ser explicadas y se caracterizan porque influyen y están influidas por las restantes variables del modelo; en tanto que las segundas son variables explicativas y deben influir en el comportamiento de las variables endógenas sin estar influidas por ellas (en el modelo, la producción X_i de las ramas de actividad son variables endógenas (dependientes), mientras que los elementos de la demanda final e importaciones constituyen variables exógenas (independientes).

Reuniendo los elementos de la demanda final:

$$C_i + I_i + E_i = D_i$$

podemos reescribir la ecuación (11) como sigue:

$$X_i = \sum x_{ij} + D_i - M_i \quad (12)$$

Consiguientemente, aplicando la teoría del insumo-producto, donde para cualquier rama de producción, la relación entre el consumo intermedio x_{ij} y la producción es constante (cualquiera sea el nivel de producción), se aplica los conceptos ya determinados [ecuaciones (9) y (10)],

$$x_{ij} = a_{ij} X_j$$

luego

$$a_{ij} = x_{ij} / X_j ;$$

Estos coeficientes denominados coeficientes técnicos constituyen los parámetros del modelo, y representan la cantidad de consumo intermedio del producto i -ésimo, necesario para producir una unidad de producto de la rama j -ésima. Reemplazando (9) en (12), se obtiene:

$$X_i = \sum a_{ij} X_j + D_i - M_i \quad (13)$$

desarrollando la ecuación genérica, obtenemos el sistema de ecuaciones del modelo de Leontiev:

$$\begin{aligned} X_1 &= a_{11} X_1 + a_{12} X_2 + a_{13} X_3 + \dots + a_{1n} X_n + D_1 - M_1 \\ X_2 &= a_{21} X_1 + a_{22} X_2 + a_{23} X_3 + \dots + a_{2n} X_n + D_2 - M_2 \\ &\cdot \\ &\cdot \\ X_n &= a_{n1} X_1 + a_{n2} X_2 + a_{n3} X_3 + \dots + a_{nn} X_n + D_n - M_n \end{aligned} \quad (14)$$

El sistema de ecuaciones (14) describe cada una de las relaciones de insumo producto en términos de un coeficiente a_{ij} . Este sistema puede ser expresado en forma matricial donde X , D , M son los vectores columnas de producción, demanda final neta e importaciones, y A , la matriz de coeficientes técnicos.

$$X = \begin{bmatrix} X_1 \\ \cdot \\ \cdot \\ X_n \end{bmatrix} \quad D = \begin{bmatrix} d_1 \\ \cdot \\ \cdot \\ d_n \end{bmatrix} \quad M = \begin{bmatrix} m_1 \\ \cdot \\ \cdot \\ m_n \end{bmatrix}$$

y

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \cdot & & & \\ a_{n1} & a_{n2} & \dots & a_{nn} \end{bmatrix}$$

$$X = AX + D - M \quad (15)$$

$$X - AX = D - M \quad (16)$$

$$(I - A)X = D - M \quad (17)$$

Donde $(I-A)$ es la diferencia entre la matriz unitaria y la matriz de coeficientes técnicos de insumo producto:

$$\begin{bmatrix} 1 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & 1 & \dots & 0 \\ \dots & \dots & \dots & 0 \\ 0 & 0 & \dots & 1 \end{bmatrix} - \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{n1} & a_{n2} & \dots & a_{nn} \end{bmatrix} = [I - A]$$

Donde:

I : Matriz unitaria de $n \times n$

despejando X en (17), tenemos:

$$X = (I-A)^{-1} (D - M) \quad (18)$$

La ecuación (18) representa la expresión matricial del modelo de Leontiev en forma reducida, en la que $(I - A)^{-1}$ representa la matriz inversa de $(I - A)$.

Esta matriz inversa incorpora en sus elementos combinaciones lineales de los elementos de la matriz original, donde las incógnitas (las producciones X_i) son función lineal de los términos conocidos C_i ; I_i ; E_i y M_i . Si simbolizamos a la matriz $(I-A)^{-1}$ con la siguiente notación:

$$(I - A)^{-1} = \begin{bmatrix} b_{11} & b_{12} & \dots & b_{1n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ b_{n1} & b_{n2} & \dots & b_{nn} \end{bmatrix}$$

Cada elemento b_{ij} tiene una significación económica, midiendo las cantidades requeridas directa e indirectamente del bien o mercancía que aparece en la línea para satisfacer una unidad de demanda final neta del bien que figura en la columna, así el sistema asume la siguiente forma:

$$\begin{aligned} X_1 &= b_{11} d_1 + b_{12} d_2 + \dots + b_{1n} d_n \\ X_2 &= b_{21} d_1 + b_{22} d_2 + \dots + b_{2n} d_n \\ &\cdot \\ &\cdot \\ X_n &= b_{n1} d_1 + b_{n2} d_2 + \dots + b_{nn} d_n \end{aligned} \quad (19)$$

donde:

$$d_i : D_i - M_i$$

Donde se puede notar que el nivel de la producción de la Rama 1 (por ejemplo) es una función lineal de los niveles de la demanda final e importaciones de los productos 1,2,3.....n, cuyos parámetros son b_{11} , b_{12} ,..... b_{1n} . Generalizando cada b_{ij} , mide en cuanto debe aumentar la producción total de un sector X_j cuando d_j aumenta en una unidad.

6. FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

6.1 HIPÓTESIS CENTRAL

- El efecto multiplicador de la Actividad Turística es elevado, lo que significa que los cambios en el Consumo Turístico, provocarán repercusiones significativas en la economía del Departamento de Tarija.

6.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS

- La carencia de un instrumento técnico en que se pueda apoyar una política económica dirigida a promover el Turismo, es la causa para la falta de progreso que sufre esta actividad a nivel del Departamento de Tarija.
- El Turismo puede ser una de las principales actividades productivas en el desarrollo económico y social del Departamento de Tarija, ya que capta

divisas, es eficiente en la generación de empleo y puede lograr nuevos ingresos que crearán nuevos niveles de consumo.

7. OBJETIVOS

7.1 OBJETIVO GENERAL

- El presente trabajo pretende determinar la dimensión que tiene la actividad turística del Departamento de Tarija, mediante el análisis de las causas y efectos de las principales variables económicas.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- El presente estudio persigue dotar al Departamento de Tarija de un instrumento Técnico (Matriz de Insumo-Producto del Turismo) y macroeconómico, que permita no sólo el diagnóstico de la actividad, sino también las bases para la formulación de políticas y el correspondiente seguimiento y evaluación de resultados.
- Estimar los efectos directos e indirectos del Turismo en la economía del Departamento de Tarija en términos de Empleo, Producción, Valor Agregado y otras variables de interés en el ámbito regional; y finalmente medir el impacto del Turismo en la economía regional.

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO I

1. EL TURISMO EN LA ECONOMÍA DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA

La actividad turística en el Departamento de Tarija tiene un desarrollo incipiente, debido fundamentalmente a la falta de apoyo estructural, sobre todo en el campo de infraestructura básica de acceso y servicios.

El Turismo en el Departamento de Tarija se origina prácticamente desde que se construye la carretera La Paz -Tarija (década de los años 30), puesto que antes de la existencia de la misma, el Departamento se encontraba aislado del resto del país y más aún del exterior, aunque es importante hacer notar que hubo flujo de visitantes de la Argentina, pero en cifras insignificantes, las cuales se van acrecentando paulatinamente a medida que los medios de acceso van mejorando. Sin embargo, aún el Turismo es afectado por la falta de infraestructura vial ya que ni siquiera se tiene una fluida comunicación entre sus provincias y localidades más importantes, y las pocas vías de comunicación con el resto de los departamentos no son las más adecuadas.

En la década de los setenta se observa un acrecentamiento de lo que viene a constituir la hotelería en el Departamento de Tarija, se crean un buen número de nuevos hoteles, residenciales, etc. y es también en esta época que se construye el

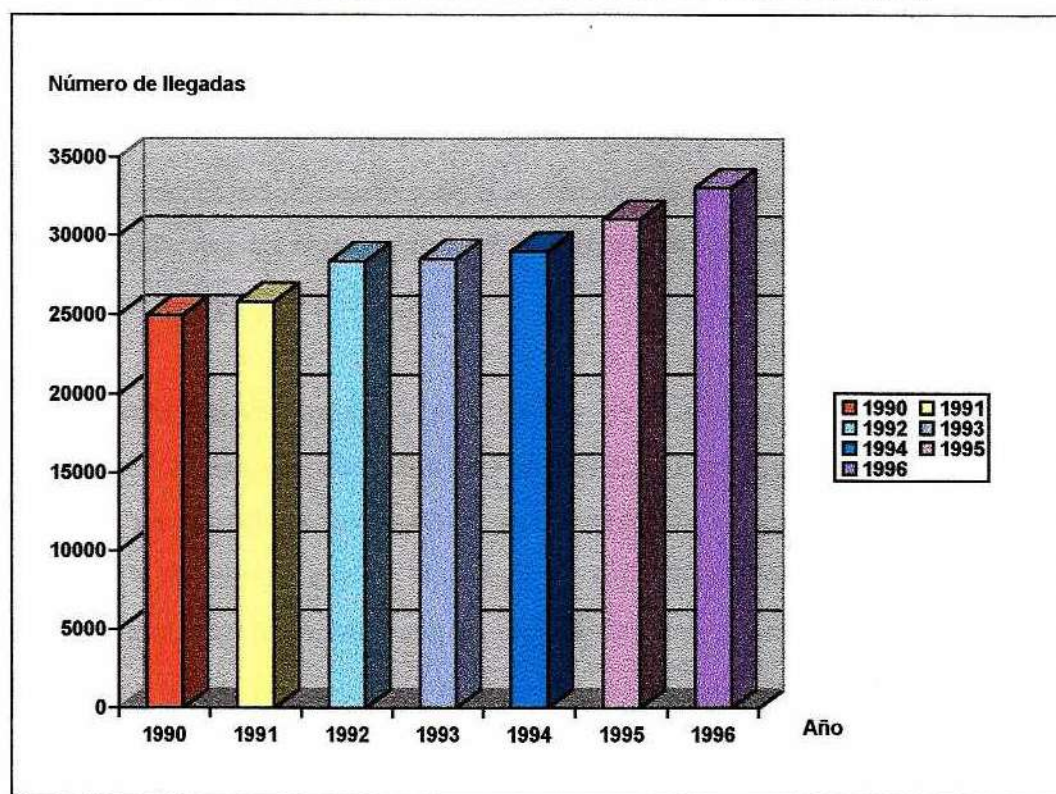
Hotel Prefectural²¹, como parte de la red hotelera que se implanta con el objetivo de impulsar el Turismo en el país.

El número de visitantes al Departamento va incrementándose paulatinamente cada año, aunque la tendencia es todavía conservadora, conforme se puede observar en el Gráfico 1.

GRÁFICO 1

TARIJA

SERIE HISTÓRICA DE LLEGADAS DE VISITANTES



Fuente: Elaboración Propia, en base a información proporcionada por SENATUR.

²¹ El "Hotel Prefectural", privatizado en 1994, y actualmente conocido con su nuevo nombre de "Los Ceibos".

El Gráfico 1 nos muestra que la tasa anual de crecimiento más alta se observa en el año 1992 con 8,96%; le sigue el año 1995 con 6,47% y 1996 con un aumento del 6,27%. El año de estudio (1993) es el que tiene el incremento más reducido de todo el período, ya que según las perspectivas que tiene el Turismo, no sólo en Tarija sino a nivel nacional es que se irá desarrollando con más impulso, puesto que las inversiones que están siendo planificadas introducir en esta actividad, son más notables que en los anteriores años.

En la actualidad la oferta hotelera²² en el Departamento de Tarija es reducida y poco diversificada, ya que solamente se pueden encontrar hoteles en las ciudades de Tarija y Yacuiba, y no existe ninguno en las categorías de cuatro o cinco estrellas; esto perjudica la oferta turística del Departamento, como así también repercute en el Consumo Turístico, ya que la carencia de estos hoteles no permite que se cubra satisfactoriamente toda la demanda que pudiese existir. También es preciso señalar que las áreas rurales del Departamento, carecen de hospedajes que oferten servicios propios a la actividad.

La infraestructura vial existente en el país y particularmente en la región, se constituye en el principal obstáculo para el fomento turístico, es por esta razón que Tarija aún permanece un tanto aislada, ya que el estado de sus carreteras hace que llegar al Departamento sea un viaje largo y dificultoso; además la falta de un constante mantenimiento hace que en épocas de lluvia su transitabilidad se vea afectada.

²² Ver ANEXO 3 "Oferta Hotelera de la ciudad de Tarija" y ANEXO 4 "Oferta Hotelera de la ciudad de Yacuiba".

En lo referente a las vía de comunicación aérea, que si bien el sistema se ha visto mejorado en los últimos años, este no beneficia a la región; puesto que el aeropuerto Oriel Leaplaza, en tanto no mejore su infraestructura solamente es operado para vuelos en rutas domésticas; existiendo conexiones internacionales sólo a través de los aeropuertos de Viru Viru y El Alto.

En cuanto a los medios de comunicación, la región a través de ENTEL cuenta con un sistema de alta tecnología digital que permite un excelente nivel de comunicaciones: zonales, interzonales, nacionales e internacionales con discado directo, lo cual significa un importante avance en este campo, puesto que permite y contribuye en el proceso de integración y desarrollo regional, así como facilita la canalización de flujos turísticos, tanto internos como receptivos, especialmente para aquellas poblaciones que se encuentran en el Chaco tarijeño, donde la actividad turística, debe constituirse en un instrumento de la estrategia de crecimiento y desarrollo, tanto económico como social.

En el año de estudio, en el Departamento solamente existían dos agencias de viaje en la ciudad de Tarija y una en la ciudad de Yacuiba; en la actualidad existen siete agencias de viaje en la ciudad de Tarija y cinco en Yacuiba, cuya actividad principal es la venta de pasajes aéreos y paquetes turísticos al exterior. Del total de estas empresas, podemos decir que apenas un 20% se dedican a promover programas para turismo interno y receptivo, y cuentan con un material promocional de la región. El porcentaje restante, no realiza ningún esfuerzo para la oferta de servicios ya sea interno o receptivo, en su generalidad carecen de un departamento de operaciones, el manejo a nivel gerencial y administrativo está dado por organizaciones de tipo familiar.

En cuanto al servicio de información turística, podemos señalar que es incipiente; cuenta con una oficina dependiente de la Alcaldía, que si bien posee material promocional carece de personal capacitado en el área, lo cual lo hace deficiente en el servicio; además no existe servicio de información ni en la terminal aérea y menos aún en la terrestre, por lo tanto el turista no puede encontrar mayor motivación para prolongar su permanencia.

El servicio de transporte turístico, es inexistente, ya que en la actualidad está siendo cubierto por el público y los “rent a car”, lo cual significa una limitante, por el elevado costo que implica el desplazamiento turístico. Esto también está relacionado de forma directa con la carencia de programas de turismo organizado, y la falta de guías de turismo.

1.2 IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE MAYOR Y MENOR SIGNIFICACIÓN TURÍSTICA

No se puede afirmar que existe una rama de actividad exclusivamente turística, pero es posible identificar las ramas de la economía que tienen mayor y menor “vocación turística”, y al mismo tiempo es importante desagregarlas en los productos que las componen y que son significativos para mostrar su relación con la producción turística.

A continuación se anotan las Ramas de Actividad y los Productos que mayor significación tienen con la demanda turística:

- Transporte y Almacenamiento
Transporte Aéreo

- Transporte Terrestre
- Agencias de Viajes, Turismo y otros.
- Comunicaciones
 - Telecomunicaciones y Correo
 - Teléfonos
- Servicios Comunales, Sociales, Personales y Domésticos
 - Servicios Recreativos
 - Servicios Comunales, Sociales, Personales y Domésticos
- Restaurantes y Hoteles
 - Restaurantes
 - Hoteles
 - Residenciales
 - Alojamientos y Posadas

Las Ramas de Actividad y Productos que no se consideran relevantes para la identificación de la producción turística son:

- Productos Agrícolas no Industriales
 - Productos Agrícolas no Industriales
 - Coca
- Productos Agrícolas Industriales, Pecuarios, Silvicultura, Caza y Pesca
 - Productos Agrícolas Industriales
 - Productos Pecuarios
 - Silvicultura, Caza y Pesca
- Minería e Hidrocarburos
 - Petróleo Crudo y Gas Natural
 - Minerales Metálicos y No Metálicos

- Lácteos y Productos de Molinería
 Productos Lácteos
 Productos de Molinería y Panadería
- Azúcar y Productos Alimenticios Diversos
 Azúcar y Confitería
 Productos Alimenticios Diversos
- Bebidas y Tabaco Elaborado
 Bebidas
 Tabaco Elaborado
- Básicos de Metales y Productos de Minerales No Metálicos
 Productos Básicos de Metales
 Productos de Minerales No Metálicos

1.3 OBTENCIÓN DE LA MATRIZ DE INSUMO-PRODUCTO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA (MIPT)

Como no se dispone de una MIP para el Departamento de Tarija²³, correspondía determinarla a partir de la MIP Nacional²⁴ disponible para la economía boliviana y de las Cuentas Regionales que elabora el INE (Instituto Nacional de Estadística) para el año 1993.

²³ El Instituto Nacional de Estadística (INE) no elabora matrices de insumo-producto departamentales.

²⁴ Ver ANEXO 5, "Matriz de Insumo Producto Nacional", a precios de adquisición, en miles de bolivianos corrientes, año 1993.

Como primer paso en la construcción de la MIPT, se agregó la matriz Nacional de 35 productos y 35 ramas en una matriz cuadrada de 12 sectores²⁵, esta agregación corresponde al detalle de la Tabla 8. La agregación realizada responde a la necesidad de obtener una matriz reducida cuyas ramas y productos sean similares a las que se disponen en el boletín de Cuentas Regionales del INE²⁶, pudiéndose utilizar de esta manera las cifras de valores brutos de producción por rama y por producto que son proporcionados en el mismo.

En la Tabla 8 se observa, por ejemplo, que el sector agropecuario que en la matriz de insumo-producto nacional está desagregado en cinco sectores, se redujo a un solo sector.

Como segundo paso, se construyen los totales de los vectores de la MIP regional a partir de las siguientes relaciones:

$$PIB = CF + FBKF + VAR.EXIS. + X - M$$

$$PIB = VAB + DERs/M + IVAnd + IT \text{ y Otros Impuestos}$$

$$PIB = VBP_{vb} + DERs/M + IVAnd - IT \text{ y Otros Impuestos} - Cipa$$

y bajo el supuesto de mantener constantes las participaciones porcentuales de los componentes del PIB nacional respecto de las participaciones del PIB de Tarija, como ejemplo de este procedimiento consideremos la obtención del total del vector VBP:

$$VBP_{Nvb} / PIB_N = 1,659$$

$$VBP_{TARvb} / PIB_{TAR} = 1,659$$

²⁵ Ver ANEXO 6, "Matriz de Insumo Producto Nacional (Agregada)", a precios de adquisición, en miles de bolivianos corrientes, año 1993.

²⁶ El procedimiento de agregación se lo realiza, sumando los productos y ramas de acuerdo a las listas que aparecen en el boletín: "Bolivia: Cuentas Regionales 1988-1993". INE, Cuadro N° 69 y Cuadro N° 73.

TABLA 8

AGREGACIÓN DE PRODUCTOS Y RAMAS

1. PRODUCTOS AGRICOLAS NO INDUSTRIALES	1. AGRICULTURA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA	
2. PRODUCTOS AGRICOLAS INDUSTRIALES		
3. COCA		
4. PRODUCTOS PECUARIOS		
5. SILVICULTURA, CAZA Y PESCA		
6. PETROLEO CRUDO Y GAS NATURAL	2. EXTRACCION DE MINAS Y CANTERAS	
7. MINERALES METALICOS Y NO METALICOS	3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	
8. CARNES FRESCAS Y ELABORADAS		
9. PRODUCTOS LACTEOS		
10. PRODUCTOS DE MOLINERÍA Y PANADERIA		
11. AZUCAR Y CONFITERIA		
12. PRODUCTOS ALIMENTICIOS DIVERSOS		
13. BEBIDAS		
14. TABACÓ ELABORADO		
15. TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y PROD. DEL CUERO		
16. MADERA Y PRODUCTOS DE MADERA		
17. PAPEL Y PRODUCTOS DE PAPEL		
18. SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUIMICOS		
19. PRODUCTOS DE REFINACION DEL PETROLEO		
20. PRODUCTOS DE MINERALES NO METALICOS		
21. PRODUCTOS BASICOS DE METALES		
22. PRODUCTOS METALICOS, MAQUINARIA Y EQUIPO		
23. PRODUCTOS MANUFACTURADOS DIVERSOS	4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	
24. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA		
25. CONSTRUCCION Y OBRAS PUBLICAS		5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS PÚBLICAS
26. COMERCIO		6. COMERCIO
27. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO		7. TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES
28. COMUNICACIONES		8. SERVICIOS FIN., SEGUROS BB. INMUEBLES Y SS. PRESTADOS A LAS EMP. PROPIEDAD DE VIVIENDA
29. SERVICIOS FINANCIEROS		
30. SERVICIOS A LAS EMPRESAS		
31. PROPIEDAD DE VIVIENDA		9. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES
32. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES		
33. RESTAURANTES Y HOTELES		
34. SERVICIOS DOMESTICOS		10. RESTAURANTES Y HOTELES
35. SERVICIOS DE LA ADMINISTRACION PUBLICA	12. SERVICIO DOMESTICO	
Compras Directas de Otros Bienes	11. SERVICIOS DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	
	Compras Directas de Otros Bienes	

Donde:

VBP_{Nvb} : Valor Bruto de Producción Nacional a valores básicos

PIB_N : Producto Interno Bruto Nacional

VBP_{TARvb} : Valor Bruto de Producción de Tarija a valores básicos

PIB_{TAR} : Producto Interno Bruto de Tarija

Con los totales de cada uno de los vectores se procede a la construcción de la matriz. Para este propósito y con la finalidad de reflejar el carácter productivo propio del Departamento se utiliza la estructura del Valor Bruto de Producción por Actividad económica²⁷, es decir, se reconstruye el vector de Producción Bruta de las Ramas (PBR) a partir de la participación de cada Rama en el total de la producción del Departamento. El vector obtenido nos servirá para la reconstrucción del cuadrante de consumos intermedios, el cual se reconstruye utilizando los coeficientes técnicos de la MIP Nacional respecto de la PBR, estos coeficientes se asumen constantes para procesos productivos en escenarios similares.

El vector de Consumo Intermedio por Rama de Actividad (CIR) resulta de la sumatoria por columna de los componentes del cuadrante de consumos intermedios. En el caso del vector de Consumo Intermedio Total por Productos (CIT) la sumatoria se efectúa por fila.

$$CIR_j = x_{11} + x_{12} + \dots + x_{1n}$$

$$CIT_i = x_{11} + x_{21} + \dots + x_{n1}$$

²⁷ Cuadro N° 69, "Valor Bruto de Producción por Actividad", Boletín de Cuentas Regionales 1988-1993. INE.

Posteriormente, se construye el vector de los Valores Agregados Brutos de cada rama (VAB), el mismo que responde a la diferencia de los componentes del vector CIR y el vector PBR.

$$VAB_j = CIR_j - PBR_j$$

Con la finalidad de poder realizar un análisis pormenorizado del VAB este se descompone en sus componentes de la siguiente manera:

$$VAB_j = WW_j + IIN_j + EBE_j$$

Donde:

WW: Remuneración al Trabajo

IIN: Impuestos Indirectos Netos

EBE: Excedente Bruto de Explotación

Continuando con la construcción de la matriz se obtuvo la columna del Valor Bruto de Producción en base al subtotal obtenido del PIB, el cual por estructura del Valor Bruto de Producción por producto del Departamento de Tarija²⁸ se distribuyó en la columna.

Las columnas de Importaciones, Derechos sobre Importaciones, IVA, IT se obtuvieron con los subtotales del PIB y con la estructura de la MIP Nacional.

²⁸ Cuadro N° 73, "Valor Bruto de Producción por Producto del Departamento de Tarija" del Boletín de Cuentas Regionales 1988-1993, INE.

La obtención del vector de Márgenes de Comercialización (Mg) merece una consideración especial, se deben respetar 3 condiciones fundamentales:

- El total de la columna Mg es cero
- La sumatoria por fila del sector comercio es nula ($OT_{\text{comercio}}=0$)
- La única contraparte al VBP del comercio se encuentra en la columna de Mg

Considerando estas condiciones solamente quedará redistribuir la cantidad negativa obtenida en la intersección de los vectores Comercio y Mg según estructura de la MIPN entre los primeros componentes del vector Mg.

La columna OT se la obtuvo por sumatoria por filas de todos los componentes del cuadrante de OT.

Para la reconstrucción del cuadrante de DT se traslada el vector de OT obtenido en el cuadrante respectivo (condición de macroequilibrio) $OT=DT$. Si realizamos un recuento de los vectores con los que ya contamos veremos que se dispone de los siguientes:

$$OT_i$$

$$CIT_i$$

$$DF_i = OT_i - CIT_i$$

En este punto y a fin de obtener los vectores del Consumo Final (CF), Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF), Variación de Existencias (VAREX) y Exportaciones FOB (X_{FOB}) se procede a la utilización del método matemático de

iteraciones sucesivas con la finalidad de respetar la estructura y los totales de los vectores²⁹.

El resultado final del procedimiento anteriormente descrito es la Matriz de Insumo Producto del Departamento de Tarija³⁰ (MIPT) de 12×12 ³¹.

1.4 OBTENCIÓN DE LA MATRIZ DE INSUMO PRODUCTO DEL TURISMO PARA EL DEPARTAMENTO DE TARIJA, AÑO 1993 (MIPTT/93)

La construcción de la Matriz de Insumo Producto del Turismo para el Departamento de Tarija (MIPTT), se constituye en la parte esencial del presente trabajo, puesto que permitirá establecer las relaciones intersectoriales del Turismo en la economía regional; además será utilizada en las proyecciones, los análisis de sensibilidad, la observación del impacto en el Producto Interno Bruto (PIB), la inversión y en general para que se expliquen posibilidades y se examinen las ventajas y desventajas de una promoción del Turismo en el Departamento de Tarija.

²⁹ Ver Método Matemático de Iteraciones Sucesivas para reconstrucción de componentes de matrices cuadradas.

³⁰ Ver ANEXO 7, "Matriz de Insumo Producto del Departamento de Tarija (Agregada)", a precios de adquisición, en miles de bolivianos corrientes de 1993.

³¹ Es importante mencionar que si bien la etapa de obtención de la MIPT, es imprescindible para la elaboración de la Matriz de Insumo-Producto del Turismo para el Departamento de Tarija (que es el instrumento esencial del trabajo de investigación) la misma no se constituye en parte central de la presente Tesis, ya que esta matriz es un referente de partida que sin lugar a duda puede ser mejorado a partir su construcción con datos de cobertura mas amplia, dicha labor estaría encomendada a instituciones dedicadas a esta actividad como es el caso del INE.

Como primer paso para la construcción de la MIPTT se readeúa la MIPT³², basándose en la definición de las ramas de actividad con “vocación turística”, que se enunciaron en el punto 1.2 y que se relacionan con todas aquellas actividades económicas de las que el turista demanda, siempre que sean objeto de un tratamiento cuantitativo. La Tabla 9 muestra detalladamente las ramas y productos que resultan de la identificación de actividades con mayor vocación turística:

En razón de la escasa información con la que se cuenta para la determinación de las participaciones porcentuales de cada actividad se procedió en distintas formas, las mismas que se describen a continuación:

En principio se establecieron los consumos intermedios de cada una de las nuevas actividades consideradas. Para el caso de las Agencias de Viaje y Turismo, Servicios Recreativos, Restaurantes, Hoteles, Residenciales y Alojamientos, se efectuó una encuesta³³ en la ciudad de Tarija, con la cual se estima la estructura de costos de estas nuevas ramas de actividad.

En el caso de Transportes y Comunicaciones se acudió al análisis de los estados financieros³⁴ determinando de esta manera los consumos intermedios que cada sector realiza.

³² ANEXO 7, “Matriz de Insumo Producto del Departamento de Tarija”. Elaboración Propia.

³³ ANEXO 8, “Formulario de la Encuesta: Estructura de Costos por Actividad; Hoteles, Residenciales y Alojamientos.

ANEXO 9, “Formulario de la Encuesta: Estructura de Costos por Actividad; Restaurantes, Peñas y Discotecas”.

ANEXO 10, “Formulario de la Encuesta: Estructura de Costos por Actividad; Agencias de Viaje y Turismo”.

³⁴ Los estados financieros se obtuvieron a partir de documentación que las empresas del ramo envían al INE, en otros casos como en el del transporte terrestre la información es proporcionada por el Organismo Operativo de Tránsito.

TABLA 9

**DESAGREGACIÓN DE ACTIVIDADES CON MAYOR
VOCACIÓN TURÍSTICA**

1. AGRICULTURA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA	1. AGRICULTURA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA
2. EXTRACCIÓN DE MINAS Y CANTERAS	2. EXTRACCIÓN DE MINAS Y CANTERAS
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA
5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS PÚBLICAS	5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS PÚBLICAS
6. COMERCIO	6. COMERCIO
7. TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	7. TRANSPORTE AEREO
	8. TRANSPORTE TERRESTRE
	9. ALMACENAMIENTO Y OTROS
	10. AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO
	11. TELECOMUNICACIONES Y CORREO
8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS BIENES INMUEBLES Y SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS	12. TELÉFONOS
	13. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS BIENES INMUEBLES Y SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS
9. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	14. SERVICIOS RECREATIVOS
10. RESTAURANTES Y HOTELES	15. SERVICIOS PERSONALES
	16. RESTAURANTES
	17. HOTELES
	18. RESIDENCIALES
11. SERVICIOS DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	19. ALOJAMIENTOS, POSADAS Y CASAS DE HUESPEDES
	20. SERVICIOS DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS
12. SERVICIO DOMESTICO	21. SERVICIO DOMESTICO

Al construir el vector CIR, de manera indirecta se obtenían los consumos intermedios por producto, de esta manera y sabiendo que los totales obtenidos

previamente en la MIPT deben mantenerse inalterables, se procede a la eliminación de discrepancias mediante sucesivas iteraciones respetando la estructura de costos de las ramas. De esta manera se obtiene el nuevo cuadrante de CI y además los vectores CIR y CIT.

Para la apertura del vector de PBR se recurrió a las cuentas regionales por actividad económica del Departamento. Una vez obtenidos los vectores CIR y PBR, se obtiene el VAB por diferencia de ambos vectores.

Pasemos ahora a describir la obtención del cuadrante de la OT, este cuadrante resulta de la apertura del vector VBP en los “nuevos” productos requeridos, la misma que se realiza basándose en la información de VBP por producto elaborada por el INE³⁵. En lo que se refiere a los restantes componentes de la OT, se recurrió a información de recaudaciones fiscales proporcionada por la Dirección General de Impuestos Internos DGII. El vector de OT expandido resultará de la sumatoria por filas, este a su vez se traslada a la columna de DT para respetar el macroequilibrio.

En el cuadrante de la Demanda Total se procede de la siguiente forma:

- El Consumo de Hogares (CH), se desglosa en Consumo Turístico (CT) y Consumo No Turístico (CNT); a su vez el CT se desglosa en: Consumo Turístico Residente (CTR) que está constituido por el Turismo Intradepartamental, y el Consumo Turístico No Residente (CTNR), el cual

³⁵ Cuadro N° 73 “Valor Bruto de Producción por Producto”, Boletín de Cuentas Regionales 1988-1993 INE.

incluye el Turismo Interdepartamental y el Turismo Extranjero. El CT³⁶ total se determina a partir del número de pernoctaciones y del Gasto Turístico³⁷.

- Los nuevos productos desagregados obtienen sus valores en las diferentes “nuevas columnas” (CT, CTR, CTNR) y en las otras, mediante estructura porcentual obtenida de la encuesta del gasto turístico.
- En la columna de Exportaciones, las cantidades de los productos desgregados fueron extraídos según información³⁸ proporcionada por el INE. A los demás vectores que forman parte del cuadrante de la Demanda Final (DF), no fue necesario hacerles ninguna modificación ya que las casillas que correspondían a los productos que fueron “abiertos” tenían un valor nulo.

Para Controlar los resultados obtenidos en la desagregación, se consideró la información de la Población Económicamente activa (PEA) de Restaurantes y Hoteles³⁹.

El resultado obtenido es una MIPTT⁴⁰ de 21x21. A esta altura del trabajo corresponde la utilización de un modelo matemático que permita la cuantificación de posibles modificaciones en la matriz. Para esto acudimos al modelo de Leontiev, que ya fue explicado anteriormente.

³⁶ La metodología del cálculo del Consumo Turístico se encuentra ampliamente desarrollada en el punto 1, del Capítulo II, de la Segunda parte de la presente Tesis.

³⁷ Ver ANEXO 11, “Formulario de la Encuesta: Gasto Turístico” y el ANEXO 12, “Consumo Turístico, Tarija-1993”.

³⁸ “Equilibrios Oferta-Utilización 1992-1993” Departamento de Cuentas Nacionales, División Insumo-Producto. INE.

³⁹ “Censo Nacional de Población y Vivienda, 1992. Resultados Finales” INE, 1993.

⁴⁰ Ver ANEXO 13, “Matriz de Insumo Producto del Turismo para el Departamento de Tarija”.

1.5 DESCRIPCION DEL TURISMO EN LA ECONOMIA DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA

Como se puede observar en el Anexo 13⁴¹, el CTNR representa el 1,7% del Consumo Total de los Hogares; el cual es un porcentaje significativo si tomamos en cuenta que el Departamento de Tarija aún carece de una adecuada infraestructura turística y ante todo que a éste le hace falta una promoción de sus atractivos de forma planificada.

El CTR tiene una participación relativamente baja en el Consumo Total de los Hogares Tarijeños (0,4%), esto se debe principalmente a que en el Departamento no existen complejos turísticos que puedan atraer al mismo poblador de la región, las recreaciones son pocas y esto dificulta que por ejemplo un habitante de la ciudad de Tarija, decida ausentarse por un fin de semana a alguna provincia del Departamento, por el simple deseo de esparcimiento ya que generalmente la persona que viaja dentro del Departamento lo hace porque necesita realizar una actividad frecuentemente diferente a la de recreación, esto se podría cambiar si es que los lugares con atractivos naturales tuviesen hoteles, restaurantes, y otras diversiones que un visitante con fines de descanso busca.

Por supuesto, el progreso en la red caminera interprovincial, facilitaría en gran medida el Turismo Residente ya que la extensión misma del Departamento⁴² (el más pequeño de Bolivia) hace que las poblaciones no se encuentren tan dispersas, como ocurre con la mayor parte de los departamentos del país.

⁴¹ ANEXO 13, "Matriz de Insumo Producto del Turismo del Departamento de Tarija"

⁴² El Departamento de Tarija tiene una extensión territorial de 37.623 Km².

De la misma MIPTT, se puede inferir que los Turistas No Residentes hacen más uso de las agencias de viaje, de los restaurantes y de los hoteles, y esto es lógico puesto que las pernoctaciones que estos realizan son superiores a las de los Turistas Residentes además que éstos últimos en su mayoría suelen hospedarse en casa de familiares.

La MIPTT, nos permite realizar las siguientes comparaciones: El Consumo Turístico Total del Departamento representa el 1,7% del PIB del Tarija, y el 0,07% del PIB Nacional, lo cual nos demuestra que estamos ante una actividad turística baja, pero que incluso con la limitada infraestructura que posee, cuenta con una participación aceptable en el PIB del Departamento.

CAPITULO II

1. EL CONSUMO TURÍSTICO

Una de las particularidades del Consumo Turístico, es el hecho de que la mayor parte de los bienes y servicios que hacen a la canasta turística, se los consume “in situ”.

Si se habla del Consumo Turístico es necesario señalar que todos los productos y servicios que consumen los turistas extranjeros, nacionales y del interior del Departamento, se originan en varias ramas de la producción, por lo que no se puede elaborar un concepto formal del “producto turístico” exclusivamente; es por esta razón que se considera al Turismo como un conjunto de actividades económicas que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por los turistas.

Con el objeto de deducir un promedio aproximado del gasto turístico se realizó una encuesta⁴³, mediante la cual, se procedió a obtener parámetros como: La procedencia del turista, el medio de transporte utilizado, el motivo del viaje, la categoría del hospedaje, que juntamente con otras observaciones, se tomaron en cuenta, para el cálculo del gasto turístico por día, este se muestra en la Tabla 10.

Con el Gasto Turístico obtenido y con el número de pernотaciones⁴⁴, se puede inferir el monto del Consumo Turístico⁴⁵.

⁴³ Ver ANEXO 11, Formulario de Encuesta “Gasto Turístico”.

⁴⁴ Información recolectada en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Tarija.

⁴⁵ Ver ANEXO 12, Tarija “Consumo Turístico, año 1993”

TABLA 10

TARIJA
GASTO TURÍSTICO POR DÍA

Turistas	Dólares americanos	Pesos bolivianos
Extranjeros	60,2	257,90
Nacionales	34,3	146,00
Residentes en el Departamento	23,5	100,16

Nota.- Se tomó el tipo de cambio promedio del dólar en el año 1993, que es de 4,27 Bs. por dólar americano.
Fuente: Elaboración Propia

El Consumo Turístico para el Departamento de Tarija (CT), es:

$$CT = CTNR + CTR$$

Donde:

CTNR: Consumo Turístico No Residente

CTR: Consumo Turístico Residente

y:

$$CTNR = CTNR_{EXTRANJERO} + CTNR_{NACIONAL}$$

$$CTNR_{EXTRANJERO} = \text{Pernoctaciones Extranjeras} * \text{Gasto Turístico Extranjero}$$

$$CTNR_{NACIONAL} = \text{Pernoctaciones Nacionales} * \text{Gasto Turístico Nacional}$$

$$CTR = \text{Pernoctaciones Residentes} * \text{Gasto Turístico Residente}$$

El Consumo Turístico Residente (CTR)⁴⁶ en el año de análisis, 1993, es de 3.519 mil bolivianos, lo que representa el 0,4% de Consumo Total de los Hogares; es importante también señalar que los Turistas Residentes, tienen la costumbre de alojarse en casa de familiares o amigos, esto repercute en su consumo; de la misma manera se puede observar que esta clase de turistas, tienen el hábito de quedarse muy poco tiempo en el lugar visitado y debido a que estos conocen la región, necesitan menos del servicio de agencias de viaje.

TABLA 11

TARIJA
CONSUMO TURÍSTICO
Año 1993

Consumo Turístico	Miles de Bs. De 1993	Estructura %
Consumo No Turístico	857.579	97,9
Consumo Turístico	18.393	2,1
• CTR	3.519	0,4
• CTNR	14.874	1,6
Total Consumo de Hogares	875.972	100,0

Fuente: Elaboración Propia.

El Consumo Turístico No Residente (CTNR)⁴⁷, como se aprecia en la Tabla 11, es de 14.874 mil bolivianos, lo que representa el 1,6% del Consumo Total de los Hogares, de este monto el 24% corresponde a los turistas extranjeros y el 76% restante a los turistas nacionales. Si bien existe mayor flujo de turistas residentes,

⁴⁶ Se asume como Consumo Turístico Residente (CTR), al consumo que realizan las personas que residen en el Departamento, cuando realizan demanda turística dentro de éste.

⁴⁷ Se asume como CTNR al consumo que realizan los nacionales y extranjeros que no residen en el Departamento de Tarija.

es de observar que el nivel de gasto per cápita⁴⁸ es menor al de los turistas no residentes extranjeros.

La composición del consumo turístico y no turístico del Departamento de Tarija se puede apreciar en el Gráfico 2.

En consideración a la naturaleza de la demanda turística y a la respuesta que exige en la producción, identificaremos tres tipos de Consumo Turístico: Básico, Complementario y Accesorio.

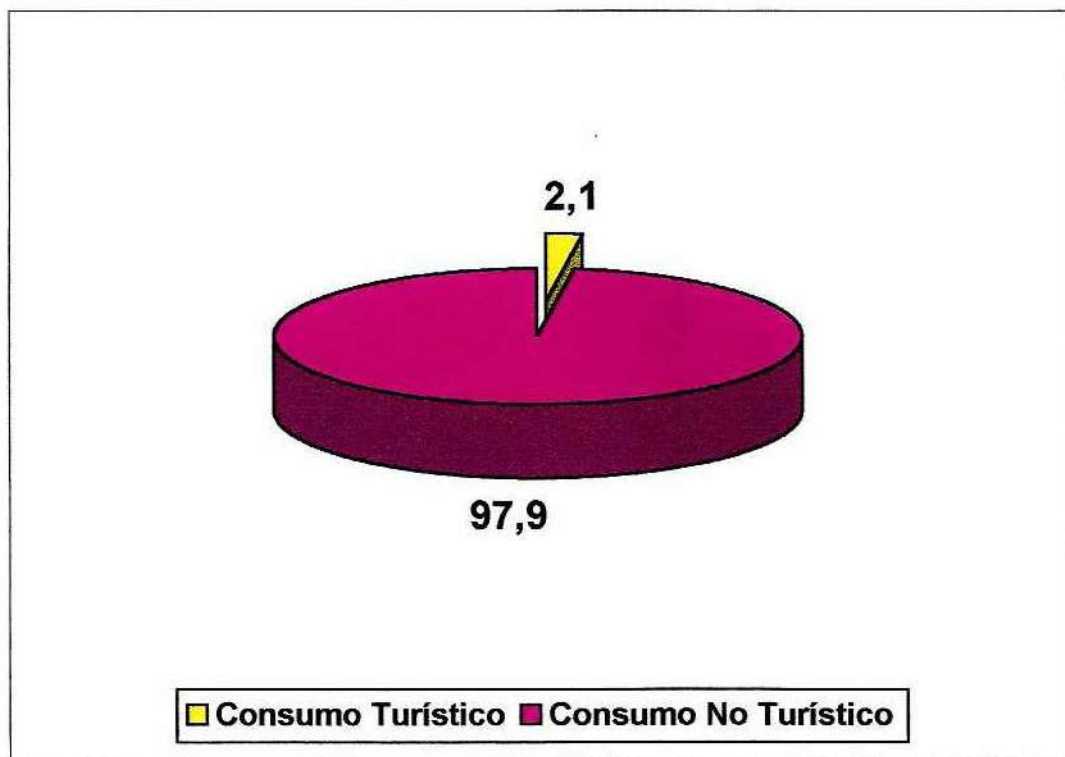
- El Consumo Turístico Básico o Necesario; es aquel sin el cual no puede llevarse a cabo la actividad. En la economía del Departamento de Tarija este tipo de consumo absorbe el 74% del gasto turístico total, correspondiendo su mayor participación a la Hostelería, Transporte y Restaurantes, con el 42%, 19% y 13%, respectivamente.
- El Consumo Turístico Complementario, de inferior significación turística, pero que condiciona su aparición a la calidad de producto turístico global. Este consumo representa el 24% de consumo turístico total y está compuesto por: los productos manufacturados, especialmente de índole artesanal 15,4%; Servicios Recreativos 3,5%; Agencias de Viaje y Turismo 3%, y por las Telecomunicaciones y Correo 1,7%.
- El Consumo Turístico Accesorio, que no se requiere para la especificación de un producto exclusivamente turístico. Está compuesto por bienes y servicios,

⁴⁸ ANEXO 12 Tarija “Consumo Turístico, año 1993”.

tales como Servicios Personales, Servicios Financieros, Productos Metálicos, etc., los que en conjunto hacen el 2,1% del consumo turístico total.

GRÁFICO 2

TARIJA
COMPOSICIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO Y NO TURÍSTICO
(porcentajes)



Elaboración propia en base al ANEXO 12

La composición del consumo de los turistas residentes y no residentes, se observa en la Tabla 12, en la cual se puede observar que el Consumo Turístico Básico o Necesario tiene el porcentaje más elevado, precisamente porque éste comprende

TABLA 12

TARIJA
ESTRUCTURA DEL GASTO TURÍSTICO - 1993
(en porcentajes)

Bienes y Servicios	CT	CTR	CTNR
a) CT Básico o Necesario	73,8	66,7	75,6
• TRANSPORTE	18,9	21,7	18,3
Aéreo	9,9	4,4	11,2
Terrestre	9,0	17,3	7,1
• HOSTELERÍA	41,9	34,7	43,5
Hoteles	36,1	25,4	38,6
Residenciales	4,5	4,8	4,4
Alojamientos, Posadas y Casas de Huéspedes	1,3	4,5	0,5
• RESTAURANTES	13,0	10,3	13,8
b) CT Complementario	23,5	29,2	22,1
• PRODUCTOS MANUFACTURADOS	15,4	25,6	13,0
• SERVICIOS RECREATIVOS	3,5	2,4	3,7
• AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO	2,9	0,1	3,6
• TELECOMUNICACIONES Y CORREO	1,7	1,1	1,8
c) CT Accesorio	2,7	4,1	2,3
• OTROS BIENES Y SERVICIOS	2,7	4,1	2,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: MIPTT 1993
Elaboración Propia

los bienes y servicios indispensables para la realización de la actividad turística; le sigue el Consumo Turístico Complementario, el que como el anterior, tiene el porcentaje más alto concentrado en el CTNR; finalmente se encuentra el Consumo Turístico Accesorio, que a diferencia de los dos primeros tiene una participación más prominente en el CTR.

2. GENERACIÓN DEL VALOR AGREGADO DEL TURISMO

Se define como Valor Agregado, al valor que un agente productor crea o añade al flujo de producción de una economía.

El consumo turístico, que hace parte de la Demanda Final, se realiza con los bienes y servicios que conforman el Valor Agregado Bruto VAB de las distintas ramas de actividad, alícuota que al ser multiplicada por la matriz de multiplicadores⁴⁹ o de impactos directos e indirectos, determina el Valor Agregado Bruto Turístico VABT Directo e Indirecto.

Luego:

$$VABT = VAB * (I-A)^{-1} * ct$$

Donde:

VAB: Vector fila del VAB total

I: Matriz unitaria

⁴⁹ Ver, ANEXO 14, "Matriz de Coeficientes Técnicos", ANEXO 15, "Matriz de Leontiev" y ANEXO 16, "Matriz de Multiplicadores"

A : Matriz de coeficientes técnicos

$(I-A)^{-1}$: Matriz de multiplicadores

ct : Vector columna de la participación de CT en la DF.

Además:

$$VABTD = VAB \cdot ct$$

El Valor Agregado Bruto del Turismo Indirecto (VABTI) resulta de la diferencia entre el VABT y el Valor Agregado Bruto del Turismo Directo (VABTD)

TABLA 13

DEPARTAMENTO DE TARIJA
VALOR AGREGADO BRUTO TURÍSTICO TOTAL DIRECTO E
INDIRECTO

(en miles de bolivianos corrientes de 1993)

VABT	142.484
VABTD	11.932
VABTI	130.552

Elaboración Propia, en base a la MIPTT-1993

Como se puede evaluar a través de la Tabla 13, en 1993, el VABT alcanza a 142.484 mil Bs. de los cuales 8,4% son atribuibles al efecto directo (VABTD), y el 91,6% restante a los efectos indirectos (VABTI).

Es relevante mencionar que, el VABT (Directo e Indirecto) ya se encuentra contabilizado en cada una de las Ramas de Actividad que integran la MIPT, lo que

aquí se hace es una abstracción en el esfuerzo de identificar la producción que apoya a la concreción del Turismo.

Por su parte, los componentes factoriales del VABT, se los determina así:

$$RETT = RET * (I-A)^{-1} * ct \quad (20)$$

$$IINT = IIN * (I-A)^{-1} * ct \quad (21)$$

$$EBET = EBE * (I-A)^{-1} * ct \quad (22)$$

Donde:

RETT: Remuneración al Trabajo Turístico

IINT: Impuestos Indirectos Netos generados en el Turismo

EBET: Excedente Bruto de Explotación del Turismo

La Retribución a los Factores Productivos que directa o indirectamente intervienen en la producción turística, se detallan en la Tabla 14.

TABLA 14

FACTORES PRODUCTIVOS COMPONENTES DEL VABT

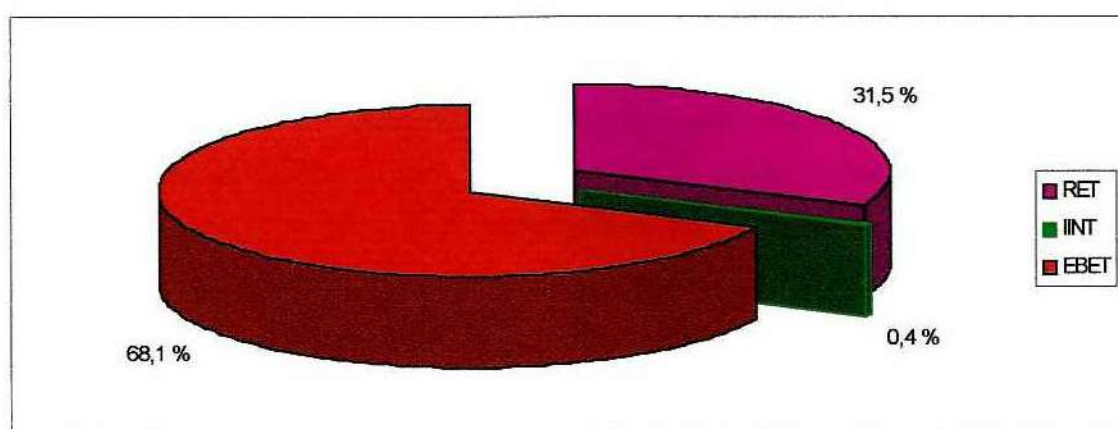
Factores Productivos	En miles de bolivianos Corrientes de 1993	Estructura Porcentual
VABT	142.484	100,0
• RETT	44.872	31,5
• IINT	506	0,4
• EBET	97.106	68,1

Elaboración Propia en base a la MIPTT-1993

Mediante el Gráfico 3, se puede apreciar la estructura de los pagos factoriales del Turismo.

GRÁFICO 3

TARIJA
PAGOS FACTORIALES DEL TURISMO
(porcentajes)



Elaboración Propia, en base a la MIPTT-1993

Como se observa en el Gráfico 3, el Excedente Bruto de Explotación Turístico (EBET) participa con el 68,1% en el VABT. Esta elevada participación se debe a que una buena parte de los hoteles, restaurantes y otros establecimientos que ofertan servicios turísticos son establecimientos de tipo familiar.

El número de oferentes⁵⁰ del servicio turístico es considerable y se trata de mercados competitivos.

⁵⁰ ANEXO 3, "Oferta Hotelera de la ciudad de Tarija". ANEXO 4, "Oferta Hotelera de la ciudad de Yacuiba".

Los Impuestos Indirectos Netos Turísticos proporcionan al Tesoro Público lo que representa el 0,4% del VABT y la Remuneración al Trabajo Turístico llega a 31,5%; así la retribución a los pagos de los factores productivos que directa o indirectamente participan en la producción turística, nos muestran que ésta es una actividad altamente dinámica.

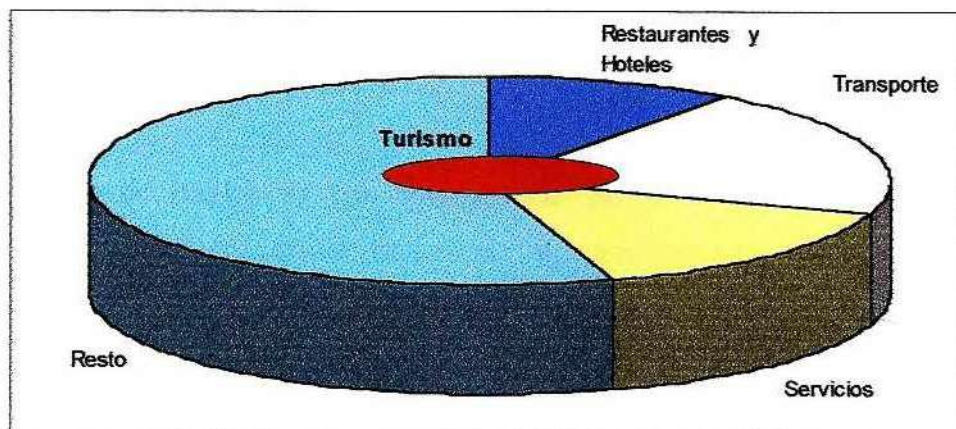
3. IMPACTO DEL TURISMO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

Tal como nos referimos en la Introducción, no es posible identificar un Sector Turístico, puesto que la oferta turística, y por lo tanto el producto, hacen parte del valor de la producción de todas y cada una de las ramas de actividad del Departamento de Tarija, es el caso, por ejemplo, del producto “papa” que consume el turista en un restaurante: este producto es un insumo para el restaurante, el mismo que le incrementa su valor agregado por el uso que se le dá; a su vez, esta papa es un producto final del agricultor, el mismo que también le incrementó su valor agregado al transformar la semilla de la papa, y así sucesivamente si se construye la cadena se va construyendo la sucesión de producción hasta llegar al proveedor de la semilla.

De modo que el VABT ya se encuentra registrado en cada una de las ramas de actividad, y lo que en el presente trabajo se hace, es identificar la parte de cada rama que contribuye a la actividad turística, de manera directa e indirecta. El Gráfico 4 muestra al Turismo sombreado de color rojo, es importante hacer notar que se encuentra sobrepuesto sobre las otras actividades, para dar a entender que la actividad turística recibe una parte de cada rama para la generación del “Producto Turístico”, a partir del cual se determina el VABT.

GRÁFICO 4

TARIJA
GENERACIÓN DEL PIB TURÍSTICO
(año 1993)



Elaboración Propia.

En síntesis, el Impacto del Turismo en el Producto Interno Bruto, es la participación del VABT en el PIB global de Tarija:

$$ITPIB = VABT / PIB$$

Para el año 1993, el VABT del Departamento de Tarija asciende a 142.483 mil Bs., lo cual implica que el impacto de todas las actividades que hacen posible el Turismo, en el PIB, representa el 13%. De esta participación, el 1,1% es atribuible al impacto directo del Turismo, y el 11,9% restante a los efectos indirectos que genera esta actividad.

Es interesante analizar el ANEXO 17⁵¹, donde observamos el comportamiento del VABT y del PIB, cuando se producen variaciones en el CTR, CTNR o FBKF; como cuando estos cambios se producen simultáneamente; de donde se tiene que el VABT es más sensible a las modificaciones del CTNR, el PIB tiene un comportamiento parecido al VABT, o sea su tasa de variación es mayor cuando cambia el CTNR, pero es aún más sensible a los incrementos de la FBKF.

4. EMPLEO, CAPITAL E IMPUESTOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La creación de empleo es una consecuencia natural del desarrollo de las actividades del Turismo, que se origina en la atención de las necesidades del turista.

Los efectos directos e indirectos en el empleo, se reflejan principalmente en las actividades de hotelería, servicios de restaurantes y transporte⁵², las mismas que se consideran altamente relacionadas con el Turismo.

La actividad turística es una buena opción para crear empleo, porque la oferta turística está compuesta principalmente por servicios⁵³. El multiplicador de las remuneraciones es del orden del 9,03. Así también el Turismo es una alternativa

⁵¹ ANEXO 17 "Cuadro de Proyecciones Totales para el VABT, PIB y Tasa de Variación del PIB según escenario simulado"

⁵² Ver ANEXO 18 "Variaciones Absolutas en el Empleo según Escenario Simulado por Rama de Actividad".

⁵³ Otra característica importante del empleo en el Turismo es que el personal requiere de una capacitación menos costosa que la de otros rubros, lo que permite un desarrollo más inmediato de la actividad.

de absorción de trabajadores subocupados, por ejemplo el etnoturismo⁵⁴, que puede ser impulsado con la participación directa de los comunarios de cada lugar.

En el Departamento de Tarija, el VABT aporta al fisco con Impuestos Indirectos Netos a la rama (los que gravan a la actividad de las empresas), en el orden de 506 mil bolivianos, lo que representa el 0,4% del VABTT.

Su incidencia en esta clase de recaudaciones tributarias totales es del 17%. Se trata de una participación elevada en relación a su aporte al PIB total, que es del 13%⁵⁵.

Lo particular de la actividad turística es que las empresas que ofertan el servicio turístico, son buenas pagadoras de impuestos, mientras que las recaudaciones por concepto del uso del producto turístico, no son importantes.

La elevada recaudación tributaria derivada de la actividad turística responde al hecho de que el turista, especialmente el que viene del extranjero, no tiene opción a deducir los impuestos que paga por consumo

El aporte de los empresarios o Excedente Bruto de Explotación del Turismo, es del 68,1% en el VABT, lo que representa el 0,17% del excedente de toda la economía del Departamento.

⁵⁴ Este concepto es desarrollado en forma más extensa en el punto 1.2 del Capítulo I de la Tercera Parte del presente trabajo.

⁵⁵ De la misma manera que en lo referente a VABT, los pagos factoriales del Turismo ya se encuentran registrados en cada una de las actividades que hacen posible el Turismo.

5. EL EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO

La riqueza generada por el Turismo no se restringe a la que se origina en aquellos sectores que están más directamente ligados con la demanda turística, sino que también afecta a los otros sectores de la economía, a través de las relaciones intrasectoriales; en efecto, el gasto inicial de los turistas se traduce por parte de las empresas que proporcionan esos bienes y servicios, en compras a otras empresas suministradoras, creándose un proceso dinámico que hace que el efecto final sea muy superior al gasto inicial.

De igual manera el ingreso generado por el Turismo, no se limita solamente a los efectos directos provenientes de los sectores que están ligados a la demanda turística, sino también a los efectos de otros sectores de la economía a través de las relaciones intersectoriales.

El hecho de que el Turismo se relacione directa e indirectamente con la mayor parte de los sectores, le permite jugar un rol integrador en la economía; de manera que cualquier cambio en esta actividad, tiene repercusiones más que proporcionales en el conjunto de la economía, hecho que lo convierte en un Sector Generador de procesos productivos en otras actividades económicas.

Los multiplicadores miden los requerimientos directos e indirectos de la producción de la economía, en este caso, del Departamento de Tarija; es decir, que por cada unidad de demanda turística se genera un número determinada de unidades de producción de los sectores relacionados con el Turismo, cuyos resultados se muestran más adelante.

Los multiplicadores globales por Ramas de Actividad, se obtienen de la sumatoria de las columnas de la matriz $(I-A)^{-1}$ o matriz de Multiplicadores⁵⁶.

El multiplicador del Turismo (KT) responde a la siguiente formulación:

$$KT = (VABT * (I-A)^{-1} * ct) / (VABT * ct)$$

Es decir, representa la relación entre el VABT Directo e Indirecto (o sea el total) y el VABT Directo.

Con similar criterio, el multiplicador del Turismo según factor productivo, es:

$$KRT = (RETT * (I-A)^{-1} * ct) / (RETT * ct)$$

$$KIT = (IINT * (I-A)^{-1} * ct) / (IINT * ct)$$

$$KET = (EBET * (I-A)^{-1} * ct) / (EBET * ct)$$

Donde:

KRT: Multiplicador de la Renta Salarial del Turismo

KIT: Multiplicador de los Impuestos Indirectos Netos del Turismo

KET: Multiplicador del Excedente Bruto de Explotación del Turismo

El nivel de incidencia total se explica por el efecto multiplicador del Turismo de 11,9⁵⁷. Esto significa que si se decide incrementar 1\$ la producción turística directa (por ejemplo: Hostelería, Agencias de Viaje y Turismo, Restaurantes,

⁵⁶ Ver ANEXO 19, "Multiplicadores por Ramas de Actividad"

⁵⁷ Ver TABLA 15, "Multiplicador del Turismo".

etc.), esta a su vez arrastra la producción de otros bienes y servicios (por ejemplo: Industrias Manufactureras, Electricidad, Gas y Agua, etc.) en 10,9.

Si se compara el efecto multiplicador del Turismo con el de las otras Ramas de Actividad, se observa que es el más alto.

Si se analiza el aporte de los factores productivos al efecto multiplicador total del Turismo, se observa que el mayor efecto es atribuible a los Impuestos Indirectos Netos, seguido por el Excedente Bruto de Explotación y la Remuneración al Empleo, de la forma que se muestra en la Tabla 15.

TABLA 15

MULTIPLICADOR DEL TURISMO

KT	11,94
KRETT	9,03
KIINT	20,76
KEBET	13,99

Elaboración Propia

La Tabla 15 nos muestra que:

- Por cada unidad adicional de renta salarial que se genera en el Turismo, se aumenta 9,03 veces este valor en la renta salarial de la economía del Departamento de Tarija en su conjunto; es decir, una unidad corresponde al Turismo y los restantes 8,03 al resto de la economía. Esto significa que la actividad del Turismo tiene un efecto multiplicador considerable en la renta salarial, debido al hecho de que es muy intensiva en la utilización del factor empleo.

- Por cada unidad monetaria que el Turismo paga en impuestos indirectos, se generan 19,76 unidades adicionales de impuestos en el resto de la economía.
- Y el excedente bruto de explotación que comprende a las utilidades que generan las empresas y la renta de la propiedad, se define como el valor agregado bruto menos las remuneraciones a los empleados y los impuestos indirectos netos. De acuerdo a este indicador, por cada unidad de excedente que se genera en el Turismo, se genera 12,99 unidades en el resto de la economía.

Es de esta manera que gran parte del debate sobre la contribución del Turismo al desarrollo regional y económico en general se concentra en la forma en que el gasto turístico se filtra a través de la economía, estimulando otros sectores al hacerlo.

6. EFECTOS DE UNA POLÍTICA DE PROMOCIÓN DEL TURISMO

6.1 VARIACIONES EN: CTR, CTNR, FBKF, FACTORES PRODUCTIVOS COMPONENTES VABT, GENERACIÓN DE DIVISAS Y EMPLEO; ANTE VARIACIONES DE ESCENARIOS DE CTR, CTNR y FBKF

A efectos de comparar el impacto macroeconómico de una política de fomento a la actividad turística, como por ejemplo crear nuevos circuitos turísticos, editar material promocional que respalde las actividades y atractivos naturales que tiene el Departamento, y en general invertir en la infraestructura hotelera y en servicios para el Turismo; es posible observar, que bajo escenarios⁵⁸ motivados por

⁵⁸ ANEXO 20 "Cuadro Resumen de Escenarios Simulados"

variaciones en el CTR, CTNR ó en la FBKF; como así también si se producen incrementos simultáneos en las variables mencionadas, vemos que los cambios son proporcionales a las variaciones que se realizan en cada una de las variables; lo relevante e interesante, es examinar que ante los escenarios de simulación planteados, las proyecciones de los factores productivos componentes del VABT⁵⁹, sufren modificaciones interesantes, las cuales serán analizadas a continuación.

TABLA 16

TARIJA, IMPACTO CON CAMBIOS EN EL CTNR

Variación porcentual	Variaciones Totales (en miles de bolivianos de 1993)					DIV (a)	Empleos (b)
	CTNR %	CTNR	VABT	RETT	IINT		
0	14.874	142.484	44.872	506	97.107	843.255	37.057
25	18.593	154.959	48.933	548	105.478	1.054.068	37.143
50	22.311	166.083	52.578	584	112.921	1.264.882	37.229

(a): Dólares americanos

(b): Número de trabajadores/año

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 16, por ejemplo, la situación que se incremente el CTNR hasta en 50%, que no es necesario realizar mayores inversiones y que únicamente se trabajará con la capacidad física existente⁶⁰, como resultado la RETT se incrementa en un 17,2%; el EBET lo haría en 16,2%; en los IINT sería del 15,4%;

⁵⁹ ANEXO 21 "Resumen de Proyecciones de Factores Productivos Componentes del VABT"

⁶⁰ Según información declarada al matutino "El País" de la ciudad de Tarija, de fecha 16 de Julio de 1997; por el señor José Zurita, presidente de la Cámara Departamental de Hotelería, "...la ocupación hotelera en camas en la capital del Departamento, tenía un promedio del 15% en los tres últimos años", lo que representaba que de 997 camas disponibles solamente 150 eran ocupadas.

y asumiendo una productividad constante en el trabajo se induciría a la creación de 172 nuevos empleos⁶¹, además el Ingreso en Divisas se incrementaría en un 50%, lo que equivale a \$US 421.627.

Mediante la Tabla 17, se realiza un análisis para el caso de que se produzcan cambios en el Consumo Turístico No Residente y en el Consumo Turístico Residente; es decir, que se fomentan de forma simultánea ambas variables, a través de políticas de apoyo, incentivo y promoción⁶², por ejemplo: un incremento del 30% en el CTR y del 50% en el CTNR; lo que provocará un crecimiento del 19,18% de VABT y en sus componentes en el orden del 19,8% en la RETT; del 18,8% en el EBET y del 17,5% en los IINT.

Entre los resultados colaterales está la generación de 195 nuevos empleos, y la generación de divisas aumentaría en un 50%, lo que equivale a \$US 421.627.

Mediante la Tabla 18, se propone un escenario de variaciones en la FBKF; en este caso, se aísla el Consumo Turístico para ver sólo los efectos de un incremento de la inversión en infraestructura turística básica⁶³.

⁶¹ Ver ANEXO 22, "Resumen de Proyección de la Generación de Empleo según Escenario Simulado".

⁶² El CTR y el CTNR pueden ser adecuadamente promocionados internamente, de manera que se promueva el Turismo de los nacionales (etno y ecoturismo, desestacionalización de la demanda, mejoramiento de los medios de transporte, financiamiento al usuario, etc.), puesto que la tendencia es a considerar al Turismo ya no como un bien de lujo y de exclusividad de los grupos con elevados niveles de ingreso.

⁶³ Construcción de hoteles, restaurantes, centros de entretenimiento, carreteras, aeropuertos, etc. Las inversiones en infraestructura básica, además de fomentar al Turismo, contribuyen a incrementar la producción de las otras actividades económicas.

TABLA 17

TARIJA, IMPACTOS CON CAMBIOS EN EL CTNR Y EL CTR

Variación porcentual		Variaciones Totales (en miles de bolivianos de 1993)						Divisas (a)	Empleos (b)
CTR	CTNR	CTNR	CTR	VABT	RETT	IINT	EBET		
0	0	14.874	3.519	142.484	44.872	506	97.107	843.255	37.057
25	25	18.593	4.399	158.307	50.010	558	107.740	1.054.068	37.163
30	50	22.311	4.575	169.816	53.783	595	115.439	1.264.882	37.252
40	100	29.748	4.927	190.013	60.458	660	128.896	1.686.510	37.432

(a): Dólares americanos

(b): Número de trabajadores/año

Fuente: Elaboración Propia

Así, por ejemplo, si se incrementa en un 50% la FBKF del Turismo provocará un incremento del 5% en el VABT; 5,3% en la RETT; 4,9% en los IINT y 4,9% en el EBET.

En la generación de divisas no existe variación alguna y se crearían 2.770 nuevos empleos, lo que significa que el impacto en el empleo es elevado.

TABLA 18

TARIJA, IMPACTO CON CAMBIOS EN LA FBKF

Variación porcentual	Variaciones Totales (en miles de bolivianos de 1993)						Empleos (b)
FBKF	FBKF	VABT	RETT	IINT	EBET	DIV (a)	
0	174.663	142.484	44.872	506	97.107	843.255	37.057
10	192.130	143.932	45.350	511	98.071	843.255	37.611
50	261.995	149.724	47.260	531	101.934	843.255	39.827

(a): Dólares americanos

(b): Número de trabajadores/año

Fuente: Elaboración Propia

En el caso de que se incrementaran simultáneamente el CTR, CTNR y la FBKF del Turismo (Tabla 19), el cual es el escenario más optimista y a su vez realista, puesto que el fomento a un mayor flujo turístico debe estar acompañado de una mejor infraestructura turística.

Bajo el supuesto de que la tercera combinación de la Tabla 19 fuese a ser la más realista válida (50%, 150% y 40%, para CTR, CTNR y FBKF, respectivamente) para los próximos años, los resultados serían: el VABT crecería a una tasa del 51%; la RETT en 53,7%; el EBET en un 50,3% y los IINT en 46,6%.

Se generarían 2.770 nuevos empleos, y la generación de divisas frescas de libre disponibilidad se incrementaría en 1.264.882 dólares americanos lo que representa el 150%.

TABLA 19

IMPACTO CON CAMBIOS EN EL CTNR, CTR Y FBKF

Variación porcentual			Variaciones Totales (en miles de bolivianos de 1993)							Divisas	Empleos
CTR	CTNR	FBKF	CTNR	CTR	FBKF	VABT	RETT	IINT	EBET	(a)	(b)
0	0	0	14.874	3.519	174.663	142.484	44.872	506	97.107	843.255	37.057
40	100	30	29.748	4.927	227.062	195.617	62.307	678	132.632	1.686.510	39.094
50	150	40	37.185	5.279	244.529	215.729	69.007	742	145.981	2.108.137	39.827
70	150	50	37.185	5.983	261.995	219.709	70.318	754	148.636	2.108.137	40.397

(a): Dólares americanos

(b): Número de trabajadores/año

Fuente: Elaboración Propia

6.2 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD POR RAMA DE ACTIVIDAD DEL VALOR AGREGADO BRUTO, ANTE MODIFICACIONES DEL CTR, CTNR E INVERSIÓN TURÍSTICA

En el ANEXO 23⁶⁴ podemos observar el impacto en el VAB en cada una de las Ramas de Actividad, es así que cuando se produce una modificación del 50% en el CTNR, como es el escenario II, las ramas de actividad que se muestran más sensibles son la de Hoteles, seguida por la de Agencias de Viaje y Turismo y Residenciales con variaciones del 31%; 20,7% y 13%, respectivamente.

Cuando en el escenario IV se produce un incremento del 30% en el CTR y se mantiene la anterior modificación en el CTNR que era del 50%, se puede ver que las Ramas más sensibles se mantienen en el orden de magnitudes como en el caso II, la Rama de Hoteles llega a 34%, la de Agencias de Viaje y Turismo se mantiene casi igual con un 21% y la de Residenciales sube hasta un 15%.

En el escenario VIII, que es cuando se incrementa la FBKF en un 30%, manteniéndose un crecimiento del CTNR de un 100% y del CTR con 40%, como en el escenario V se puede examinar que las variaciones en las ramas más sensibles siguen subiendo, aunque mínimamente, pero de igual modo se mantienen los niveles ya expuestos anteriormente; sin embargo es importante señalar que la Rama Construcción y Obras Públicas, tiene un incremento considerable del 3% en el escenario V a un 30% en el escenario VIII, es decir, la rama que es más sensible a un incremento de la FBKF es esta última.

⁶⁴ ANEXO 23, "Tasas de Variación del VAB de cada Rama de Actividad según Escenario Simulado". Elaboración Propia.

Finalmente es trascendental poder mostrar mediante el ANEXO 23 que el VAB de todas la Ramas de Actividad de la economía tienen un incremento ante variaciones del CTR, CTNR y de la FBKF, siendo algunas más sensibles que otras, especialmente, aquellas que tienen directa relación con el Turismo.

6.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD POR RAMA DE ACTIVIDAD EN EL EMPLEO TOTAL, CUANDO SE MODIFICA EL CTR, CTNR, INVERSIÓN TURÍSTICA

Si se realiza un análisis del ANEXO 18⁶⁵ se observa que bajo el escenario II, que es una simulación de un incremento del 50% al CTNR, la Rama de Actividad más sensible a esta variación es la de Hoteles con 31% de crecimiento en el número de empleados, seguida de las Agencias de Viaje y Turismo con 21 % y los Residenciales con 14%.

Cuando la modificación se realiza bajo el escenario IV, en el que el CTR aumenta en un 30% manteniéndose el anterior escenario analizado, o sea un incremento del 50% en el CTNR, se ve que la rama más sensible continúa siendo la de Hoteles con un 34% de crecimiento en el número de empleados, seguida de Agencias de Viaje y Turismo, con 21% y las Residenciales con un 17%.

En el escenario VII, se plantea una modificación del 50% en la FBKF, lo que muestra que la rama más sensible es la de construcción y obras públicas con un incremento del 50% en el número de trabajadores.

⁶⁵ ANEXO 18, "Variaciones absolutas en el Empleo según escenario simulado" (número de empleados) Elaboración Propia.

En el caso X, se expresa un escenario de incrementos, tales como del 70% en el CTR, 150% del CTNR y el 50% de la FBKF; se advierte que la rama más sensible ante este cambio es la de Hoteles con un crecimiento del 100% en el número de empleados, luego está la rama de Construcción y Obras Públicas con 49%, y le sigue muy de cerca la de Residenciales con 45%, es así que la cantidad de empleados en cada una de las ramas se ve afectado positivamente, creándose un acrecentamiento en el empleo.

TERCERA PARTE

CAPÍTULO I

1. BASES PARA LA FORMULACIÓN DE POLÍTICAS SECTORIALES TURÍSTICAS DIRIGIDAS A IMPULSAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA

1.1 FOMENTO DEL TURISMO RECEPTIVO

El turismo receptivo es el que se produce en un país cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo, para luego viajar a otros países o regresar al lugar de origen. La permanencia debe ser igual o superior a las 24 horas y no más de 90 días, con la condición de que los gastos que se realizan en el lugar visitado, sean con dinero traído del lugar de residencia y la finalidad del viaje, incluso, acepta que sea por razones comerciales, de estudio, de salud, o de trabajo⁶⁶.

Es muy importante señalar que en el presente trabajo se considera al turismo receptivo como el que se produce cuando llegan visitantes que residen fuera de las fronteras del Departamento de Tarija, sean estos de los otros departamentos o extranjeros, por lo demás el concepto es el mismo.

La posición geográfica, en este caso del Departamento, es un factor importante para el desarrollo del turismo receptivo, que depende mucho de la cercanía a los

⁶⁶ Si el visitante tiene como objetivo "trabajar en el lugar, donde está llegando" es considerado turista, siempre y cuando éste sea remunerado con dinero proveniente de fuera de las fronteras del lugar visitado.

principales mercados emisores. En casi todos los casos, el mayor volumen de la demanda receptiva se origina en los departamentos o países limítrofes, que son las fuentes naturales de origen de este tipo de viajeros.

La curiosidad por conocer otros lugares genera en el hombre actual deseos permanentes de viajar, pero esto también depende de las facilidades de transporte, que es un factor decisivo porque aumenta el volumen de la demanda potencial, sobre todo de las ciudades cercanas a las fronteras a cuyos habitantes les resulta muy fácil trasladarse por tierra al país vecino, ya sea en sus propios automóviles o en autobuses.

TABLA 20

TARIJA
TURISMO RECEPTIVO
LLEGADA DE TURISTAS NO RESIDENTES A ESTABLECIMIENTOS DE
HOSPEDAJE
AÑO 1993

Nacionalidad	Nº Llegadas	Permanencia Promedio (días)	Nº Pernoctaciones
Extranjeros	3.926	3,2	12.563
Nacionales	17.081	3,2	54.659
Total	21.007	3,2	67.222

Fuente: Elaboración Propia, en base a información proporcionada por SENATUR.

En el caso del Departamento de Tarija éste se ve beneficiado por los turistas que llegan de la República Argentina, ya que este país por su mayor número de

habitantes y mayor poder económico benefician al Departamento; en efecto la sobrevaluación del austral, repercute en que residentes de la Argentina lleguen a las ciudades de Tarija, Yacuiba y Bermejo de paseo y aprovechan para realizar sus compras.

En la Tabla 20 se tiene la participación total de visitantes que ingresaron a establecimientos de hospedaje y fueron registrados en los mismos en el año 1993.

De los dos flujos turísticos, que se muestra en la Tabla 20, se establece que la proporción de extranjeros con relación a los nacionales es menor; sin embargo, el crecimiento demográfico y económico mundial nos hace prever que éstos tienen una tendencia creciente.

La Tabla 21 nos muestra el total de turistas ingresados a establecimientos de hospedaje en Tarija, y a través de la misma se obtienen las siguientes deducciones: Los turistas no residentes, el 36% prefiere alojarse en los residenciales, el 26% lo hace en casa de familiares o amigos, el 21% en los moteles y el 17% en los alojamientos. Este comportamiento tiene algunas explicaciones, como la que existencia un gran número de residenciales⁶⁷ y se ha podido observar que estos cuentan con infraestructura adecuada, el servicio y en general la atención al visitante es muy buena; al equiparar las tarifas (Tabla 22) se ve que no hay mucha diferencia con las de los hoteles.

Esta marcada inclinación de los turistas por hospedarse en los residenciales, se debe también a que la falta de hoteles de la jerarquía de cinco y cuatro estrellas

⁶⁷ Ver ANEXO 3 "Oferta Hotelera en la ciudad de Tarija".

hace que la categoría de los hoteles que existen, sea muy parecido al de los residenciales de cuatro y tres estrellas.

TABLA 21

TARIJA
TURISMO RECEPTIVO
PERNOCTACIONES DE VISITANTES NO RESIDENTES EN
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, SEGÚN CATEGORÍA HOTELERA
AÑO 1993

Categoría Hotelera	Nº Visitantes
HOTELES	
3*	3.227
2*	8.739
1*	7.394
RESIDENCIALES	
4*	2.958
3*	10.890
2*	13.512
1*	5.243
ALOJAMIENTOS	
A	15.259
CASA DE FAMILIARES Y AMIGOS	23.958
Total General	91.180

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

TABLA 22

TARIJA
TURISMO RECEPTIVO
TARIFAS PROMEDIO, SEGÚN CATEGORÍA HOTELERA
AÑO 1993

Categoría Hotelera	Tarifas (dólares americanos)/día
HOTELES	
3*	26
2*	16
1*	13
RESIDENCIALES	
4*	25
3*	17
2*	11
1*	10
ALOJAMIENTOS	
A	6,5
CASA DE FAMILIARES Y AMIGOS	----

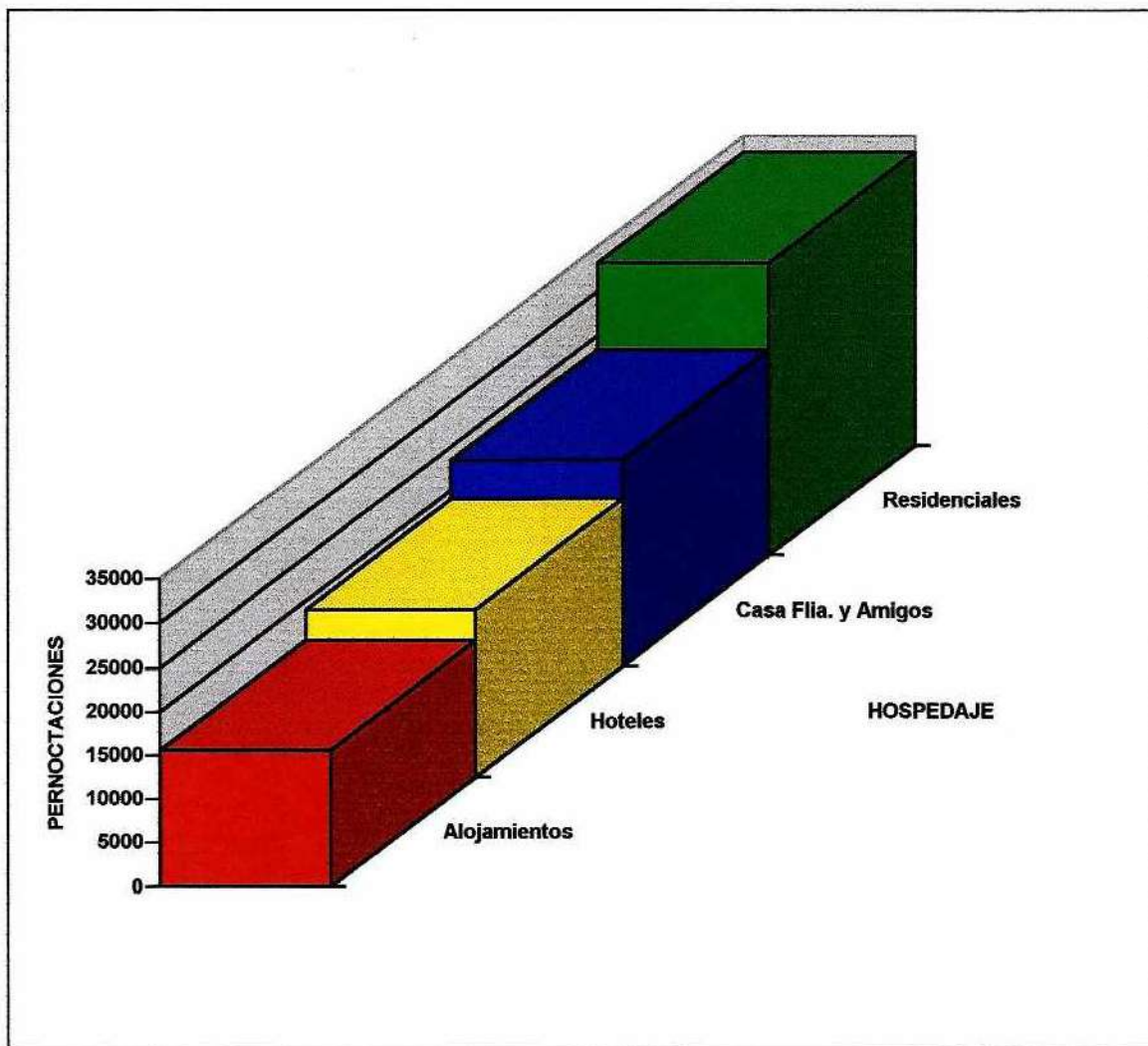
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Es necesario también explicar que el elevado número de visitantes que se alojan en casa de familiares o amigos, (ver Gráfico 5), responde a que la gente tarijeña se caracteriza por ser muy hospitalaria, y es así que los turistas que tienen parientes o amigos en Tarija, no dudan en llegar a los hogares de éstos, y suelen tener una estadía más prolongada que la que tendrían si se alojaron en establecimientos públicos.

En la Tabla 23 se puede observar el promedio de las pernoctaciones que tienen los visitantes, cuando se alojan en establecimientos de hospedaje; esta información está basada en los reportes que estos establecimientos hacen a la Secretaría Nacional de Turismo.

GRAFICO 5

TARIJA
PERNOCTACIONES DE VISITANTES NO RESIDENTES
AÑO 1993



Fuente: Elaboración Propia en base a datos proporcionados por SENATUR

TABLA 23

TARIJA
PERNOCTACIONES PROMEDIO DE VIAJEROS NO RESIDENTES EN
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
POR CATEGORÍA HOTELERA
AÑO 1993
(en días)

Grupo/Categoría	Extranjeros	Nacionales	Total
HOTELES	3,4	3,5	3,5
5*	0,0	0,0	0,0
4*	0,0	0,0	0,0
3*	3,5	3,3	3,4
2*	3,4	3,4	3,4
1*	3,5	3,8	3,7
RESIDENCIALES	3,3	3,3	3,3
4*	3,5	3,5	3,5
3*	3,5	3,2	3,3
2*	3,3	3,2	3,3
1*	3,2	3,2	3,2
ALOJAMIENTOS	3,0	2,7	2,9
A	3,0	2,7	2,9
B	0,0	0,0	0,0
C	0,0	0,0	0,0
Total	3,2	3,2	3,2

Fuente: Elaboración Propia en base a información proporcionada por SENATUR.

Como se puede advertir, los turistas extranjeros tienen una estadía prácticamente igual a los visitantes que llegan de los otros departamentos de Bolivia. También es interesante, observar que tanto los turistas nacionales como extranjeros, permanecen más días cuando están alojados en los hoteles.

La Secretaría Nacional de Turismo, realiza cada año una estimación de los turistas que llegan a cada uno de los departamentos de nuestro país; la valoración de los turistas extranjeros es más fácil, no solamente porque son menor en número, sino también porque tanto en las oficinas de migración como en los hoteles es más controlable su contabilización; así la afluencia de extranjeros al Departamento de Tarija se puede observar en la Tabla 24.

TABLA 24

TARIJA
TURISMO RECEPTIVO EXTRANJERO
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

Mercados	1993	%
Argentina	2.054	47,1
Estados Unidos	384	8,8
Perú	292	6,7
Alemania	279	6,4
Chile	136	3,1
Suiza	100	2,3
Subtotal	3.245	74,4
Resto de Mercados	1.117	25,6
Total	4.362	100

Fuente: Elaboración Propia en base a datos proporcionados por SENATUR

Mediante la Tabla 24, se aprecia que el porcentaje más alto de turistas son los que vienen de la República Argentina, con un porcentaje de 47,1%; es por esta razón

que el Departamento de Tarija debe aprovechar la frontera con este país, dado que puede constituirse en la base del turismo extranjero.

Cuando se habla de Turismo a la mente de mucha gente le llega la imagen de las playas creyendo que el Turismo son solo éstas, sin analizar que este Turismo está fuertemente afectado por las fluctuaciones estacionales, o por cualquier otro factor; sin embargo, existen muchos segmentos de mercados, tan rentables o más que el de la playa. Es por esta razón que se citan a continuación algunos de estos, como: -El *turismo deportivo*, que incluye la caza, pesca y la natación entre otros muchos deportes, que podrían ser explotados en Bermejo, que tiene atractivos como “El Chorro” o “Quebrada del Nueve”, lugar ideal para la práctica de la natación, y “El Cajón” considerado la más importante reserva ictícola de Bolivia, con variedades como: El robal, surubí, dorado y otros, en esta región también se realiza, todos los años la “Regata Internacional del Bermejo”. Así también está la ciudad de Villamontes, donde se efectúa el “Festival Internacional de la Pesca”, junto al majestuoso río Pilcomayo, donde se practica además de la pesca los deportes náuticos.

-El *turismo de aventura* es aquel que se desarrolla, generalmente, en regiones selváticas, este tipo de Turismo puede ser desarrollado en zonas como en toda la región chaqueña, ya que cuenta con parajes, y lugares muy apropiados para los amantes del riesgo, en esta zona la fauna y flora es exuberante.

-El *turismo religioso*, es cuando el objetivo principal de un viaje es cumplir con una promesa, acudir a una peregrinación o romería a lugares que ya gozan de prestigio dentro del campo de la fe, para este tipo de Turismo, el Departamento de Tarija se constituye en una fuente inagotable de festividades religiosas, durante todo el año, así se puede citar entre las más especiales la llamada “Fiesta Grande de Tarija” que es en honor del patrono San Roque; ésta es una de las fiestas más

largas ya que se extiende durante un mes, donde los promesantes, llamados “Chunchos” hacen gala de su atuendo y acompañados de la caña (instrumento típico de Tarija) bailan en una gran procesión; otra de las festividades del pueblo tarijeño, es en devoción a la “Virgen de Chaguaya”, donde los promesantes hacen un recorrido de 59 kilómetros a pié, para llegar al santuario; entre otras celebraciones se encuentran la conmemoración a la “Virgen de Guadalupe”, que se realiza en el pueblo de Caraparí y Entre Ríos; en la capital de la provincia Méndez, se venera a “San Lorenzo”, esta es una fiesta muy concurrida, por la cercanía a la ciudad de Tarija, aquí también se celebra la “Pascua Florida”. Citar cada una de las fiestas en honor a diferentes santos, es algo muy largo pero es importante remarcar que en todos estos festejos, además de la devoción religiosa, un elemento muy importante es el gastronómico, ya que las comidas y bebidas típicas son las que también atraen la atención de los visitantes.

-El *turismo cultural* corresponde a aquella corriente de visitantes que prefieren los museos, monumentos, vestigios arqueológicos, etc., en Tarija existen atractivos culturales, que aún no han sido promocionados debidamente, como el “Museo de la Universidad”, el cual es el único en su tipo en Bolivia, posee objetos paleontológicos y antropológicos muy impactantes para el visitante, allí se encuentra el único elefante andino encontrado; “La Casa Dorada”⁶⁸, que fue declarada Patrimonio Nacional, el “Castillo Azul”, que fue construido a fines del siglo pasado; “La Biblioteca de San Francisco”, se constituye en un patrimonio cultural, ya que posee libros que son considerados verdaderas reliquias, así también se podría citar a algunas iglesias; pero lo importante es señalar que estos atractivos deben ser promocionados de una manera más eficaz.

⁶⁸ Ver FOTO 1, “Casa Dorada” (Maison d’ Or), fundada en 1903.

-El *turismo gastronómico*, donde los diferentes platos típicos, que por su sabor, pueden ser considerados como un buen potencial turístico, están los famosos vinos y singanis tarijeños, que gozan de un gran prestigio, a nivel internacional⁶⁹.

-*Turismo paisajista*, el Departamento de Tarija posee innumerables atractivos turísticos como la “Represa de San Jacinto”, ubicada a 7 kilómetros de la capital; los “Chorros de Jurina”, este lugar tiene un encanto natural por dos chorros de imponente belleza, uno llamado “Cborro Negro” y el otro “Chorro Blanco”, ya que las piedras que están debajo de cada uno de los mismos son de los dos diferentes tonos, el agua se precipita desde una altura de casi 26 mts.; también se tiene las comunidades de “Tomatitas”, “Coimata”⁷⁰, “Tolomosita”, “Erquis”, “Rincón de la Victoria” y el hermoso “Guadalquivir”, son balnearios naturales, que por su agradable temperatura y bellos paisajes, son áreas de recreación. Así también se encuentran lugares como “Santa Ana La Vieja”⁷¹, “Cañas”, “Sella” y “Tariquífa”, que por el colorido de su vegetación forman un panorama especial.

Otros atractivos, que no pueden dejar de mencionarse son: “El Carnaval Chapaco”, típico por su alegría, donde se realizan las tradicionales fiestas de compadres y comadres; “El Festi-Front” que es un evento folklórico de carácter internacional, que se lleva a cabo cada año, en la ciudad de Yacuiba y que cuenta con gran acogida por la población del norte argentino; “La Fiesta de la Uva” es un evento en el cual se exponen las diferentes variedades de uva, como así también los vinos y singanis que se producen en el Departamento; además de otras como las fiestas de la papa, manzana, durazno y la cerveza.

⁶⁹ Desde 1995, Tarija exporta vinos a Europa.

⁷⁰ Ver FOTO 2, “Chorros de Coimata”

⁷¹ Ver FOTO 3, “Santa Ana La Vieja”.

Para resumir lo anteriormente mencionado, se presenta el Gráfico 6, donde se puede apreciar la distribución de los atractivos por categoría; es de esta forma que se obtienen los siguientes resultados: El porcentaje más elevado (34,6%) de los atractivos está concentrado en los Acontecimientos Programados, que están constituidos por las diferentes festividades de la región, le sigue con un (26,9%) el Patrimonio Urbano, luego muy de cerca se encuentran los Sitios Naturales (24,4%) y finalmente se hallan Etnografía y Folklore (9,0%) y las Realizaciones Técnicas (5,1%).

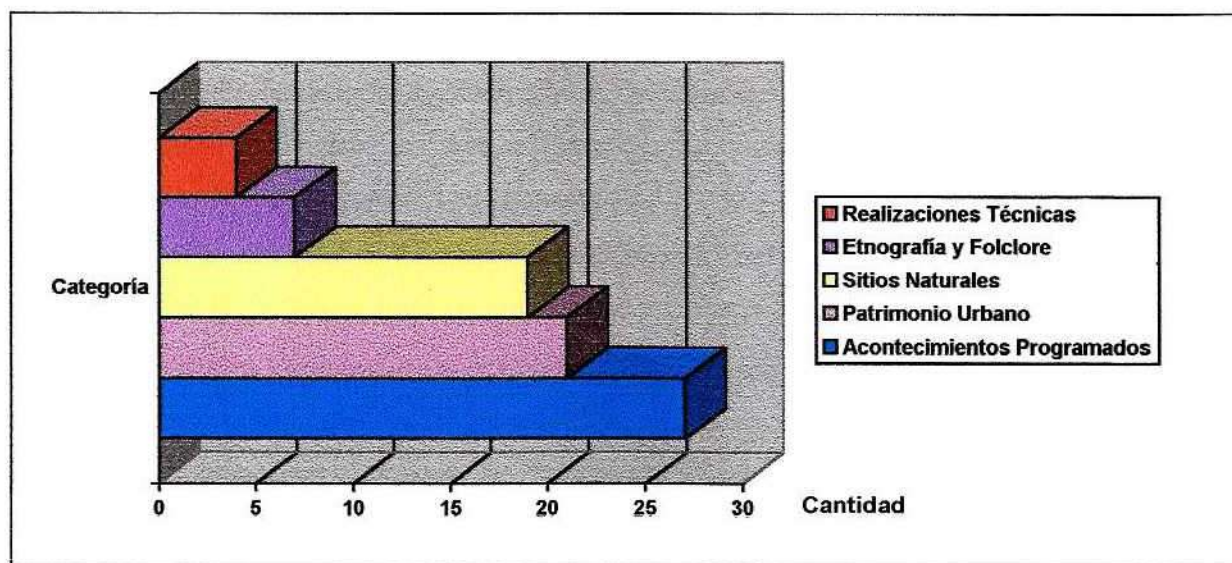
Es importante señalar que la mayoría de estos atractivos se encuentran en la ciudad de Tarija y sus alrededores, como así también en las poblaciones de Villamontes, Bermejo y Tariquía.

La producción de bienes y servicios para el turismo receptivo, necesita no solamente de insumos corrientes, requiere también de bienes de capital ya sean que provengan del mismo país o del exterior, así también necesita de la publicidad y promoción; en general es importante estudiar el rendimiento de las inversiones en la actividad turística, sin dejar de tomar en cuenta que todos los bienes y servicios producidos no serán utilizados únicamente por los turistas, sino también por la población residente.

Es necesario indicar que así como existen factores que favorecen el Turismo, existen también otros que le perjudican como las formalidades administrativas, la intervención político-económica (régimen de divisas y régimen aduanero), la distancia a recorrer, el mal estado de las carreteras, la falta de infraestructura hotelera y transporte, son causas para ahuyentar el Turismo, especialmente extranjero.

GRÁFICO 6

TARIJA
DISTRIBUCIÓN DE ATRACTIVOS POR CATEGORÍA



Fuente: SENATUR

En síntesis, se puede afirmar que el Turismo puede contribuir de manera significativa al desarrollo del Departamento de Tarija, en especial porque cuenta con buen potencial turístico, aún no explotado ni eficientemente promocionado.

1.2 ALTERNATIVAS DEL ETNO-ECO-TURISMO

El Etno-Eco-Turismo es la disposición de nuestros pueblos originarios de presentar por ellos mismos, el valor cultural y ecológico de las poblaciones y regiones que conforman el territorio donde habitan.

El Etno-Eco-Turismo es, sin la menor duda, un reto para nuestra población fundamentalmente rural, ya que éste la conducirá a una relación cada vez mayor y más cercana con el visitante.

En nuestro país, el 56% de la población es indígena y vive en las áreas rurales, en el Departamento de Tarija existen tres grupos étnicos que aún mantienen su modo de vida ancestral estos son: los Ava e Ezozeño-Guaraníes (Chiriguano), el Chulupi (Guisnai) y los Matacos. Los primeros conocidos como los Chiriguano, están asentados a orillas del río Pilcomayo y ascienden a 20.000; los Guisnai viven en los llanos del Gran Chaco, en la provincia Arce del Departamento y no exceden en 100 los hablantes Chulupis; y finalmente los Matacos, que están asentados, en los alrededores de la población de Villamontes, aunque llegan incluso hasta la frontera con la Argentina; el número de este grupo étnico es de 2.000 habitantes aproximadamente⁷².

El sur del Departamento de Tarija además de albergar a los grupos étnicos mencionados anteriormente, cuenta con el "Parque Nacional de Tariquía"⁷³, que es un área con gran potencial turístico, por la extensa, variada y abundante vegetación que posee, sin desmerecer la diversidad de su fauna que hacen de esta región un lugar cautivante para el Turismo. Así también cuenta con el conocido río Pilcomayo que por su caudal y extensión permite la práctica de deportes como el canotaje, así como la pesca mayor.

⁷² Los datos mencionados en este párrafo fueron extraídos del libro "Etnias y Lenguas de Bolivia" del Instituto Boliviano de Cultura, La Paz, 1985.

⁷³ Ver FOTO 4, "Parque Nacional de Tariquía", ubicado en la Provincia Arce del Departamento de Tarija.

Además de la provincia Gran Chaco, el Departamento de Tarija cuenta con otras cinco provincias más, que se encuentran no muy dispersas puesto que la extensión del Departamento (37.623 Km²) no es tan grande como la mayor parte de los Departamentos de nuestro país. En las restantes provincias, existen innumerables festividades típicas de cada región, conforme anotamos anteriormente. En general todo el Departamento de Tarija se constituye en una región propicia para el Etno-Eco-Turismo, puesto que se podría fomentar y desarrollar la miniempresa de gestión comunitaria, en la cual el miembro de la comunidad será el generador de los recursos y beneficios para su pueblo, aumentando su producción, preservando sus técnicas tradicionales ancestrales y protegiendo sus propios recursos naturales y turísticos, presentes en la región de su hábitat.

El Etno-Eco-Turismo convierte al Turismo en una palanca para el desarrollo. El Turismo no es un fin en sí mismo, sino más bien un medio para lograr el desarrollo del Departamento y del país; promoviendo la participación de poblaciones hasta ahora casi totalmente aisladas del desenvolvimiento económico del país. Se pretende con el Etno-Eco-Turismo integrar las regiones, en beneficio de las áreas rurales deprimidas y aisladas en el actual contexto económico social del país.

Como todas las grandes empresas, la implementación del Etno-Eco-Turismo en toda su magnitud y sus alcances requiere de inversiones de capital a corto, mediano y largo plazo. A fin de promocionar la inversión en este campo, la Secretaria Nacional de Turismo debe identificar una serie de proyectos que pueden ser presentados a las empresas de financiamiento internacional mediante los mecanismos apropiados.

La capacitación en las comunidades, se debe dirigir a aspectos tanto de gestión como de administración y provisión de servicios. Se puede implementar cursillos y guías para el ejercicio de la propia gastronomía del lugar.

Tarija es un Departamento rico en tradiciones y cultura, con magníficas manifestaciones en lo que hace a la producción de artesanías de mimbre (especialmente en la provincia Gran Chaco), cerámica, orfebrería; la elaboración de excelente calidad de vinos y singanis, la producción de instrumentos musicales, etc. Por otro lado Tarija está situada en una zona con un clima agradable, lo que le permite crear un entorno favorable y muy atractivo para el desarrollo del Etno-Eco-Turismo.

Finalmente es importante señalar que este tipo de Turismo se constituye en una nueva alternativa con grandes posibilidades y que puede explotar el potencial existente sin depredar ni destruir.

1.3 CUANTIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS ESPERADOS

Del análisis de la información procesada, se ha podido determinar que los principales resultados de la investigación pueden resumirse en los aspectos que se detallan a continuación:

El impacto neto del Turismo en la economía del Departamento de Tarija alcanza a 13%, lo cual implica el impacto de todas las actividades que hacen posible el Turismo en el PIB; aunque es destacado observar que dentro de esta participación se incluye el impacto directo, con el 1,1%; y el 11,9% restante es atribuible a los efectos indirectos que genera esta actividad.

Es legítimo pensar que en la cantidad en que se atraen flujos turísticos, se generen ingresos monetarios, lo que a su vez generará nuevos empleos.

El empleo generado por el Turismo -directo e indirecto- alcanza a 5.763 empleos en 1993, equivalente al 15% del empleo total en el Departamento de Tarija, que si bien esta cifra engloba las actividades identificadas como de "vocación turística", también estas ramas no ocupan su producción exclusivamente al Turismo.

La actividad turística colabora a solucionar los problemas de desempleo, ya que es una actividad capaz de crear fuentes de trabajo.

Es interesante señalar que la generación de inversión en la actividad turística, va relacionada directamente con la acción estatal, puesto que en nuestro país, el gobierno es el principal propulsor de esta actividad, debido a que éste es el que capta los préstamos para este fin, ya vengan, por ejemplo, del Banco Interamericano de Desarrollo, que es uno de los organismos que apoya mediante programas el desarrollo del Turismo, o bien como un animador del sector privado, promocionando, concientizando y facilitando con la construcción de infraestructura básica.

Lo más destacado que se puede analizar en lo que respecta a la inversión, es que cuando se incrementa ya sea el turismo residente o el turismo no residente, la Formación Bruta de Capital Fijo debe verse afectada de forma positiva, y es lógico que suceda esto, porque un mayor flujo turístico requiere de una mayor

infraestructura; de ahí, que si observamos el ANEXO 17⁷⁴, en el escenario VIII, se muestra, una simulación con cambios en las tres variables, donde el CTR asume una variación positiva de un 40%, el CTNR del 100% y la FBKF del 30%; este escenario produce una tasa de variación del PIB de Tarija de un 5,12% y del VABT de un 37%, lo cual es un incremento muy significativo para la economía regional.

Como ya se mencionó a lo largo del trabajo, no se puede identificar una rama de actividad exclusivamente turística, pero si se pueden identificar las ramas de la economía cuya producción se destina en mayor proporción a la actividad turística, es así, que gracias a la MIPTT, se puede analizar el peso que la demanda turística tiene con relación a la producción de las Ramas de Actividad con “vocación turística”, es de esta manera que en la Tabla 25 se observa que la demanda turística tiene una participación más elevada en las ramas de Hoteles, Agencias de Viaje y Turismo, Residenciales, Alojamientos y Transporte Aéreo.

Entre las políticas más importantes para incentivar el Turismo está la promoción de los recursos turísticos del Departamento, explotar sus ventajas comparativas y de esta manera incidir en una mayor y eficiente competencia receptiva. Así las autoridades que están encargadas de promover y consolidar las políticas de desarrollo económico y social deben conceder la preferencia al Turismo, puesto que si se realiza una comparación de los costos de oportunidad que sugiere fortificar gubernamentalmente esta actividad económica, con los ingresos que la misma genera, en función a los recursos invertidos, se puede afirmar que es

⁷⁴ ANEXO 17: “Cuadro de Proyecciones Totales para el VABT, PIB y Tasa de Variación del PIB según Escenario Simulado”.

importante y efectivo el apoyo institucional, ya que el Turismo es un servicio de uso final y un bien renovable.

TABLA 25

TARIJA
PARTICIPACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA
EN LA PRODUCCIÓN DE CADA RAMA - 1993
 (en porcentaje)

Bienes y Servicios	(CT/VBP)x100
Transportes	
• Aéreo	16,2
• Terrestre	1,5
Hostelería	
• Hoteles	78,7
• Residenciales	36,7
• Alojamientos, Posadas y Casas de Huéspedes	35,6
Restaurantes	3,0
Agencias de viaje y turismo	44,0
Servicios recreativos	5,0
Telecomunicaciones y correo	1,7
Productos manufacturados	0,66

Fuente: MIPTT-1993

Elaboración Propia

CAPÍTULO II

1. CONCLUSIONES

El Departamento de Tarija cuenta con un gran potencial para su desarrollo turístico opción que le permitiría acrecentar sus ingresos. No sólo es importante promocionar los atractivos naturales y culturales de la región, sino que también son necesarias e imprescindibles políticas de fomento al Turismo, como la inversión, construcción y mejora de carreteras y aeropuertos, desarrollo de eventos, culturales y deportivos, la creación de escuelas de formación turística y hotelera. Además es necesario desarrollar programas concretos, en el plano organizacional, lo cual posibilitará la integración físico-espacial-humana conducente a la dinamización de las actividades turísticas y económicas.

En el presente trabajo se ha realizado un análisis cuantitativo de carácter técnico, con la finalidad de observar los diferentes comportamientos que se generarían en la economía del Departamento, si se producen cambios en el consumo turístico, a raíz del estudio de estas variaciones se pudo deducir, por ejemplo, que el impacto directo del Turismo en la economía de Tarija es del 1,1%, el cual se ve incrementado significativamente a 5%, si se desarrolla hipotéticamente el consumo turístico no residente en un 50%. De la misma forma, si el incremento (50%) se realiza en la FBKF del Turismo provocará un incremento del 5% en el VABT; 5,3% en la RETT; 4,9% en los IINT y 4,9% en el EBET.

Así, también se pudo constatar, el hecho de que el Turismo se relaciona directa e indirectamente con la mayor parte de los sectores, cualquier cambio que se

produce en esta actividad, tiene repercusiones más que proporcionales en el conjunto de la economía, de esta manera, los multiplicadores que son los que miden los requerimientos directos e indirectos de la producción, nos muestran que para nuestro caso son elevados, y aunque todavía habrán que perfeccionarse los métodos de investigación sobre el efecto multiplicador del impacto del Turismo, es importante señalar que indiscutiblemente, éste es el mejor parámetro de observación de la importancia de ésta actividad en la economía regional.

La promoción turística constituye un elemento central, que apoya el éxito de la actividad. La venta del producto turístico, manejado por el sector privado, es insuficiente en la actualidad; asimismo la promoción desarrollada por parte del sector público, también es limitada, lo que no contribuye a ampliar la captación de la demanda. A esto se suma la falencia de una política agresiva a escala nacional que coordine los recursos regionales para proyectarlos en forma integrada y así conformar una oferta mucho más competitiva. La estrategia delineada y propuesta pretende llenar esos vacíos de una manera práctica, asignando responsabilidades y otorgando instrumentos efectivos, posibles de ser utilizados en el corto plazo; a la vez, hace mención sobre la necesidad de estructurar una estrategia integrada en el ámbito regional y nacional. El análisis del potencial turístico de Tarija, juntamente con las tendencias de las preferencias de la demanda turística, permiten sugerir políticas de fomento al sector.

La promoción tiene una marcada falta de continuidad y de coordinación en la elaboración de planes; las instituciones del Departamento que trabajan en este campo no poseen planes concretos, especialmente la Dirección de Turismo dependiente de la Prefectura, y más aún la que está a cargo de la Alcaldía

Municipal, las dos instituciones deben emprender una política y estrategia más agresiva, con mayores argumentos técnicos.

Es importante reconocer que la comprensión de los alcances del Etno-Eco-Turismo por parte de las poblaciones beneficiadas, no será fácil ni inmediata. Sin embargo con intensas campañas de toma de conciencia y una presencia constante de las instituciones encargadas del Turismo conjuntamente con los organismos involucrados en aspectos culturales, de conservación, capacitación en las comunidades rurales, con un personal diligente y preparado que promueva el equipamiento y capacitación de las comunidades en lo que a los requerimientos del Etno-Eco-Turismo se refiere, se podrá contribuir grandemente para lograr los objetivos propuestos.

2. RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS DE POLÍTICAS EN FAVOR DEL TURISMO

El presente trabajo tiene ciertas bases para propuestas de políticas para el Turismo, que se fundamentan en los lineamientos de una economía de mercado, identificado por la libre competencia y la presencia del Estado que efectúa un rol facilitador, normativo y regulador. Dentro de este contexto, el Estado está fuera de las actividades productivas y de la intermediación financiera, limitándose a la creación de un marco apropiado para el buen funcionamiento de los mercados y de la promoción de la inversión privada. Así, la promoción a la inversión turística estará a cargo del sector privado; sin embargo, tiene que ser promovido y apoyado en una primera etapa por el sector público.

La estrategia de desarrollo turístico regional debe estar orientada, en primera instancia a diversificar la oferta turística del Departamento, incorporando

competitivamente el producto "Tarija" en los mercados nacionales e internacionales; en segundo lugar es necesario desarrollar de manera completa complejos turísticos en el Departamento, a partir de una intervención adecuada del sector público en la creación de infraestructura junto a la inversión privada y la participación estatal.

En este marco se considera que una apropiada política de Turismo enfoca tres aspectos importantes. los cuales son: la oferta turística, la promoción de la demanda y el estudio de aspectos de carácter institucional.

2.1 LA OFERTA TURÍSTICA

La *oferta turística* está relacionada con las características del producto turístico que puede ofrecer el Departamento. En la actualidad, la oferta de servicios turísticos se caracteriza, en gran medida, por la poca diversidad de servicios que se prestan, inexistencia de control de calidad en la provisión de los mismos, inadecuada explotación de las ventajas comparativas que ofrece Tarija en este sector. Las acciones que podrían darse son:

- Efectuar un inventario turístico total para poder precisar la oferta turística existente y su potencial. En base a este inventario se puede elaborar un mapa turístico a fin de visualizar de mejor forma la oferta y circuitos turísticos para poder realizar una mejor promoción e incluso orientar la edificación de una infraestructura integrada.

- Confeccionar paquetes turísticos sobre la base de la oferta exportable, que puedan ser promocionados en el interior del país así como en el exterior a través de la mejor utilización de la capacidad hotelera.
- En el aspecto financiero es necesario fortalecer la oferta mediante líneas de financiamiento ágiles y baratas para la promoción de inversiones en actividades turísticas, dirigidas al mejoramiento de las instalaciones existentes, con la finalidad de hacerlas competitivas.

2.2 LA DEMANDA TURÍSTICA

Lamentablemente, aunque existe una buena oferta turística en el Departamento, esta no es aprovechada en toda su extensión si no se hacen esfuerzos especiales que promocionen la demanda; ante todo, que una gran parte de la misma viene del interior del país. Es por esta razón que se deben realizar acciones que viabilicen una adecuada compatibilización entre la oferta existente con la demanda potencial. En este marco, se presentan dos tipos de recomendaciones de política orientadas a promocionar la demanda, en los campos de marketing turístico y de financiamiento.

- Ofrecer un plan de marketing agresivo en el ámbito interno y externo, es decir, no solamente vender lo que actualmente se tiene sino más bien producir lo que se vende, esto significa, que se debe satisfacer las necesidades del turista, las cuales serán determinadas mediante investigaciones, donde se utilicen instrumentos técnicos para precisar qué desea el turista que visita el Departamento de Tarija.

- Es importante fortalecer y motivar la demanda turística mediante la promoción de lugares turísticos, donde se destaquen sus ventajas comparativas. Inmerso en este plan se tendrá que considerar la producción de artesanías, manufacturas, instrumentos nativos, posters, logos, bibliografía, etc. Además de la participación en ferias externas e internas que expongan el potencial del Departamento, con el objetivo originar la demanda del consumidor final.
- En lo que concierne al financiamiento deberían promocionarse líneas de crédito de las instituciones financieras, para fomentar el consumo turístico interno.

2.3 MARCO INSTITUCIONAL

Por último, la existencia de un buen marco institucional permite tener un mejor entorno, no sólo para una adecuada relación entre la oferta y la demanda turísticas, sino también para el crecimiento sostenido de las mismas y su distribución homogénea en el espacio. Este marco debe ser fortalecido por acciones que provengan no sólo del sector público sino también privado. Al sector público le corresponde realizar acciones orientadas a mejorar la infraestructura básica del país; al sector privado emprender acciones específicas de inversión y promoción. Es así, que a continuación, de una manera más ordenada, se señalan algunos aspectos que lograrían mejorar el entorno bajo el cual se desarrolla esta actividad:

- Elaboración de un sistema de información estadística que permita controlar la evolución permanente de la actividad turística, con el fin de realizar el análisis correspondiente, y poder generar políticas orientadas a mejorar el desarrollo de la actividad. Esta acción se podría efectivizar con el apoyo de las instituciones

dependientes de la Honorable Alcaldía Municipal y de la Prefectura del Departamento, las cuales cuentan con oficinas respectivas, encargadas de promover el Turismo en el Departamento, sin dejar de lado que la Cámara departamental de Hotelería, también se podría constituir en un pilar fundamental para realizar un trabajo conjunto.

- Planes a mediano y largo plazo, que permitan a los inversionistas tener una visión clara y concreta, de lo que la municipalidad pretende realizar en lo que corresponde al desarrollo urbanístico, y la Prefectura a nivel departamental, puesto que está en directa relación con la creación de zonas turísticas.
- Fomentar microproyectos en los municipios. Esto implicaría que las ya creadas secciones especializadas en la Alcaldía y Prefectura del Departamento, apoyen un plan de gestionamiento de presupuestos a los municipios, en los cuales el Turismo sea una actividad viable.
- En lo que corresponde al gobierno nacional, el Poder Ejecutivo podría definir vacaciones colectivas y escalonadas para el sector público, lo cual permitiría fortalecer el Turismo. Esta medida se complementaría con la adecuación de los feriados a los fines de semana. Estas medidas son muy utilizadas en los países desarrollados y con muy buenos resultados.
- Regulación, control de calidad y seguridad, en los establecimientos de hospedaje, con la otorgación del número de estrellas, categorías, etc.; de tal modo de crear competitividad y calidad del sector en un mediano y corto plazo. Esto podría lograrse en gran medida mediante la promulgación de una

legislación turística, lo que a su vez permitiría garantizar la calidad del servicio al visitante.

- El establecimiento de políticas fiscales dirigidas a incentivar las actividades de promoción turística, que básicamente están ligadas a posibles reducciones y/o excenciones del IVA y el IT, se consideran poco significativas puesto que las empresas que operan como intermediarios del turismo receptivo de Tarija, fungen dentro de los marcos legales de tributación, que les permiten descargar las erogaciones producto del IVA. En el caso del IT, cuyo valor porcentual alcanza el 3% del total de la transacción, se podría considerar que se debe mantener la alícuota con, alternativas que compensen las erogaciones destinadas a la promoción turística, con intervención directa de SENATUR que se constituiría en catalizador de crédito y/o donaciones destinadas a este fin.

El tratamiento del IVA y el IT gravados directamente a los turistas residentes y no residente merece una consideración especial puesto que los turistas no residente extranjeros serían los únicos perjudicados por la imposibilidad de deducir algunas de las erogaciones realizadas en el departamento o país de visita, para este efecto se podría considerar la implementación de beneficios tales como políticas de "TAX FREE" que se dan en otros países, sin embargo estas requieren de un estudio legal y económico que diferencie claramente los extranjeros que están en calidad de turistas, de aquellos que vienen a realizar actividades de trabajo. Además es importante destacar que un gran porcentaje de los turistas extranjeros que visitan nuestro país, llegan con "paquetes turísticos" en los cuales están contemplados todos los servicios requeridos para llevar a cabo esta actividad, quedando involucrados solamente los bienes

(artesanías, souvenirs, etc.) adquiridos y que son llevados al país de origen del turista.

Finalmente es necesario destacar dos aspectos fundamentales en el análisis precedente:

- a) Considerar exenciones tributarias a los servicios turísticos, con el fin de incentivar la actividad, conlleva grandes dificultades operativas, ya que podría generarse mayor evasión tributaria si no se cuenta con una reglamentación legal claramente definida.
 - b) Si bien los turistas extranjeros no pueden deducir, los impuestos gravados al consumo de bienes y servicios, pagados en nuestro país, este hecho es marginal a la decisión de visitar Bolivia.
- La creación de zonas francas de Turismo, las cuales tendrían algunas ventajas de orden impositivo respecto a sus inversiones, exenciones tributarias específicas, mecanismos de depreciación acelerada, etc. Estas zonas estarían ligadas a la captación de inversión extranjera y otro tipo de asociaciones, como por ejemplo el "joint venture". Esta definición parte del supuesto de que el Turismo es una actividad de exportación.

ABREVIACIONES UTILIZADAS

A	: Matriz de Coeficientes Técnicos
a_{ij}	: Coeficiente técnico del producto "i" de la rama "j"
C	: Consumo
CF	: Consumo Final
CG	: Consumo del Gobierno
CH	: Consumo de los Hogares
C_i	: Consumo Final del bien "i"
CI	: Consumo Intermedio
CIF	: Cost Insurance Freight (costo, seguros y fletes)
CIP	: Consumo Intermedio por Productos
C_{ipa}	: Consumo Intermedio a precios de adquisición
CIR	: Consumo Intermedio por Rama de Actividad
CIT	: Consumo Intermedio Total
CT	: Consumo Turístico
CTR	: Consumo Turístico Residente
CTNR	: Consumo Turístico No Residente
ct	: Participación del Consumo Turístico en la Demanda Final
D	: Vector de la Demanda Final por Productos
DERA	: Derechos Arancelarios
DERs/M	: Derechos sobre Importaciones
DF	: Demanda Final
DGII	: Dirección General de Impuestos Internos
DIV	: Dividendos
DT	: Demanda Total
D_i	: Demanda Final del Producto "i"
EBE	: Excedente Bruto de Explotación
EBET	: Excedente Bruto de Explotación del Turismo
E_i	: Exportaciones del Producto "i"
FBKF	: Formación Bruta de Capital Fijo
FOB	: Free On Board (libre en puerto)
G	: Gasto
I	: Inversión
I_i	: Inversión del producto "i"
IIN	: Impuestos Indirectos Netos
IINT	: Impuestos Indirectos Netos del Turismo
INE	: Instituto Nacional de Estadística
IT	: Impuestos a las Transacciones
ITPIB	: Impacto del Turismo en el Producto Interno Bruto

IVA	: Impuesto al Valor Agregado
JUNAC	: Junta Nacional del Acuerdo de Cartagena
KEBET	: Multiplicador del Excedente Bruto de Explotación del Turismo
KIINT	: Multiplicador de los Impuestos Indirectos Netos del Turismo
KRET	: Multiplicador de la Retribución al Trabajo Turístico
KT	: Multiplicador del Turismo
M	: Importaciones Factoriales y No Factoriales (en álgebra matricial representa al Vector de importaciones por productos)
Mi	: Importaciones no Factoriales del Producto "i"
MIP	: Matriz de Insumo-Producto
MIPN	: Matriz de Insumo-Producto Nacional
MIPT	: Matriz de Insumo Producto de Tarija
MIPTT	: Matriz de Insumo-Producto del Turismo de Tarija
Mg	: Márgenes de Comercialización
Mnf	: Importaciones no factoriales
OII	: Otros Impuestos Indirectos Netos
OMT	: Organización Mundial del Turismo
ONU	: Organización de las Naciones Unidas
OT	: Oferta Total
pa	: Precios de adquisición
PBR	: Producción Bruta de las Ramas
PEA	: Población Económicamente Activa
PIB	: Producto Interno Bruto
PIB_N	: Producto Interno Bruto Nacional
PIB_{Nvb}	: Producto Interno Bruto Nacional a valores básicos
PIB_{pm}	: Producto Interno Bruto a precios de mercado
PIB_{TAR}	: Producto Interno Bruto de Tarija
PIB_{TAR}	: Producto Interno Bruto de Tarija
PIB_{TARvb}	: Producto Interno Bruto de Tarija a valores básicos
PNUD	: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
RET	: Retribución al Trabajo
RETT	: Retribución al Trabajo Turístico
S	: Ahorro
SCN	: Sistema de Cuentas Nacionales
SCPI	: Sistema de Cuentas Producto-Ingreso
SENATUR	: Secretaria Nacional de Turismo
VAB	: Valor Agregado Bruto
VABT	: Valor Agregado Bruto Turístico
VABTD	: Valor Agregado Bruto Turístico Directo
VABTI	: Valor Agregado Bruto Turístico Indirecto

VAREX	: Variación de Existencias
vb	: Valores básicos
VBP_{Nvb}	: Valor Bruto de Producción Nacional a valores básicos
VBP_{TAR}	: Valor Bruto de Producción de Tarija a valores básicos
VBPvb	: Valor Bruto de Producción a valores básicos
X	: Exportaciones Factoriales y No Factoriales
X_i	: Valor Bruto de Producción del Producto "i"
x_{ij}	: Producto "i" que insume la rama "j"
X_j	: Valor Bruto de Producción de la Rama "j"
X_{nf}	: Exportaciones no factoriales
Y	: Ingreso

FOTOS

FOTO 1

TARIJA
CASA DORADA
(Ciudad de Tarija, Provincia Cercado)

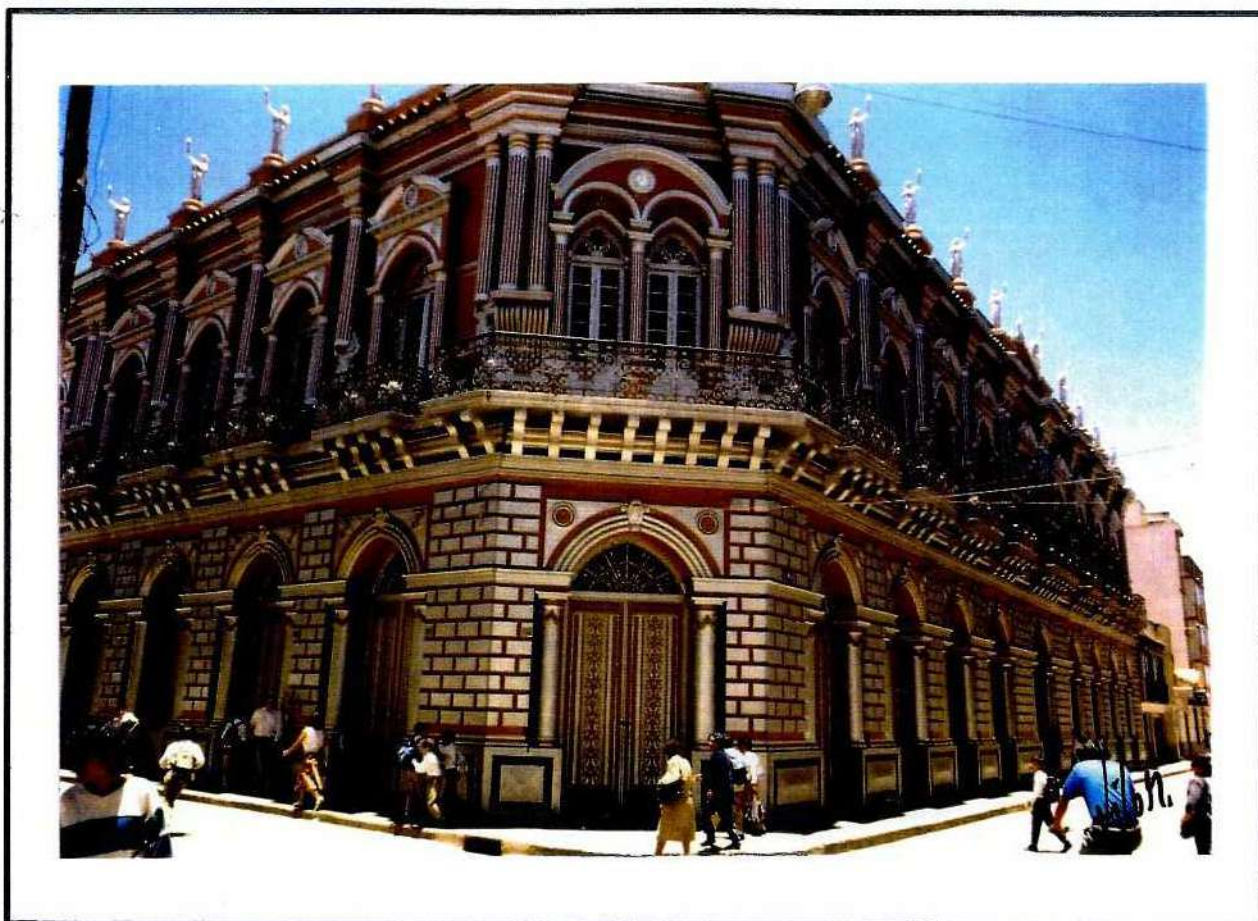


FOTO 2

TARIJA
CHORROS DE COIMATA
(Provincia Cercado)

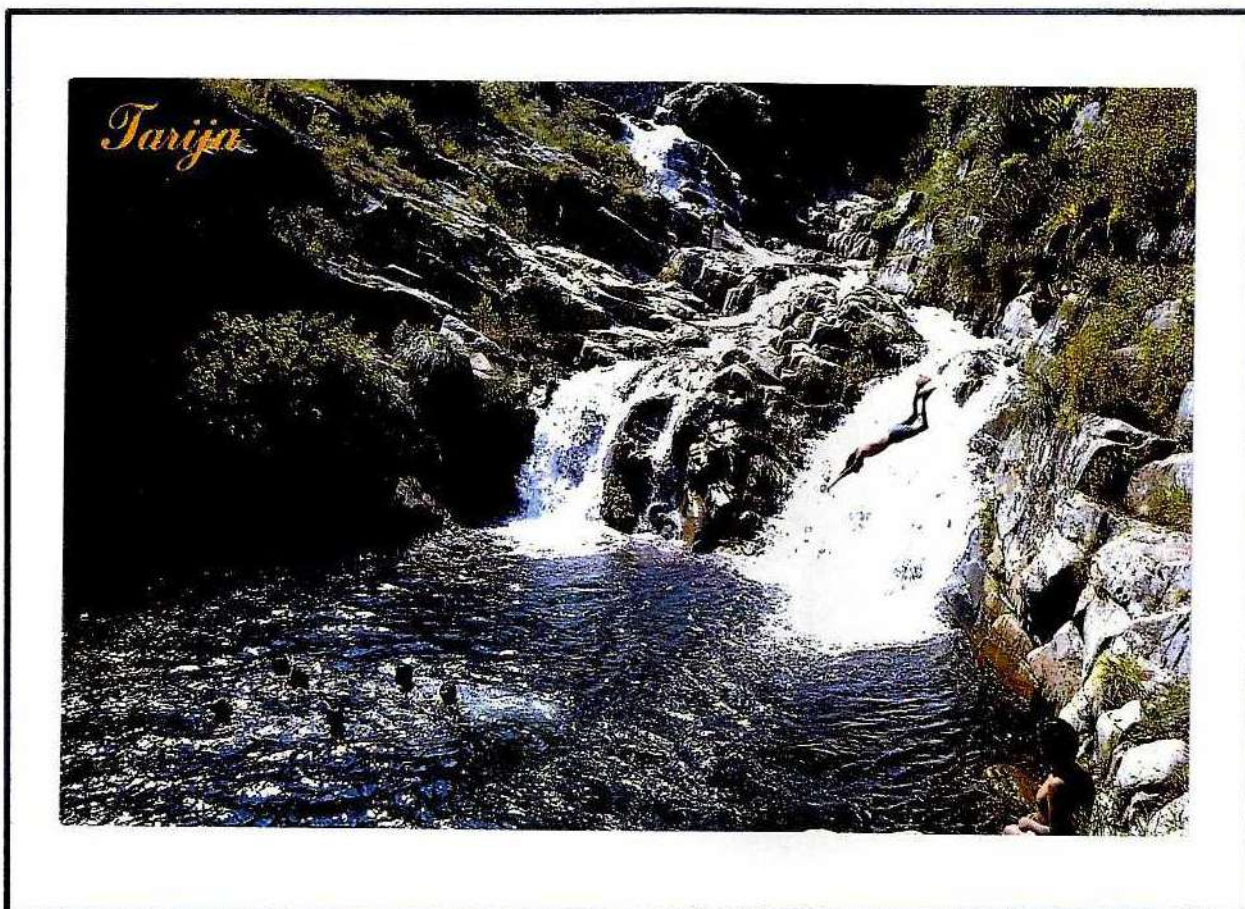


FOTO 3

TARIJA
SANTA ANA LA VIEJA
(Provincia Cercado)

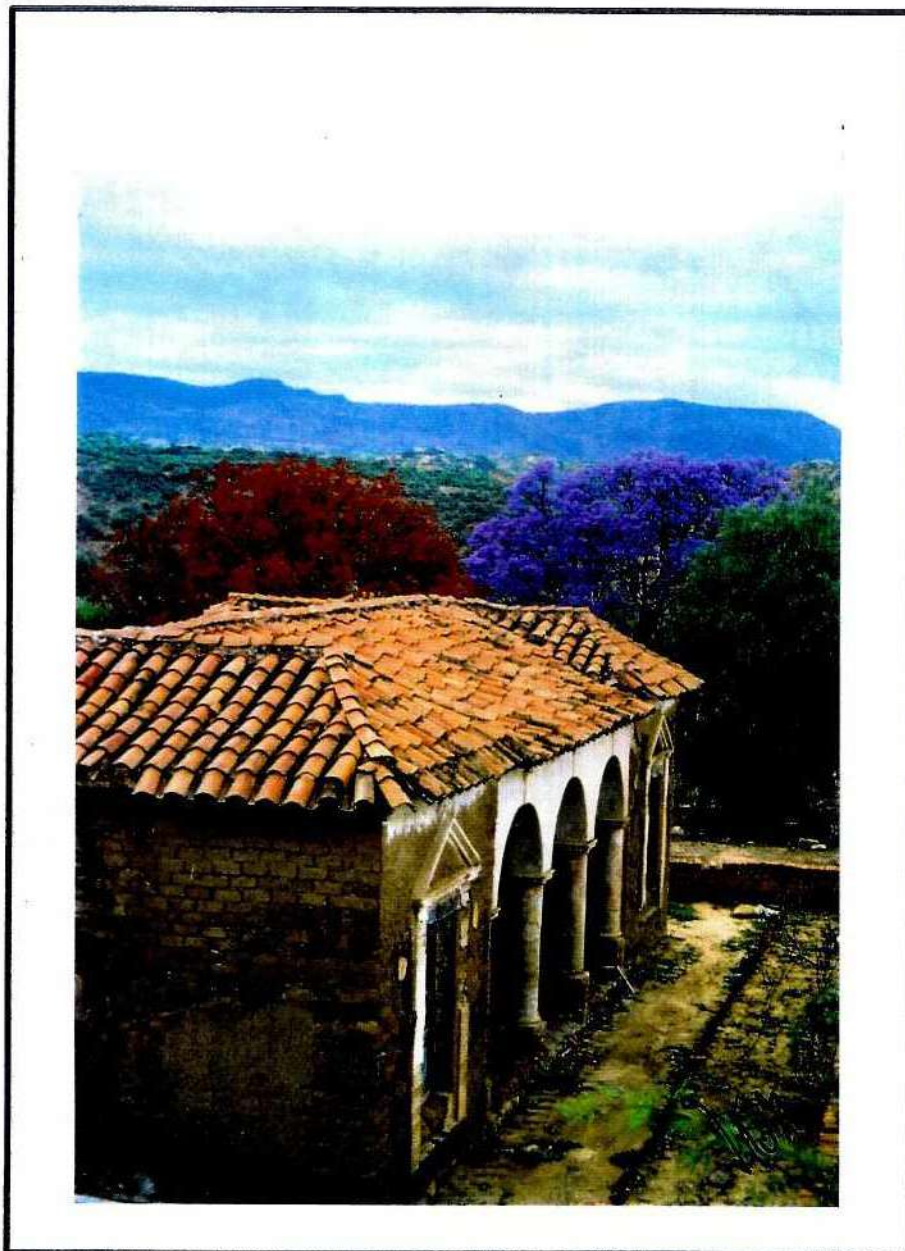


FOTO 4

TARIJA
PARQUE NACIONAL DE TARIQUIA
(Provincia Arce)

