

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMIA



“TURISMO EN COPACABANA”

POSTULANTE: RICARDO RAUL DELGADO LARREA

TUTOR: LIC. JHONNY TABORGA

LA PAZ - BOLIVIA
2000

DEDICADO:

**A mis hijos, que son lo que
más quiero.**

**A mi esposa, por su amor,
comprensión y apoyo**

AGRADECIMIENTOS A:

- Lic. Jhonny Taborga (tutor).
- Lic. José Hidalgo (mi amigo).
- Fernando Delgado (mi hermano).
- Viceministerio de Turismo.
- Instituto Nacional de Estadística
- Cámara de Hotelería La Paz.
- Cámara de hotelería Copacabana y demás Instituciones de Copacabana.

Por su colaboración en la elaboración de este trabajo.

CONTENIDO

	PAG.
0.0. INTRODUCCION	1
I. SECCION DIAGNOSTICA	
1.1. DIAGNÓSTICO DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL	3
1.1.1. CARACTERISTICAS ECONOMICAS DEL TURISMO A ESCALA MUNDIAL	3
1.1.2. CONTEXTO ECONOMICO DEL TURISMO INTERNACIONAL	3
1.1.3. EVOLUCION DEL EMPLEO EN TURISMO A NIVEL MUNDIAL	5
1.1.4. DISTRIBUCION DEL EMPLEO SEGÚN REGIONES - 1996	5
1.1.5. NIVEL DEL EMPLEO EN LATINOAMERICA	6
1.1.6. TURISMO INTERNACIONAL - LLEGADAS DE VISITANTES POR REGIONES 1997	7
1.1.7. TURISMO INTERNACIONAL - EVOLUCION DE LLEGADAS 1990 - 1993 - 1997	7
1.1.8. TURISMO INTERNACIONAL - INGRESOS DE DIVISAS POR REGIONES 1997	8
1.1.9. TURISMO INTERNACIONAL - EVOLUCION DE LOS INGRESOS EN DIVISAS 1990 - 1993 - 1997	9
1.1.10. TURISMO INTERNACIONAL - EVOLUCION DE LLEGADAS A LAS AMERICAS 1990 - 1993 - 1997	9
1.1.11. TURISMO INTERNACIONAL - EVOLUCION DE LOS INGRESOS EN DIVISAS A LAS AMERICAS 1990 - 1993 - 1997	10
1.1.12. APORTE IMPOSITIVO DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL	10
1.1.13. DATOS ECONOMICOS DEL TURISMO Y SU RELACION CON LOS IMPUESTOS A NIVEL MUNDIAL	11
1.1.14. EVOLUCION DE LOS IMPUESTOS PAGADOS POR LA INDUSTRIA DE LOS VIAJES Y TURISMO A ESCALA MUNDIAL	11
1.2. DIAGNOSTICO DEL TURISMO EN NUESTRO PAIS	13
1.2.1. MULTIPLICADORES DE LA PRODUCCION DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES TURISTICAS	16

	PAG.
1.2.2. MULTIPLICADOR DE LOS SALARIOS TURISTICOS	16
1.2.3. MULTIPLICADOR DE LOS IMPUESTOS INDIRECTOS TURÍSTICOS	17
1.2.4. IMPACTO DEL CONSUMO TURISTICO EN EL P.I.B.	17
1.2.5. ACTIVIDADES DE MAYOR CRECIMIENTO ECONOMICO-AÑO 1996	18
1.2.6. INDICADORES TURÍSTICOS	18
1.2.7. EMPLEOS DIRECTOS EN TURISMO	20
1.2.8. EVOLUCION COMPARATIVA DE LAS EXPORTACIONES NACIONALES Y LOS INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL	21
1.2.9. EVOLUCION COMPARATIVA DE LAS EXPORTACIONES TRADICIONALES Y LOS INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL	23
1.2.10. EVOLUCION COMPARATIVA DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES Y LOS INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL	23
1.2.11. TURISMO RECEPTIVO Y LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACION - AÑO 1998	24
1.2.12. ESTRUCTURACION DEL ESPACIO TURISTICO DE BOLIVIA	24
1.2.12.1. UNIDADES DE PLANEAMIENTO	25
1.2.12.2. DISTRIBUCION DE ATRACTIVOS SEGÚN DEPARTAMENTO	25
1.2.12.3. PRINCIPALES LUGARES VISITADOS EN BOLIVIA	26
1.2.12.4. BOLIVIA FORMA PARTE DE UN VIAJE MULTIDESTINO	28
1.2.12.5. PAISES VISITADOS ANTES Y DESPUES DE BOLIVIA	28
1.2.12.6. PORCENTAJE DE TURISTAS QUE VISITARON OTROS PAISES ANTES DE BOLIVIA SEGÚN REGION EMISORA	29
1.3. ESTUDIO DEL CASO	30
EL TURISMO EN LA CIUDAD DE COPACABANA	30
1.3.1. SINTESIS GEOGRAFICA, HISTORICA Y POBLACIONAL	30
1.3.2. PROYECCION POBLACIONAL - CIUDAD DE COPACABAN 1992 - 1997 - 2007	31

	PAG.
1.4. PROBLEMA DE INVESTIGACION	32
1.4.1. DIAGNOSTICO DE LOS SERVICIOS Y EL TURISMO EN COPACABANA	33
1.4.1.1. TELECOMUNICACIONES	33
1.4.1.2. ENERGIA ELECTRICA	33
1.4.1.3. SERVICIOS DE SALUD	34
1.4.1.4. EDUCACION	34
1.4.1.5. AGUA POTABLE	34
1.4.1.6. ALCANTARILLADO SANITARIO	35
1.4.1.7. ASEO URBANO	35
1.4.1.8. EL TURISMO	36
1.4.1.8.1. COMERCIO Y ARTESANIA	36
1.4.1.8.2. HOSPEDAJE	37
1.4.1.8.3. RESTAURACION	38
1.4.1.8.4. AGENCIAS DE VIAJE	38
1.4.1.8.5. POTENCIALIDADES O CONDICIONES FAVORABLES	39
1.4.1.8.6. DEFICIENCIAS O CONDICIONES DESFAVORABLES	40
II. SECCION PROPOSITIVA	
2.1. ASPECTOS PROPOSITIVOS	43
III. SECCION CONCLUSIVA	
3.1. RESUMEN	46
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

INDICE DE ESQUEMAS, CUADROS Y GRAFICOS

	PAG.
ESQUEMA I	3
CUADRO 1	4
GRAFICA 1	5
GRAFICA 2	6
CUADRO 2	6
GRAFICA 3	7
CUADRO 3	8
GRAFICA 4	8
CUADRO 4	9
CUADRO 5	9
CUADRO 6	10
CUADRO 7	11
GRAFICA 5	12
CUADRO 8	16
CUADRO 9	17
CUADRO 10	18
CUADRO 11	19
CUADRO 12	20
CUADRO 13	22
CUADRO 14	23
CUADRO 15	23
CUADRO 16	24
CUADRO 17	26
CUADRO 18	27
CUADRO 19	28
GRAFICA 6	28
CUADRO 20	29
CUADRO 21	32

0.0. INTRODUCCION

Todos aceptamos con carácter general la importancia que los flujos turísticos tienen para la actividad económica y, por consiguiente, consideramos al turismo como un sector estratégico, lo cierto es que, desde el punto de vista de la práctica de la política de desarrollo económico, es un sector relativamente olvidado.

Este olvido, cuya génesis se encuentra en la escasa presencia o representación que tenía el turismo hace 30 años y el carácter de coyuntura que se le daba, no es nada más y nada menos que la muestra de la escasa atención que el mundo del análisis económico le ha prestado al sector. Las dificultades de medición de la actividad, provocadas en gran parte por la casi inexistente definición conceptual en todo lo relacionado con el turismo, ha generado una permanente falta de datos estadísticos que dificultan enormemente cualquier avance en su investigación como sector de actividad, lo que, a la postre, se transforma en una escasa proyección como sector clave para entender el funcionamiento de los sistemas económicos.

En la raíz o el inicio de este problema de valoración efectiva de su importancia se encuentra, por tanto, la ausencia de una base estadística que permita descender desde el terreno de las meras declaraciones a las verdaderas magnitudes económicas. Sólo mediante una constatación solvente de su verdadera importancia económica es posible pensar que el turismo abandone ese lugar de olvido relativo, frente a otros sectores que ocupan lugares preponderantes en estos momentos.

Podemos afirmar que el turismo es un hecho económico, una actividad económica, porque justamente existe una interrelación de recursos e instrumentos económicos; por lo tanto, cualquier actividad relacionada con este sector será ó estará vinculada a la ECONOMÍA.

En el ámbito mundial esta situación está totalmente clara, es por ello que existen Instituciones como el Consejo Mundial de los Viajes y Turismo (W.T.T.C.) y la Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) que analizan permanentemente el mercado

turístico mundial. En nuestro país, es actualmente el Viceministerio de Turismo quien se ocupa de elaborar indicadores y otros datos sobre esta actividad. Sobre la base de dicha información, podremos verificar algunos conceptos y datos que nos servirán para mostrar la importancia del sector en nuestro país, en nuestra ciudad y principalmente en la ciudad de Copacabana que es motivo de nuestra inquietud.

I

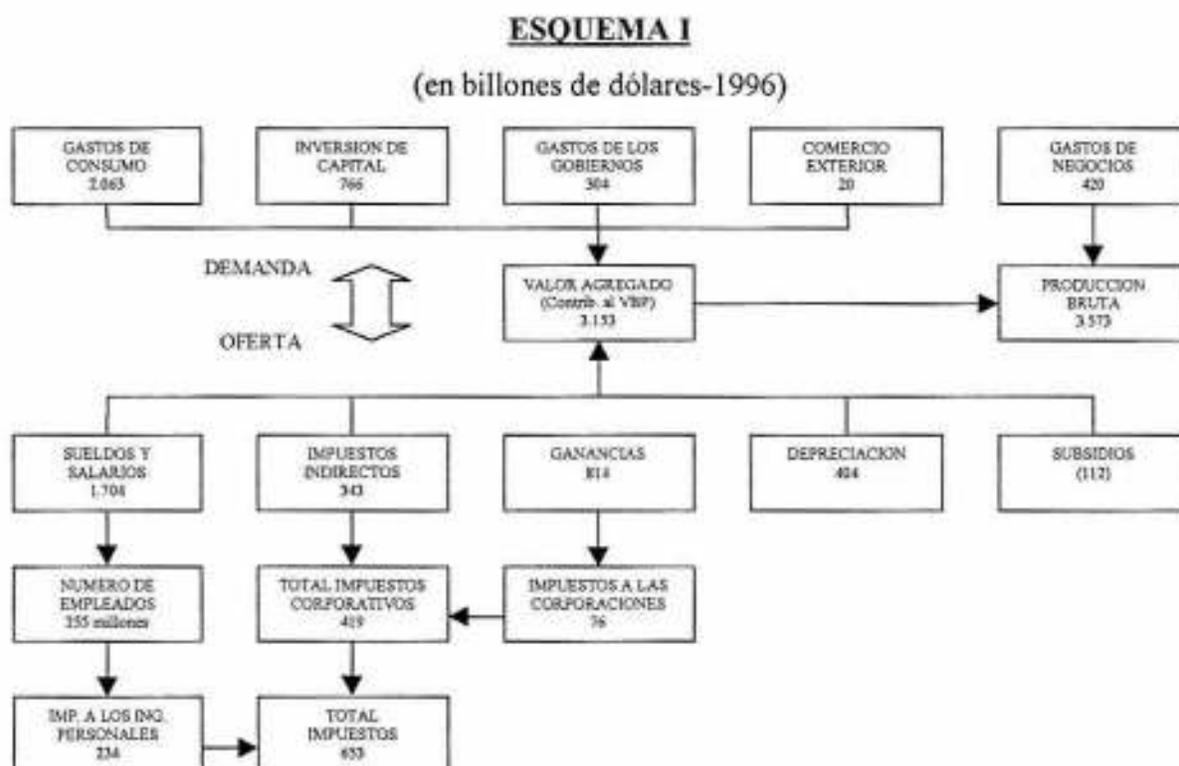
SECCION

DIAGNOSTICA

1.1. DIAGNOSTICO DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL

1.1.1. CARACTERISTICAS ECONOMICAS DEL TURISMO A ESCALA MUNDIAL

Un análisis del impacto económico de los viajes y turismo a escala internacional se muestra en el esquema I donde podemos apreciar los principales agregados macroeconómicos. Para efectuar una apropiada medición económica del turismo se debe analizar la producción bruta doméstica por el lado de la demanda de visitantes que se desplazan de un lugar a otro.



Fuente: Consejo Mundial de los Viajes y Turismo (W.T.T.C.) (1)

1.1.2. CONTEXTO ECONOMICO DEL TURISMO INTERNACIONAL

La importancia del turismo en la economía mundial es realmente grande tal como se observa en los siguientes datos proyectados en el Cuadro 1, en el que claramente se puede determinar que hasta el año 2006 tendrá un incremento en la proporción de la producción turística con respecto al total de 10% el año 1996 al 11.5% en el año proyectado

(1) WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL, TRAVEL AND TOURISM, MILLENNIUM VISION, ED.1996,P. 4

El empleo, que en la actualidad es el tema permanente en la agenda gubernamental de todos los países por sus implicaciones económico-sociales, ha determinado la adopción de políticas específicas para la creación de empleo mediante programas definidos de desarrollo.

El turismo como industria congrega variadas actividades productivas como el transporte, la hotelería, restaurantes, proveedoras de insumos turísticos y otros por lo cual se constituye en la **actividad que tiene el mayor nivel de empleo.**

El turismo por la naturaleza específica de la actividad **genera empleos directos e indirectos en muchas actividades**, además de recorrer un amplio rango de niveles de calificación de empleo.

Las características económicas y las perspectivas del turismo mundial para los próximos años se reflejan en los siguientes indicadores.

CUADRO 1

VARIABLES	AÑO 1996	AÑO 2006
EMPLEADOS EMPLEO EMPLEADOS (% del total)	255 millones 1 en 9 10.7 %	385 millones 1 en 8 11.1 %
PRODUCCION TURISTICA PORCENTAJE DEL VBP	Sus. 3.6 trillones 10.7%	Sus. 7.1 trillones 11.5%
CONSUMO TURISTICO PORCENTAJE DEL CONSUMO TOTAL	Sus. 1.9 trillones 11.4%	Sus. 3.9 trillones 11.7%
INVERSION TURISTICA PORCENTAJE DE LA INVERSION TOTAL	Sus. 766 billones 11.4%	Sus. 1.6 trillones 11.8%
IMPUESTOS PORCENTAJE DE LOS IMPUESTOS TOTALES	Sus. 653 billones 11.1%	Sus. 1.3 trillones 11.6%
EXPORTACIONES TURISTICAS PORCENTAJE DE LAS EXPORTACIONES TOTALES	Sus. 761 billones 12.6%	Sus. 1.5 trillones 11.9%

Fuente: Consejo Mundial de los Viajes y Turismo (W.T.T.C.) (2)

(2) Consejo Mundial de los Viajes y Turismo, Travel and Tourism, Milenium Vision, Ed. 1996, p.2

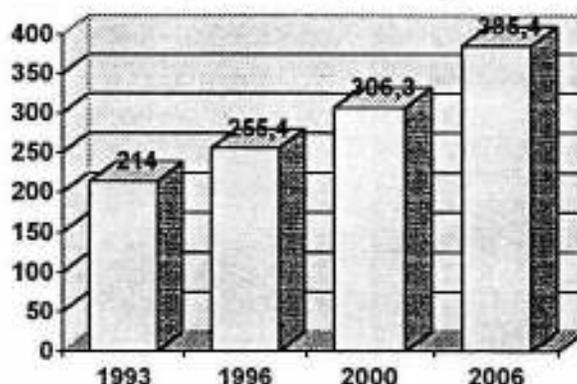
Las estimaciones realizadas por el Consejo Mundial de los Viajes y Turismo (WTTC), fueron realizadas con modelos econométricos basados en las nuevas técnicas de las cuentas satélites que el Comité de Estadísticas de las Naciones Unidas ha aprobado para medir los servicios modernos como los viajes y turismo.

1.1.3. EVOLUCION DEL EMPLEO EN TURISMO INTERNACIONAL

La industria de los viajes y turismo es el mayor generador de puestos de empleo en el mundo, se estima que en 1996, el 10.7% de la población económicamente activa trabajaba en alguna actividad relacionada con el turismo, el 10.9% en el 2000 y el 11.1% lo hará el 2006.

GRAFICO 1

(Millones de personas)

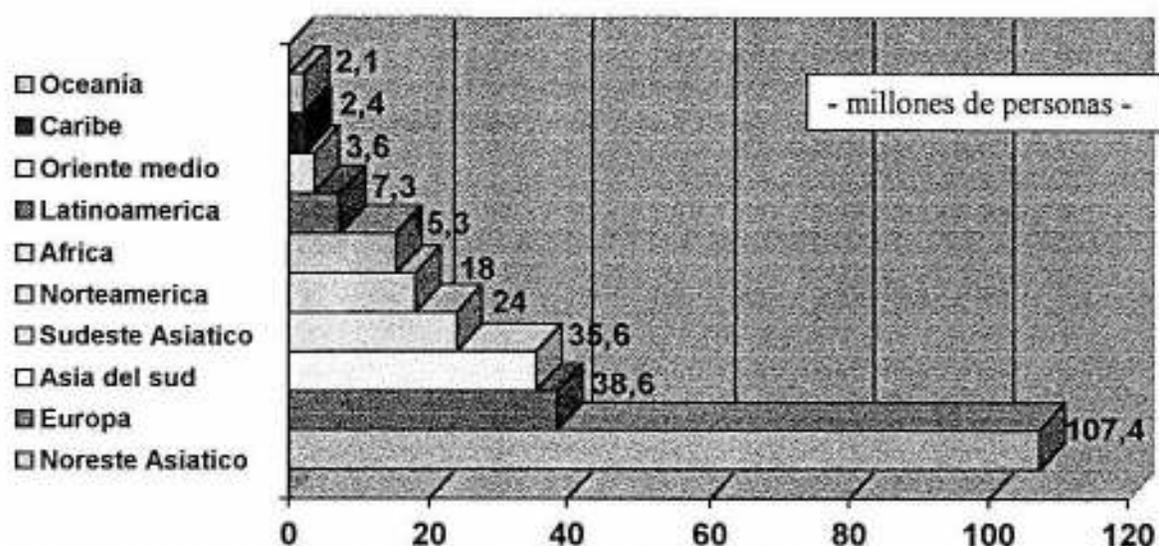


Fuente: Elaboración propia con datos de la W.T.T.C.

1.1.4. DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO SEGÚN REGIONES - 1996

Los empleos directos que crea el turismo son aquellos en los cuales las personas prestan servicios en empresas vinculadas con el negocio turístico como las líneas aéreas, hoteles, alquiler de vehículos, restaurantes, etc. y además genera empleos indirectos en el sector artesanal, manufacturero, agrícola, construcción, limpieza, etc.

En la siguiente gráfica se muestra esta distribución con relación a las regiones.

GRAFICA 2

Fuente: Consejo Mundial de los Viajes y Turismo (W.T.T.C.) (3)

Es importante señalar que el empleo en el noroeste de Asia, parte de Europa y Norteamérica tienen un mayor componente de empleos directos en el área de bienes finales, mientras en otras regiones como Latinoamérica el mayor componente es de los servicios.

1.1.5. NIVEL DE EMPLEO EN LATINOAMERICA

CUADRO 2

	1996	2006
Producción Bruta Turística	\$us. 105 billones	\$us. 235 billones
Empleos	7.3 millones	8.4 millones
Proporción de empleos directos	5.1%	5.4%
Proporción de empleos indirectos	5.6%	5.9%
Uno de cada 10 empleos de la economía es turístico		

Fuente: Consejo Mundial de los Viajes y Turismo (WTTC) (4)

Una proporción que debe destacarse es que en Latinoamérica el sector de viajes y turismo genera más del doble de empleo que la industria media por el mismo monto de producción.

(3) Consejo Mundial de Viajes y Turismo, Travel and Tourism, Milenium Vision, Ed. 1996, p. 3

(4) Consejo Mundial de Viajes y Turismo, Travel and Tourism, Milenium Vision, Ed. 1996, p. 3

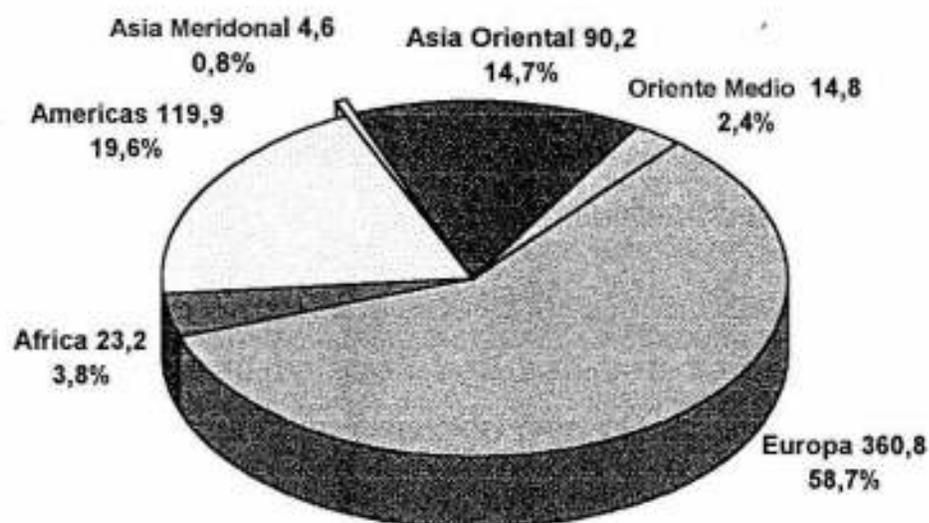
1.1.6. TURISMO INTERNACIONAL

LLEGADAS DE VISITANTES POR REGIONES - 1997

De acuerdo con los últimos datos de la Organización Mundial del Turismo que tiene el Viceministerio de Turismo de Bolivia respecto del movimiento de flujos turísticos en 1997 a nivel mundial muestra un crecimiento del 3.1% respecto del año anterior, alcanzando la cifra de 613.5 millones de visitantes, las llegadas a las Américas alcanzaron un crecimiento del 2.7%, siendo los visitantes 119.9 millones, dentro de los cuales América del Sur llega a los 15.7 Millones con un crecimiento del 2.7% que representa el 13.1% de toda la región y el 2.5% del mercado mundial.

GRAFICA 3

(en millones)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (5)

1.1.7. TURISMO INTERNACIONAL

EVOLUCION DE LLEGADAS 1990 – 1993 - 1997

El crecimiento del turismo a nivel mundial se ve reflejado en el siguiente cuadro, en el cual se puede notar que de 1990 a 1993 el crecimiento fue del 12.8%, sin embargo en los años 1993 a 1997 este crecimiento se incrementó al 18.4% aunque el porcentaje de distribución casi no ha cambiado.

(5) WORLD TOURISM ORGANIZATION, Previsiones del turismo mundial hasta el año 2000 y después, ed. 1997, p 19.

CUADRO 3

(en millones)

REGION	1990	Distribución %	1993	Distribución %	1997	Distribución %
Africa	15.1	3.3	18.3	3.5	23.2	3.8
Américas	93.6	20.4	104.0	20.1	119.9	19.6
Asia Meridional	3.2	0.7	3.6	0.7	4.6	0.7
Asia Orient/Pacifi	53.1	11.6	69.6	13.4	90.2	14.7
Europa	286.7	62.4	313.7	60.5	360.8	58.7
Oriente Medio	7.6	1.7	9.0	1.7	14.8	2.4
MUNDO	459.3	100	518.2	100	613.5	100

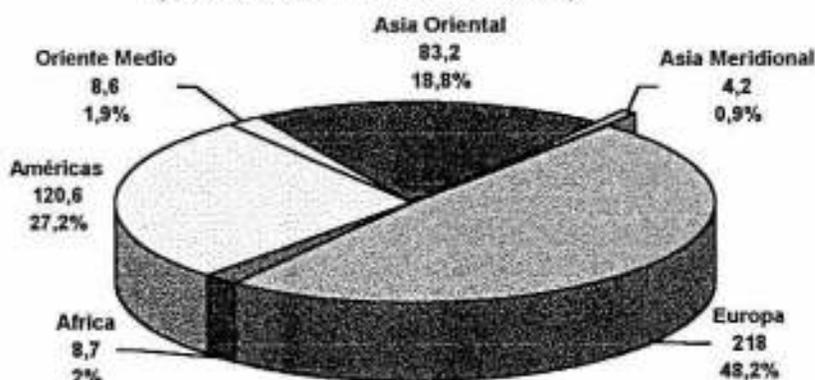
Fuente: Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) (6)

1.1.8. TURISMO INTERNACIONAL - INGRESOS DE DIVISAS POR REGIONES -**1997**

Asimismo los ingresos de divisas por turismo a escala mundial tuvieron en 1997 un crecimiento del 2.1% respecto al año anterior y alcanzaron a 443.3 miles de millones de dólares. En el ámbito regional el crecimiento de las Américas fue del orden del 6.9%, uno de los más altos después de Oriente Medio (10.9%). Dentro de las Américas, Sudamérica tuvo un crecimiento del 8.1%, luego de América Central (9.1%) y superior a América del Norte (6.8%) y el Caribe (5.4%).

GRAFICA 4

(en miles de millones de dólares)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) (7)

(6) Organización Mundial de Turismo, Previsiones del Turismo Mundial, Ed. 1997, p. 9.

(7) Organización Mundial de Turismo, Previsiones del Turismo Mundial, Ed. 1997, p. 11

1.1.9. TURISMO INTERNACIONAL**EVOLUCION DE LOS INGRESOS EN DIVISAS 1990 - 1993 - 1997****CUADRO 4**

(en miles de millones de dólares)

REGION	1990	Distribución %	1993	Distribución %	1997	Distribución %
Africa	5.2	2.0	6.0	1.9	8.7	2.0
Américas	69.4	26.2	90.3	28.7	120.6	27.2
Asia Meridional	2.1	0.8	2.8	0.9	4.2	0.9
Asia Orient/Pacifi	38.8	14.7	52.3	16.7	83.2	18.8
Europa	144.0	54.4	158.0	50.3	218.0	49.2
Oriente Medio	5.1	1.9	4.8	1.5	8.6	1.9
MUNDO	264.6	100	314.2	100	443.3	100

Fuente: Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) (8)

1.1.10. TURISMO INTERNACIONAL**EVOLUCION DE LLEGADAS A LAS AMERICAS 1990 - 1993 - 1997****CUADRO 5**

(en millones)

REGION	1990	Distribución %	1993	Distribución %	1997	Distribución %
CARIBE	11.4	12.2	12.7	12.3	15.9	13.3
CENTRAL	1.7	1.8	2.3	2.2	3.1	2.6
DEL NORTE	71.9	76.8	77.3	74.7	85.2	71.0
DEL SUR	8.6	9.2	11.2	10.8	15.7	13.1
AMERICAS	93.6	100	103.5	100	119.9	100

Fuente: Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) (9)

(8) Organización Mundial de Turismo, Previsiones del Turismo Mundial, Ed. 1990, 1993, 1997

(9) Organización Mundial de Turismo, Previsiones del Turismo Mundial, Ed. 1990, 1993, 1997.

1.1.11. TURISMO INTERNACIONAL**EVOLUCION DE LOS INGRESOS EN DIVISAS A LAS AMERICAS 1990 – 1993 - 1997****CUADRO 6**

(en miles de millones de dólares)

REGION	1990	Distribución %	1993	Distribución %	1997	Distribución %
CARIBE	8.7	12.5	11.0	12.2	13.7	11.3
CENTRAL	0.9	1.3	1.3	1.4	1.8	1.5
DEL NORTE	54.1	78.0	69.9	77.4	91.6	76.0
DEL SUR	5.7	8.2	8.1	9.0	13.5	11.2
AMERICAS	69.4	100	90.3	100	120.6	100

Fuente: Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) (10)

1.1.12. APORTE IMPOSITIVO DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL

Según el enfoque del Consejo Mundial de Viajes y Turismo que ha desarrollado un barómetro de los impuestos destinados a cuantificar los costos impositivos de los viajes y turismo para viajes estandarizados de 5 días, en 52 destinos turísticos más importantes del mundo.

Se ha desarrollado específicamente un índice económico para estimar los impactos reales de los impuestos en aeropuertos, hospedaje, alquiler de vehículos y alimentación.

Los resultados muestran que de 1994 a 1995 las tasas de los impuestos al turismo aumentaron en el 44% de los lugares, en el 17% disminuyeron y en los restantes se mantuvieron constantes.

El objetivo final de esta medición es el de identificar claramente los objetivos específicos y sus resultados en la imposición tributaria, identificando primeramente aquellos que utilizan inteligentemente la tributación para financiar por ejemplo la promoción de los viajes y

(10) Organización Mundial de Turismo, Previsiones del Turismo Mundial, Ed.1990, 1993, 1997.

turismo y en segundo lugar, identificar aquellos destinos donde los impuestos al turismo son utilizados inapropiadamente para cubrir déficits gubernamentales.

Este barómetro entonces, servirá para influir en los responsables de las políticas tributarias haciéndoles comprender los impactos negativos de las políticas tributarias que no se orientan a reforzar el crecimiento de esta actividad e influirá para que se tomen las medidas correctivas para estimular el crecimiento de la actividad y con ella estimulando la inversión y el empleo.

A continuación se muestran resultados con datos obtenidos en 1991 y los estimados para 1996, además de las previsiones para el año 2006.

1.1.13. DATOS ECONOMICOS DEL TURISMO Y SU RELACION CON LOS IMPUESTOS A NIVEL MUNDIAL

CUADRO 7

	1991	1996	2006
Producción total	\$us 2.9 Trillones	\$us 3.6 Trillones	\$us 7.1 Trillones
% de la producción bruta	10.2	10.7	11.5
Empleos	214 millones	255 millones	385 millones
% del empleo total de la economía	10.2	10.7	11.1
Inversiones	\$us 613 billones	\$us 766 billones	\$us 1.6 trillones
Impuestos pagados	\$us 557 billones	\$us 653 billones	\$us 1.3 trillones

Fuente: Consejo Mundial de Viajes y Turismo (W.T.T.C.) (11)

1.1.14. EVOLUCION DE LOS IMPUESTOS PAGADOS POR LA INDUSTRIA DE LOS VIAJES Y TURISMO A ESCALA MUNDIAL

Como se dijo anteriormente, se hizo la descomposición de los impuestos pagados en impuestos directos a las empresas, impuestos indirectos a las empresas y los impuestos personales.

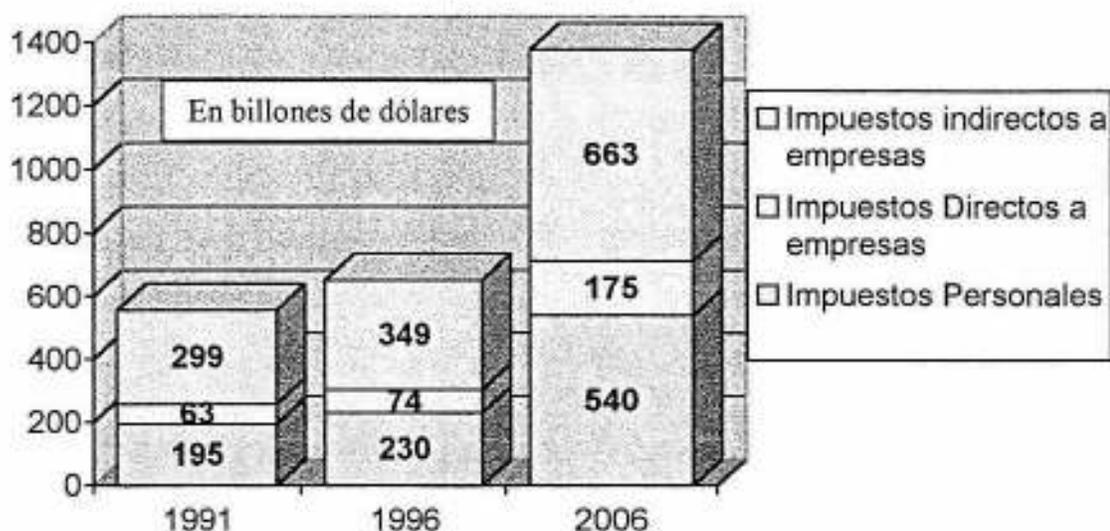
(11) Consejo Mundial de los Viajes y Turismo, Travel and Tourism, Ed. 1997, p.3.

Los impuestos indirectos a las empresas pueden ser susceptibles de ser comparados con los diferentes sectores de la economía, representa cerca del 11.7% de los impuestos recaudados en toda la economía.

El hecho de que la industria de viajes y turismo este pagando más impuestos indirectos que lo que la producción interna bruta sugeriría, tiene un impacto directo en su capacidad de creación de empleos. Por lo cuál se puede decir que un manejo equivocado de la política tributaria hacia este sector hace que sea una medida restrictiva del desarrollo de esta actividad sobre todo como se señala anteriormente en su capacidad de crear empleos.

A continuación se muestra la evolución de los impuestos donde se hace una descomposición de acuerdo al tipo de contribuyente.

GRAFICO 5



Fuente: Consejo Mundial de Viajes y Turismo (W.T.T.C.) (12)

Una vez que se ha tomado conocimiento de la realidad del sector turístico a nivel mundial y regional, se puede decir sin lugar a equivocarse que esta actividad es una de las más importantes de la economía mundial; tanto por el movimiento o transferencia de divisas cuanto por la inobjetable creación de empleos directos e indirectos, asimismo la creciente inversión y otros.

(12) Consejo Mundial de los Viajes y Turismo, *Tavel and Tourism, Investment - Taxes*, Ed. 1997, p.3.

1.2. DIAGNOSTICO DEL TURISMO EN NUESTRO PAIS

En Bolivia, la actividad turística ha tenido un desarrollo incipiente, principalmente por la falta de apoyo estructural, sobre todo en el campo de la infraestructura básica de acceso y servicios. En 1937 se crea la Dirección Nacional de turismo, con lo cual se diría que Bolivia ingresa a nivel institucional al campo del turismo. En el período que le tocó estar como ente de control, planificación y promoción, no se tiene grandes avances. En 1973 cambia de nombre a Instituto Boliviano de Turismo, en 1989 nuevamente adopta la categoría anterior, a partir de 1993 el gobierno central, adopta la necesidad de fortalecer la Institucionalidad Organizativa del turismo con la creación de la Secretaria Nacional de Turismo, que por primera vez tiene rango de ministerio y por último en el año 1997 se crea el Viceministerio de Turismo.

Como nos podemos dar cuenta, los problemas y la mala organización comienza en la cabeza, o dicho de otra manera del gobierno central que no logra determinar una Institución, un Organismo, que sea el que planifique y defina las estrategias y políticas de turismo para el país.

Se continúa con la política de contratar a grandes consultores para que hagan planes, proyectos, estudios y más estudios de las condiciones etnoecoturísticas favorables que tiene el país pero nada en concreto, todo queda en papeles.

Es tanto así que en Julio de 1997, el Lic. Ricardo Rojas Harrison - Secretario Nacional de Turismo presenta La Estrategia de Desarrollo Turístico - Bolivia - 1993 - 1997 - 2003. Que contiene diferentes capítulos y dentro de ellos diferentes subestrategias y metas.

Es un trabajo realmente bueno pero como dijimos anteriormente todavía permanece en papeles. Por lo tanto será necesario que las instituciones que están inmersas en este sector sean las que de una vez por todas pongan todo su empeño y lleven adelante todas las propuestas enmarcadas en este estudio aunque tenga un retraso de varios años.

Según La Secretaría Nacional de Turismo y el actual Viceministerio de Turismo, el turismo en la economía de Bolivia representa un importante componente de la estructura económica nacional, fue permanentemente considerada como una actividad marginal y ahora adquiere el reconocimiento de ser un sector de desarrollo e instrumento para apoyar y consolidar las transformaciones que el estado lleva adelante.

En el mundo existen países y ciudades que saben de la importancia de este sector y le dan el impulso que merece, lamentablemente en nuestro país y más específicamente en nuestra ciudad, el apoyo por parte de las autoridades e Instituciones es casi nulo, más al contrario, se llevan adelante políticas restrictivas tanto fiscales, tributarias y de toda índole que frenan la inversión y el crecimiento del sector.

Pese a esta situación de inoperancia por parte del gobierno y gracias al esfuerzo del sector privado de nuestro país es que podemos hablar de un crecimiento del turismo en la década 83 - 93 tanto a nivel mundial, regional como a nivel nacional, en ello seguramente contribuyó el cambio en los sistemas de gobierno y la aplicación de modelos de estabilización económica.

De acuerdo a los datos proporcionados por El Viceministerio de Turismo, las llegadas de visitantes extranjeros a Bolivia en el periodo de 1983 a 1993 se incrementaron en un 52.9%, es decir que de 175.903 se llegó en 1993 a registrar 268.968 visitantes extranjeros, obteniéndose un promedio medio anual de 4.8% que esta muy por debajo del crecimiento medio anual a nivel internacional que fue del 12.6%.

De igual manera se puede decir que el ingreso de divisas por turismo receptivo, mostró un incremento del 173.8% llegándose a contabilizar 117 millones de dólares en 1993 que representa una tasa media anual de crecimiento del 10.6%.

Se puede además indicar que los ingresos que aportó el turismo receptivo en 1993 se ubicaron dentro del comercio exterior del país como el segundo principal rubro de exportación después del zinc y antes del gas natural y el estaño, esto tomando en cuenta a

las exportaciones tradicionales. Comparando con las exportaciones no tradicionales, el turismo ocupaba el primer lugar, seguido de la soya, la madera y el azúcar.

Con respecto a estos sucesos en el documento "Estrategia del Desarrollo Turístico" se manifiesta textualmente: **"No obstante las características mencionadas sobre la coyuntura favorable al desarrollo turístico, no se desarrollaron estrategias o acciones específicas para insertar al turismo de manera importante en la economía nacional. Las propuestas de desarrollo turístico como parte de los objetivos importantes del gobierno, en ese período estuvieron definitivamente ausentes"**. (13)

Según el Viceministerio de Turismo, a partir del año 1993 se formuló la Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico para 1993 - 1997 - 2003 que estaba inmersa en el Plan General de Desarrollo Económico y Social y en el marco del Desarrollo Sostenible con objetivos y metas a alcanzar.

Con este propósito se tenían que efectuar una serie de acciones como ser la estructuración del espacio turístico nacional, la identificación de prioridades sectoriales y espaciales, la detección de las potencialidades turísticas, estudios de mercado, evaluación de proyectos públicos y privados referentes al turismo, etc.

A partir de 1996 se da un giro en la forma de encarar el desarrollo turístico y se responsabiliza a la Secretaría Nacional de Turismo solo la promoción y orientación del desarrollo turístico nacional y se da a las Prefecturas y Municipios la ejecución de labores de información e inversión en infraestructuras de apoyo, para lo cual se formularon estrategias departamentales de desarrollo y manuales para la gestión municipal de turismo, dentro del nuevo marco de las competencias que da la Ley de Descentralización.

Se dice que el desarrollo del turismo hasta 1993 se ha basado en un manejo estrictamente sectorial, ignorando las implicancias de este en otras actividades. Se cuantificaba el aporte del sector evaluando el gasto turístico, calculado en base al número de visitantes, su promedio de permanencia y el gasto promedio. Datos que eran estimados empíricamente.

(13) Secretaría Nacional de Turismo, Estrategia del Desarrollo Turístico, 1997, p. 8

En 1996 se realizó un estudio, se podría decir el primero, para establecer el impacto del turismo en la economía nacional a partir de un análisis de las cuentas nacionales, utilizando la matriz de insumo producto de la economía del año 1992, última disponible a ese nivel de desagregación y donde se refleja las relaciones intersectoriales de las diferentes actividades productivas.

De ese estudio se pudieron obtener varios resultados que se muestran a continuación:

1.2.1. MULTIPLICADORES DE LA PRODUCCION DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES TURISTICAS

CUADRO 8

RAMAS DE PRODUCCION	MULTIPLICADOR
Transporte férreo de pasajeros	2.33
Transporte aéreo de pasajeros	1.87
Transporte carretero de pasajeros	1.79
Agencia de Viajes y Turismo	1.51
Servicios Recreativos	1.57
Servicio de Restaurantes	2.17
Establecimientos de hospedaje	1.56

Fuente: Viceministerio de Turismo - Enfoque macroeconómico del turismo 1998 ⁽¹⁴⁾

Se determinó que el multiplicador de la producción turística en general es: $K = 2$, lo cuál significa que la producción en valor de una unidad de producto en turismo genera en el resto del sistema la producción de otra unidad adicional.

No hay diferencias considerables con los multiplicadores de las demás ramas productivas. El multiplicador de la producción se obtiene de la matriz de coeficientes técnicos de producción y su rango varía desde 1 a 2.5 en todos los productos considerados.

1.2.2. MULTIPLICADOR DE LOS SALARIOS TURÍSTICOS ⁽¹⁵⁾

$$K(w) = 1.56$$

Una unidad de renta turística genera 0.56 adicionales en el resto de la economía

⁽¹⁴⁾ Viceministerio de Turismo, Enfoque Macroeconómico del Turismo, Ed. 1998, p. 7

⁽¹⁵⁾ Viceministerio de Turismo, Enfoque Macroeconómico del Turismo, Ed. 1998, p. 7

1.2.3. MULTIPLICADOR DE LOS IMPUESTOS INDIRECTOS TURÍSTICOS ⁽¹⁶⁾

$$K(ii) = 7.9$$

Una unidad de impuestos indirectos pagados por el turismo, genera el pago de 6.9 unidades adicionales en el resto de las actividades productivas.

1.2.4. IMPACTO DEL CONSUMO TURISTICO EN EL P.I.B.

El impacto directo e indirecto del turismo solo es posible calcular a partir del modelo de insumo producto, por lo que la estimación del impacto económico del turismo para el año 1992 fue de 6.5%, para los siguientes años se calculó solamente a partir del consumo.

El siguiente cuadro muestra la proporción del consumo turístico respecto al producto interno bruto, el impacto sería mayor si se incorporasen los efectos indirectos.

CUADRO 9

AÑO	Porcentaje del PIB
1993	4.8%
1994	5.0%
1995	4.7%
1996	4.7%
1997	4.8%

Fuente: Elaboración propia con datos del Viceministerio de Turismo.

En la economía del país se puede apreciar el dinamismo y las magnitudes de relacionamiento entre todos los sectores que sistemáticamente están cuantificados en las cuentas nacionales. Lamentablemente en este contexto, el turismo no aparece como sector específico sino como parte integrante de la producción de los demás sectores, especialmente del transporte, los restaurantes, hoteles y muchos otros aunque en menor proporción.

(16) Viceministerio de Turismo, Enfoque Macroeconómico del Turismo, Ed. 1998, p. 7

1.2.5. ACTIVIDADES DE MAYOR CRECIMIENTO ECONOMICO - AÑO 1996

Según las actividades clasificadas en las cuentas nacionales, las que registraron mayor crecimiento en 1996 con respecto al año anterior fueron:

CUADRO 10

PRODUCTOS AGRICOLAS INDUSTRIALES	13.6%
CONSTRUCCION Y OBRAS PUBLICAS	13.0%
SERVICIOS FINANCIEROS	9.8%
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	8.6%
SERVICIOS A LAS EMPRESAS	6.6%
COMERCIO	5.5%
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACOS	5.0%
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	4.9%
RESTAURANTES Y HOTELES	4.0%
SERVICIOS COMUNALES	3.2%
OTRAS INDUSTRIAS	3.1%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (I.N.E.) (17)

1.2.6. INDICADORES TURÍSTICOS

El siguiente cuadro es una síntesis comparativa de los principales indicadores del turismo en Bolivia y nos permite objetivizar los cambios cuantitativos de la situación entre los años 1993 y 1997.

Según fuentes oficiales, el aporte directo e indirecto al PIB está calculado en 4.7%, siendo que a nivel mundial la actividad representa el 10.9% del PIB y en América Latina algo menos del 10%, esto nos hace pensar que el turismo en nuestro país aún no ha llegado a los niveles de crecimiento que registran otros países. Si las estructuras turísticas mejorarán, con seguridad que el aporte al P.I.B. nacional sería mayor.

(17) Instituto Nacional de Estadística, Anuario Estadístico, Ed. 1996, p. 32

CUADRO 11

PRINCIPALES INDICADORES DEL TURISMO EN BOLIVIA		
1993		1997
268.968 244.010 560.559	LLEGADAS DE EXTRANJEROS A HOTELERIA LLEGADAS DE EXTRANJEROS POR FRONTERAS FLUJOS DE TURISMO INTERNO	397.517 354.971 702.058
124.1	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL (EN MILLONES DE DOLARES)	166
46.124	EMPLEO EN TURISMO	67.704
300	INVERSION ACUMULADA (EN MILLONES DE DOLARES)	400
20	APORTE IMPOSITIVO (EN MILLONES DE DOLARES)	35

Fuente: Elaboración propia con datos de diferentes textos y anuarios estadísticos hoteleros.

Los ingresos por turismo internacional para el país en 1998 ascendieron a \$us. 173.5 millones, existiendo una ligera disminución para el año 1999 estimándose en \$us. 170 millones. Asimismo las llegadas de visitantes extranjeros a Bolivia según datos preliminares para 1999 se sitúan alrededor de los 430.000 turistas, siendo este volumen también ligeramente inferior a los 434.000 registros de 1998, ambos descensos se explican por las crisis económicas internacionales que también han afectado a la industria turística internacional en su conjunto.

El crecimiento de los flujos internacionales a Bolivia a una tasa media del 12% durante la última década, se traduce en una expansión de esta actividad dentro la economía nacional, concretamente dentro de las unidades productivas específicamente turísticas, registrándose un incremento considerable de nuevas empresas entre establecimientos de hospedaje y

agencias de turismo, con el consecuente impacto positivo en la generación de fuentes de empleo.

Por ejemplo en los establecimientos de hospedaje hubo un incremento de 419 establecimientos el año 1990 a 646 el año 1998 tomando en cuenta solamente las ciudades capitales de departamento.

De acuerdo al Censo Nacional de Población y Vivienda y el II Censo a Establecimientos Económicos realizados por el I.N.E. en 1992 se tienen los siguientes datos: 475 establecimientos de hospedaje, 64 empresas de transporte aéreo de pasajeros, 237 agencias de viaje y operadores y aproximadamente 311 tiendas y puestos fijos de venta de artesanías sólo en capitales de departamento. En el caso particular del transporte aéreo y los establecimientos de hospedaje, se han registrado 859 empresas de hospedaje y 119 transportadoras aéreas en el ámbito nacional, no existe mayor desagregación para las otras actividades.

1.2.7. EMPLEOS DIRECTOS EN TURISMO

Asimismo se pudo obtener la distribución de los empleos directos en turismo en forma desagregada, tomando en cuenta sólo las capitales de departamento excepto en los establecimientos de hospedaje que es a escala nacional, estos datos se muestran en el siguiente cuadro.

CUADRO 12

EMPRESAS	LPZ	SCZ	CBB	SCR	POT	ORU	TA	TD	CO	TOT
Establecimientos de Hospedaje	1893	1491	741	203	289	193	250	298	23	5381
Operad. y agencias	688	300	289	33	40	5	30	11	0	1396
Líneas Aéreas	470	72	1604	87	0	9	41	61	5	2349
Artesanía	352	143	38	44	14	6	20	7	2	626
Restaurantes	400	459	308	102	26	289	52	115	28	1779
TOTAL	3803	2465	2980	469	369	502	393	492	58	11531

Fuente: Viceministerio de Turismo (18)

Por insuficiencia de datos tampoco se tomaron en cuenta los empleos en transporte terrestre, férreo, compañías de alquiler de vehículos ni los empleados públicos y en centros de formación.

Como el turismo tiene considerables repercusiones en el empleo en otros sectores que sirven indirectamente a esta actividad, se estima que un empleo turístico directo induce a la creación de otros 2 hasta 3 empleos en los demás sectores.

Para la estimación total del empleo en turismo se asumió que un empleo directo genera otros tres en las demás actividades, justificando además porque no se consideraron muchos empleos directos en actividades como el transporte, empleos en áreas rurales, etc.

Por lo tanto, siendo los empleos directos 11.531, los empleos indirectos se estiman en 34.593, sumando un total de 46.124 empleos generados por el turismo para el año 1992.

La cuantificación del empleo turístico para los próximos años se realizó en función a la actualización e incorporación de nuevas empresas de turismo, ponderado por el coeficiente medio de número de empleados por empresa, en el caso de los establecimientos de hospedaje y agencias de viaje.

En el caso del empleo en artesanías y restaurantes se efectuó mediante la tasa de crecimiento de la producción sectorial aplicados a los datos de los censos del año 1.992. De esta manera se pudo obtener que para el año 1997 los empleos directos son de 16.926, los indirectos de 50.778, por lo tanto; el empleo total generado por el turismo para el año 1.997 fue de 67.704 puestos de trabajo.

1.2.8. EVOLUCION COMPARATIVA DE LAS EXPORTACIONES NACIONALES Y LOS INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL

En los cuadros siguientes se muestra comparativamente la evolución de las exportaciones del país y de los ingresos por turismo internacional (tomándolo como producto de

exportación) y se concluye que el año 1.990, los ingresos por turismo internacional representaban el 9.4% del total de exportaciones del país, el 14% del total de exportaciones tradicionales y el 31% del total de las exportaciones no tradicionales en cambio para 1.998 los ingresos por turismo internacional significan el 13.1% del total de las exportaciones del país, el 32.6% del total de exportaciones tradicionales y el 30.1% del total de las exportaciones no tradicionales, debiendo tomar en cuenta que la soya tuvo un gran crecimiento en los últimos años.

CUADRO 13

(en millones de dólares)

AÑO	Ingresos por Turismo Internacional	Exportaciones Totales	%
1990	90.6	955.6	9.48
1991	102.9	895.3	11.49
1992	116.9	773.8	15.10
1993	124.1	808.9	15.34
1994	130.6	1124.2	11.61
1995	144.8	1181.2	12.25
1996	159.4	1295.3	12.30
1997	166.0	1272.1	13.04
1998	173.5	1320.1	13.14

Fuente: Elaboración propia con datos del I.N.E.

En el cuadro anterior se puede observar que los ingresos por turismo internacional o sea los ingresos de divisas por turismo al país fueron en constante crecimiento y por lo mismo representan un alto porcentaje respecto de las exportaciones.

1.2.9. EVOLUCION COMPARATIVA DE LAS EXPORTACIONES TRADICIONALES Y LOS INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL

CUADRO 14

(en millones de dólares)

AÑO	Ingresos por Turismo Internacional	Exportaciones Tradicionales	%
1990	90.6	634.4	14.28
1991	102.9	597.1	17.23
1992	116.9	512.3	22.81
1993	124.1	485.2	25.57
1994	130.6	544.7	23.97
1995	144.8	663.2	21.83
1996	159.4	619.3	25.73
1997	166.0	606.6	27.36
1998	173.5	531.9	32.61

Fuente: Elaboración Propia con datos del I.N.E.

1.2.10. EVOLUCION COMPARATIVA DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES Y LOS INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL

CUADRO 15

(en millones de dólares)

AÑO	Ingresos por Turismo Internacional	Exportaciones No Tradicionales	%
1990	90.6	288.3	31.42
1991	102.9	253.6	40.57
1992	116.9	228.9	51.07
1993	124.1	300.7	41.27
1994	130.6	545.1	23.95
1995	144.8	474.4	30.52
1996	159.4	595.2	26.78
1997	166.0	647.2	25.64
1998	173.5	575.9	30.12

Fuente: Elaboración Propia con datos del I.N.E.

1.2.11. TURISMO RECEPTIVO Y LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACION - AÑO 1998

A continuación se presenta un cuadro comparativo del turismo con los principales productos de exportación tanto tradicionales como no tradicionales.

CUADRO 16
(en millones de dólares)

Exportaciones Tradicionales	VALOR	Exportaciones No Tradicionales	VALOR
Turismo	173.5	Soya	231.0
Cinc	157.7	Turismo	173.5
Oro	112.7	Maderas	68.0
Plata	73.2	Joyería con Oro Imp.	44.8
Estaño	66.0	Castaña	30.7
Gas Natural	55.6	Azúcar	23.5

Fuente: Elaboración propia con datos del I.N.E.

Toda esta gama de ejemplos demuestran y establecen que el sector turístico efectúa un gran aporte al país no solo mediante la captación de divisas sino por el empleo, la inversión que genera y por el aporte impositivo que tributa.

Para irnos situando un poco más en el contexto especial que tiene nuestro trabajo, a continuación nos abocaremos a mostrar la estructura turística que tiene el país de acuerdo a los estudios que se hicieron en La Secretaría Nacional de Turismo y fue presentado en La Estrategia de Desarrollo Turístico.

1.2.12. ESTRUCTURACION DEL ESPACIO TURISTICO DE BOLIVIA

En turismo, la planificación del espacio turístico surge como consecuencia de la distribución de los diferentes atractivos turísticos que son la materia prima que dinamiza y ejerce como palanca de desarrollo de un centro, región, zona ó área turística.

A partir del inventario de Patrimonio Turístico que es uno de los pasos básicos en la planificación del espacio turístico, realizado con metodología y procedimientos internacionalmente recomendados, se han podido registrar 1.340 atractivos a escala nacional.

La estructuración del Espacio Turístico de Bolivia como fruto de la identificación y análisis de las distintas categorías, tipos y subtipos de atractivos turísticos, determino la existencia de 46 áreas potenciales de desarrollo turístico, agrupadas en 13 Unidades Turísticas y compatibilizadas con servicios e infraestructura de acceso, ha permitido estructurar el Espacio Turístico de Bolivia, determinando las principales Unidades de Planeamiento y los Circuitos Turísticos Efectivos y Potenciales.

1.2.12.1. UNIDADES DE PLANEAMIENTO

El espacio turístico esta conformado por 9 Unidades de Planeamiento, que se circunscriben a los 9 departamentos y conforman al interior Sub-Unidades, los atractivos existentes en cada uno de ellos están agrupados en 5 categorías:

1. Sitios Naturales
2. Patrimonio Urbano, Arquitectónico y Artístico
3. Realizaciones Técnico Científicas
4. Etnografía y Folklore
5. Acontecimientos Programados

1.2.12.2. DISTRIBUCION DE ATRACTIVOS SEGÚN DEPARTAMENTO

La gran variedad de recursos que posee Bolivia permite la especialización de determinados circuitos y rutas por las características que tienen. Estos circuitos se inician en los centros urbanos, los cuales posibilitan acceder a los diferentes destinos turísticos.

CUADRO 17

Departamento	Sitios Naturales	Patrimonio Urbano	Etnografía Y Folklore	Realizaciones Técnicas	Acontecimientos Programados	Total
La Paz	107	125	55	17	44	348
Santa Cruz	43	61	18	9	37	168
Cochabamba	39	73	26	2	40	180
Chuquisaca	14	46	16	4	14	94
Potosí	70	61	19	17	16	183
Oruro	36	45	22	12	27	142
Tarija	19	21	7	4	27	78
Beni	39	32	28	3	12	114
Pando	22	3	7		1	33
Total Bolivia	389	467	198	68	218	1340
%	29.0	34.9	14.8	5.1	16.3	100

Fuente: Viceministerio de Turismo (19).

De acuerdo a los datos presentados en el cuadro anterior, se puede decir con acertada veracidad que La Paz es el departamento que cuenta con mayor número de recursos turísticos, mayor diversidad, especializándose con circuitos de tipo cultural y ecoturismo, como productos de amplia tradición y vocación se encuentran concentrados en los alrededores del Lago Titikaka y Tiwanaku como el legado más importante de tipo arqueológico.

1.2.12.3. PRINCIPALES LUGARES VISITADOS EN BOLIVIA

Según datos preliminares del Viceministerio de Turismo para 1999 respecto a los principales destinos visitados, se debe señalar la consolidación de los productos

(19) Secretaría Nacional de Turismo, Estrategia de Desarrollo Turístico, Ed. 1997, p. 15

tradicionales, vale decir, lago Titikaka, Tiwanaku, Sucre y Potosí, sobre todo para el turismo internacional.

CUADRO 18

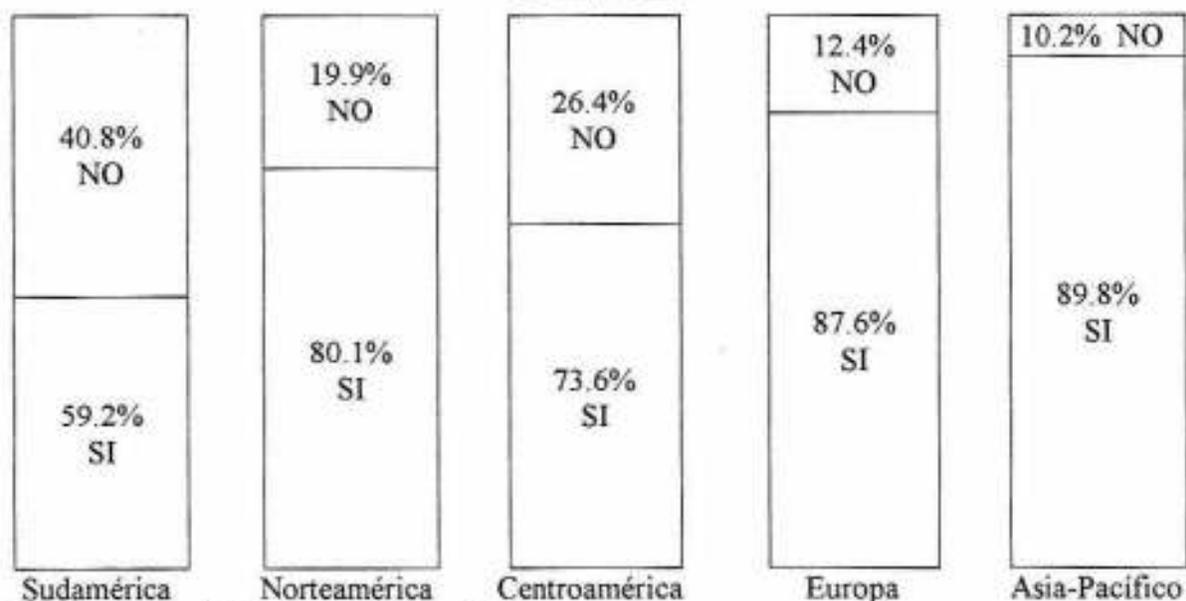
	ENCUESTADOS %	ESTADIA MEDIA Días
LA PAZ	81.1	6.2
SANTA CRUZ	47.4	7.8
COCHABAMBA	20.2	5.8
COPACABANA	19.2	2.0
POTOSI	15.0	3.5
SUCRE	13.5	4.0
UYUNI – SALAR	8.0	4.4
TIWANAKU	6.9	1.2
COROICO	5.9	2.4
NORTE DE LA PAZ	5.8	5.9
ORURO	5.0	3.8
LAGO TITIKAKA	4.4	1.8
OTROS SANTA CRUZ	3.8	3.9
BENI	3.8	7.3
SORATA	3.2	3.3
YUNGAS	3.1	3.6
TARIJA	2.9	6.3
SAMAIPATA	2.9	3.0
CAMINOS		
PREHISPANICOS	2.1	2.8
MISIONES JESUITICAS	1.6	4.1
SUR DE LA PAZ	1.1	1.4

Fuente: Viceministerio de Turismo (20)

1.2.12.4. BOLIVIA FORMA PARTE DE UN VIAJE MULTIDESTINO

En términos generales, el 75% de los turistas visitan Bolivia como parte de un viaje multidestino, solo el 25% de ellos vienen al país como destino específico. A excepción de Sudamérica y Centroamérica, los viajes multidestino superan el 80% del turismo.

CUADRO 19

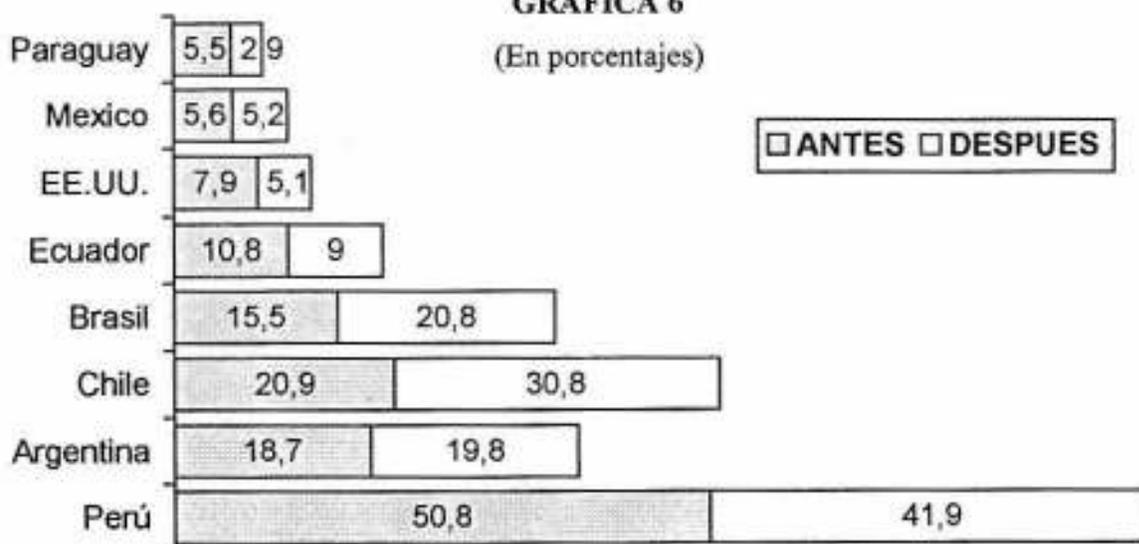


Fuente: Viceministerio de Turismo (21)

1.2.12.5. PAISES VISITADOS ANTES Y DESPUES DE BOLIVIA

GRAFICA 6

(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos del Viceministerio de Turismo

(21) Viceministerio de Turismo, Perfil del Turismo Receptivo, Ed. 1998, p. 16

Dentro de los viajes multidesino de los turistas, Bolivia forma parte casi en la misma proporción entre los flujos de turistas que visitaron otros países limítrofes antes de Bolivia y los que visitaron otros países limítrofes después de Bolivia.

1.2.12.6. PORCENTAJE DE TURISTAS QUE VISITARON OTROS PAISES ANTES DE BOLIVIA SEGÚN REGION EMISORA

CUADRO 20

	América Del Sud	América Del Norte	América Central	Europa	Asia/Pacífico
PERU	39.8	55.7	39.5	55.1	49.4
ARGENTINA	24.7	11.3	18.6	16.6	26.6
CHILE	23.9	16.0	23.3	21.1	18.2
BRASIL	16.1	12.7	24.4	13.3	25.3
PARAGUAY	7.3	4.2	3.5	4.5	9.1
ECUADOR	7.1	16.0	5.8	9.3	13.6
MEXICO	4.9	6.6	1.2	6.0	8.4
EE.UU.	7.1	3.8	7.0	8.2	16.2

Fuente: Viceministerio de Turismo (22).

De acuerdo a las estadísticas presentadas en los cuadros anteriores podemos afirmar que la mayoría de los turistas que llegan a Bolivia lo hacen vía Perú. Sabemos que existen turistas que llegan por vía aérea, pero la gran mayoría de los que llegan por vía terrestre, lo hacen utilizando uno de los 2 puntos fronterizos que son Desaguadero y Copacabana (Kasani).

De acuerdo a encuestas que se hicieron sobre la utilización de estos puntos fronterizos, se pudo determinar que el 81.4% utilizan a Copacabana como punto de ingreso a Bolivia y el 16.6% utiliza el Desaguadero para dirigirse hacia Tiwanaku y el 2% no contestaron.

Por consiguiente se puede decir que Copacabana es un punto muy importante para el contacto, el inicio del turismo hacia nuestro país, dicho de otra manera, Copacabana viene a ser la cara o carta de presentación de nuestro país a gran parte del turismo internacional.

Hasta aquí, este trabajo ha tratado de mostrar la importancia del turismo a nivel internacional, nacional y regional en diferentes campos económicos, tanto en el aspecto de ingreso de divisas, creación de empleos, inversiones, etc. y además mostrar también la importancia de Copacabana para el país, pero principalmente para La Paz respecto del turismo esencialmente internacional y el turismo nacional.

1.3. ESTUDIO DEL CASO

EL TURISMO EN LA CIUDAD DE COPACABANA

1.3.1. SINTESIS GEOGRAFICA, HISTORICA Y POBLACIONAL

Copacabana es una bella población altiplánica donde se venera a la Virgen Morena, cuya fama ha trascendido los límites de Bolivia y América hasta convertirse en un santuario de carácter internacional. Esta situada a orillas del Lago Sagrado, el más alto del mundo, denominado Titikaka, a 3812 metros sobre el nivel del mar. (23)

El Santuario de Copacabana es el mayor depositario de fervor religioso del pueblo boliviano por más de 400 años.

En Copacabana se desarrollan varias festividades con conocimiento internacional como ser:

- La entronización de la Virgen - febrero
- Semana Santa - abril
- Señor de la Cruz - mayo
- Virgen del Carmen - 16 de julio
- Coronación de la Virgen - 5 de agosto

(23) Hugo Boero Rojo, Descubriendo Bolivia, Ed.1993, pp. 21,22,23,24,24

La ciudad de Copacabana pertenece a la provincia Manco Kapak del departamento de La Paz (lámina 1), situada en la península del mismo nombre, en la parte sud oeste del lago Titikaka.

La superficie urbana está determinada por el cerro Calvario al noroeste, a 2.5 km. de la plaza sobre el camino a Kasani, 2 km. al norte sobre el camino a las ruinas y al este a 1.5 km. hacia el camino a Tiquina, tomando como punto de referencia la plaza principal. Sin embargo la parte habitada se encuentra alrededor de la plaza con un radio de acción de 500m. aproximadamente, estimándose la mancha habitada en 90 has. como se muestra en la lámina 2, que se adjunta en anexos.

La vía de acceso más importante que posee está constituido por el camino internacional que la vincula con la República del Perú y por el otro lado con la ciudad de La Paz mediante una carretera totalmente asfaltada. Posee una pequeña pista de aviación que es usada esporádicamente. La superficie de la mancha urbana total asciende aproximadamente a 720 hectáreas.

1.3.2. PROYECCION POBLACIONAL - CIUDAD DE COPACABANA 1992 – 1997 -2007

Los datos obtenidos para determinar el crecimiento demográfico de la ciudad, permiten apreciar un crecimiento constante de la población estable que tiene cambios en épocas de las festividades en las que surgen fuertes migraciones que por ser cada vez más grandes deben ser tratadas como un tema especial para que existan las debidas previsiones en todos los aspectos.

De acuerdo a los Censos de Población efectuados por el I.N.E., el año 1972 Copacabana tenía una población de 2942 habitantes, y para el año 1992 registró 3379 habitantes de donde se obtuvo una tasa de crecimiento de 0.009039. Para fines de cálculo se adoptó en el presente proyecto una tasa de crecimiento del 1% tal como muestra el siguiente cuadro.

CUADRO 21

AÑO	POBLACION
1992	3379
1997	3552
1998	3588
1999	3624
2000	3660
2001	3697
2002	3734
2003	3772
2004	3810
2005	3848
2006	3887
2007	3926

Fuente: Elaboración Propia con datos del I.N.E.

1.4. PROBLEMA DE INVESTIGACION

Copacabana es una ciudad turística por naturaleza, se podría decir que es la principal población turística del país por ser uno de los destinos turísticos más conocidos a nivel mundial y que además tiene grandes potenciales turísticos todavía no aprovechados o mal aprovechados.

En el momento enfrenta graves problemas estructurales como se detalla a continuación, que provocan diferentes reacciones en el ámbito turístico. Los más urgentes son: La deficiente provisión de agua potable, la baja cobertura del servicio de alcantarillado, el inexistente tratamiento de aguas servidas, el deficiente recojo de basura, aseo urbano y tratamiento de desechos sólidos y por último la falta de formación profesional en la atención de servicios turísticos en cuanto a administración hotelera, explotación de servicios turísticos, calidad de los servicios y por último la completa despreocupación respecto al cuidado de la buena imagen y capacidad atractiva de la ciudad y de sus alrededores.

Por la experiencia desarrollada durante varios años en el sector turístico puedo decir sin lugar a equivocarme que todas estas deficiencias causan perjuicio y afectan directamente al

desarrollo turístico, ocasionando: Mala imagen de la ciudad, insatisfacción en sus visitantes, bajo nivel de estadía (1.9 días de estadía media)⁽²⁴⁾, lo cual no permite un mayor crecimiento del turismo receptivo internacional.

Si esta situación continua, Copacabana deberá declararse en emergencia porque se convertirá en una ciudad no apta para el turismo ocasionando con seguridad bajar los niveles de inversión, la economía sufrirá un estancamiento que ocasionará problemas de empleo y migración. Por lo tanto es imprescindible solucionar cuanto antes dichos problemas para beneficio de Copacabana, la región del Lago, la ciudad de La Paz y el país en su conjunto.

1.4.1. DIAGNOSTICO DE LOS SERVICIOS Y EL TURISMO EN COPACABANA

En Copacabana todas las actividades están vinculadas al turismo y por lógica consecuencia todos los servicios; a continuación mostramos las condiciones en las cuales se ofrecen estos servicios.

1.4.1.1. TELECOMUNICACIONES

Existe un servicio de alta calidad de discado directo tanto nacional como internacional a cargo de La Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL), además ofrece servicios de telegrafía para mandar y recepcionar mensajes con destino domiciliario y un servicio de fax mediante el uso de cabinas públicas y entrega domiciliaria. El problema radica en que los horarios de funcionamiento son los de oficina y no de 24 horas por lo cual mucha gente, especialmente turistas que están de paso del ó hacia el Perú, no logran efectuar llamadas para realizar reservas de transporte, hospedaje u otro tipo de cosas.

1.4.1.2. ENERGIA ELECTRICA

La energía eléctrica de la ciudad de Copacabana, en sus fases de distribución está a cargo de la Cooperativa Rural de Servicios Eléctricos La Paz, que tiene una cobertura más o menos del 90% de la población.

⁽²⁴⁾ Viceministerio de Turismo, Perfil del Turismo Receptivo, 1997, p. 9

La deficiencia está en la falta de iluminación de muchos sectores públicos de la ciudad que la hacen insegura e imposibilitan a los visitantes y turistas efectuar paseos nocturnos, porque además, dicho sea de paso, no existe control por parte de autoridades policiales lo cual aprovechan los delincuentes.

1.4.1.3. SERVICIOS DE SALUD

La infraestructura de salud está constituida por un hospital de apoyo de primer nivel con 12 camas, personal médico estable (1 médico general, 2 odontólogos y personal paramédico), Cuenta con sistema particular de abastecimiento de agua potable y sistema de alcantarillado sanitario privado. A este acuden de todas las comunidades, pero surgen casos de enfermos que no pueden trasladarse, para lo cual no cuenta con servicio de ambulancia.

1.4.1.4. EDUCACION

La infraestructura educativa existente consta de un colegio secundario y dos escuelas completas, cuyas instalaciones se encuentran por el momento en condiciones aceptables pese a que no se efectúa una buena labor de mantenimiento, lo cual podría causar el deterioro más acelerado.

1.4.1.5. AGUA POTABLE

La administración, operación y mantenimiento del sistema de agua potable está a cargo del Comité de Agua Potable de Copacabana, bajo la responsabilidad de un presidente.

El servicio es deficiente debido al mal estado de la red de distribución, cuyo sistema fue construido hace aproximadamente 30 años por CORPAGUAS habiendo cumplido prácticamente su período de vida.

La cobertura del servicio alcanza a un 23% de la población y con racionamientos, al extremo que las partes altas no tienen el servicio, la central dispone por menos de 2 horas y

la parte baja por 5 horas. Por lo tanto se concluye que el servicio actual es deficiente porque aparte de ser racionado es desproporcionado a los requerimientos básicos.

Por las razones explicadas, el Fondo de Inversión Social (F.I.S), encara la mejora del servicio y se encuentra en la implementación del proyecto, pero sin el impulso necesario.

1.4.1.6. ALCANTARILLADO SANITARIO

El servicio de alcantarillado está bajo la responsabilidad de la H. Alcaldía Municipal, la cobertura del servicio actualmente es del 6% de acuerdo a la información que se obtuvo del diagnóstico situacional de salud de la ciudad de Copacabana, elaborado por la Secretaría Regional de Salud. La cobertura se reduce al centro de la ciudad.

Las aguas servidas de origen urbano, son vertidas directamente al lago sin recibir ningún tipo de tratamiento, causando daños al medio ambiente y a la imagen del mismo.

El Fondo de Inversión Social ha financiado un proyecto para ampliar y mejorar el servicio, pero hasta el momento no se han iniciado obras.

Tampoco se cuenta con alcantarillado pluvial por lo cual las aguas se evacuan por las calles, por su pendiente natural hacia el lago.

1.4.1.7. ASEO URBANO

El Municipio es el encargado en forma directa de administrar y operar el servicio de aseo urbano. Los resultados no son nada alentadores dada la baja cobertura, los bajos niveles de eficiencia y los altos costos operativos.

El barrido de vías públicas se limita a la plaza, las calles del centro comercial y algunas arterias aledañas, tiene una cobertura del 40% de recolección lo que significaría una atención a unos 1800 habitantes, la basura que excede estos límites, se acumula por las calles de la ciudad dando un aspecto deprimente, el problema es más crítico en fechas

festivas porque existe una mayor generación de residuos sólidos y la acumulación es mayor por causa del servicio ineficiente.

El Gobierno Municipal de Copacabana, con fondos propios, hizo invitaciones directas a diferentes consultores para que se elabore un estudio de diseño del PROYECTO DE ASEO URBANO DE LA CIUDAD DE COPACABANA, que permita obtener del Fondo de Inversión Social el financiamiento correspondiente para encarar la ejecución del proyecto.

Después de una calificación y evaluación se favoreció con la invitación a los Ingenieros Humberto Cordero y Estanislao Aliaga, quienes prepararon el proyecto y lo presentaron el año 1997. A este respecto aún no se han hecho los tramites necesarios para su implementación.

1.4.1.8. EL TURISMO

El sector turístico compuesto por diferentes actividades, además de que como se señaló antes, la mayoría de las actividades que se realizan en Copacabana están relacionadas con el turismo.

En este caso se hará un análisis del hospedaje, la restauración, las agencias de viaje y la artesanía por ser las actividades más representativas del turismo en esta ciudad.

1.4.1.8.1. COMERCIO Y ARTESANIA

El turismo en Copacabana es la mayor fuente de ingresos, todas las demás actividades como el comercio, los servicios y otros tienen alguna forma de relación con el turismo, además a Copacabana convergen gran parte del comercio de alimentos, artesanías y otros de la región y de la zona del Lago Titikaka.

El comercio de las artesanías es una actividad económica importante para los pobladores; sin embargo está actualmente dividido porque hay artesanos que están mezclando con la

producción que llega de contrabando del Perú y que son productos más elaborados y les dan un mayor margen de ganancia, esto indica la existencia de una mayor organización de la artesanía en ese país y por otro lado un descuido de las autoridades y de los mismos artesanos que no logran una mejor organización y calidad en sus productos.

La artesanía del tejido de lana de oveja, de alpaca, de llama, el tallado de maderas, figuras de arcilla son expresiones culturales de la región altiplánica, pero muy especialmente de la región del lago con características del acervo cultural precolombino.

El potencial piscícola que tiene la zona es importante. La pesca se practica en territorios de pesca comunitaria, en la actualidad hay un número casi estable de 3216 pescadores artesanales en toda la región del lago, que son los que mejor organizados están.

1.4.1.8.2. HOSPEDAJE

Copacabana es una ciudad turística por excelencia, constituida en el centro del turismo de toda la zona del lago por la importante oferta de alojamiento que posee. Los datos que se tiene en el Viceministerio y en la Cámara Provincial de Hotelería, presentan diferencia en cuanto al número de establecimientos por categorías, capacidades, etc., pero podemos decir que existen 5 hoteles, 15 hostales y 24 alojamientos. (25)

Como vemos, existe un número menor de establecimientos catalogados como hoteles y hostales que de los catalogados como alojamientos. Esto nos hace pensar que existe proliferación de oferta pero cada vez de más baja calidad por sus instalaciones y servicios precarios. Dirigida principalmente al turismo interior de bajo poder adquisitivo y un turismo internacional muy joven, de bajas exigencias y también con bajo poder adquisitivo.

En el trabajo de campo que se efectuó, se pudo evidenciar el deseo de los propietarios de mejorar sus instalaciones, sobre todo en ampliar y disponer de mayor número de habitaciones con baño privado, remodelación de los establecimientos que en algunos casos ya cumplieron con su objetivo.

(25) Cámara Boliviana de Hotelería, Guía Hotelera, 1998, 26,28

1.4.1.8.3. RESTAURACION

Los restaurantes responden a las condiciones de los flujos turísticos nacionales e internacionales existentes.

Todos ofrecen pescado, que es la especialidad de la zona. Los precios son razonables pero no existe diversidad de oferta gastronómica.

Los restaurantes no están catalogados en categorías, tampoco existen normas, consecuentemente funcionan en instalaciones precarias y sin cumplir los servicios mínimos exigibles para cualquier lugar en el mundo, dando lugar a dudas sobre la higiene en las que se desarrollan las actividades.

1.4.1.8.4. AGENCIAS DE VIAJES

Existen una serie de pequeñas agencias de viajes que operan desde La Paz y se venden los mismos productos, como ser excursiones a Tiwanaku, la Isla del Sol, Valle de la Luna, Salar de Uyuni, Sucre, Potosí, Santa Cruz, etc.

Bolivia y en especial La Paz cuenta con operadores de turismo con años de experiencia en el turismo organizado, pero que no aprovechan todo el potencial turístico de la zona.

El andinismo y el trekking, como productos de turismo organizado son ofrecidos por algunos operadores con un buen nivel de profesionalidad que incluyen este tipo de excursiones que varían de 1 a 15 días y que comúnmente utilizan la estancia para su aclimatación en la zona del lago, preferentemente en Copacabana, antes de subir a las cumbres.

El turismo clásico son los tours culturales – arqueológicos que en su versión organizada cuenta con ofertas de paquetes estructurados y comercializados internacionalmente por operadores de turismo consolidados y que tienen inversiones en transporte (autobuses, aliscafos, catamaranes) e incluso en establecimientos de hospedaje que lógicamente incluyen en los paquetes.

La oferta en general pasa por una visita a la Isla del Sol, Suriki y Copacabana con una estancia de 1 ó 2 días, combinados con destinos al Salar de Uyuni, Sucre, Potosí y Santa Cruz, además de señalarse como una extensión de su estancia en el Perú.

Ciertamente los principales operadores de turismo del país han crecido gracias a la oferta de paquetes de 2 ó 3 días ofreciendo el transporte desde Puno, visita del Lago y La Paz.

Esto hace que hasta en la actualidad Copacabana, el Lago Titikaka y La Paz, a pesar de ser los principales productos turísticos conocidos del país, todavía sean productos subsidiarios comercialmente de la industria turística peruana.

Por todo lo expuesto y otras consideraciones que haremos conocer más adelante, podemos decir que Copacabana y toda la zona del Lago tienen grandes condiciones naturales, místico religiosas que por si mismas hacen que sea un destino preferido para el turismo internacional y también nacional.

Para fines de nuestro trabajo haremos un resumen de las condiciones favorables y potencialidades de Copacabana y todo el entorno de la zona del lago y las deficiencias o condiciones desfavorables que actualmente persisten.

1.4.1.8.5. POTENCIALIDADES O CONDICIONES FAVORABLES

1. Copacabana y los alrededores del lago han sido poblados por distintas etnias y culturas a lo largo de su historia por lo cual se cuenta con un gran legado de recursos culturales.
2. Por su localización es una zona de variados y excelentes recursos turísticos.
3. Está próxima a la frontera con Perú y al aeropuerto internacional de El Alto de la ciudad de La Paz.
4. Existencia de flujos turísticos permanentes.
5. En Copacabana se concentra la oferta hotelera de la zona.
6. Existencia de La Cámara Boliviana de Hotelería

7. Existen normas de reciente creación para regular el sector.
8. Diversidad en precios de oferta hotelera.
9. Intención y deseos de mejorar las instalaciones de hospedaje y servicios.
10. Trato amable.
11. Gastronomía tradicional.
12. Precios asequibles de restauración.
13. Riqueza y variedad de artesanía autóctona.
14. Mercados con riqueza étnica y cultural.
15. En Copacabana existe de alguna forma de organización artesanal y comercial.
16. Existen operadores de turismo con experiencia.
17. La zona del Lago junto a La Paz y Tiwanaku son los productos turísticos más conocidos de Bolivia.
18. Existen operadores de turismo con importantes inversiones en la zona.
19. Se aprovechan los flujos turísticos de Perú.
20. Existencia de la Cámara Nacional de Operadores Turísticos.
21. Copacabana es la cara, la primera impresión para un alto porcentaje del turismo internacional.

1.4.1.8.6. DEFICIENCIAS O CONDICIONES DESFAVORABLES

1. El abastecimiento de agua potable es insuficiente.
2. El alcantarillado sanitario tiene un mínimo de cobertura.
3. No existe tratamiento de aguas residuales y se desechan al Lago.
4. El recojo de la basura y la limpieza urbana es deficiente.
5. La clasificación de los establecimientos de hospedaje no es confiable.
6. Infraestructura de algunos establecimientos en estado precario.
7. Existencia de establecimientos no clasificados.
8. Falta de higiene en establecimientos no clasificados.
9. Tamaño reducido de la oferta hotelera de mejor calidad.
10. Falta de servicios básicos en los establecimientos de restauración.

11. No se ha obtenido todavía un beneficio importante respecto de tener producto fresco del Lago garantizado y cocinado a la manera local.
12. Falta de centros y organizaciones artesanales que brinden productos de mejor calidad y más elaborados.
13. Falta de incentivos y ayuda por parte de la administración local.
14. Poca diferenciación de productos – destinos ofrecidos por los operadores de turismo.
15. Poca coordinación entre los operadores turísticos.
16. Falta de profesionalidad en la oferta de servicios turísticos en todas las actividades.
17. Falta de formación y capacitación especializada del personal en todas las actividades.
18. No existe una organización de los empresarios del sector que posibilite la comercialización y promoción de este atractivo turístico.
19. No hay control de calidad en la prestación de servicios.

Estamos seguros de que tanto en la parte de las condiciones favorables ó potencialidades como en la de las condiciones desfavorables o deficiencias faltan muchos puntos que se pueden tomar en cuenta pero creemos que están los más esenciales y estructurales.

En el trabajo de campo se han podido determinar e ir englobando todos los requerimientos para poder ejecutar un trabajo que realmente pueda servir a una causa tan importante como es la de mejorar las condiciones de vida de una población.

Si bien existe una cantidad de profesionales que trabajan en los diferentes niveles de las diferentes actividades del sector turístico de la ciudad de Copacabana, estamos seguros que existe una cantidad en este caso mayor que es la que no está de acuerdo con las altas expectativas y exigencias del turismo principalmente internacional y también el nacional en la calidad de los servicios.

Un aspecto que es importante hacer conocer es que Instituciones como el Viceministerio de Turismo, La Prefectura del Departamento de La Paz, La Alcaldía de Copacabana, las empresas privadas asentadas en esa ciudad, el pueblo de Copacabana, organismos como la prensa, los comités cívicos, etc., tienen el deseo de hacer algo para mejorar las condiciones

en las cuales se encuentra actualmente esta ciudad, pero nadie hace nada porque no existe la continuidad necesaria en el tratamiento de los problemas y cada Institución que tiene algo que ver con el tema dice tener proyectos y/o planes que nunca se ejecutan porque no hay coordinación de obras. En pocas palabras se puede decir que no existe una Institución ú Organización que sea la que conjuncione, planifique y coordine las ideas, proyectos y programas y lleve adelante la ejecución de los trabajos.

Si bien es cierto que en economía nos preocupamos de efectuar proyectos en los cuales la medición de los datos, la implementación de medidas, la toma de decisiones, etc. estén sustentados por valores que nos certifiquen la efectividad de nuestro trabajo, es también cierto que la práctica diaria nos enseña que a los problemas hay que dar soluciones rápidas y contundentes.

En este sentido y basándonos en la investigación que se hizo es que podemos de alguna manera desglosar o ver uno a uno los problemas, deficiencias o como le llamamos anteriormente condiciones desfavorables que tiene la ciudad de Copacabana para mejorar los actuales niveles económicos.

II

SECCION

PROPOSITIVA

2.1. ASPECTOS PROPOSITIVOS

Por lo expuesto y observado en nuestro estudio, presento a continuación las propuestas que podrían dar solución a los problemas planteados:

A) Se deberá conformar un **Ente Gestor y Coordinador Interinstitucional**, en el cual estén representados El Viceministerio de Turismo, El Viceministerio de Cultura, La Prefectura del Departamento de La Paz, La Honorable Alcaldía de Copacabana, La Cámara de Hotelería de Copacabana, La Cámara de Hotelería de La Paz, La Cámara Nacional de Operadores en Turismo, El Comité Cívico de Copacabana y El Comité Cívico de La Paz y que tenga el aval de las organizaciones cívicas y del gobierno.

B) El Ente Gestor y Coordinador Interinstitucional como su nombre indica se encargará exclusivamente de gestionar y coordinar:

1. La ejecución de todas las obras y proyectos pendientes
2. La elaboración de planes y proyectos para solucionar las demás deficiencias.

C) Las obras y proyectos pendientes y prioritarios que deberán gestionar son:

1. El proyecto de Agua Potable y Alcantarillado y Tratamiento de Aguas Servidas, que como se explicó anteriormente, tiene financiamiento del Fondo de Inversión Social (F.I.S.), por lo cual su acción deberá estar abocada a poner en ejecución el mismo hasta su conclusión.

Con esta obra se dará al ciudadano un mejor nivel de vida y este servicio influirá con toda seguridad en el turismo internacional principalmente en el tiempo de estadia de los turistas, por lo cual habrá mayor tiempo para ofrecer productos tanto artesanales, de restauración como turísticos, que en todo caso significará mejores ingresos para la población y crecimiento económico para Copacabana y toda la región del Lago, por ser esta ciudad el principal centro comercial de la región como se explico anteriormente.

2. Respecto al proyecto de Aseo Urbano y Deshechos Sólidos, su acción será la de conseguir el financiamiento, que muy probablemente sería del mismo F.I.S. y encargarse de la ejecución del mismo hasta su conclusión.

Al igual que con el anterior trabajo, al concluir este proyecto se logrará elevar el nivel de vida de la población y la imagen de la ciudad, lo cual consolidará su atractivo turístico y se logrará incrementar el flujo turístico. Esto también traerá consigo un mejor ingreso para la población y crecimiento económico para Copacabana y toda la región del Lago.

3. El Ente Gestor, deberá coordinar con la Unidad de Turismo de la Prefectura para poner en ejecución el D.S. 24585 del 25 de abril de 1997 y sus reglamentos que dispone la recategorización de establecimientos hoteleros, agencias de viaje, restauración, etc. (26)

Con dicha recategorización se conseguirá elevar el nivel de infraestructura turística y por lo tanto se dará seguridad y confianza al turista, que tendrá la opción de elegir establecimientos que le brindarán mejores servicios que en la actualidad.

4. Con respecto a las deficiencias de formación y capacitación existentes, se deberá gestionar la elaboración de un proyecto de Formación y Capacitación Turística para las diferentes actividades turísticas que se desarrollan en Copacabana, como ser: Curso de Dirección y Gerencia Hotelera, Guías de Turismo, Cocina, etc. para la gente que trabaje o tenga interés de trabajar en el sector turístico, teniendo como objetivo captar gente del lugar para que se pueda elevar el nivel de conciencia turística en la población y despertar en ellos el deseo de incursionar con conocimientos teóricos y prácticos en el mundo del turismo.

Se deberán implementar estos cursos de capacitación, que al complementarse con las otras obras propuestas, se podrá conseguir para Copacabana la calidad integral porque creo que tiene las condiciones necesarias para ello; esto significará la existencia de calidad en los servicios que se prestan (alojamiento, información, actividades, etc.) como también en el entorno, en la calidad medioambiental, calidad de accesos, comunicaciones, señalización, seguridad ciudadana, etc. porque todos estos aspectos tienen un valor que el cliente ó turista

percibe y hacen su estadia satisfactoria y placentera y que posteriormente tenga el deseo de retornar ó recomendar a otras personas una visita al lugar.

Copacabana y las otras poblaciones que circundan el Lago, tienen grandes potenciales turísticos que no están siendo satisfactoriamente viabilizados, por lo que existe una fuente de recursos que no está siendo explotada o se lo hace de forma muy rudimentaria sin obtener mayor provecho, por lo cual justamente con la capacitación y formación profesional turística se podrán equiparar las habilidades que tiene la población en la prestación de servicios turísticos a los niveles de exigencia de la demanda turística internacional en las diferentes actividades que se tiene en Copacabana para poder hacer efectivo un plan que permita ampliar la demanda turística, consolidar el mercado y generar mayores ingresos para la población.

El turismo en el contexto de la economía de mercado es un elemento clave para resolver problemas de pobreza y atraso. Contribuye al sector social siendo generador de empleos productivos y creador de pequeñas empresas que dinamizan las economías locales, en este caso campesinas por lo cual cualquier gobierno podrá sentir satisfacción si un plan en este sentido se lleva adelante.

5. Por último deberá proponer un plan permanente juntamente con la Honorable Alcaldía de Copacabana de concientización ciudadana respecto al aseo urbano, mantenimiento ecológico, arborización y tantas otras tareas para embellecer aún más la ciudad.

Como se dijo anteriormente, la ejecución de todo este plan en la ciudad de Copacabana, no solo será en beneficio de esta ciudad, sino de todo el país por dos principales razones:

- a) Se mejorará la imagen de Copacabana y por lo mismo la imagen del país por todas las razones ya expuestas anteriormente.
- b) Será o servirá como ejemplo para tantos otros destinos turísticos que tiene nuestro país, que dicho sea de paso es grandemente rico en este campo e incentivará el mejoramiento de sus niveles de calidad en servicios turísticos.

III
SECCION
CONCLUSIVA

3.1. RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo mostrar las bondades que tiene el turismo como actividad económica.

PROBLEMA

En Copacabana la situación es preocupante, dadas las deficiencias estructurales a las cuales ha llegado por la constante ineficiencia por parte de las diferentes gestiones que administraron la ciudad que poco o nada hicieron durante los últimos 20 o 30 años.

Los problemas de agua potable, aguas servidas, aseo urbano, desechos sólidos, alcantarillado, capacitación turística y otros frenan el desarrollo turístico de la ciudad, porque estas condiciones básicas para el turismo receptivo internacional no están dadas, por lo cual el porcentaje de estadía media es bajo (1.9 días por turista) y no se puede hacer una explotación mayor de todos los recursos turísticos con que cuenta.

Todas las deficiencias citadas están en su punto crítico y podrían hacerle perder su calidad de atractivo turístico, lo cual ocasionaría un flujo negativo de inversión y un decremento del empleo y esto a su vez causaría una migración poblacional.

DIAGNOSTICO

En el contexto mundial los beneficios del turismo son realmente notables, por los flujos de divisas que genera, los montos de inversión y los aportes impositivos de esta industria. Además considero que el mayor beneficio que aporta es la gran creación de empleos directos e indirectos.

En el ámbito nacional, estas bondades tienen menor impacto debido a que los flujos de turismo receptivo son relativamente pequeños, nuestra oferta turística es restringida y por lo tanto aún somos para el turismo internacional parte de un viaje multidesino.

Las causas para encontrarnos aún en esta situación como siempre son la falta de políticas decididas a llevar adelante una estrategia de turismo nacional definida y coherente que proyecte al país con objetivos mas ambiciosos y productivos.

Hasta el momento, si bien existen proyectos y estrategias de turismo, todo permanece en intenciones y por lo tanto persiste la falta de incentivo al sector turístico. Pese a esta situación, el turismo receptivo internacional tuvo crecimiento, lo cual debemos agradecer a que por naturaleza somos un país con grandes potenciales turísticos y a la iniciativa de empresarios privados que arriesgaron sus inversiones y de esa manera colaboraron con el país.

Lógicamente al no existir planes y políticas que delineen el curso del desarrollo turístico, el crecimiento turístico que se tuvo fue en base a una desordenada explotación de recursos turísticos y por lo tanto mal aprovechada.

PROPOSICIONES

Las propuestas de solución están relacionadas con la conformación de un ENTE GESTOR Y COORDINADOR INTERINSTITUCIONAL, con reconocimiento cívico y gubernamental, que se ocupe de efectuar las gestiones necesarias para llevar adelante las siguientes obras:

1. Poner en ejecución los proyecto existentes de agua potable, alcantarillado y aguas servidas que tienen financiamiento del F.I.S. hasta su conclusión.
2. Implementar el proyecto de aseo urbano y deshechos sólidos hasta su conclusión.
3. Coordinar con la Unidad de Turismo de la prefectura para ejecutar la recategorización de establecimientos turísticos de acuerdo al D.S. 24585 y sus reglamentos.
4. Gestionar la elaboración de un proyecto de formación y capacitación turística para mejorar la calidad de los servicios.

5. Deberá proponer un plan permanente en coordinación con el Gobierno Municipal de Copacabana de concientización ciudadana respecto de todos los temas que atingen a la población y el medio ambiente.

BIBLIOGRAFIA

- | | |
|---|---|
| (1), (2), (3), (4) W.T.T.C. | World Travel and Tourism Council,
Travel And Tourism, Millenium |
| (5), (6), (7), (8), (9), (10) O.M.T. | World Tourism Organization,
Previsiones del Turismo Mundial hasta
el año 2000 y después |
| (11), (12) W.T.T.C. | World Travel and Tourism Council,
Travel And Tourism, Millenium |
| (13) Ministerio de Desarrollo Económico
Secretaría Nacional de Turismo | Estrategia del Desarrollo Turístico
Bolivia 1993 - 1997 - 2003 |
| (14),(15), (16) Viceministerio de Turismo | Enfoque Macroeconómico del Turismo
1998 |
| (17) LNE. | Anuarios Estadísticos |
| (18) Viceministerio de Turismo | El Empleo en Turismo 1997 |
| (19) Ministerio de Desarrollo Económico
Secretaría Nacional de Turismo | Estrategia del Desarrollo Turístico
Bolivia 1993 - 1997 - 2003 |
| (20), (21), (22) Viceministerio de Turismo | Perfil del Turismo Receptivo 1998 |
| (23) Hugo Boero Rojo | Descubriendo Bolivia |
| (24) Viceministerio de Turismo | Perfil del Turismo Receptivo 1997 |
| (25) Cámara Boliviana de Hotelería | Guía Hotelera 1998 |

TEXTOS RECOMENDADOS

- | | |
|---|---|
| 1. Ministerio de Desarrollo Económico
Secretaria Nacional de Turismo | Estrategia del Desarrollo Turístico
Bolivia 1993 - 1997 - 2003 |
| 2. Hugo Boero Rojo | Turismo en Bolivia |
| 3. Carlos Urquizo | Breve Ensayo a la Teoría del Turismo |
| 4. Miguel Angel Cornejo | Excelencia Directiva Para Lograr
Competitividad |
| 5. Miguel Angel Cornejo | Enciclopedia de la Excelencia |

ANEXOS

REFERENCIAS TECNICAS

Todos las estadísticas y datos presentados en este trabajo están encuadrados en las definiciones adoptadas por la Organización Mundial del Turismo. Por lo mismo a continuación reflejamos algunas de estas:

Turismo Interior. Es lo que en realidad se le llama turismo en general, esta compuesto por el "turismo Interno" y el "turismo receptor". El turismo interno se refiere al de los residentes de un país que visitan su propio país y el turismo receptor se refiere al realizado por los visitantes que llegan a un país en el que no son residentes.

Turismo Nacional. Compuesto de " turismo interno " y de " turismo emisor ", donde el turismo emisor se refiere a los residentes de un país que visitan otros países.

Turismo Internacional. Comprende el " turismo receptor " y el " turismo emisor ".

Residente. Para el " turismo internacional ", una persona se hace ó es residente en un país si ha permanecido en dicho país al menos un año ó doce meses consecutivos, precedentes al momento de su entrada en otro país donde permanecerá por un periodo menor a un año.

Para el " turismo interno " se considera que una persona es residente en un lugar si ha permanecido en él al menos seis meses consecutivos, precedentes al momento de su entrada en otro lugar del mismo país, por un tiempo menor a seis meses.

Visitante. Para el " turismo internacional " es toda persona que viaja por un periodo no superior a un año a un país distinto al de su residencia habitual, que efectúa una estadía de por lo menos una noche pero no superior a un año y cuyo motivo principal no sea el de ejercer un trabajo que sea remunerado en el país visitado.

Para el " turismo interno " es toda persona que viaja dentro el mismo país de su residencia habitual por un período menor a seis meses y cuyo principal motivo de la visita no sea el de ejercer un trabajo que sea remunerado en el lugar visitado.

Turista. Para el " turismo internacional " es todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no superior a un año, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Excursionista. Para el " turismo internacional " es todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, por un periodo inferior a las 24 horas sin incluir pernoctación en el país visitado.

Para el " turismo interno " es todo visitante que reside en un país que viaja a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, por un período inferior a las 24 horas sin incluir pernoctación ni que el motivo principal de la visita no sea el de ejercer una actividad que no sea remunerada en el lugar visitado.

Llegadas o ingresos a establecimientos de hospedaje. Hace referencia exclusivamente a los registros de entrada de huéspedes en las empresas de hospedaje, señalando básicamente la cantidad de clientes que hicieron uso del servicio de alojamiento independientemente del número de días que permanecieron en ellos.

Pernoctaciones en establecimientos de hospedaje. Significa la cantidad de noches de utilización de los servicios de alojamiento, independientemente de la cantidad de visitantes registrados. Tiene directa relación con la cantidad de camas utilizadas en un período de tiempo.

Estadía media en establecimientos de hospedaje. Es un coeficiente medio estadístico obtenido a partir de las variables de llegadas y pernoctaciones:

$$e=P/I$$

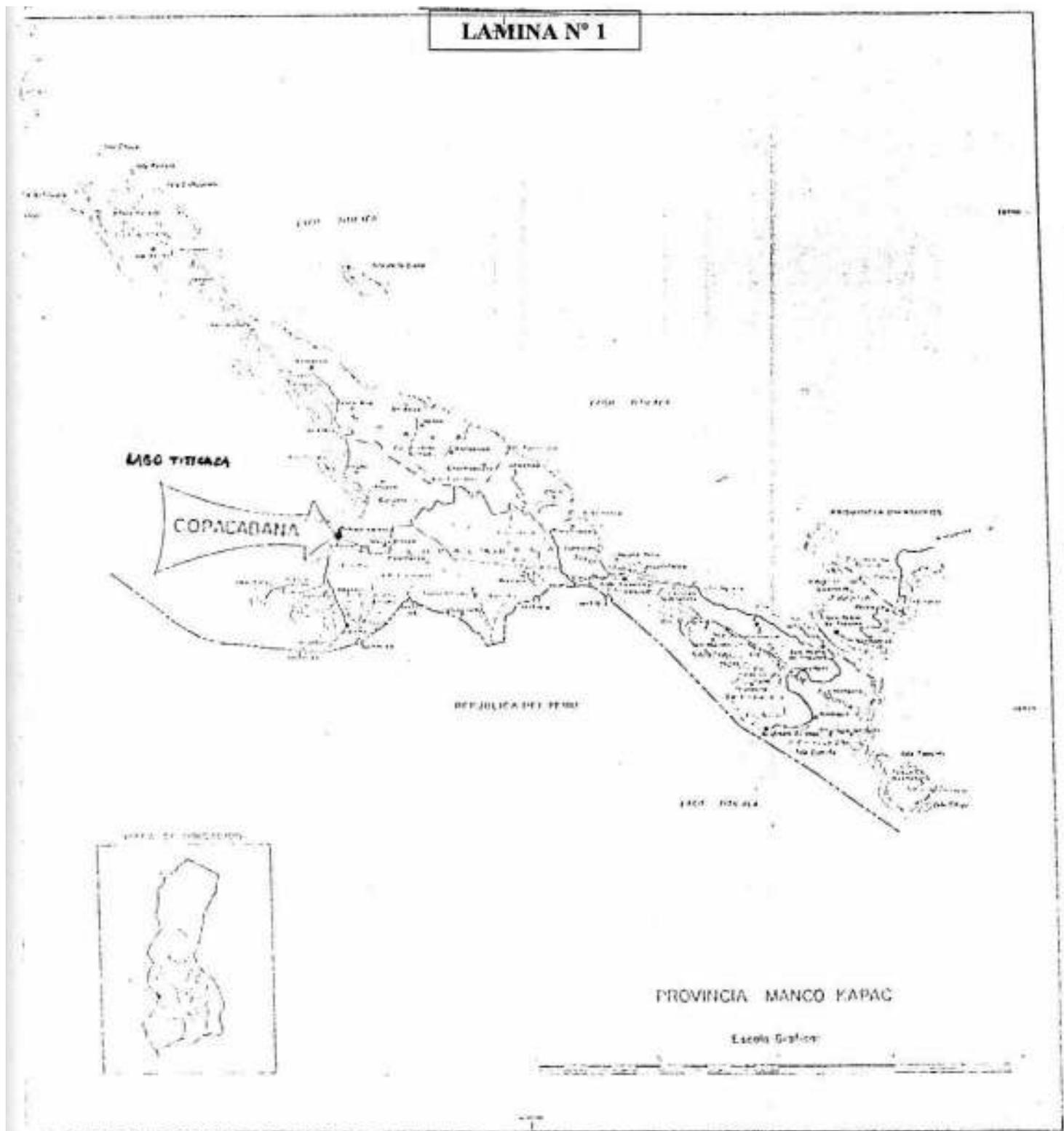
Donde "P" representa las pernoctaciones, "I" los ingresos y "e" la estadía que expresa la cantidad media de días que se queda un visitante en un establecimiento de hospedaje.

Coefficientes de utilización hotelera. Indica el grado de utilización de la capacidad de servicio disponible; esta capacidad se la puede enfocar a partir del número de habitaciones con que se cuenta o también a partir del número de camas disponibles. Los respectivos coeficientes son:

$$CUH(h) = H / (ht) \quad \text{y} \quad CUH(c) = P / (ct)$$

Donde "CUH(h)" representa el coeficiente de utilización de habitaciones, "H" las habitaciones efectivamente utilizadas, "h" las habitaciones disponibles y "t" el período de referencia. Análogamente, "CUH(c)" representa el coeficiente de utilización de camas, "P" el número de pernoctaciones, "c" la cantidad de camas disponibles y "t" el período de referencia.

LAMINA N° 1



LAMINA N° 2 B

