

TURISMO RECEPTIVO: UNA METODOLOGIA PARA LA ESTIMACION DEL INGRESO

Sergio Aponte Issa

1. INTRODUCCION

El Turismo, por su naturaleza, es un sector que presenta algunas dificultades cuando se pretende construir algunos indicadores estadísticos. Estas complicaciones se originan en el hecho de que estas actividades están relacionadas con otros sectores económicos.

Un ejemplo de lo anterior es el transporte, los gastos en transporte por desplazamientos internos que efectúan los turistas, pueden ser considerados como un ingreso generado por el sector turismo; sin embargo también pueden considerarse como ingresos generados por el sector transporte; pero además, el ingreso generado por el sector transporte no es solamente el que aportan los turistas, sino que se determina por el aporte de todos los usuarios del servicio sean nacionales o extranjeros.

En consecuencia es necesario tener mucho cuidado al determinar el valor que asumen las diferentes variables económicas asociadas al sector turismo. Tomando en cuenta el ejemplo anterior, será necesario efectuar la diferencia de los gastos en transporte que realizan los turistas, del gasto efectuado en el mismo servicio por los residentes del país.

Este documento tiene por objetivo presentar una metodología, que permita estimar el ingreso generado por el sector turismo receptivo, tomando como punto de referencia el comportamiento de las variables que lo determinan. La metodología apunta a determinar pautas para establecer la importancia del turismo como generador de divisas; por este motivo, queda fuera de los propósitos de este trabajo el análisis de los beneficios que reporta el turismo interior.

Antes de proceder a la descripción de la metodología propuesta, en el capítulo segundo se presenta una breve descripción de las principales características del turismo receptivo y los lineamientos de política establecidos por el Gobierno para el desarrollo de este sector.

El capítulo tres, el más importante del documento, ha sido destinado a la presentación de la propuesta metodológica para estimar el ingreso generado por el turismo receptivo.

Una vez establecida la metodología de cálculo, en el capítulo cuarto se presenta su aplicación, estimando el ingreso turístico para la gestión 1994. Asimismo, se presentan algunas proyecciones para el año 1997, a partir de información histórica sobre el flujo de visitantes extranjeros y el modelo para estimar el ingreso propuesto en este trabajo. Para las proyecciones se contemplan dos escenarios: en el primero se asume que la estrategia de desarrollo sectorial (capítulo dos) se ejecuta con éxito; mientras que en el segundo escenario, se supone que no se ejecuta la estrategia.

El quinto capítulo presenta la metodología utilizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) para la estimación del gasto de los turistas extranjeros en Bolivia. Las estimaciones oficiales del

INE son las que adopta para su trabajo la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR). La descripción del procedimiento de cálculo empleado por el INE, permite efectuar comparaciones con la metodología propuesta en este trabajo.

Finalmente, el capítulo sexto, ha sido destinado a la presentación de las conclusiones del trabajo; se orientan a describir la principales limitantes para el empleo de la metodología propuesta, algunas consideraciones sobre los resultados obtenidos y otras conclusiones en relación a las diferencias y similitudes entre la metodología propuesta y el procedimiento utilizado por el INE.

2. EL TURISMO RECEPTIVO EN BOLIVIA¹

2.1 Situación Actual

El turismo en Bolivia, representa un componente de relativa, pero potencial importancia en la estructura económica nacional. Según la SENATUR, el aporte al Producto Interno Bruto (PIB), en 1994 ha sido del 3.2%. Los ingresos calculados para la misma gestión alcanzan a \$us. 130,6 millones (un 11,4% más que los \$us. 117,2 millones registrados en 1993); los puestos de trabajo que genera el sector son aproximadamente 40.000, entre empleos directos e indirectos. El aporte tributario del turismo supera los \$us. 20 millones.

El flujo de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje ha registrado un 18.8% de incremento en 1994, alcanzando a 320.000 registros de extranjeros generando divisas que representan el 12.2% de las exportaciones. En 1995 se registraron 351.000 visitantes del exterior; aproximadamente un 10% más que en 1994. La tasa de crecimiento media para el período 1982-1994 ha sido del 7.61% (véase Cuadro No. 7 del anexo).

Entre los principales resultados que arroja la "Encuesta al Turismo Receptivo" realizada por la SENATUR en 1994, se pueden destacar los siguientes:

¹ Un especial agradecimiento a los funcionarios de la Dirección de Planificación de SENATUR, por la información facilitada y sus importantes comentarios.

CUADRO No. 1
 ENCUESTA AL TURISMO RECEPTIVO 1994
 PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE
 (Porcentajes)

¡Error! Marcador no definido.	Vacaciones	:	44.10
	Visita Parientes/amigos	:	11.50
	Reuniones/Negocios	:	37.17
	Tratamiento de Salud	:	0.79
	Religión	:	1.68

Fuente: SENATUR.

A partir del análisis del Cuadro No. 1, es posible concluir que los visitantes extranjeros que son "turistas", corresponden a las categorías de: vacaciones, visita parientes/amigos, tratamiento de salud, religión y otros. La suma de éstas cuatro categorías representan el 62.83 por ciento del total. Es decir, del total de visitantes extranjeros en 1994, 63% son turistas y 37% no son turistas.

Los cuadros a continuación presentan: la estadía media según el origen del turista; la estadía media para los principales mercados emisores; la estructura general del gasto de los turistas, según origen; la situación y condiciones en la que los turistas llegaron a Bolivia.

CUADRO No 2
 ENCUESTA AL TURISMO RECEPTIVO 1994
 ESTADIA MEDIA
 (En Días)

¡Error! Marcador no definido.	Sudamérica	:	8.8
	Europa	:	17.0
	Norteamérica	:	13.0
	Centroamérica	:	10.0

Fuente: SENATUR.

Los principales mercados emisores registran las siguientes estadías.

CUADRO No. 3
ENCUESTA AL TURISMO RECEPTIVO 1994
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES
(En días)

¡Error! Marcador no definido. País	
Perú	9.2
Estados Unidos	13.5
Argentina	9.9
Brasil	8.0
Alemania	19.8
Chile	9.3
Francia	19.0
Inglaterra	16.0
España	13.7
Suiza	15.5

Fuente: SENATUR.

CUADRO No. 4
ENCUESTA AL TURISMO RECEPTIVO 1994
ESTRUCTURA GENERAL DEL GASTO TURISTICO
(Porcentajes)

¡Error! Marcador no definido.		Sudam.	Centroam.	Norteam.		
Alojamiento	27.8	25.1	25.5	33.8	15.7	29.0
Alimentación	15.8	21.3	13.8	18.6	6.8	15.7
Transporte	17.7	18.9	17.6	20.7	23.1	19.4
Artesanías	11.7	11.7	9.3	7.9	10.7	10.0
Recreación	12.0	14.5	9.4	8.5	11.5	10.2
Otros	15.0	8.5	24.4	10.5	32.2	15.7
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: SENATUR.

CUADRO No 5
ENCUESTA AL TURISMO RECEPTIVO 1994
SITUACION DEL VIAJE
(Porcentajes)

¡Error! Marcador no definido. Solos	
En Familia	: 11.99
En Grupo	: <u>43.01</u>
TOTAL	: 100.00

Fuente: SENATUR.

CUADRO No 6
ENCUESTA AL TURISMO RECEPTIVO 1994
CONDICION DEL VIAJE
(Porcentajes)

¡Error! Marcador no definido. Turismo	
Indep. :	77.60
Turismo Org. :	<u>22.40</u>

Fuente: SENATUR

2.2. Política Sectorial

2.2.1 Antecedentes

La política para el desarrollo del sector turismo viene explícita en el documento: "Plan Estratégico de Turismo 1993-1997-2003", presentado por el Ministerio de Desarrollo Económico, a través de la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR).

Este Plan ha sido diseñado en el contexto de las reformas que viene ejecutando el Gobierno; es así que contempla los cambios sustanciales del rol del Estado en el desarrollo económico y social del país, la nueva estructura del Poder Ejecutivo (Ley 1493), Participación Popular, Descentralización Administrativa, etc.

Asimismo, el Plan busca la concertación de políticas con otros sectores de la economía íntimamente relacionados con el turismo, tal el caso del sector transportes. Por ejemplo, uno de los objetivos de la política del sector transportes es poner en funcionamiento los corredores interoceánicos; en forma complementaria la política del sector turismo busca, el desarrollo de servicios turísticos en el área de influencia de los corredores.

El vínculo entre atractivos turísticos, infraestructura existente, servicios disponibles, capacidad institucional y comunitaria, para relacionarlos entre sí y aprovecharlos de forma sostenible, manteniendo respeto por la cultura y sin deterioro del medio ambiente, son las nuevas líneas directrices para la promoción del desarrollo turístico.

2.2.2 Objetivos y Metas del Plan

Considerando los lineamientos globales descritos en párrafos anteriores, se han establecido los objetivos siguientes:

i. Objetivos

Corto Plazo

- Consolidar y diversificar la oferta turística nacional.
- Insertar competitivamente el producto turístico boliviano en el mercado turístico internacional.
- Transferir gradualmente las funciones de fomento y control del turismo a las instancias regionales y municipales.

Mediano Plazo

- Concluir los estudios de preinversión, ordenamiento territorial y normativo en las regiones identificadas para la instalación del "Complejos Integrales de Desarrollo Turístico" (CDTI's).
- Promoción de Inversiones.

Largo Plazo

- Ejecución gradual de inversiones públicas y privadas en los CDTI's de acuerdo a estudios de preinversión.

ii. Metas

De estos objetivos se derivan metas concretas para el año 1997 con un flujo de 420.000 visitantes extranjeros registrados en establecimientos de hospedaje, 220 millones de dólares por ingresos de turismo receptivo, 100 millones de dólares de inversión privada adicional y 75.000 empleos directos e indirectos.

2.2.3 Componentes del Plan

El Plan de Desarrollo Turístico, contempla la ejecución de estrategias relacionadas con la oferta turística, la promoción de la demanda, mejoramiento de servicios, fomento a las inversiones y coordinación interinstitucional.

i. Estrategia de Oferta

Para aumentar la cantidad y calidad de la oferta turística nacional, se hace necesario definir la "imagen de posicionamiento" del país en el contexto internacional. La consideración de las principales características de los recursos (naturaleza y cultura) se traduce en el lema:

"BOLIVIA: ETNOECOTURISMO de la AMAZONIA A LOS ANDES"

que refleja la potencialidad y orientación del turismo en Bolivia y además, ubica apropiadamente al país en el mercado internacional.

A través del uso de metodologías y procedimientos recomendados internacionalmente, se ha realizado una "Inventariación del Patrimonio Turístico Nacional", registrándose 1.340 atractivos

que una vez estructurados y compatibilizados con servicios e infraestructura de acceso han permitido definir el "Espacio Turístico de Bolivia". Este trabajo ha permitido seleccionar regiones con mayor potencial para la inversión privada y para las acciones del sector público.

A partir de este análisis nacen los programas de: Centros de Asistencia al Turista (CAT's), Complejos de Desarrollo Turístico Integral (CDTI's), Apoyo al Inversionista y Apoyo a los Municipios.

En primer lugar, los **Centros de Asistencia al Turista** son infraestructuras destinadas al desarrollo de las comunidades receptoras de turistas a través de la prestación de servicios al visitante, incentivando la capacidad productiva y autogestionaria de la población beneficiaria. Sus principales características son:

- Infraestructura modular basadas en las características arquitectónicas de la unidad habitacional campesina del piso ecológico donde se ubica.
- Ambientes específicos para la producción y exposición artesanal y de legado cultural.
- Infraestructura mínima de servicios conexos para el visitante; información, alimentación, hospedaje y otros.
- Introducir el uso y difusión de fuentes energéticas alternativas y de escasa o nula contaminación ambiental.
- Capacitación de los recursos humanos locales.
- Involucrar directamente y concientizar a la población en la actividad turística.

Los CAT's serán localizados en puntos estratégicos de la geografía nacional donde existan atractivos turísticos con potencial para desarrollarse. Para el funcionamiento de cada uno de estos Centros se contempla la inversión en la construcción de infraestructura de hospedaje, restaurantes, centros de información, primeros auxilios, áreas artesanales, un museo "in situ" y otros servicios complementarios como son la dotación de energía eléctrica, comunicaciones, etc.

El funcionamiento de los CAT's tendrá el impacto de absorber los flujos actuales y generar flujos turísticos adicionales hacia estas zonas, desarrollando una demanda de servicios turísticos, que al ser creciente, requerirá de mayores inversiones en la oferta del servicio, lo que se espera se constituya en un incentivo para la atracción de capitales privados.

Inicialmente, se ha detectado más de 20 Centros Turísticos que deberán desarrollarse para promover la actividad sectorial en el país.

Con excepción de Oruro, Potosí y Trinidad, los CAT's se localizan fuera de las Capitales de Departamento, donde actualmente se concentra el Turismo Receptivo. La idea de localizar estos Centros fuera de las capitales Departamentales denota la necesidad de desarrollar los atractivos turísticos potenciales, fomentando una mayor permanencia promedio de los visitantes con la consecuente mayor captación de ingresos para el país.

Los CAT's tienen el objetivo de consolidar la oferta actual, mediante la satisfacción de los requerimientos de los visitantes extranjeros, sin modificar sustancialmente la "estructura productiva" del turismo.

En segundo lugar, los **Complejos de Desarrollo Turístico Integral** constituyen el proyecto principal para desarrollar el turismo en el mediano plazo. Consisten en realizar un estudio integral en 10 regiones del país que cuentan con recursos turísticos capaces de conformar productos competitivos en el ámbito internacional, los mismos que mediante un ordenamiento territorial culminan en la identificación de equipamiento e infraestructura necesaria, además de los reglamentos para su operación. Adicionalmente como resultado de este estudio se definirán las inversiones públicas y privadas necesarias.

En otras palabras, los CDTI's son un conjunto de infraestructuras y servicios que ponen en valor a un conglomerado de atractivos turísticos de jerarquía internacional que tienen por objeto crear una oferta competitiva. Sus características son:

- Localizados fuera de las capitales departamentales, articulando el espacio turístico en un área de influencia significativa y representativa tanto física como turísticamente.
- Promueve el desarrollo de la gran, mediana y pequeña empresa turística.
- Tiene efectos de encadenamiento con otros sectores de la realidad cultural, social y económica en el ámbito local, regional y nacional.

Los CDTI's tienen el rol de modificar el carácter de inserción del producto nacional en el mercado internacional, porque se orienta a la oferta de un producto de mayor calidad que se traducirá en un cambio en los actuales promedios de gasto diario de los turistas extranjeros que visitan el país.

Finalmente, la localización de los CDTI's también responde a la idea de aprovechar los "Corredores de Exportación"; es decir, la infraestructura de acceso a los CDTI's serán las carreteras mejoradas o construídas para poner en marcha estos Corredores. En este punto se nota una interesante coherencia entre la Política del Sector Turismo y la Política Macroeconómica Global, en especial, con la del sector transportes.

En tercer lugar, el programa de **apoyo al inversionista** consiste en la identificación de circuitos prioritarios y proyectos específicos que requieren de un efectivo apoyo, se dispondrá el funcionamiento de una unidad específica para este fin.

Finalmente, el programa de **apoyo a los municipios** está en concordancia con las disposiciones vigentes en relación a la Participación Popular y la Reforma Educativa. Consiste en involucrar y lograr una participación activa de los municipios y comunidades donde existen recursos turísticos importantes.

El trabajo de los municipios no sólo es importante en la perspectiva de desarrollar el turismo receptivo, sino principalmente debe dinamizar el turismo interno otorgando servicios y facilidades

sobre cuya base recién se potenciará el externo.

ii. Estrategia de Demanda

En base al análisis histórico de la estructura y composición de los mercados turísticos efectivos y de las características evolutivas del turismo internacional, en particular de los mercados emergentes; en términos de demanda de turismo receptivo, los esfuerzos se deben centrar en promocionar Bolivia como país turístico en los siguientes mercados: regional (Argentina, Chile, Brasil); norteamericano (Estados Unidos, Canadá) y europeo (Alemania, Francia, Suiza, España, Italia, Inglaterra, Países Nórdicos).

Si bien los países asiáticos no han tenido históricamente un peso importante en el total de turistas que visitan Bolivia, resulta importante que la estrategia de demanda incluya acciones de promoción de Bolivia como país turístico en estos mercados, principalmente Japón, puesto que los habitantes de éste país son proclives a realizar turismo masivo en otras regiones del mundo (principalmente Europa, Estados Unidos y el Caribe), y además, disponen de un elevado poder adquisitivo que les permite realizar importantes gastos en los países que visitan. En consecuencia, la estrategia de demanda sería más completa si al margen de consolidar los mercados actuales, se incluyeran acciones de promoción que posibiliten el aumento del flujo de turistas provenientes del Asia. Por supuesto, para esto será necesario un presupuesto adicional.

Las actividades promocionales en cada uno de los mercados requiere de un "mix" de instrumentos diferentes, en función de las características peculiares a cada uno de ellos y en atención a las limitaciones presupuestarias para este propósito.

Para la promoción de "Bolivia Turística" en los mercados externos, se ha definido el uso de los siguientes instrumentos:

- Participación en feria y eventos especializados de turismo en el ámbito internacional.
- Realización de "workshops" específicos en los mercados regionales.
- Utilización de los Agregados Comerciales de las Embajadas en el exterior.
- Funcionamiento de oficinas de promoción turística en los principales mercados de Norteamérica y Europa.
- Viajes de "familiarización" de Operadores de los principales medios y mercados.

Estas acciones se realizan de manera concertada entre el sector público y el sector privado, en función de las prioridades nacionales y las del sector. La concertación se traduce también en una participación financiera, inicialmente para la asistencia a ferias internacionales, constituyéndose en un primer paso para la conformación de una "FUNDACION PARA LA PROMOCION TURISTICA", entidad que, mayoritariamente dirigida por el sector privado, administrará recursos mixtos para obtención de financiamiento externo.

iii. Estrategia de Servicios

Un punto muy importante en la conformación de la oferta turística nacional, es el relacionado con garantizar una adecuada calidad de los servicios, optimizando la relación calidad-precio-promoción.

Para este fin, la sanción del **Reglamento General de Turismo** es una de las herramientas que permitirá regular a los diferentes sub-sectores (hoteles, empresas de turismo, transportadores, guías, restaurantes, etc). En forma complementaria deben ponerse en marcha mecanismos de **supervisión y garantía del nivel de calidad**, inicialmente en forma coordinada con el sector privado; posteriormente, estos mecanismos de control de calidad deben ser paulatinamente transferidos a los municipios. Finalmente, acciones de **capacitación** del personal que trabaja en empresas de turismo, sin lugar a dudas, contribuirán a elevar la calidad de los servicios.

iv. Estrategia de Inversión

El desarrollo del sector turismo depende de la creación de infraestructura básica y de servicios mediante inversiones directas públicas y privadas. La SENATUR, cumpliendo su rol estatal efectuará los estudios de preinversión y fomentará la inversión privada y de otras instancias públicas.

Se tiene prevista la conformación de un **"Fondo de Desarrollo Turístico"**, que tendrá el propósito de facilitar el acceso de los empresarios, principalmente rurales, al crédito en condiciones atractivas para su inversión (garantías, tasa de interés, plazos, períodos de gracia, etc).

Para ejecutar la estrategia de desarrollo turístico se ha obtenido un crédito por parte del BID, destinado a financiar las actividades siguientes:

- Estudios de ordenamiento territorial y promoción de inversiones para cuatro CDTI's (Cachuela Esperanza, Misiones Jesuíticas, Cordillera Real y Uyuni), por un monto de \$us. 1.750.000.-
- Valoración turística de cinco lugares arqueológicos, construcción de centros de servicios de recepción al turista en Tiwanaku, Inkallajta, Samaipata, Llica y Trinidad, por un monto total de \$us. 1.000.000.-
- Capacitación Turística, con un monto de \$us. 500.000.-
- Promoción y apoyo a la comercialización en cuatro mercados prioritarios (EEUU, Argentina, Brasil y Chile).

La realización de estas actividades con financiamiento asegurado se iniciará en agosto de 1996 y posibilitará avanzar en la ejecución de la estrategia descrita.

v. Estrategia de coordinación interinstitucional

La coordinación interinstitucional es de vital importancia en el propósito de alcanzar los objetivos planteados y garantizar la ejecución de las acciones establecidas.

En el ámbito público, la SENATUR mediante su oficina central y sus oficinas departamentales impulsará el funcionamiento del "Comité de Desarrollo Turístico", conformado por las principales entidades regionales, Prefectura, Municipalidad y otras, además de los gremios privados del turismo.

Asimismo, es importante la compatibilización de actividades de la SENATUR con las Secretarías de Participación Popular, Medio Ambiente, Cultura y Asuntos Etnicos; esto posibilitará dar continuidad al desarrollo de las actividades propuestas. Por otra parte, y ante las limitaciones financieras para la ejecución de varios proyectos, se realiza un trabajo directo de gestión con el Fondo de Desarrollo Campesino, Fondo Nacional de Desarrollo Regional y Fondo de Inversión Social.

Finalmente, la participación del sector privado es fundamental por cuanto se constituye en el ejecutor de todas las acciones y por su intermedio se viabilizan las estrategias sectoriales. Por esto resulta vital la concertación con la Cámara Boliviana de Hotelería, Asociación Boliviana de Agencias de Viaje y Turismo, Cámara Nacional de Operadores de Turismo, Asociación de Líneas Aéreas, Asociación de Guías de Turismo, etc.

3. METODOLOGIA ESTADISTICA PARA LA ESTIMACION DE LOS INGRESOS POR TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

Como punto de partida, es importante tener claramente definidos los conceptos de turismo y turismo receptivo; asimismo, es importante plantear los "supuestos" base para el desarrollo del trabajo.

3.1 Conceptos y Supuestos Básicos

3.1.1 Conceptos

i. Turismo

La concepción de turismo que se adopta en el presente trabajo, es la planteada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo que define: "turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos desplazamientos no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal"².

Esto permite concluir que no todos los visitantes extranjeros son turistas sino sólo aquellos que no generan ningún tipo de valor agregado para sí mismos ni para ningún tipo de empresa, institución o gobierno extranjero al que pudiesen representar. Desde que algún visitante extranjero genera algún tipo de valor agregado para él mismo o para quien represente, deja de ser considerado "turista".

² Manuel Figuerola Palomo, "Manual para el Estudio de la Economía Turística en el Ambito Macroeconómico", JUNAC-OMT-CEE, 1989.

Dicho de otra forma, en la medida que los visitantes extranjeros efectúan gastos de consumo final, pueden ser catalogados como turistas; al contrario si los gastos de los visitantes extranjeros corresponde al consumo intermedio, no son turistas; desde el punto de vista económico y de las estadísticas sectoriales.

Una conceptualización similar fue formulada por A.P. San Román y define a turista como: "aquella persona que, con motivo de un desplazamiento, efectúa un gasto de renta en lugar distinto de aquel en que se origina dicha renta y en el cual no reside habitualmente"³.

En base a lo definido en párrafos anteriores, se concibe al turismo como: "un acto que supone desplazamiento que conlleva el gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios, que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa"⁴. Los factores que condicionan la caracterización económica del turismo son:

- desplazamiento del lugar de residencia habitual,
- gasto de renta previamente obtenida,
- consumo de bienes y servicios,
- generación de riqueza y,
- ejecución de inversiones previas.

ii. Turismo receptivo y turismo emisor

El turismo puede ser interno (desplazamientos dentro de un mismo país) y externo (desplazamientos entre países). Ahora bien, el turismo internacional puede ser dividido en dos grandes grupos: turismo emisor y turismo receptivo. El turismo emisor se relaciona con el desplazamiento de nacionales hacia el exterior; mientras que el turismo receptivo conlleva la atracción de turistas extranjeros hacia el país.

Se trata pues, de proponer una metodología que permita estimar, con la mayor exactitud posible, el ingreso que representa para Bolivia el turismo receptivo; es decir, el gasto de los turistas extranjeros que visitan Bolivia.

3.1.2 Supuestos

i. Supuesto de origen del turista (Mercado Emisor)

El ingreso para Bolivia, generado por el turismo receptivo puede definirse como la suma de los

³ Idem.

⁴ Idem.

gastos que realizan los turistas procedentes de diferentes partes del mundo.

Para simplificar el análisis, se han clasificado a los visitantes de Bolivia en categorías según su procedencia; son siete: Sudamericanos, Norteamericanos, Centroamericanos, Europeos, del Asia, Oceanía y Africanos.

ii. Supuestos sobre la estructura del gasto de los turistas que visitan Bolivia

Es necesario definir los principales ítems de gastos que realizan los turistas extranjeros cuando visitan el país. Se han establecido las seis categorías siguientes: hospedaje (H), alimentación (A), transporte (T), compra de souvenirs (S), gastos de recreación (R) y gastos varios (V). La ventaja de esta clasificación es que permitirá estimar el ingreso turístico según los sub-sectores que lo generan.

3.2. Procedimiento de Cálculo

Desde un punto de vista general, el ingreso para Bolivia en un determinado período de tiempo (t), generado por el turismo receptivo, dependerá de variables como: el número de turistas que visitan el país en este mismo período (N), la estadía promedio en días (D) y el gasto promedio diario de los turistas (K).

Dado que el poder adquisitivo de los visitantes de diversas partes del mundo es diferente, es correcto suponer que según su origen, el visitante extranjero estará más o menos días en Bolivia y gastará más o menos dinero. Por esta razón resulta metodológicamente aconsejable, en aras de una mayor precisión, estimar el ingreso turístico para cada una de las siete regiones emisoras, definidas en este documento. Posteriormente, se obtendrá el Ingreso Total a partir de la adición de los ingresos generados por las distintas regiones emisoras.

3.2.1 La Ecuación del Ingreso

El ingreso que generan los turistas que visitan Bolivia, en un determinado período de tiempo estará dado por el producto del número de visitantes que ingresan al país por el promedio de días de permanencia y multiplicado por el gasto promedio diario de los visitantes ponderado por los rubros de: hospedaje (H), alimentación (A), transporte (T), compra de souvenirs (S), gastos de recreación (R) y gastos varios (V).⁵

La expresión matemática de esta proposición se presenta en la ecuación siguiente:

$$Y_{it} = [(N_{it} * D_{it})(K_{it} H_{it} + K_{it} A_{it} + K_{it} T_{it} + \\ + K_{it} S_{it} + K_{it} R_{it} + K_{it} V_{it})]$$

⁵ Información estadística sobre estas variables se encuentran en los resultados de la "Encuesta al Turismo Receptivo", realizada por la Secretaría Nacional de Turismo (véase Cuadro No. 1 del Anexo).

donde:

Y_{it} : Ingreso para Bolivia, generado por los visitantes extranjeros del i-ésimo origen en el año t.

N_{it} : Número de visitantes extranjeros del i-ésimo origen en el año t.

D_{it} : Días promedio de permanencia de los visitantes del i-ésimo origen en el año t.

K_{it} : Gasto promedio diario de los visitantes extranjeros del i-ésimo origen en Bolivia, en el año t.

H_{it} : Proporción del gasto promedio diario de los visitantes extranjeros del i-ésimo origen para hospedaje, en el año t.

A_{it} : Proporción del gasto promedio diario de los visitantes extranjeros del i-ésimo origen en alimentación, en el año t.

T_{it} : Proporción del gasto promedio diario de los visitantes extranjeros del i-ésimo origen en transporte, en el año t.

S_{it} : Proporción del gasto promedio diario de los visitantes extranjeros del i-ésimo origen en compra de souvenirs (artesanías), en el año t.

R_{it} : Proporción del gasto promedio diario de los visitantes extranjeros del i-ésimo origen en recreación, en el año t.

V_{it} : Proporción del gasto promedio diario de los visitantes extranjeros del i-ésimo origen en varios.

i varía de 1 a 7 donde; 1 es Sudamérica, 2 Norteamérica, 3 Centroamérica, 4 Europa, 5 Asia, 6 Oceanía y 7 Africa. Por tanto, el Ingreso Turístico en el período t (YT_t) estará dado por la sumatoria del ingresos generados por los visitantes de las diferentes partes del mundo, ponderado por un factor Z que representa la proporción de visitantes extranjeros que son turistas, matemáticamente esto puede expresarse de la manera siguiente:

$$YT_t = \sum_{i=1}^n Y_{it} * Z_{it} ; 0 \leq Z \leq 1$$

4. APLICACION DE LA METODOLOGIA

4.1 Estimación del Ingreso Turístico en 1994

En el anexo al presente documento se presentan las estimaciones realizadas, con la metodología propuesta. En el Cuadro No. 1 se presentan las variables utilizadas para el cálculo. El ingreso estimado obtenido alcanza alrededor de \$us. 167 millones (véase Cuadro No. A-2 del Anexo).

El número de visitantes extranjeros en 1994 fue de 319.578 distribuidos como se muestra a continuación:

CUADRO No. 7
BOLIVIA: INGRESO DE VISITANTES EXTRANJEROS 1994

¡Error! Marcador no definido.Origen		
Sudamérica	145.890	45.65
Centroamérica	6.699	2.09
Norteamérica	41.232	12.90
Europa	104.494	32.70
Asia	17.120	5.36
Oceanía	3.474	1.09
Africa	<u>669</u>	<u>0.21</u>
TOTAL	319.578	100.00

Fuente: SENATUR.

De los 319.578 visitantes extranjeros, un 63% fueron turistas (véase Cuadro No. 1 de la página 120), es decir 201.334 que han generado los aproximadamente \$us 167 millones de ingreso para el sector.

4.2 Distribución del Ingreso Turístico en 1994

Otra de las posibilidades que presenta el uso de la metodología propuesta en el presente trabajo, es que se hace posible determinar la distribución del ingreso generado según subsectores de la actividad turística.

La estructura general del gasto de los turistas que visitan Bolivia (Cuadro No. 4 de la página 5), muestra que la mayor proporción es destinada al hospedaje con 29 por ciento, luego el transporte interno con un 19.4 por ciento y la alimentación 15.7 por ciento. En el Cuadro No. A-3 del anexo se presentan los resultados obtenidos en forma nominal y revelan que estos sub-sectores han percibido por concepto de turismo receptivo del exterior 47.6 millones de dólares, 31.9 millones de dólares y 26.5 millones de dólares respectivamente.

4.3 Proyecciones del Ingreso Turístico y su Distribución

A continuación se presentan dos escenarios para el año 1997, el primero toma en cuenta la ejecución de la "Estrategia de Desarrollo Turístico" y el otro considera previsiones pasivas en función del comportamiento anterior del sector.

4.3.1 Escenario No. 1: Con la Ejecución de la Estrategia de Desarrollo Turístico

En este primer escenario se considera que el gobierno ejecuta la "Estrategia de Desarrollo Turístico de Bolivia" (Etnoecoturismo de la Amazonía a los Andes). Esta estrategia presenta algunas metas a ser alcanzadas en la gestión 1997. Si se cumplen estas metas significa que el flujo de turistas extranjeros hacia Bolivia crecerá a una tasa cercana al 31% durante el período 1994 - 1997. Con ésta tasa de crecimiento (véase Cuadro No. A-4 del anexo), el volumen de visitantes extranjeros en 1997 será aproximadamente de 420.000 personas.

Para proyectar el ingreso turístico en el año 1997, considerando la ejecución de la Estrategia de Desarrollo Sectorial, se ha recurrido al uso de los siguientes supuestos (bastante conservadores):

- El gasto promedio diario de los visitantes extranjeros observado en 1994, aumenta en 5 dólares hasta la gestión 1997.
- La estadía promedio de los visitantes extranjeros observada en 1994, aumenta en dos días hasta la gestión 1997.
- La distribución del gasto de los visitantes extranjeros observada en 1994, permanece constante hasta la gestión 1997.
- La proporción de visitantes extranjeros que son turistas permanece constante hasta 1997 (63%).
- La estructura de la distribución del ingreso observada en 1994, permanece constante hasta 1997.

Bajo estos supuestos, con la ejecución de la política sectorial se obtienen las proyecciones siguientes:

i. Ingreso Turístico en 1997: 276.967 miles de dólares

ii. Distribución del Ingreso

La proyección sobre la distribución del ingreso por turismo receptivo, suponiendo la exitosa ejecución de la Estrategia (Escenario No. 1), se muestra en el Cuadro No. 8 a continuación.

CUADRO No. 8

¡Error! Marcador no definido. Sub-Sector	
Hospedaje	78.805
Alimentos	43.920
Transporte	52.885
Souvenirs	27.687
Recreación	28.947
Varios	<u>44.752</u>
Total	276.967

Fuente: Elaboración Propia.

Para mayor detalle sobre las proyecciones, véanse los Cuadros No. A-4, A-5 y A-6 del anexo.

4.3.2 Escenario No. 2: Sin la ejecución de la estrategia de desarrollo turístico

En este segundo escenario se considera que el gobierno no ejecuta la "Estrategia de Desarrollo Turístico de Bolivia" . Esto significa que el flujo de turistas extranjeros hacia Bolivia crecerá al mismo ritmo que se ha registrado en los últimos doce años; o sea al 7.61% (ver Cuadro No. A-7 del Anexo). Si se mantiene en los próximos años esta tasa de crecimiento, el volumen de visitantes extranjeros en 1997 será aproximadamente de 398 mil personas (véase Cuadro No. A-8 del Anexo).

Con la misma metodología empleada en el escenario 1, se han realizado proyecciones para una hipotética situación en la que el gobierno no ejecuta la política sectorial, los resultados obtenidos se presentan a continuación.

i. Ingreso turístico en 1997: 208.588 miles de dólares

ii. Distribución del ingreso

A continuación, en el Cuadro No. 9, se presenta la proyección de la distribución del ingreso, suponiendo que no se ejecuta la Estrategia de Desarrollo Turístico (Escenario No. 2).

CUADRO No. 9
DISTRIBUCION DEL INGRESO TURISTICO 1997

¡Error! Marcador no definido.Sub-	
Hospedaje	59.385
Alimentos	33.071
Transporte	39.871
Souvenirs	20.764
Recreación	21.717
Varios	<u>33.780</u>
TOTAL	208.588

Fuente: Elaboración Propia.

Para mayor información sobre estas proyecciones, ver los Cuadros No. A-8, A-9 y A-10 del anexo.

El Cuadro No. 10, a continuación, muestra en forma resumida los resultados de las proyecciones, sobre el comportamiento de algunas variables relativas al turismo receptivo en 1997. Se contemplan los dos posibles escenarios: con la exitosa ejecución de la estrategia de desarrollo sectorial y, sin la ejecución de esta estrategia.

CUADRO No. 10
RESUMEN DE PROYECCIONES PARA 1997

¡Error! Marcador no definido.	ESCENARIO No. 1	
Visitantes Extranjeros	420.000	398.000
Turistas	264.600	250.740
Ingresos (miles de \$us.)	276.967	208.588

Fuente: Elaboración Propia.

Nótese que con la ejecución de la estrategia de desarrollo turístico (Escenario No. 1), los resultados obtenidos en cuanto al flujo de turistas y el ingreso sectorial generado son mayores a los proyectados en caso de no ejecutarse la política sectorial (Escenario No. 2). El número de turistas que visitarían Bolivia, con la ejecución de la estrategia, es un 6 por ciento mayor al que se obtendría sin la ejecución de la política sectorial Asimismo, los ingresos generados por el turismo receptivo en el primer escenario superan en casi 33 por ciento a los que podrían obtenerse en el segundo escenario.

5. METODOLOGIA UTILIZADA POR EL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS⁶

5.1 Conceptos y Definiciones Generales

Antes de abordar el procedimiento metodológico que emplea el INE para estimar el gasto de los turistas extranjeros en Bolivia, es importante anotar algunos conceptos en base a los que posteriormente se desarrolla la metodología.

CUENTA VIAJES de la balanza de pagos. Esta cuenta comprende los bienes y servicios que los "viajeros" adquieren en una economía para su uso propio durante su estancia en ella. Los débitos en la cuenta viajes corresponden a los gastos de nacionales en el exterior, mientras que los créditos son los gastos de los visitantes extranjeros en Bolivia.

La cuenta viajes de la balanza de pagos constituye una sola partida con tres componentes: viajeros por motivos de negocios, estudiantes y, otros viajeros (en esta última se incluyen los turistas). Por tanto, se estima el ingreso generado por el sector turismo receptivo a partir de los créditos en la categoría "otros viajeros" de la cuenta viajes de la balanza de pagos.

VIAJERO. Se define a la persona que no es residente de una economía, pero que permanece en ella menos de un año por cualquier motivo, excepto los destinados a bases militares o instituciones gubernamentales.

TURISTA. Se adopta la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), idéntica a la formulada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo y otras similares presentadas en este documento, donde se caracteriza al turismo como las actividades de las personas que se desplazan a un país, lugar distinto de su entorno habitual, por menos de un determinado tiempo y por un motivo principal, distinto al de ejercer alguna actividad que se remunere en el lugar visitado y donde:

- La noción de "entorno habitual" excluye como turísticos los desplazamientos dentro del lugar de residencia, y los que tienen carácter rutinario.
- La noción de "duración por menos de un determinado tiempo" implica que excluyen las migraciones de largo plazo.
- La noción "motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado", implica que se excluyen los movimientos migratorios temporales de carácter laboral.

5.2 Fuentes de Información

Se obtiene información sobre el ingreso de viajeros a Bolivia, a partir de registros administrativos de migraciones en aeropuertos, ferrocarriles, puntos fronterizos vía terrestre y capitanías de puerto (fluvial-lacustre). Esta información se cruza con la estructura, "motivo de viaje", obtenida de la encuesta de Gasto, realizada en 1988. Así se estima la llegada de viajeros a

⁶ Se agradece al Sr. Xavier Zenteno, funcionario del INE, por la información otorgada.

establecimientos de hospedaje, casas de familiares y amigos, según motivo de viaje.

5.3 Procedimiento

Se construye una matriz de pernoctaciones a partir de la información sobre el ingreso de viajeros y se la multiplica por otra matriz de tarifas promedio según categoría hotelera. Este procedimiento permite estimar el gasto en alojamiento, según motivo de viaje.

El gasto en compras y otros gastos (alimentación y transporte) se obtiene en función del gasto en alojamiento, en base a la información de establecimientos de hospedaje para el año de estudio (1994), siguiendo la estructura de la encuesta turística realizada en 1988 y considerando un gasto diario promedio de los turistas equivalente a 88 dólares.

6. CONCLUSIONES

6.1 Limitaciones para el Empleo de la Metodología Propuesta

La carencia de información estadística; es decir, la ausencia de series históricas sobre el comportamiento de las variables empleadas en el procedimiento propuesto para estimar el ingreso generado por el turismo receptivo, se constituye en el principal obstáculo para su cálculo en forma periódica. Asimismo, dificultan las proyecciones que puedan realizarse.

La SENATUR efectúa (no periódicamente) una "Encuesta al Turismo Receptivo", en la que se investiga las características de los extranjeros que visitan el país.

El tamaño de la muestra de la encuesta es cercano a 1.000 visitantes extranjeros entrevistados; para poder utilizar eficientemente la metodología propuesta, deberá recurrirse a una muestra mayor, de un tamaño tal que el margen de error no exceda al 5 por ciento.

Con datos principalmente obtenidos de esta última encuesta realizada por la SENATUR, se efectuó la estimación del ingreso para 1994, que se presenta en este documento.

A propósito de los datos estadísticos, las cifras sobre el flujo de visitantes extranjeros, utilizadas en el procedimiento alternativo propuesto, han sido obtenidas de las estadísticas hoteleras; esta fuente no es la mejor ya que, por ejemplo, un mismo visitante extranjero puede registrarse en un hotel de La Paz y otro de Santa Cruz lo que provoca un doble registro que se traduce en una sobre-estimación del flujo de visitantes extranjeros. La mejor fuente de información para esta variable es la generada por la oficina de migración, a partir de sus datos de todos los puntos de ingreso al país; esta es la fuente utilizada por el INE.

La metodología propuesta en este documento, podrá tomar como fuente los datos generados en la oficina de migración, si esta institución comenzara a generar información sobre los visitantes extranjeros en función de su origen.

Para la obtención de datos estadísticos sobre las otras variables necesarias para estimar el ingreso generado por el turismo receptivo, se recomienda incluir en los presupuestos de la SENATUR y del INE, los recursos necesarios para realizar la "Encuesta al Turismo Receptivo" en

forma periódica, por ejemplo, cada 2 años.

6.2 Resultados Obtenidos

Lo importante de este documento es que presenta una metodología de cálculo alternativa a la que actualmente emplea el INE; es sobre este procedimiento metodológico que deben centrarse futuras discusiones, la validez de los resultados obtenidos depende de la validez de la fuente de datos estadísticos empleados.

El ingreso turístico estimado en el presente trabajo para la gestión 1994 es 167 millones de dólares, cifra que comparada con los 130 millones de dólares estimados por el INE y asumidos por la SENATUR para el mismo año, representan una diferencia de cercana al 28 por ciento, que se explica fundamentalmente por la metodología de cálculo.

Por otra parte se puede concluir que, con la cifra estimada por el INE, en 1994 el turismo receptivo ha generado ingresos que representan el 2.30 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB). Con la cifra estimada con la metodología propuesta, los ingresos generados por el turismo receptivo son un 2.96 por ciento, como proporción del PIB.

Asimismo, con el procedimiento de estimación del INE, se concluye que los ingresos generados por el turismo receptivo representan el 12.5 por ciento de las exportaciones totales el año 1994; en cambio, el ingreso estimado con la metodología propuesta en el presente trabajo representa el 16 por ciento, como proporción de las exportaciones totales.

6.3 Similitudes y Diferencias entre la Metodología Propuesta y el Procedimiento del INE

En cuanto a similitudes, se debe destacar que ambos procedimientos estadísticos son desarrollados sobre la misma definición y concepto de turista.

La principal diferencia metodológica está en el hecho de que el INE no clasifica a los visitantes extranjeros según su origen; emplean una media general para estimar los días promedio de estadía y el gasto de los turistas.

La metodología que se propone en este documento se diferencia por el hecho de clasificar a los visitantes extranjeros según el mercado emisor, lo cual permite una mayor aproximación estadística. Es lógico suponer que el poder adquisitivo de los visitantes asiáticos es diferente de los visitantes sudamericanos; asimismo, tanto las estadía promedio y el gasto promedio de ambos grupos son también diferentes; aspecto que no se ha tomado en cuenta en la metodología empleada por el INE.

Por otra parte, también hay diferencias en el procedimiento de cálculo. El INE estima el gasto en hospedaje a partir de la multiplicación de la matriz de pernoctaciones por la matriz de tarifas hoteleras; determinando el gasto en otros rubros en base a la estructura tomada de la encuesta realizada en 1988.

La ventaja de la "metodología INE", por así llamarla, es que posibilita una estimación muy cercana a la realidad en lo que se refiere al gasto de los turistas extranjeros en hospedaje; en el

otro frente, la desventaja radica en que no permite obtener una desagregación detallada del gasto de los turistas en otros rubros. Además, toma como referencia la estructura de gasto obtenida de una antigua encuesta (1988) que seguramente con el paso de los años se ha modificado; al margen de ser una estructura de gasto antigua, es general y no contempla la incidencia que puede tener las diferencias en el poder adquisitivo de los turistas, según el origen de los mismos.

La metodología propuesta en este trabajo utiliza coeficientes fijos para ponderar el gasto de los turistas según ítem (hospedaje, alimentación, transporte, compra de souvenirs, etc.). Estos coeficientes fijos son obtenidos de la encuesta realizada en 1994 y pondera el gasto de los turistas según el origen de los mismos.

La ventaja del procedimiento propuesto en este documento es que permite estimar el gasto de los turistas extranjeros para cada uno de los sub-sectores que lo generan: hospedaje, alimentación, transporte, compras (souvenirs) y varios. La desventaja es que el estimado del gasto en hospedaje no es tan cercano a la realidad como lo es el cálculo del INE; esto se debe a que la metodología propuesta toma coeficientes fijos a partir de la información de una "muestra" estadística (cuyo tamaño y confianza puede ser otro tema de discusión), mientras que el INE estima gastos en hospedaje a partir del procesamiento de datos del "universo" estadístico.

ANEXO

CUADRO No. A-1: VARIABLES EMPLEADAS EN LA ESTIMACION DEL INGRESO TURISTICO EN 1994

PROCEDENCIA	INGRESO DE VISITANTES (N)	ESTADIA PROM. (En Días) (D)	GASTO PROMEDIO (Diario) (K)	COEFICIENTES DE DISTRIBUCION DEL GASTO						Total
				Hospedaje (H)	Alimentos (A)	Transporte (T)	Souvenirs (S)	Recreación (R)	Varios (V)	
SUDAMERICA	145,890	8.8	82.7	0.278	0.158	0.177	0.117	0.120	0.150	1
NORTEAMERICA	41,232	13.0	82.3	0.255	0.138	0.176	0.093	0.094	0.244	1
CENTROAMERICA	6,699	10.0	86.5	0.251	0.213	0.189	0.117	0.145	0.085	1
EUROPA	104,494	17.0	49.6	0.338	0.186	0.207	0.079	0.085	0.105	1
ASIA	17,120	11.6	98.3	0.157	0.068	0.231	0.107	0.115	0.322	1
OCEANIA	3,474	11.5	34.9	0.290	0.157	0.194	0.100	0.102	0.157	1
AFRICA	669	11.5	68.2	0.290	0.157	0.194	0.100	0.102	0.157	1
Total y/o promedios	319,578	11.5	68.2	0.290	0.157	0.194	0.100	0.102	0.157	1

FUENTE: Elaboración Propia en Base a Datos de la Secretaría Nacional de Turismo (Encuesta al Turismo Receptivo 1994).

CUADRO No. A-2: ESTIMACION DEL INGRESO TURISTICO EN 1994.

ORIGEN DEL INGRESO	N	D	N*D	K	Y	Z	YT
INGRESOS SUDAMERICANOS	145,890	8.8	1,283,832	82.7	106,173	0.63	66,889
INGRESOS NORTEAMERICANOS	41,232	13.0	536,016	82.3	44,114	0.63	27,792
INGRESOS CENTROAMERICANOS	6,699	10.0	66,990	86.5	5,795	0.63	3,651
INGRESOS EUROPEOS	104,494	17.0	1,776,398	49.6	88,109	0.63	55,509
INGRESOS ASIATICOS	17,120	11.6	198,592	98.3	19,522	0.63	12,299
INGRESOS DE OCEANIA	3,474	11.5	39,951	34.9	1,394	0.63	878
INGRESOS DE AFRICA	669	11.5	7,694	68.2	525	0.63	331
totales					265,632	0.63	167,348

FUENTE: Elaboración Propia en Base a Datos de la Secretaría Nacional de Turismo (Encuesta al Turismo Receptivo 1994).

N: Número de visitantes extranjeros.

D: Estadía Promedio (días).

K: Gasto diario promedio (En dólares)

Y: Ingreso Total (en miles de dólares).

Z: Proporsión de visitantes extranjeros que son turistas.

YT: Ingreso turístico (en miles de dólares).

CUADRO No. A-3: DISTRIBUCION DEL INGRESO TURISTICO EN 1994. (En miles de dólares)

	HOSPEDAJE	ALIMENTACION	TRANSPORTE	SOUVENIRS	RECREACION	VARIOS	TOTAL
SUDAMERICA	18,595	10,568	11,839	7,826	8,027	10,033	66,889
NORTEAMERICA	7,087	3,835	4,891	2,585	2,612	6,781	27,792
CENTROAMERICA	916	778	690	427	529	310	3,651
EUROPA	18,762	10,325	11,490	4,385	4,718	5,828	55,509
ASIA	1,931	836	2,841	1,316	1,414	3,960	12,299
OCEANIA	255	138	170	88	90	138	878
AFRICA	96	52	64	33	34	52	331
totales	47,642	26,532	31,987	16,660	17,424	27,103	167,348

FUENTE: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría Nacional de Turismo.

**CUADRO No. A-4: VARIABLES EMPLEADAS EN LA PROYECCION DEL INGRESO TURISTICO EN 1997
CON LA EJECUCION DE LA POLITICA SECTORIAL.**

PROCEDENCIA	INGRESO DE VISITANTES (N)	ESTADIA PROM. (En Días) (D)	GASTO PROMEDIO		COEFICIENTES DE DISTRIBUCION DEL GASTO					Total
			(Diario) (K)	Hospedaje (H)	Alimentos (A)	Transporte (T)	Souvenirs (S)	Recreación (R)	Varios (V)	
SUDAMERICA	191,733	10.8	87.7	0.278	0.158	0.177	0.117	0.120	0.150	1
NORTEAMERICA	54,188	15.0	87.3	0.255	0.138	0.176	0.093	0.094	0.244	1
CENTROAMERICA	8,804	12.0	91.5	0.251	0.213	0.189	0.117	0.145	0.085	1
EUROPA	137,329	19.0	54.6	0.338	0.186	0.207	0.079	0.085	0.105	1
ASIA	22,500	13.6	103.3	0.157	0.068	0.231	0.107	0.115	0.322	1
OCEANIA	4,566	13.5	39.9	0.290	0.157	0.194	0.100	0.102	0.157	1
AFRICA	879	13.5	73.2	0.290	0.157	0.194	0.100	0.102	0.157	1
total	420,000	13.5	73.2	0.290	0.157	0.194	0.100	0.102	0.157	1

FUENTE: Elaboración Propia en Base a Datos de la Secretaría Nacional de Turismo (Encuesta al Turismo Receptivo 1994).

**CUADRO No. A-5: ESTIMACION DEL INGRESO TURISTICO EN 1997
CON LA EJECUCION DE LA POLITICA SECTORIAL.**

ORIGEN DEL INGRESO	N	D	N*D	K	Y	Z	YT
INGRESOS SUDAMERICANOS	191,733	10.8	2,070,716	87.7	181,602	0.63	114,409
INGRESOS NORTEAMERICANOS	54,188	15.0	812,820	87.3	70,959	0.63	44,704
INGRESOS CENTROAMERICANOS	8,804	12.0	105,648	91.5	9,667	0.63	6,090
INGRESOS EUROPEOS	137,329	19.0	2,609,251	54.6	142,465	0.63	89,753
INGRESOS ASIATICOS	22,500	13.6	306,000	103.3	31,610	0.63	19,914
INGRESOS DE OCEANIA	4,566	13.5	61,641	39.9	2,459	0.63	1,549
INGRESOS DE AFRICA	879	13.5	11,867	73.2	869	0.63	547
totales					439,631	0.63	276,967

FUENTE: Elaboración Propia

N: Número de visitantes extranjeros.

D: Estadía Promedio (días).

K: Gasto diario promedio (dólares).

Y: Ingreso Total (miles de dólares).

Z: Proporsión de visitantes extranjeros que son turistas.

YT: Ingreso turístico (miles de dólares).

**CUADRO No. A-6: DISTRIBUCION DEL INGRESO TURISTICO EN 1997.
CON LA EJECUCION DE LA POLITICA SECTORIAL.
(Miles de Dólares)**

	HOSPEDAJE	ALIMENTACION	TRANSPORTE	SOUVENIRS	RECREACION	VARIOS	TOTAL
SUDAMERICA	31,806	18,077	20,250	13,386	13,729	17,161	114,409
NORTEAMERICA	11,400	6,169	7,868	4,157	4,202	10,908	44,704
CENTROAMERICA	1,529	1,297	1,151	713	883	518	6,090
EUROPA	30,337	16,694	18,579	7,090	7,629	9,424	89,753
ASIA	3,126	1,354	4,600	2,131	2,290	6,412	19,914
OCEANIA	449	243	301	155	158	243	1,549
AFRICA	159	86	106	55	56	86	547
totales	78,805	43,920	52,855	27,687	28,947	44,752	276,967

FUENTE: Elaboración Propia.

CUADRO No. A-7: BOLIVIA, INGRESO DE VISITANTES EXTRANJEROS SEGUN ORIGEN

ORIGEN/AÑO	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	Crecimien. Promedio
SUDAMERICA	55,405	72,195	74,986	55,475	52,905	56,116	58,238	68,749	85,234	95,357	109,504	122,978	145,890	
Tasa de Crecimiento		30.30	3.87	(26.02)	(4.63)	6.07	3.78	18.05	23.98	11.88	14.84	12.30	18.63	9.42
Argentina	14,103	18,447	23,101	16,646	17,647	16,095	15,228	17,562	19,504	23,436	23,623	26,178	33,083	
Brasil	17,750	19,908	17,469	13,345	11,878	11,862	11,554	13,325	15,943	13,316	13,736	17,831	25,196	
Colombia	1,395	1,698	1,405	1,117	1,307	1,978	1,962	2,196	2,286	2,596	2,581	3,222	2,960	
Chile	6,083	8,197	10,756	8,629	9,013	10,328	10,810	10,837	12,004	13,712	17,917	18,400	20,958	
Ecuador	755	932	787	604	669	896	1,005	1,197	1,743	1,626	1,629	2,345	2,354	
Paraguay	870	1,566	1,453	1,592	1,172	1,717	1,740	1,315	1,484	1,532	1,589	1,821	2,442	
Perú	12,087	18,548	17,842	11,608	9,200	10,637	13,566	19,005	29,146	36,298	45,302	49,127	54,966	
Uruguay	1,482	1,975	1,462	1,396	1,489	1,631	1,518	2,302	1,830	1,826	1,895	2,027	2,464	
Venezuela	880	924	711	538	530	972	855	1,010	1,294	1,015	1,232	2,027	1,467	
CENTROAMERICA	2,729	3,431	3,171	2,422	3,056	3,323	3,650	3,669	4,127	5,100	5,960	6,705	6,699	
Tasa de Crecimiento		25.72	(7.58)	(23.62)	26.18	8.74	9.84	0.52	12.48	23.58	16.86	12.50	(0.09)	8.76
México	1,682	1,902	1,872	1,428	1,756	1,870	2,105	1,674	1,840	2,035	2,173	2,688	3,114	
Otros	1,047	1,529	1,299	994	1,300	1,453	1,545	1,995	2,287	3,065	3,787	4,017	3,585	
NORTEAMERICA	18,009	19,694	17,765	15,996	18,702	20,423	22,713	26,440	28,829	30,178	34,354	33,791	41,232	
Tasa de Crecimiento		9.36	(9.79)	(9.96)	16.92	9.20	11.21	16.41	9.04	4.68	13.84	(1.64)	22.02	7.61
Estados Unidos	14,553	15,949	14,096	12,700	15,385	16,942	19,037	21,776	24,172	25,673	29,363	28,852	35,296	
Canadá	3,456	3,745	3,669	3,296	3,317	3,481	3,676	4,664	4,657	4,505	4,991	4,939	5,936	

CUADRO No. A-7: BOLIVIA, INGRESO DE VISITANTES EXTRANJEROS SEGUN ORIGEN

ORIGEN/AÑO	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	Crecimiento Promedio
EUROPA	63,165	68,136	57,316	45,629	48,530	55,838	67,982	74,655	78,676	73,511	78,147	88,882	104,494	
Tasa de Crecimiento		7.87	(15.88)	(20.39)	6.36	15.06	21.75	9.82	5.39	(6.56)	6.31	13.74	17.56	5.08
Alemania	16,943	17,247	13,775	10,536	11,876	14,338	17,000	17,575	16,847	14,796	16,365	18,683	23,342	
España	3,061	3,821	3,433	2,860	3,316	3,775	4,201	4,861	5,646	6,646	7,761	8,789	9,279	
Francia	13,625	13,966	11,160	7,894	7,485	7,812	9,905	10,321	10,609	8,782	9,870	12,407	14,737	
Inglaterra	5,239	4,659	4,485	4,327	5,447	5,755	7,748	9,010	9,427	10,197	10,157	10,843	12,269	
Italia	4,880	5,187	5,068	4,232	4,110	4,856	6,135	6,717	6,769	4,639	5,254	6,184	7,324	
Suiza	8,542	9,491	7,475	5,919	5,859	7,256	8,737	8,888	9,885	8,615	8,140	7,917	8,605	
Otros	10,875	13,765	11,920	9,861	10,437	12,046	14,256	17,283	19,493	19,836	20,600	24,059	28,938	
ASIA	8,257	9,891	7,920	6,154	7,775	9,045	10,955	16,065	15,692	12,464	12,500	12,935	17,120	
Tasa de Crecimiento		19.79	(19.93)	(22.30)	26.34	16.33	21.12	46.65	(2.32)	(20.57)	0.29	3.48	32.35	8.44
Japón	4,115	3,778	3,141	3,098	4,464	4,080	4,787	5,967	6,231	5,400	4,892	4,916	6,919	
Israel	1,799	3,321	2,735	1,569	2,056	2,729	2,858	4,265	4,699	3,629	4,455	4,778	7,340	
Otros	2,343	2,792	2,044	1,487	1,255	2,236	3,310	5,833	4,762	3,435	3,153	3,241	2,861	
OCEANIA	2,023	1,888	1,543	1,025	1,582	1,796	2,403	3,311	3,863	3,559	3,497	3,217	3,474	
Tasa de Crecimiento		(6.67)	(18.27)	(33.57)	54.34	13.53	33.80	37.79	16.67	(7.87)	(1.74)	(8.01)	7.99	7.33
AFRICA	554	668	482	326	619	464	571	668	650	733	621	460	669	
Tasa de Crecimiento		20.58	(27.84)	(32.37)	89.88	(25.04)	23.06	16.99	(2.69)	12.77	(15.28)	(25.93)	45.43	6.63
total	150,142	175,903	163,183	127,027	133,169	147,005	166,512	193,557	217,071	220,902	244,583	268,968	319,578	
Tasa de Crecimiento		17.16	(7.23)	(22.16)	4.84	10.39	13.27	16.24	12.15	1.76	10.72	9.97	18.82	7.61

FUENTE: Elaboración propia en Base a datos de la Secretaría Nacional de Turismo.

**CUADRO No. A-8: VARIABLES EMPLEADAS EN LA PROYECCION DEL INGRESO TURISTICO EN 1997
SIN LA EJECUCION DE LA POLITICA SECTORIAL.**

PROCEDENCIA	INGRESO DE VISITANTES (N)	ESTADIA PROM. (En Días) (D)	GASTO PROMEDIO		COEFICIENTES DE DISTRIBUCION DEL GASTO					
			(Diario)	Hospedaje	Alimentos	Transporte	Souvenirs	Recreación	Varios	Total
			(K)	(H)	(A)	(T)	(S)	(R)	(V)	
SUDAMERICA	181,793	8.8	82.7	0.278	0.158	0.177	0.117	0.120	0.150	1
NORTEAMERICA	51,371	13.0	82.3	0.255	0.138	0.176	0.093	0.094	0.244	1
CENTROAMERICA	8,323	10.0	86.5	0.251	0.213	0.189	0.117	0.145	0.085	1
EUROPA	130,222	17.0	49.6	0.338	0.186	0.207	0.079	0.085	0.105	1
ASIA	21,345	11.6	98.3	0.157	0.068	0.231	0.107	0.115	0.322	1
OCEANIA	4,341	11.5	34.9	0.290	0.157	0.194	0.100	0.102	0.157	1
AFRICA	836	11.5	68.2	0.290	0.157	0.194	0.100	0.102	0.157	1
total	398,231	11.5	68.2	0.290	0.157	0.194	0.100	0.102	0.157	1

FUENTE: Elaboración Propia.

**CUADRO No. A-9: ESTIMACION DEL INGRESO TURISTICO EN 1997
SIN LA EJECUCION DE LA POLITICA SECTORIAL.**

ORIGEN DEL INGRESO	N	D	N*D	K	Y	Z	YT
INGRESOS SUDAMERICANOS	181,793	8.8	1,599,778	82.7	132,318	0.63	83,360
INGRESOS NORTEAMERICANOS	51,371	13.0	667,823	82.3	54,942	0.63	34,613
INGRESOS CENTROAMERICANOS	8,323	10.0	83,230	86.5	7,199	0.63	4,535
INGRESOS EUROPEOS	130,222	17.0	2,213,774	49.6	109,892	0.63	69,232
INGRESOS ASIATICOS	21,345	11.6	247,602	98.3	24,344	0.63	15,337
INGRESOS DE OCEANIA	4,341	11.5	49,922	34.9	1,742	0.63	1,097
INGRESOS DE AFRICA	836	11.5	9,614	68.2	656	0.63	413
totales					331,091	0.63	208,588

FUENTE: Elaboración Propia.

N: Número de visitantes extranjeros.

D: Estadía Promedio (días).

K: Gasto diario promedio (Dólares).

Y: Ingreso Total (Miles de Dólares).

Z: Proporsión de visitantes extranjeros que son turistas.

YT: Ingreso turístico (Miles de Dólares).

CUADRO No. A-10: DISTRIBUCION DEL INGRESO TURISTICO EN 1997.
SIN LA EJECUCION DE LA POLITICA SECTORIAL.
(Miles de Dólares)

	HOSPEDAJE	ALIMENTACION	TRANSPORTE	SOUVENIRS	RECREACION	VIARIOS	TOTAL
SUDAMERICA	23,174	13,171	14,755	9,753	10,003	12,504	83,360
NORTEAMERICA	8,826	4,777	6,092	3,219	3,254	8,446	34,613
CENTROAMERICA	1,138	966	857	531	658	385	4,535
EUROPA	23,400	12,877	14,331	5,469	5,885	7,269	69,232
ASIA	2,408	1,043	3,543	1,641	1,764	4,939	15,337
OCEANIA	318	172	213	110	112	172	1,097
AFRICA	120	65	80	41	42	65	413
totales	59,385	33,071	39,871	20,764	21,717	33,780	208,588

FUENTE: Elaboración Propia.

BIBLIOGRAFIA

FIGUEROLA PALOMO, M. 1989. "Manual para el estudio de la Economía turística en el ámbito macroeconómico". JUNAC-OMT-CEE.

SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO. 1995. Encuesta al turismo receptivo. Resumen de Resultados.

SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO. 1993. "Plan estratégico de turismo 1993-1997-2003" (Resumen).