

11 de octubre de 2017

N° 348

El desarrollo del turismo: la asignatura pendiente¹

La encuesta de Gasto Turístico Interno del año 2013 realizada por el INE), muestra que el gasto promedio de los turistas nacionales dentro del país es de USD 27 por día y que el rango de gastos va desde USD 18 a USD 34, dependiendo de la ocupación del turista interno. No obstante estas diferencias en el nivel de gasto medio, debe destacarse que el gasto total por turismo interno en 2013 fue USD 480 millones. Para ese mismo año, la Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que el país habría recibido USD 574 millones de divisas por concepto de turismo receptor, es decir, de viajeros internacionales. De acuerdo con los datos de otra encuesta, la de gasto de turismo receptor del año 2014, los turistas que llegan del extranjero al país gastan en promedio USD 61,5 diarios (Tabla 1). Los niveles de gasto promedio más alto corresponden en su mayor parte a personas de nacionalidad europea o asiática, pero aún en estos casos, sus niveles de gasto diario son inferiores a USD 100. La duración media de cada estadía en el país es de 12 días.

Tabla 1

TURISMO RECEPTOR: GASTO MEDIO DIARIO Y GASTO MEDIO DE VIAJE SEGÚN PRINCIPALES PAÍSES DE RESIDENCIA, 2014		
País de Residencia	Gasto Medio Diario	Gasto Medio de Estadía
GENERAL	61.5	723
Argentina	53.8	409
Perú	60.9	493
Chile	70.8	676
Brasil	55.0	743
Estados Unidos	70.0	1,233
España	63.0	1,867
Colombia	68.9	1,058
Alemania	78.9	924
Francia	58.4	818
México	67.4	1,133
Canadá	53.1	849
Ecuador	56.8	719
Paraguay	62.6	548
Italia	65.3	1,056
Reino Unido	53.9	1,060
Panamá	93.9	1,507
Uruguay	48.6	527
Japón	73.4	808
Venezuela	69.8	1,310
Israel	62.9	681
Suiza	95.8	1,343

¹ Este artículo está basado en el trabajo de Fernando Candia "Turismo: ¿un pasaje al progreso?", en Henry Oporto (Ed.): El fin del populismo. ¿Qué viene ahora? El reto de la innovación y diversificación, Plural, 2017

De los datos anotados puede colegirse que los turistas que llegan del extranjero gastan en promedio el doble de lo que gastan los turistas nacionales y en la medida en que este gasto refleje el valor agregado en cada caso, la contribución del turismo receptor a la generación del PIB debería ser sustantivamente más alta que la contribución del turismo interno.

La competitividad de Bolivia

La fortaleza de Bolivia en materia turística radica en su dotación de recursos naturales y en la riqueza de su patrimonio cultural tanto por la proporción de su territorio que ha sido declarada como área protegida y su amplia biodiversidad como por el número de lugares o eventos que han sido declarados patrimonio cultural de la humanidad. Sin embargo, esta potencial buena oferta se contrapone con la baja calidad de las condiciones que rodean a su ambiente natural y con la incipiente puesta en valor y escasa difusión de la oferta turística. Bolivia ocupa el puesto 120 entre los 141 del índice del Foro Económico Mundial (FEM), en el interés que despierta para búsquedas de atractivos culturales o naturales en el Internet.

Bolivia ocupa posiciones rezagadas en la valoración de su ambiente de negocios, los derechos de propiedad, los costos y el tiempo que demanda abrir un negocio y la abultada carga tributaria sobre las actividades formales. También tiene una pobre valoración es en la priorización del turismo dentro de sus políticas públicas. En promedio, la asignación presupuestaria para el turismo en la región es 4.4%, y en Bolivia es 3.1%. En términos de la infraestructura de transporte aéreo y terrestre, la mala calidad de los aeropuertos y de las carreteras son una desventaja para el turismo, a lo que habrá que añadir que algunos de los atractivos que el país ofrece en el área rural son lisa y llanamente inaccesibles o solo se puede llegar a ellos contratando servicios de transporte privado. También es poco satisfactoria la infraestructura de servicios al turismo, en la que Bolivia ocupa el antepenúltimo lugar en Sudamérica. En términos de número de habitaciones de hotel por cada 100 habitantes, para citar un caso, Bolivia tiene una disponibilidad (0.25) que es inferior a la media mundial (0.69), y menor a la de países vecinos como Perú (0.73), Argentina (0.59) o Chile (0.42).

Bolivia es un país seguro en términos generales y presenta condiciones más atractivas que varios de nuestros vecinos, pero todavía tiene mucho por mejorar, por ejemplo en la confiabilidad de la policía, aspecto en el que, según el estudio del FEM, Bolivia ocupa el puesto 108; o en las tasas de homicidios que están en el

rango alto de la región. Se ha mencionado antes que Bolivia tiene la mejor valoración de Sudamérica en cuanto a la competitividad de su nivel de precios. Hay que añadir además que Bolivia ocupa el puesto 21 en el mundo en la calificación de esta variable. Dos componentes dentro de esta categoría del índice de competitividad le dan a Bolivia la posibilidad de estar ubicada en tan buena posición: uno es el precio de la gasolina que, de acuerdo con el FEM, está entre los más baratos del mundo, y el otro es el bajo costo de vida medido en términos del valor de paridad de compra de cada moneda, que hace la estadía en el país una experiencia de bajo costo para el turista. Dentro de esta categoría de competitividad de precios, está considerado el costo de los impuestos a los viajes y las tasas aeroportuarias. En este último aspecto Bolivia está entre los más caros del mundo; si éste no hubiera sido el caso, la calificación del país en competitividad de precios habría sido todavía mejor de la que comentamos.

En una comparación más general, como la que se presenta en el Gráfico 1, sobresale algunas de las áreas en las que habría que mejorar para hacer de Bolivia más competitiva en turismo. Esta comparación ayuda a confirmar que la mayor debilidad de la competitividad de Bolivia en turismo está en su inadecuada infraestructura y en la escasa puesta en valor de sus atractivos turísticos que teniendo muchos de ellos un potencial mayor al de muchos destinos que ahora atraen más turistas en la región, no logran ser competitivos por la ausencia de inversiones públicas y privadas.



Los desafíos nacionales

Bolivia tiene en el sector turismo un potencial motor del desarrollo que puede contribuir a la diversificación de su economía. Lograr este objetivo es una tarea que debería comprometer al Estado y al sector privado, pero más al sector privado si se crean las condiciones para que éste acometa proyectos en este sector. El gobierno ha

planteado en el PLANTUR dos metas concretas para el turismo receptor: i) triplicar los ingresos de divisas por concepto de turismo, pasando de USD 516 millones en 2012 a USD 1,548 millones en 2015; y ii) lograr que el gasto medio de los turistas pase de USD 51 por día a USD 125 como en Perú, Brasil o Chile.

Los datos a 2015 publicados por la OMT dan cuenta que, en 2015, el país ya estaría recibiendo USD 711 millones por el ingreso de turistas (mayormente por visitas a destinos no administrados comunitariamente) de manera que el logro de la meta de aumentar los ingresos de divisas del turismo implica hacerlos crecer en 8% cada año, por los próximos diez años. En los dos últimos años los ingresos por este concepto han crecido a tasas aún más altas. Sin embargo, el perfil de gastos de los turistas que llegan al país, los sitios que visitan y el desarrollo todavía incipiente de los destinos de turismo comunitario conducen a pensar que estas metas no se lograrán sin que el sector privado participe de manera más activa, en alianza con las comunidades, y con el Estado, pero también solos, con sus propios emprendimientos, en las zonas urbanas y rurales donde exista potencial turístico.

Bolivia debería estar preparada para recibir decenas de miles de turistas adicionales por año si quisiera aspirar a una mayor contribución del turismo a la economía y al desarrollo nacional. Para ello necesita poner en valor sus atractivos turísticos, mejorar los aspectos que hacen al país poco competitivo, entre los que destaca la necesidad de mejorar la infraestructura en su sentido más amplio, es decir, en transporte, telecomunicaciones, servicios básicos y energía. El beneficio de estas mejoras trasciende su impacto sobre la actividad turística.

También parecería razonable plantearse una reforma en el sistema tributario que se aplica al sector, partiendo del principio internacionalmente aceptado y practicado de devolver el IVA al mismo turista, o cuando menos asegurar de que este impuesto no se vaya componiendo en el precio de los servicios ofrecidos por agentes que no tengan la facilidad de emitir facturas turísticas. El sentido de la tributación en el sector no debe ser recaudatorio; en todo caso debe cumplir la función de corregir o prevenir alguna distorsión o la presencia de alguna externalidad negativa. Se trata de gravar allá donde se produce la necesidad de la intervención del Estado y no de forma indiscriminada. La experiencia internacional enseña que el cobro de impuestos por el acceso a ciertos sitios turísticos es la mejor manera de financiar su preservación, pero también de regular el flujo de turistas y compensar a las zonas receptoras por eventuales e inevitables daños que pudieran producirse. Estos criterios llaman a una selectividad impositiva, pero también a estudios serios que los justifiquen.