



Salar de Uyuni

EL IMPACTO DEL **COVID-19** EN LA INDUSTRIA **TURÍSTICA** DE BOLIVIA Y ESTRATEGIAS PARA SALIR DE LA CRISIS

Edwin Orlando Poma Loza - Viviana Gloria Valda Baldivieso - Nicole María García Miranda -
Laura Poveda Palacios - Melania San Miguel Chacon – Angela Loayza Céspedes - Carolina
Soliz Limarino – Rocy Marleny Mamani Limachi - Claudia Lizarazu Salles – Wendy Echalar
Dávila - Deysi Janco de la Cruz*

El Alto, Bolivia - 10 de mayo de 2020

10 de Mayo de 2020

El Alto – Bolivia

Universidad Privada Franz Tamayo

Arq. DESA Verónica Ágreda de Pazos – Rectora Nacional
Clara Eve Gomez Ferrufino – Vicerrectora Sede El Alto
Katia Carlina Camacho García – Decana Académica
Oscar Cristhian Claros – Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Alejandro Castellanos, Coordinador Nacional de Comunicación UNIFRANZ
Neyssa Salazar Gonzales, Directora Marketing UNIFRANZ El Alto
Nahuel Facundo Gay, Jefe Comunicación Institucional UNIFRANZ El Alto

Carrera de Administración Hotelera y Turismo (AHT)

Viviana Váldebaldivieso – Directora de Carrera

Docentes investigadores:

Edwin Orlando Poma Loza - Viviana Gloria Valde Baldivieso - Nicole María García Miranda - Laura Poveda Palacios - Melania San Miguel Chacon – Angela Loayza Céspedes - Carolina Soliz Limarino – Rocy Marleny Mamani Limachi - Claudia Lizarazu Salles – Wendy Echalar Dávila - Deysi Janco de la Cruz*

Correo de contacto: viviana.valda@unifranz.edu.bo

Imagen de cubierta: Salar de Uyuni

www.unifranz.edu.bo

AGRADECIMIENTOS

Queremos hacer llegar un especial agradecimiento a los profesionales y actores turísticos, que contribuyeron con su tiempo, conocimiento y experiencia, para aportar a esta investigación.

- Alvarez David, Gerente de Misional Tours (Santa Cruz)
- Ampuero Luis, Gerente general Hotel Calacoto (La Paz) y presidente de la Cámara Nacional de Hotelería
- Bernal Rosario Gerente general de Turismo Sucre (Sucre)
- Callizaya Isaac, responsable de turismo en Puerto Perez (La Paz)
- Calvimontes Raul, Presidente de la cámara nacional de operadores de turismo - CANOTUR
- Duran Daniel, Gerente General del Hotel Los Cedros (Santa Cruz)
- Escalera Marco, Gerente general Operadora Receptiva-Citur (Cochabamba)
- Figueroa Miguel Angel, Especialista en información y transformación Digital, OMT (Madrid España)
- La Torre Maritza, Presidenta de la Cámara de turismo de Rurrenabaque (Beni)
- Mérida Silvia, Dirigente de artesanos “Encuentro productividad de Bolivia”
- Ossio Virginia - Directora del Refugio Senda Verde (La Paz)
- Patterson Derren, Gravity Assisted Mountain Biking (La Paz)
- Quezada Gabriel, Gerente Hotel palacio de Sal (Uyuni)
- Rengel Cesar, Presidente de la Federación Boliviana de Guías de Turismo – FEBOGUIT
- Sanjines Denys, Gerente general Andean Secrets (La Paz) y Cholitas Wrestling (El Alto)
- Saravia Sandro, Coordinador Red Tusoco (La Paz)
- Simbron, Janette, Gerente Bolivia Milenaria (La Paz)
- Soliz Nolberto - Presidente de la Asociación de Guías de Montaña y Trekking de Bolivia AGMTB
- Vargas Julian, Gerente general Hoteles Tayka (Potosi)
- Villanueva Giovanni, Presidente de la Asociación Boliviana de Agencias de Turismo Receptivo-Abatur (La Paz)
- Zaconeta Daniel, Director academia aventura (La Paz)
- Zegarra Alex, Gerente general Tecno Boutique hotel (La Paz)

Resumen

La Pandemia del Covid-19 no sólo está afectando a la salud de la población, sino también está deteriorando las economías y las industrias de los países, una de ellas y la más afectada es sin duda el turismo. Bajo este contexto la carrera de Administración de Hotelería y Turismo de la Universidad Privada Franz Tamayo - Sede El Alto, mediante una amplia investigación cuantitativa y cualitativa, con los actores vinculados a esta industria, realizó los primeros hallazgos de los impactos económicos que esta crisis sanitaria estaría generando en la actividad turística boliviana, así como las repercusiones que tendrá durante las gestiones 2020 y 2021.

Los resultados generados muestran que debido al Covid-19, la economía boliviana perderá cerca de 7.664 millones de bolivianos en la gestión 2020. El país dejará de percibir más de 360 millones de dólares por concepto de turismo receptivo, que incidirá negativamente en la balanza de pagos. Más del 50% de las microempresas turísticas piensa cerrar o cambiar de rubro en los próximos meses y cerca de 140 mil personas podrían perder su empleo.

Asimismo, mediante conversatorios digitales con diferentes prestadores, asociaciones y profesionales en la actividad turística, se elaboró una batería de estrategias empresariales y recomendaciones de políticas públicas que orienten la creación de alternativas de desarrollo turístico post Covid-19. Estas propuestas resaltan la necesidad de una estrecha colaboración de actores públicos, privados y académica.

Palabras clave: Covid-19, impacto, turismo

The impact of Covid-19 on the Bolivian tourism industry and strategies to get out of the crisis.

Abstract

The Covid-19 Pandemic is not only affecting the health of the population, but it is also deteriorating the economies and industries of countries, one of them and the hardest hit is undoubtedly tourism. In this context, Hotel and Tourism Administration college career of Franz Tamayo Private University - Headquarters El Alto, through an extensive quantitative and qualitative research, with the actors linked to this industry, presents the first findings of the impacts that this health crisis would be generating in tourism activity Bolivia, as well as the impact it will have during 2020-2021.

The results generated show that due to the Covid-19, bolivian economy will lose about 6.2 billion Bolivians in 2020. The country will stop more than \$360 million in receptive tourism, which negative impact on the balance of payments. More than 50% of micro-tourism companies plan to close or change the corebusiness in the coming months. And about 106,000 people could lose their jobs.

Also, through digital conversations with different providers, associations, professionals in the tourism activity, a battery of strategies was developed and public policy recommendations, that guide the creation of alternatives to post-Covid-19 tourism development. These proposals highlight the need for close collaboration of public, private and academic actors.

Keywords: Covid-19, impact, tourism

Introducción

El turismo es una industria multisectorial ya que no sólo depende de los actores directamente involucrados en la actividad como los hoteles, operadores de turismo, agencias de viaje y guías de turismo, sino que suma el esfuerzo de varios actores como el transporte, las comunicaciones, servicios bancarios entre otros. En definitiva son un conjunto de actores los que posibilitan el desarrollo de esta actividad.

Al ser un sector tan transversal en la economía, se ha constituido en un motor generador de desarrollo para muchos países y regiones. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), esta industria genera más de 75 millones de empleos directos en todo el mundo y contribuye tres veces más a la generación de empleos indirectos. También aporta en la generación de divisas por concepto de turismo receptivo, más del 30% de las exportaciones mundiales de servicios se le atribuyen al turismo (2016).

Pese a las grandes virtudes mostradas por este sector, su cuantificación se hace complicada, por no decir imposible, especialmente por la interrelación que tiene con otras actividades. Por ejemplo, es difícil saber qué porcentaje del movimiento de un restaurante se debe al turismo y cuál al consumo local. Para la OMT la medición del impacto del turismo en la economía se ha convertido en un instrumento político, a menudo empleado para solicitar mayor inversión en el sector, tanto como para influir en el presupuesto del sector público, como para orientar las decisiones de inversiones en el sector privado (2011)

En consecuencia, es importante cuantificar el impacto real del turismo en la economía, utilizando instrumentos confiables, creíbles y contrastables. Para esto la OMT desde el inicio de 1990, ha ido orientando a los gobiernos, sobre la forma adecuada de medir los indicadores de turismo. De estas primeras recomendaciones se estandarizaron los indicadores de flujos de viajeros internacionales

y una metodología de cuantificación del gasto que generan los turistas durante su visita (2017).

Sin embargo, esta metodología se basa en las declaraciones de los visitantes sobre sus gastos realizados y se adiciona a la balanza de pagos de acuerdo a las recomendaciones del FMI, mas no muestra el efecto que tiene esta industria en las cuentas nacionales (2009). Ante esta situación la Organización de Naciones Unidas (ONU) a través de sus instituciones técnicas, creó un instrumento denominado Cuenta Satélite de Turismo. Es así que a través de la Comisión de las Comunidades Europeas Eurostat se crea el primer manual para la cuantificación del impacto del turismo, con implicancia en otras actividades económicas, basado en los principios de contabilidad nacional establecidos por la ONU (2010).

Varios países iniciaron la construcción de sus Cuentas Satélite de Turismo, tomando en cuenta las recomendaciones metodológicas de la OMT y se constituyó en un instrumento de gestión pública para el sector. Lamentablemente en Bolivia sólo se hizo un ejercicio parcial en la gestión 2011 con la colaboración de la Secretaría General de la Comunidad Andina de Naciones (2011), en la cual se obtuvo la primera cuenta Satélite para Bolivia.

Sin embargo, no se aprovechó esta experiencia y la metodología para seguir monitoreando el impacto del turismo en la economía boliviana, por lo cual el país sólo cuenta con indicadores de flujo de viajeros y gastos por declaraciones de los visitantes. A ésto se suma el rezago en la publicación de dichos indicadores.

Esta situación debilita la gestión del turismo del país, al no contar con indicadores que permitan tomar decisiones rápidas y oportunas, ante eventos catastróficos como el que se está viviendo en la actualidad con la crisis sanitaria provocada por el Covid-19.

Frente a este escenario, la presente investigación tiene el objetivo fundamental de

generar indicadores de turismo, tomando en cuenta las recomendaciones de la OMT y la experiencia de la Cuenta Satélite de Turismo de Bolivia de la gestión 2011 y a través de estos indicadores, se pretende proporcionar información sobre el impacto económico que está generando el Covid-19 en la industria turística.

Materiales y métodos

La presente investigación es una combinación de los métodos cuantitativos y cualitativos. Como fase inicial se procedió a la construcción de indicadores de turismo, utilizando la metodología recomendada por la OMT (2017) y las estructuras de las matrices de la cuenta satélite de Bolivia 2011 (Secretaría General de la Comunidad Andina de Naciones, 2011). Una vez que se contó con la información cuantitativa, se desarrolló encuestas y entrevistas en profundidad con los actores públicos y privados de la actividad turística, a fin de establecer aquellos factores que tendrían una incidencia directa e indirecta en la actividad turística, producto de la crisis sanitaria del Covid-19.

En la primera fase se construyó una matriz de indicadores de acuerdo a las matrices número 3, 4 y 7 de la cuenta satélite de turismo (Secretaría General de la Comunidad Andina de Naciones, 2011) para la gestión 2019. Para dicho efecto se sistematizó la información existente de indicadores básicos de turismo provenientes del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2019), de la Dirección General de Migración (DIGEMIG) (2016), del Banco Central de Bolivia (BCB) y del Viceministerio de Turismo (VMT) (2018). Cabe recalcar que ninguna de estas instituciones contaba con información para la gestión 2019, por lo que se tuvo que hacer una primera estimación de dichos indicadores, utilizando el método de mínimos cuadrados con una regresión lineal simple, basados en la información de flujo de visitantes registrados por DIGEMIG.

Para calcular el gasto turístico, se utilizaron los indicadores referentes de gasto y estadía media, del turismo receptivo (Viceministerio de Turismo, Banco Central de

Bolivia, Instituto Nacional de Estadísticas, 2018) y turismo interno (Viceministerio de Turismo, 2016) y se aplicaron las recomendaciones de cálculo de la OMT (2017), para construir la matriz de gasto. Estos datos proyectados para la gestión 2019, se constituyeron en la base de partida para cuantificar el impacto generado por la crisis sanitaria en nuestro país.

Para medir el impacto del Covid-19 en la actividad turística, se estableció una función de regresión lineal con variables cualitativas explicativas, que tendrían una repercusión directa sobre el crecimiento económico de este sector. Las variables cualitativas se construyeron mediante entrevistas en profundidad y encuestas a diversos actores del sector, generando un coeficiente de afectación de forma mensual sobre cada indicador de turismo.

La correlación entre los factores explicativos y el crecimiento económico del sector de forma mensual, nos permitieron estimar la pérdida económica que se generaría por mes, tomando en cuenta un modelo para la temporada baja y otro para la temporada alta. Por otro lado, se generaron ratios e indicadores cualitativos que explican los cambios que la industria está sufriendo actualmente.

Resultados y Discusión

Para tener una mejor comprensión de los resultados generados por esta investigación, dividimos los mismos en tres grandes temáticas:

1. Indicadores que muestran la importancia del sector dentro de la economía.
2. Indicadores que reflejan el impacto del Covid-19 en el sector turismo.
3. Identificación de factores que pueden ayudar al desarrollo de la actividad turística.

Indicadores que muestran la importancia del sector dentro de la economía

Según la OMT, el año 2019 se desplazaron cerca de 1.5 billones de viajeros alrededor del mundo, un 3.8% más que en la gestión 2018, lo cual generó un movimiento

económico de 1.4 billones de dólares americanos a nivel mundial. Si se compara este crecimiento con el de otras industrias, es la tercera con mayor crecimiento sostenido después del sector de información y comunicaciones, y de servicios financieros (2020).

Para el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (2020) (WTTC por sus siglas en inglés) este movimiento económico generado el 2019 representa el 10.3% de la producción mundial o PIB mundial. Asimismo, el turismo contribuyó con la creación de 330 millones de empleos directos e indirectos en todo el mundo.

Si bien el movimiento económico y de personas es bastante representativo en la economía global, su comportamiento en las regiones no es homogéneo. Según la OMT el 50.8% del movimiento de viajeros se concentra en Europa, el 24.9% en Asia y el 15.1% en las Américas (Norte, Centro y Sur). Mientras que Sudamérica representa el 2.4% del movimiento de viajeros internacionales (2020).

En relación al movimiento económico originado por el turismo, Europa concentra el 39% de los ingresos que el turismo genera, Asia el 30% y las Américas el 23%, dentro de esta región Sudamérica participa con el 2% de los ingresos que esta industria produce a nivel mundial. Sin embargo, esta cuota de participación significa el 8.1% del Producto Interno Bruto de la región (Organización Mundial del Turismo, 2020).

En cuanto a la participación sobre la generación de empleos, según la WTTC para Europa, el turismo contribuye con el 9.7% de los empleos en el continente. Sin embargo, para regiones como el Caribe significa el 15.2% del total de empleos. Para Estados Unidos significa el 11.1% de los empleos, mientras que para Sudamérica el turismo aporta el 7.9% de los empleos (2020).

Sin duda, el turismo a nivel mundial se constituye en una industria estratégica, por su aporte a la creación de empleos y la generación de ingresos, que permite que muchas regiones y

Tabla 1. T4 de la CST Bolivia - Consumo turístico interior según productos, 2019
(En millones de bolivianos)

	Consumo turístico			Participación porcentual		
	Total	Receptivo	Interno	Total	Receptivo	Interno
Servicios de hospedaje	2,196.63	355.09	1,841.53	14.2%	6.1%	19.2%
Servicios de alimentos y bebidas	3,192.12	470.18	2,721.94	20.7%	8.0%	28.4%
Transporte terrestre (1)	5,744.25	2,043.97	3,700.28	37.3%	35.0%	38.7%
Transporte fluvial	179.07	101.48	77.59	1.2%	1.7%	0.8%
Transporte aéreo	1,593.11	1,488.83	104.28	10.3%	25.5%	1.1%
Alquileres de vehículos	110.00	19.96	90.04	0.7%	0.3%	0.9%
Agencias de viaje y operadoras de turismo	569.79	356.12	213.67	3.7%	6.1%	2.2%
Servicios culturales, deportivos y recreativos	617.39	14.21	603.18	4.0%	0.2%	6.3%
Productos de artesanía	842.77	816.37	26.39	5.5%	14.0%	0.3%
Otros servicios	191.57	37.78	153.79	1.2%	0.6%	1.6%
Otros productos	179.84	141.97	37.87	1.2%	2.4%	0.4%
Total	15,416.53	5,845.96	9,570.57	100%	100%	100%

Fuente.- Elaboración propia, 2020

(1) Incluye transporte férreo y terrestre

localidades del mundo puedan desarrollarse económicamente a través de esta actividad.

Pero surge la pregunta: ¿cuál es el aporte del turismo a la economía boliviana? Esa es la interrogante que permitió el desarrollo de la presente investigación. Como primer resultado logramos replicar las tablas Nro. 4 y 7 de la Cuenta Satélite de Turismo para la gestión 2019, año que representa el punto de partida para medir el impacto del Covid-19 sobre la actividad.

Como se puede apreciar en la tabla 1, el turismo tiene una interacción con diversas actividades económicas en el país, algunas de forma directa y otras de forma indirecta, por lo cual se hace dificultoso actualizar anualmente la Cuenta Satélite de Turismo para Bolivia.

Esta información nos permite establecer el grado de importancia del sector en la actividad económica boliviana. Según nuestras estimaciones, el turismo contribuyó con el 5.1% al Producto Interno Bruto del país en la gestión 2019, posicionándose en la sexta industria que aporta con mayor valor agregado a la economía.

Su aporte también trasciende a la balanza comercial de servicios, contribuyendo al ingreso de divisas con 840 millones de dólares americanos. Monto que lo sitúa entre los cuatro sectores de mayor importancia en la generación de divisas. Si se excluye a las exportaciones consideradas *commodities* (como lo son el gas y los minerales), se posiciona en el primer lugar como sector generador de divisas con valor agregado.

Por otro lado, para calcular el aporte de la industria en la generación de empleos, se estimó que el turismo contribuye con 400 mil empleos directos e indirectos en toda la economía, lo que significa que esta industria contribuye con el 10.5% del empleo nacional; constituyéndose en la tercera industria que mayor incidencia tienen en la generación de empleos, después de la Industria manufacturera y el comercio automotriz.

Tabla 2. T7 de la CST Bolivia – Empleo en la Industria Turística, 2019
(En número de personas y porcentaje)

	Empleos			Participación porcentual		
	Total	Asalariado	independiente	% total	% Asal	% Indep
Servicios de hospedaje	24,900.84	22,750.55	2,150.29	6.2%	10.7%	1.1%
Servicios de alimentos y bebidas (1)	95,801.42	30,268.81	65,532.60	24.0%	14.2%	35.0%
Transporte terrestre (2) (3)	34,821.09	19,172.57	15,648.52	8.7%	9.0%	8.4%
Transporte aéreo	12,138.40	12,138.40	-	3.0%	5.7%	0.0%
Alquileres de vehículos	2,978.23	1,303.82	1,674.41	0.7%	0.6%	0.9%
Agencias de viaje y operadoras de turismo	23,346.04	16,139.36	7,206.68	5.8%	7.6%	3.9%
Servicios culturales, deportivos y recreativos	128,397.26	84,798.78	43,598.47	32.1%	39.9%	23.3%
Productos de artesanía	4,987.83	1,011.23	3,976.60	1.2%	0.5%	2.1%
Otros servicios y productos relacionados	72,297.29	24,980.26	47,317.03	18.1%	11.8%	25.3%
Total	399,668.38	212,563.78	187,104.60	100.0%	100.0%	100.0%

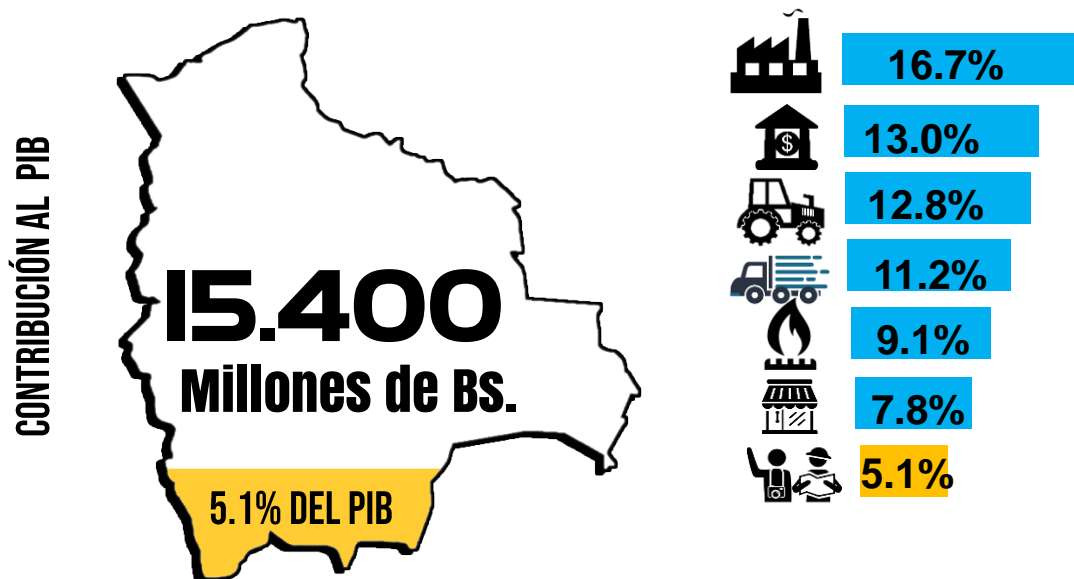
Fuente.- Elaboración propia, 2020

(1) Solo el 44.5% del empleo de la categoría se vincula con el turismo

(2) Incluye transporte férreo y terrestre

(3) Solo el 9.8% del empleo de la categoría se vincula con el turismo

Figura 1. Importancia del turismo en la economía boliviana, gestión 2019



Fuente.- Elaboración propia, con información del INE 2019

Universidad Privada Franz Tamayo, El Alto - AHT

Toda vez que ya se estableció la importancia del sector en la economía durante la gestión 2019, procedimos a analizar el impacto de la crisis sanitaria, denominada Covid-19 sobre esta industria.

Indicadores que reflejan el impacto del Covid-19 en el sector turismo

El Covid-19 llegó a Sudamérica a finales del mes de febrero e ingresó al país a principios de marzo. Como medida de contención se decretó el cierre de fronteras y la cuarentena a nivel nacional, inicialmente por 15 días y que luego se extendió hasta fines de mayo. Estas medidas paralizaron la actividad económica de una forma abrupta; sin embargo, los costos fijos de las empresas no se detuvieron, siguieron generando obligaciones con los empleados, pagos de servicios básicos y costos administrativos que se cubrieron con las previsiones de gasto en algunos casos y a costa del capital de operaciones en otros.

Sin embargo, el verdadero efecto de esta crisis sanitaria se verá en el mediano plazo, traducido en los cambios de hábitos de la demanda, ocasionados por la cuarentena y el miedo social al contagio. Para James (2002) existen dos restricciones que afectan dicho comportamiento:

- Primero está la restricción de la supervivencia, que orientará a la población a consumir productos y servicios de primera necesidad, de acuerdo a un presupuesto previamente definido y por tanto relegar aquellos que no considera indispensables para sobrevivir. Entre los servicios no indispensables se encuentra el entretenimiento, viajes y la industria del ocio, gran parte del turismo corresponde a esta categoría.
- La segunda restricción se genera por la incertidumbre del consumidor. Si se diera un incremento en sus ingresos, ya sea por la utilización de sus ahorros o la obtención de un préstamo, el consumidor incrementará el consumo de bienes de primera necesidad, acumulando para un

futuro próximo ante la incertidumbre de la economía, y estableciendo límites a los bienes y servicios no esenciales como los viajes de ocio.

En consecuencia, el turismo como servicio no indispensable estará sujeto a la mejora de las condiciones económicas de las familias, es decir, que se comenzará a consumir servicios turísticos cuando se cubran las necesidades indispensables y se pueda realizar la actividad sin riesgo de contagio.

Por otro lado, Anaya plantea un escenario denominado la máxima felicidad, donde el consumidor conociendo las restricciones de supervivencia, elige algunos bienes y servicios que puedan afectar su supervivencia a costa de la felicidad. Eso explica el alto consumo de comida chatarra, que si bien el consumidor sabe que afecta su salud aún lo consume a costa de ingerir elevados cantidades de azúcares y grasas saturadas. Esta situación da un panorama de recuperación a la actividad turística. Si bien el turismo no afecta la salud, sino al contrario, paseos en la naturaleza pueden mejorar la misma, se considera un servicio que ingresaría dentro de la categoría de la máxima felicidad. Por tanto, el consumidor elegirá una combinación de bienes indispensables para consumir y una cantidad de servicios que le permitan ser feliz (2018).

Introducimos estas teorías de comportamiento del consumidor para contextualizar los posibles cambios que sufrirá la demanda de servicios turísticos, que se verán en los próximos meses y que cambiarán la forma de prestar un servicio turístico de ahora en adelante.

Sin duda, los primeros efectos se sintieron durante la segunda mitad del mes de marzo y todo el mes de abril, con una paralización completa de la industria turística en nuestro país. Para suerte nuestra, esta situación se presentó en una temporada baja, como se muestra en la figura 2 de estacionalidad. Estos meses representan los picos más bajos tanto

para el turismo interno como para el receptivo. Pero ciertamente el verdadero efecto se sentirá en la temporada alta, es decir en los meses de junio a agosto.

De acuerdo a entrevistas realizadas a los gerentes y propietarios de agencias de viaje y operadoras de turismo, cerca del 80% de los viajes aéreos y reservas para paseos turísticos fueron cancelados para la temporada alta. Esto en cuanto se refiere al turismo receptivo organizado.

Por otro lado, según Quesada las empresas de hospedaje del Salar de Uyuni, el principal destino turístico de Bolivia, registraron cancelaciones de hospedaje y tours programados para el mes de diciembre de 2020 y enero de 2021, especialmente del mercado asiático (2020).

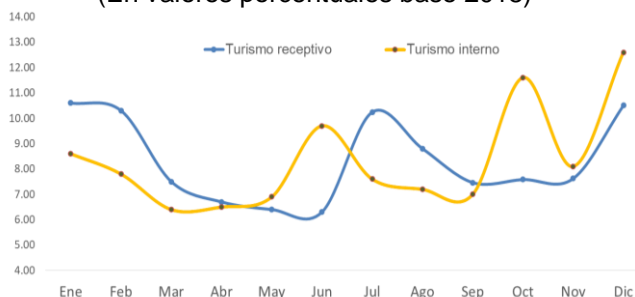
Este tipo de relatos sobre los efectos del Covid-19 en las empresas turísticas fueron recopiladas a nivel nacional y permitieron establecer los porcentajes de disminución de reservas e identificar los factores que pueden reducir aún más el turismo a largo plazo.

Además, es importante mencionar que el turismo interno, si bien genera un gran movimiento económico y de personas, tiene la peculiaridad de ser poco organizado, no se realizan reservas con anticipación y se mueve en gran medida en vacaciones, fiestas religiosas y culturales, y fin de año, por lo cual amerita otro tipo de tratamiento.

En ese contexto, analizaremos inicialmente el comportamiento y efectos del turismo receptivo y posteriormente del turismo interno.

En los últimos cinco años, el turismo receptivo creció a una tasa promedio anual del 4.9% (aunque el 2019 registró un crecimiento del 1.3% siendo el más bajo de los últimos años) por lo que se esperaba un crecimiento del 3.2% para la gestión 2020. No obstante estas proyecciones no contemplaron la aparición del Covid-19 y sus consecuencias.

Figura 2. Estacionalidad mensual del turismo boliviano
(En valores porcentuales base 2018)



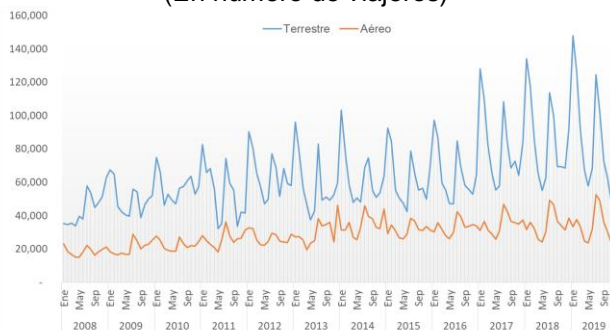
Fuente: Elaboración propia con información del INE Compendio Estadístico 2018. Turismo receptivo información 2018 y turismo interno extrapolación 2018 con base a CST Bolivia 2011- SG CAN

Figura 3. A. Llegada de viajeros extranjeros, según medio de transporte 2008-2019(e)
(En número de viajeros)



Fuente: Elaboración propia con información del INE y DIGEMIG

Figura 3. B. Comportamiento de la llegada de viajeros extranjeros, según modo de transporte 2008-2019(e)
(En número de viajeros)



Fuente: Elaboración propia con información del INE y DIGEMIG

Es importante destacar, que en los últimos años la brecha existente entre la llegada de viajeros vía terrestre se ha triplicado, en relación a los ingresos por vía aérea.

Para muchas microempresas de turismo, que no operan dentro del turismo organizado, ven con cierto optimismo la recuperación turística los próximos meses, cuando se abran las fronteras, porque sus principales clientes ingresan al país vía terrestre. Pero también sienten temor por las pocas medidas de seguridad existentes en las fronteras.

En consecuencia, la disminución o crecimiento del turismo receptivo, dependerá del modo de ingreso al país, las medidas sanitarias adoptadas en los aeropuertos y puestos

fronterizos, como también de los costos adicionales del transporte aéreo y terrestre para llegar a Bolivia.

Bajo ese análisis, se identificaron cuatro grupos de factores que tienen una incidencia sobre el impacto y su grado de afectación a la actividad turística. Estas se describen en la figura 3.C.

Se debe considerar que estos no son los únicos factores que pueden influir en la afectación o recuperación del sector, pero para este primer estudio son los factores que se tomaron en cuenta.

Valorando estos factores como determinantes sobre el impacto del Covid-19 en la industria turística, se establecieron tres

Figura 3.C. Factores contemplados en la estimación del impacto del Covid-19 sobre el turismo

Contexto Internacional	Contexto Nacional	Percepción de destinos turísticos
<ul style="list-style-type: none"> Tiempo de desarrollo de la vacuna y/o inmunidad de la población. Políticas migratorias de los países emisores de turistas. Perspectivas económicas de las líneas aéreas. La estabilidad económica de los principales países emisores de turistas. Cambio en las necesidades y comportamiento del turista internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Imagen del sistema de salud boliviano. Información digital sobre Bolivia y sus atractivos (en varios idiomas) Estabilidad económica del país. Estabilidad social del país. Políticas de rescate al turismo. Políticas de fomento al turismo. Alianzas publico-privadas. Perspectivas de la industria de telecomunicaciones. Perspectivas del sistema financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> Imagen de seguridad de los destinos. Información del destino (en varios idiomas) Accesibilidad de los destinos. Percepción sobre medidas de contingencia y evacuación de turistas. Saturación de turistas en los destinos. Densidad de población local en los destinos
Situación de las empresas turísticas		
<ul style="list-style-type: none"> La composición de la estructura empresarial del turismo (Grandes, medianas, pequeñas y Microempresas) La solvencia empresarial para cubrir obligaciones de corto plazo Amplitud de la cadena de valor (tejido empresarial) Canales de comercialización Aprovechamiento de las TICs 		

Fuente: Elaboración propia, 2020

escenarios posibles sobre las proyecciones mensuales para los años 2020 y 2021.

El escenario optimista resalta tres aspectos fundamentales necesarios para la recuperación del turismo:

- una rápida recuperación económica de los mercados emisores de turistas como el europeo y el norteamericano;
- una agresiva política de alivio a las empresas turísticas y creciente inversión en políticas de fomento al turismo;
- un trabajo cohesionado entre el sector público y privado.

Se estima que para mediados del año 2021, el turismo vuelva a recuperar los niveles de flujos alcanzados en el año 2019.

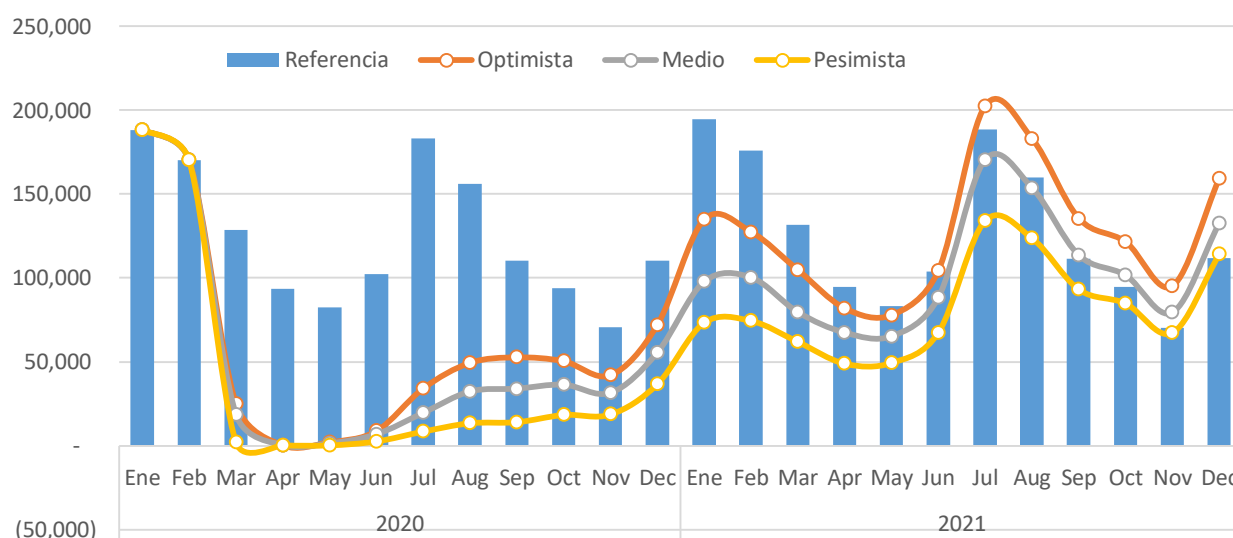
Por otro lado, el escenario medio, si bien resalta la necesidad de la pronta recuperación económica internacional, muestra una ausencia de políticas de fomento turístico o una inversión insuficiente para reactivar esta industria. Sin embargo, señala la capacidad de las empresas para adecuarse al nuevo contexto, adaptándose inmediatamente al uso de TIC's y realizando

mayores inversiones en los canales de comercialización. Según este escenario el turismo volvería a los niveles de 2019 en el último trimestre de 2021.

Por último el escenario pesimista muestra una recuperación media de las economías, ausencia de políticas públicas y una fuerte carga de inversión al sector privado. En este escenario la recuperación del turismo depende únicamente de las acciones que el sector empresarial vaya a desarrollar. En este contexto el turismo retomaría los niveles de flujo del año 2019 recién para finales del año 2021, iniciando la recuperación en la gestión 2022.

Estos tres escenarios permitieron cuantificar la pérdida económica que sufrirá el turismo receptivo. Según la tabla 4 de la Cuenta Satélite de Turismo de Bolivia, para la gestión 2020, se perderá cerca de 51.7% de ingresos en relación a la gestión 2019, lo cual significa que se dejará de percibir cerca de 433.9 millones de dólares americanos (en un escenario medio), que no ingresarán a la balanza de pagos del país.

Figura 3. D. Proyección del impacto sobre las llegadas de viajeros extranjeros 2020-2021
(En número de viajeros)

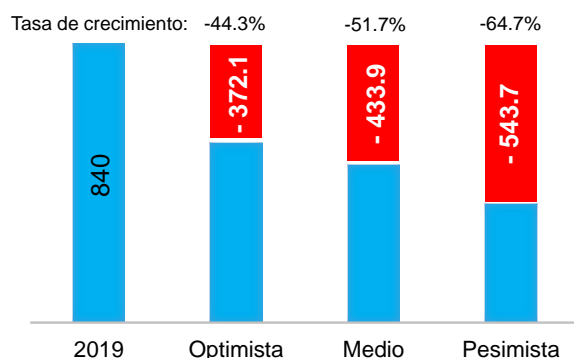


Fuente: Elaboración propia, 2020

A pesar de la pérdida económica, los resultados vertidos según los principales mercados emisores que llegan a Bolivia, muestran un comportamiento distinto. Para los mercados de Sudamérica, considerados mercados cercanos, la posibilidad de retorno a Bolivia es mayor, ya que gran parte de estos mercados se moviliza por vía terrestre, lo cual facilita un relativo retorno a la normalidad. La información recopilada muestra que⁹ los principales motivos de viaje de los países cercanos son los eventos culturales y religiosos (Viceministerio de Turismo, Banco Central de Bolivia, Instituto Nacional de Estadísticas, 2018); sin embargo, aún es incierta la realización de eventos culturales en los próximos meses, como sucedió con la cancelación del Gran Poder en junio de 2020 (Agencia Boliviana de información, 2020).

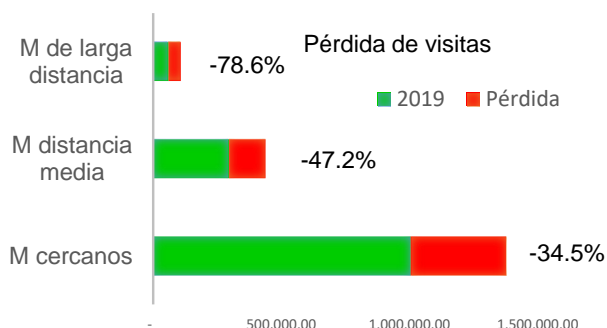
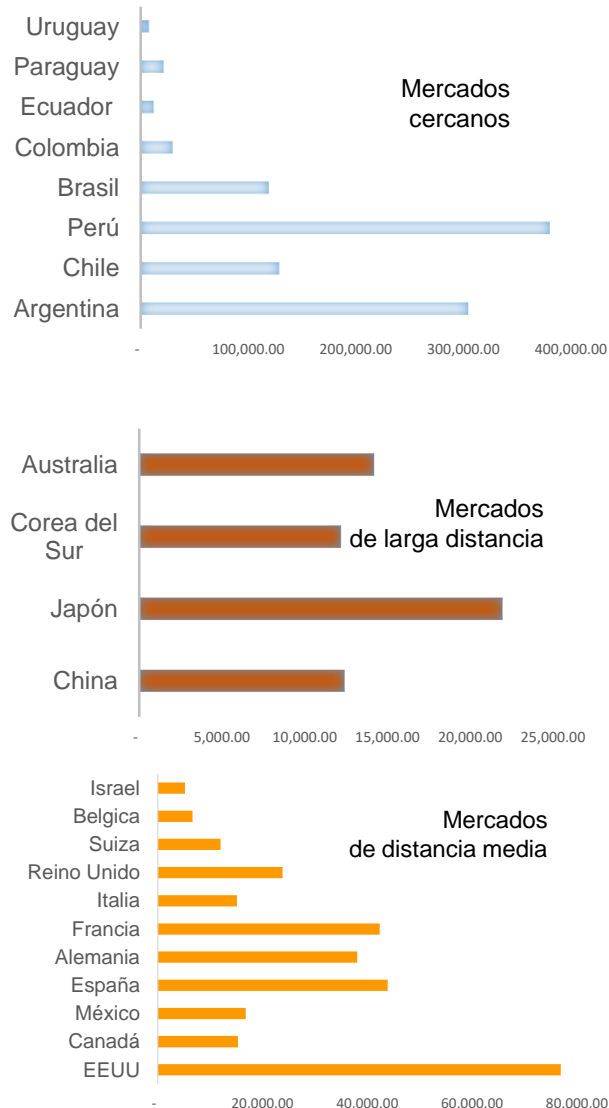
En el caso de los mercados de distancia media, como lo son el europeo y el norteamericano, su retorno depende de la recuperación de la aviación, así como de las medidas migratorias que se tomen en sus países y en el nuestro. Según los resultados del estudio, la actividad turística en estos mercados se contraerá en un 47.2% en relación al 2019. Su impacto en la disminución económica repercute en dos ámbitos: Primero, se considera al turismo receptivo como el mercado de mayor gasto (Viceministerio de Turismo, Banco Central de Bolivia, Instituto Nacional de Estadísticas, 2018)

Figura 3.E. Proyección de la pérdida económica del turismo receptivo 2020
(En millones de dólares americanos)



Fuente: Elaboración propia, 2020

Figura 3.F. Principales mercados del turismo receptivo y pérdida según distancia del mercado
(En cantidad de viajeros)



Fuente: Elaboración propia, en base información de DIGEMIG y Encuesta gasto de turismo Receptivo 2016

este mercado gasta alrededor de 1.216 dólares durante su viaje al país, monto mayor a la media de 723 dólares. En segundo lugar, su efecto también se alarga porque este mercado programa sus viajes con una antelación de 6 a 12 meses, antes de realizarlo. En consecuencia, si mejoran las condiciones de salud y las economías hasta fin de año, podrían programar sus próximos viajes para la gestión 2022.

Por último, los mercados de larga distancia como el asiático y los países de Oceanía, serán los más afectados, con una disminución del 78.6% en las llegadas a Bolivia para el 2020, en comparación al 2019. Estos mercados no sólo dependen de una pronta recuperación de sus economías, sino de las conexiones aéreas que permitan su traslado hacia el país. Al no contar con vuelos directos hacia la región, el retorno dependerá de las políticas migratorias que establezcan los países como Estados Unidos o los de la Comunidad Europea, que se constituyen en los *hubs* aéreos de conexión internacional. Además se debe tener en cuenta las decisiones migratorias de los *hubs* de conexión en Sudamérica como Sao Paulo (Brasil), Lima (Perú) o Bogotá (Colombia) de los que depende Bolivia para que lleguen sus visitantes.

Sin duda, el destino turístico más afectado será el Salar de Uyuni, ya que disminuirá sus actividades por doble partida, primero en la temporada alta de europeos y

segundo en la temporada alta de asiáticos, que llegan entre diciembre y febrero.

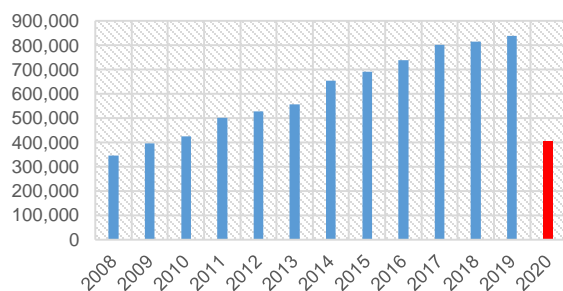
Viendo un panorama histórico, el turismo receptivo presentará la mayor pérdida económica de su historia, con cifras negativas de crecimiento del -51.7% en comparación al 2019, lo que significa unos 433.9 millones de dólares menos en la economía para la gestión 2020.

Por su parte el turismo interno, a diferencia del turismo receptivo, recién está desarrollándose como un mercado de entretenimiento y ocio. Los viajes nacionales se desarrollaban en su mayoría por visitas a familiares y trabajo, situación que ha cambiado en los últimos años. Según el Viceministerio de Turismo (2016) el gasto diario que efectúan los turistas nacionales pasó de Bs. 188 en la gestión 2013, a Bs. 227 en la gestión 2016, mostrando un incremento medio anual del 7%.

En la gestión 2019 el turismo interno registró más de 3.4 millones de viajeros a nivel nacional. No obstante, este mercado aún se encuentra en desarrollo, ya que el 41% de los viajeros nacionales salió por primera vez, fuera de su residencia habitual. A esto se añade que sólo un 4% de los viajeros realizó reservas con anticipación a través de una agencia de viajes.

Es, sin duda, un mercado poco planificador, pero con una tendencia creciente tanto en flujo como en gasto. Son estas características que lo hacen más resiliente a crisis económicas.

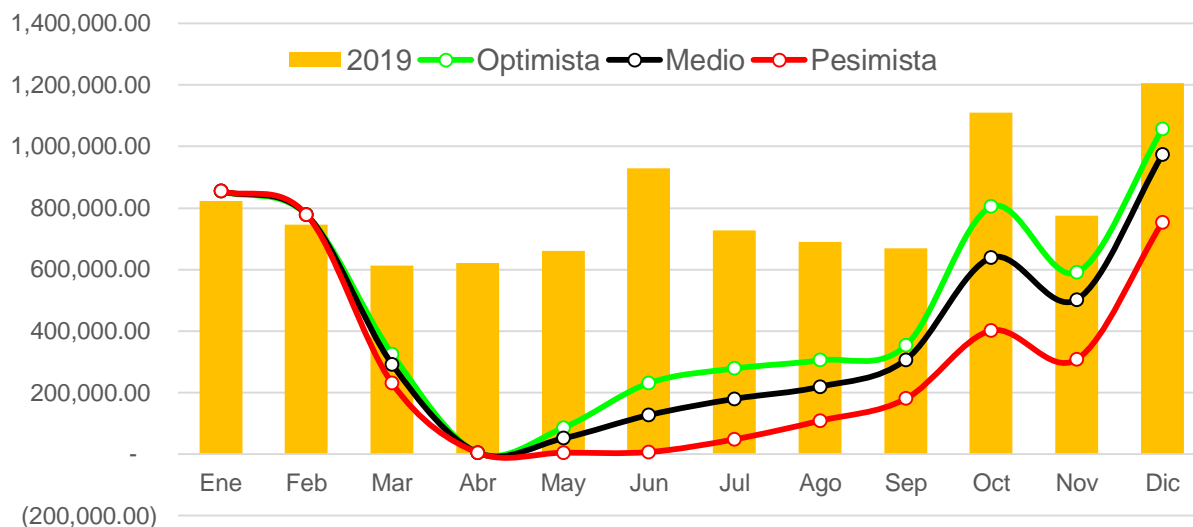
Figura 3.G. Evolución y pérdida de ingreso de divisas, por concepto de turismo receptivo
(En miles de dólares americanos)



Fuente: Elaboración propia con información del INE

Los resultados del presente estudio, a diferencia del turismo receptivo, muestran que el turismo interno es más resiliente y que para finales del 2020 se iniciará su recuperación. Sin embargo, los golpes más duros en el turismo interno, se sintieron con las cancelación de la semana santa y el primero de mayo, feriados que generaban un gran movimiento económico para destinos religiosos y destinos de proximidad a las áreas urbanas. Una situación similar se vivirá en la temporada de vacaciones invernales, se prevé que el flujo de visitantes para junio y julio caerá en un 86.3% en comparación al 2019.

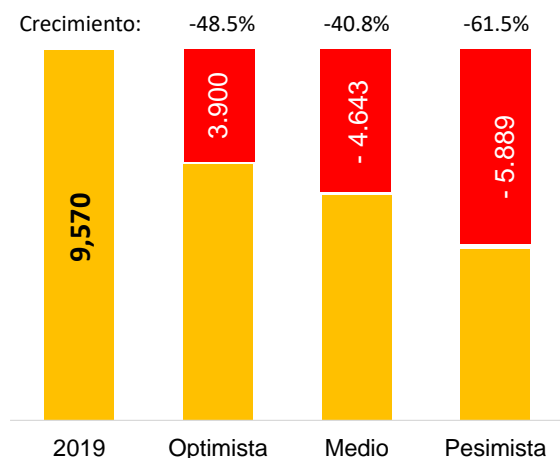
Figura 4.A. Recuperación del turismo interno en el 2020(e)
(En miles de bolivianos de 2019)



Fuente: Elaboración propia 2020

En cuanto a la incidencia económica de este mercado interno, se perderá cerca de 3.743 millones de bolivianos durante la gestión 2020, significando una caída del -39% en comparación del 2019.

Figura 4.B. Pérdida económica del turismo interno en el 2020(e)
(En millones de bolivianos)

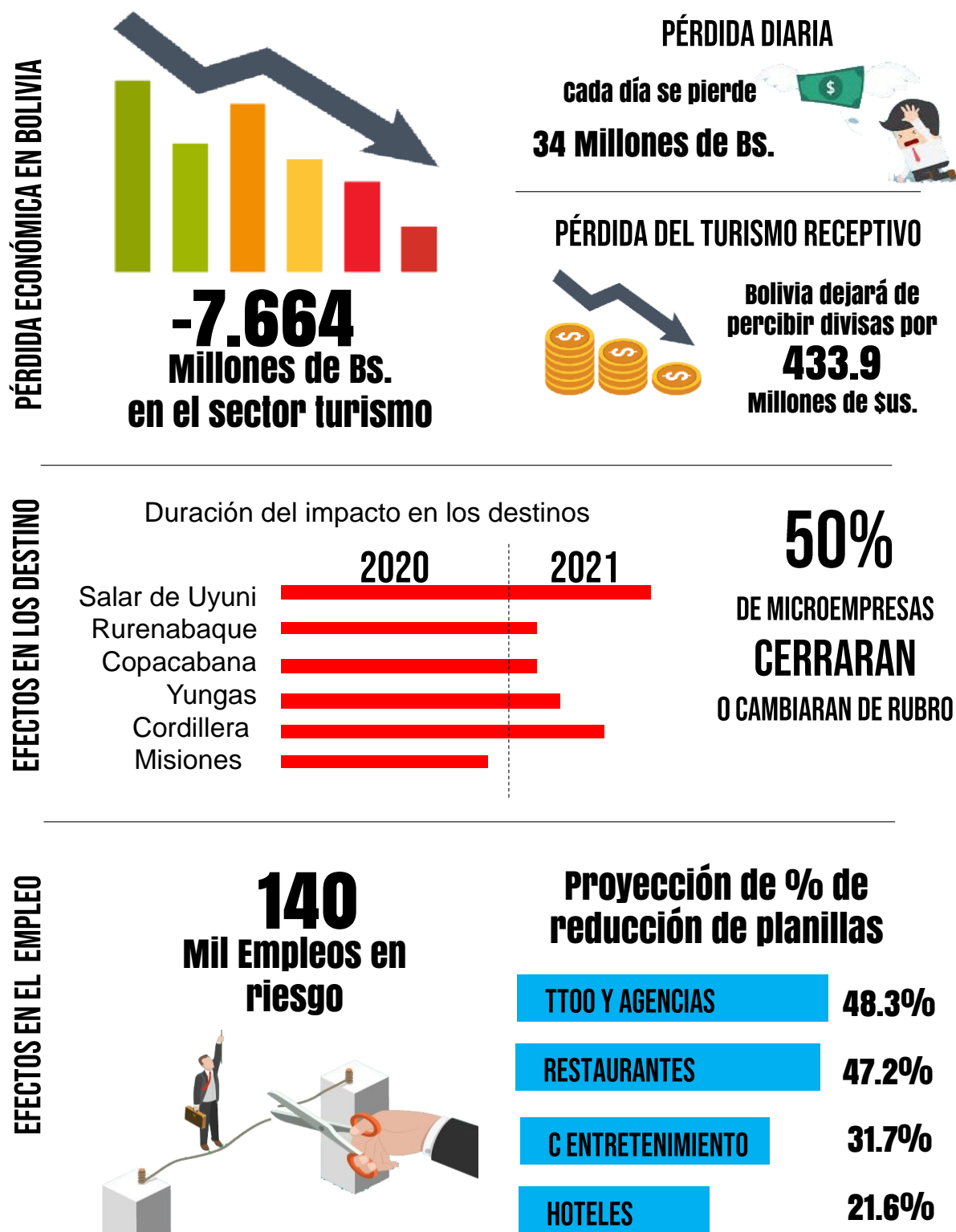


Fuente: Elaboración propia 2020

Los resultados agregados exponen una pérdida de más de 7.664 millones de bolivianos a nivel nacional para la gestión 2020. Esta cuantiosa pérdida pone en riesgo más de 140 mil empleos directos en el sector, siendo los guías, las agencias de viajes y operadoras de turismo, los actores más golpeados por esta crisis.

Otro resultado relevante del estudio explica que a finales de 2020 más del 50% de las microempresas turísticas (que representan el 87% de la estructura empresarial del turismo boliviano) cerrarán operaciones o cambiarán de rubro. Y más del 70% de las empresas turísticas no podrán soportar obligaciones por más de cuatro meses, lo cual alerta sobre una posible quiebra técnica de varias empresas para los meses de julio y agosto de 2020.

Figura 5. Impacto del Covid-19 sobre la Industria turística boliviana en el 2020



Fuente: Elaboración propia. UNIFRANZ 2020

Identificación de factores que pueden ayudar al desarrollo de la actividad turística

Si bien los resultados muestran una cuantiosa pérdida económica debido a la crisis sanitaria del Covid-19, también permitieron generar algunas alternativas para contrarrestar dichos efectos, que los clasificamos en:

- Adaptación a los cambio del perfil del turistas;
- Reinención de la prestación de servicios turísticos;
- Gestión pública inteligente.

Los resultados de la investigación muestran un nuevo perfil del turista, que antepondrá su seguridad y salud, en los servicios turísticos que elija. También se muestra que preferirá destinos turísticos de fácil acceso, esto por la incertidumbre ante posibles crisis sanitarias y la necesidad de cambios e incluso evacuaciones. Por último, se reafirma el uso de celulares y aplicaciones móviles a la hora de elegir un servicio o destino turístico.

Estos cambios en el comportamiento del turista, incidirán en la prestación de servicios turísticos de los diferentes actores. Los resultados generados, muestran que en el corto plazo, los prestadores de servicios turísticos deberán adecuarse a las medidas de bioseguridad, mejorar la limpieza e higiene e incluir el distanciamiento social.

Asimismo, también resalta las medidas a ser implementadas en el mediano plazo, como la necesidad de ingresar al mundo informático, potenciando la creación de oficinas virtuales (trabaja desde tu casa), profundizar canales de pago digital, mejorando la promoción online y a través de aplicaciones para dispositivos móviles. En definitiva un cambio del proceso de prestación de servicios hacia un camino más informático. Sólo los actores que se adapten a estas nuevas tendencias podrán seguir en un mercado turístico más competitivo.

Figura 6. Perfil General del turista post- Covid-19



Fuente: Impacto sobre el Covid-19 en la Industria del Turismo en Bolivia, UNIFRANZ 2020

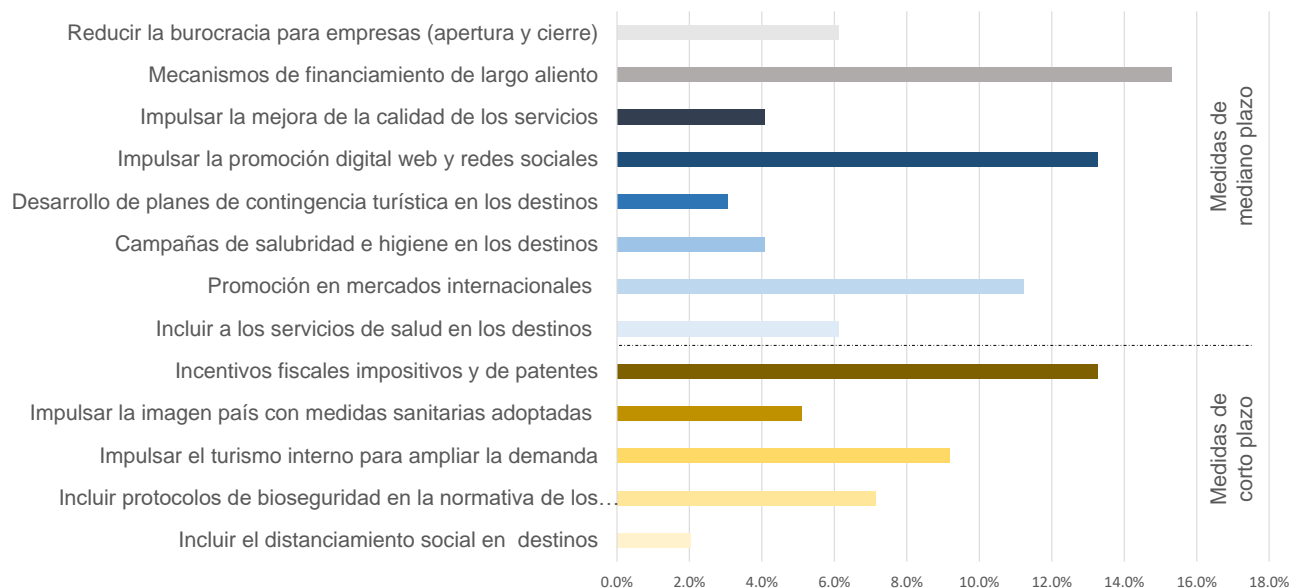
Diseño: Dennis Cabrera Farah

Figura 7. Propuestas de medidas privadas para reactivar al turismo post Covid-19



Fuente: Elaboración propia. UNIFRANZ 2020

Figura 8.A. Propuestas de medidas públicas para reactivar al turismo post- Covid-19



Fuente: Elaboración propia. UNIFRANZ 2020

Por otro lado también se resalta la necesidad de incrementar presupuestos de promoción digital, capacitar al personal con las medidas de bioseguridad, mejorar la atención al cliente, entre otras. Para lo cual deberán realizar alianzas estratégicas entre empresarios, primero para reducir costos administrativos y luego para realizar acciones conjuntas de promoción.

Este nuevo escenario también impacta en la forma de hacer la gestión pública, ya que debería ser más dinámica para aplacar los efectos inmediatos en el corto plazo y al mismo tiempo diseñar acciones de mediano y largo plazo para reactivar el sector.

Entre las recomendaciones más frecuentes que realizaron nuestros entrevistados, resalta la implementación de políticas de alivio a las empresas para poder cubrir obligaciones de corto plazo, como también el de establecer protocolos de bioseguridad para los prestadores de servicios turísticos y de esta forma generar confianza en los turistas y certidumbre en la prestación de servicios.

Entre las medidas de mediano plazo, resalta la necesidad de preparar a los destinos turísticos de Bolivia para un turismo post Covid-19, incrementando las acciones de promoción, interna en un primer momento y posteriormente internacional bajo un nuevo paraguas, el del mundo informático.

Por otro lado también se destaca, la necesidad de crear mecanismo de financiamiento para que el aparato productivo de la industria turística no desaparezca debido a las consecuencias de la pandemia. Todo esto bajo el supuesto que impera la necesidad de trabajo conjunto entre actores públicos y privados vinculados a la actividad turística.

Para orientar estos cambios necesarios en la gestión pública, realizamos un análisis de efectividad de las políticas sobre el incremento de ingresos de toda la industria. Los resultados más importantes muestran que para desarrollar los destinos turísticos del país, se debe pasar por el apoyo al desarrollo de las empresas turísticas sobre otro tipo de acciones.

Asimismo en relación a la difusión turística, la promoción realizada por segmentación de mercado tiene una mayor efectividad que acciones genéricas que se puedan realizar. Y bajo el actual contexto, una promoción empleando canales de comunicación digital tendrá mayor efectividad que acciones tradicionales.

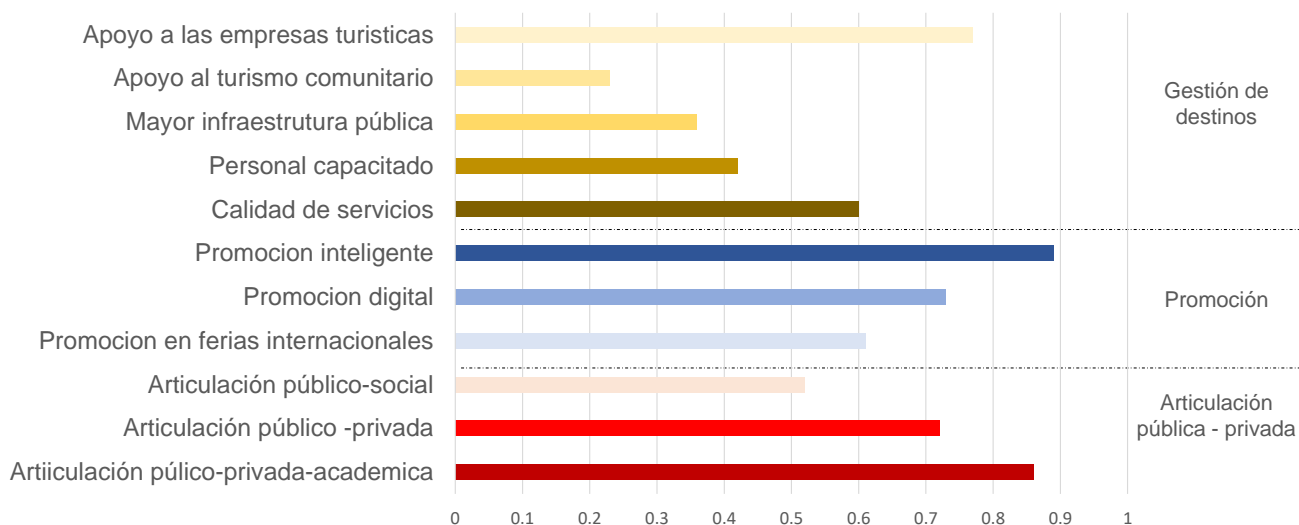
También se hace evidente una articulación de actores para que, tanto la adecuación al nuevo turista como la incorporación de medidas de bioseguridad, sean efectivas y permitan levantar a la industria. Esa articulación implica la unión de actores públicos de diferentes niveles de gobierno, actores privados asociados o no, y la parte académica, a través de una articulación de responsabilidades específicas buscando un mismo objetivo.

En relación a los mecanismos de financiamiento para el sector de turismo, se debe tener en cuenta que ya existe un producto financiero crediticio desde el 2015, que a la fecha, según la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, 2020) cuenta con una cartera activa de 7.112 millones de bolivianos para el sector de Turismo. El 68% del mismo está otorgado como microcrédito y el resto como crédito empresarial y Pyme.

De acuerdo a las entrevistas realizadas, se estimó que el 80% de las microempresas no podrá pagar su crédito en los próximos 6 meses, al no contar con ingresos por esta actividad. En cuanto al crédito empresarial el 45% de los créditos a PYME y empresarial no podrá ser pagado en los próximo 4 meses.

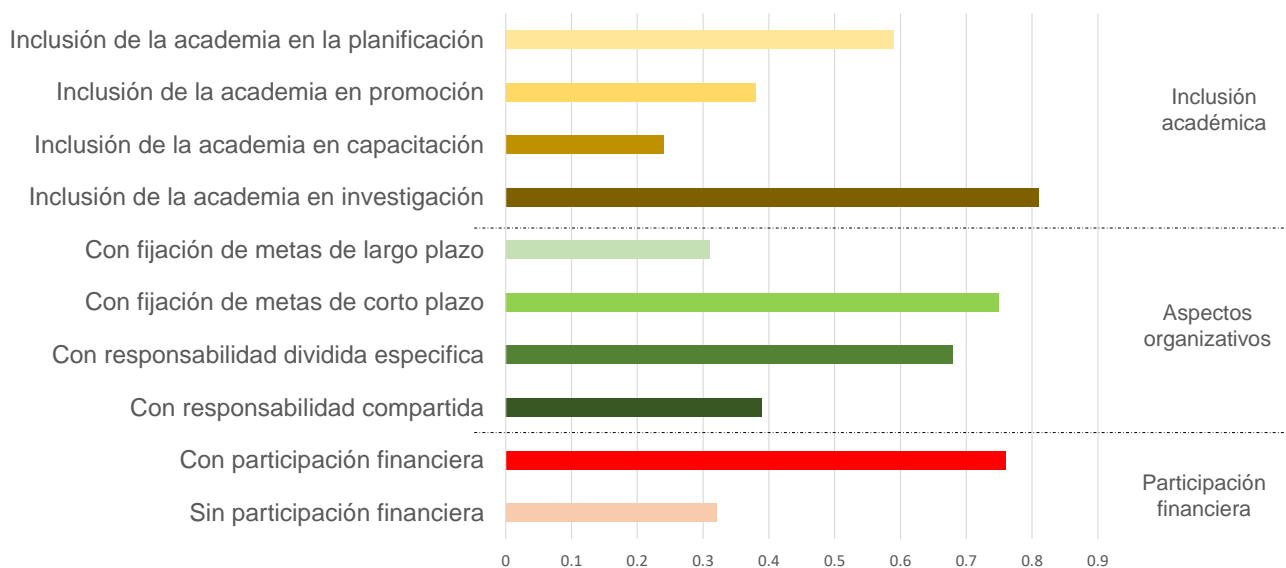
Si bien ya existe un instrumento crediticio para el sector, es hora de evaluar sus condiciones de pago, debido a que el sector tardará en recuperarse y no contará con ingresos suficientes para realizar pagos de corto plazo. Por otro lado, los entrevistados también recomendaron analizar las posibilidades como la titularización de futuros, *leasing* y *warrant* como instrumentos para financiar capital de operaciones e inversión que permitan adecuarse al nuevo contexto.

Figura 8.B. Efectividad de las políticas públicas de turismo en relación al crecimiento económico de la industria



Fuente: Elaboración propia. UNIFRANZ 2020

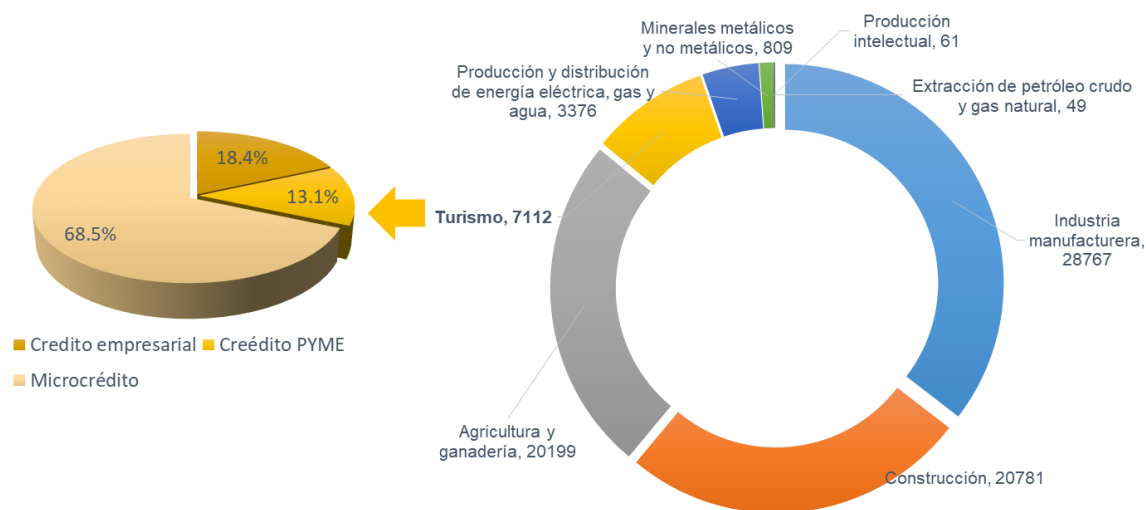
Figura 8.C. Efectividad de las estrategias de articulación Público – Privadas en relación al crecimiento económico de la industria



Fuente: Elaboración propia. UNIFRANZ 2020

Figura 9. Composición de la cartera de créditos destinada al sector productivo, al 31 de marzo de 2020

(En millones de bolivianos y porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, en base información de la ASFI

En definitiva, los efectos que deja esta pandemia, exigirán al máximo la creatividad del sector privado y la elección inteligente del sector público para sobrellevar la crisis económica vivida actualmente.

Conclusiones

Se hace indispensable contar con indicadores que permitan medir la evolución de un sector tan complejo como es el turismo. Los esfuerzos realizados por construir indicadores de turismo en la presente investigación, si bien cimientan las primeras bases, deben profundizarse continuando con la construcción de las tablas de la Cuenta Satélite de Turismo faltantes, para tener una línea base sobre la cual se pueda medir la incidencia del Covid-19 de forma más integral.

Los resultados generados en la presente investigación revelan un impacto sin precedentes en la economía del sector turístico,

con pérdidas diarias de más de 34 millones de bolivianos. Sin embargo, si la situación de cuarentena y las restricciones de viaje continúan en el mundo y en particular en el país, se deberá ajustar las pérdidas económicas en este sector. En consecuencia, es recomendable realizar el cálculo de la pérdida real bajo esta misma metodología concluida la gestión 2020.

Este estudio, si bien revela un gran impacto en la actividad turística, también muestra los retos a los cuales se debe enfrentar el sector, tanto privado, público como académico. Esos nuevos retos son los que permitirán a la industria del turismo salir adelante bajo un nuevo escenario post- Covid-19.

Es importante continuar con este tipo de investigaciones y se debe profundizar en los resultados por sector y destino turístico de Bolivia, para orientar las acciones de los emprendedores y de la gestión pública.

Trabajos citados

- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero. (2020). *Carta de créditos al sector productivo - Marzo 2020*. La Paz: ASFI.
- Agencia Boliviana de información. (22 de 04 de 2020). *Fiesta del Gran Poder se cancela por la emergencia sanitaria y sus hermanos anuncian campaña solidaria*. Recuperado el 24 de Abril de 2020, de sitio web de ABI: <https://www1.abi.bo>
- Anaya, A. d. (2018). *Microeconomía intermedia: Conductas del consumidor y el productor en los diferentes mercados*. Bogotá: Unimagdalena.
- Dirección General de Migraciones. (2016). *Flujo de viajeros internacionales 2008-2015*. La Paz: DIGEMIG.
- Fondo Monetario Internacional. (2009). *Manual de balanza de pagos y posición de inversión internacional*. Washington: FMI.
- Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia. (2019). *Anuario estadístico 2018*. La Paz: INE.
- James, J. (2002). *Introducción a la teoría del consumidor, de la preferencia a la estimación*. Cali: Universidad ICESI.
- Naciones Unidas, Organización Mundial del Turismo, Comisión de las Comunidades Europeas Eurostat, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. (2010). *Cuenta satélite de turismo. Recomendaciones sobre el marco conceptual*. Luxemburgo/Madrid/Nueva York/París: ONU.
- Organización Mundial del Turismo. (2011). *Políticas y prácticas para el turismo mundial*. Madrid: Ed. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (2016). *Compilación de recomendaciones de la OMT 1975-2015*. Madrid: Ed. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Notas metodológicas de la base de datos de turismo*. Madrid: Ed. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *World Tourism Barometer. Volumen 18*. Madrid.
- Quesada, J. G. (17 de Abril de 2020). Entrevista sobre el impacto del Covid-19 en el turismo, Uyuni - Bolivia.
- Secretaría General de la Comunidad Andina de Naciones. (2011). *Cuenta Satélite de Turismo de los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones*. Lima: CAN.
- Viceministerio de Turismo. (2016). *Encuesta Gasto del turismo interno y excursionismo en Bolivia*. La Paz: VMT.
- Viceministerio de Turismo, Banco Central de Bolivia, Instituto Nacional de Estadísticas. (2018). *Encuestas de gasto de turismo receptivo y emisor 2016*. La Paz.
- World Travel and Tourism Council. (2020). *Research: Economic impact report*. Recuperado el 7 de Abril de 2020, de <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>