



Organización
Internacional
del Trabajo



► Impactos de la COVID-19 en el sector turístico de La Paz entre 2020 y 2021

► OIT Países Andinos

BOLIVIA 

Copyright © Organización Internacional del Trabajo 2022
Primera edición 2022

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor. No obstante, ciertos extractos breves pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción o de traducción, deben formularse las correspondientes solicitudes, al menos, a Publicaciones de la OIT (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, o por correo electrónico a rights@ilo.org, solicitudes que serán bien acogidas.

Las bibliotecas, instituciones y otros usuarios registrados ante una organización de derechos de reproducción pueden hacer copias de acuerdo con las licencias que se les hayan expedido con ese fin. En www.ifrro.org puede encontrar la organización de derechos de reproducción de su país.

Impactos de la COVID-19 en el sector turístico de La Paz entre 2020 y 2021

Lima: OIT/Oficina de la OIT para los Países Andinos, 2022. 94 páginas

ISBN: 9789220379738 (impreso)
ISBN: 9789220379745 (pdf web)

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Organización Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmadas incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Para más información sobre las publicaciones y los productos digitales de la OIT, visite nuestro sitio web: ilo.org/publns.

Este documento ha sido elaborado por la empresa consultora INTERCON SRL conformada por expertos bolivianos en turismo. Se agradece en particular a Edwin Orlando Poma Loza y María Cruz Ximena Jimeno Beltrán por haber liderado el desarrollo de este estudio.

© OIT. 2022

Diseñado por el Centro Internacional de Formación de la OIT, Turín – Italia
Foto de portada: © OIT
Impreso en Bolivia

► **Impactos de la COVID-19
en el sector turístico
de La Paz entre 2020 y 2021**

Advertencia

El uso de un lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es una de las preocupaciones de nuestra Organización. Sin embargo, no hay acuerdo entre los lingüistas sobre la manera de hacerlo en nuestro idioma. En tal sentido, y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en español o/a para marcar la existencia de ambos sexos, hemos optado por emplear el masculino genérico clásico, en el entendido de que todas las menciones en tal género representan siempre a hombres y mujeres.

Índice de contenidos

▶ Acrónimos y abreviaturas	vii
▶ I. Introducción	1
▶ II. Impactos de la COVID-19 en el turismo	3
2.1. Panorama internacional sobre el impacto de la COVID-19 en el turismo	3
2.2. Los efectos en el turismo boliviano.....	7
2.3. Nuevos escenarios en el turismo provocados por la COVID-19	12
2.3.1. Contracción de la demanda	13
2.3.2. Reducción del aparato productivo	13
2.3.3. Un nuevo turista pospandemia	15
2.3.4 Las TIC serán parte de una nueva realidad en el turismo	17
▶ III. Barreras y oportunidades para la formalización empresarial del turismo en La Paz	18
3.1. Barreras de las MIPYME turísticas bolivianas para su formalización.....	18
3.1.1. El proceso de formalización empresarial del sector turismo	23
3.1.2. Limitaciones para la formalización empresarial	32
3.2. Oportunidades de la formalización empresarial	36
▶ IV. El empleo en el turismo y los efectos de la COVID-19	41
4.1. Condiciones de trabajo	44
4.2. Remuneración salarial.....	48
4.3. Situación laboral desde el enfoque de género	52
4.3.1. La situación laboral de la mujer en el turismo	52
4.3.2. Posibilidades de crecimiento laboral	55
4.4. Descenso del empleo formal.....	58
▶ V. Recomendaciones y conclusiones	60
5.1. Recomendaciones para impulsar la reactivación del turismo boliviano	61
5.2. Recomendaciones para incentivar la formalización empresarial.....	64
5.3. Recomendaciones para mantener el empleo	65
▶ VI. Referencias bibliográficas	67

► VII. Anexos	71
Anexo 1. Actores clave del turismo que fueron entrevistados	71
Anexo 2. Escenario de la formalización de prestadores regulados por la ACT	72
Anexo 3. Escenario de la formalización de prestadores no regulados por la autoridad competente en Turismo	75
Anexo 4. Caracterización de las condiciones de trabajo de los prestadores regulados por la ACT.....	77
Anexo 5. Caracterización de las condiciones de trabajo de los prestadores no regulados por la ACT.....	79
Anexo 6. Escenarios del empleo turístico de prestadores regulados por la ACT	80
Anexo 7. Escenarios del empleo turístico de prestadores no regulados por la ACT	81
Anexo 8. Ampliación del Gráfico 38	83

Índice de gráficos

► Gráfico 1. Prolongación del impacto de la COVID-19 en el sector turismo internacional	3
► Gráfico 2. Impacto de la COVID-19 en el turismo internacional.....	4
► Gráfico 3. Impactos de la COVID-19 en el turismo y por regiones.....	6
► Gráfico 4. Arribo de turistas internacionales a Bolivia.....	7
► Gráfico 5. Tasa de crecimiento de llegadas de turistas internacionales a Bolivia	7
► Gráfico 6. Ingresos generados por el turismo receptivo 2008-2020.....	8
► Gráfico 7. Bolivia: Estacionalidad del turismo receptivo según mercado de origen.....	10
► Gráfico 8. Impactos sobre el turismo boliviano.....	11
► Gráfico 9. Características del turismo interno boliviano	11
► Gráfico 10. Bolivia: PIB a precios corrientes de hoteles y restaurantes	12
► Gráfico 11. Índice de rentabilidad de la oferta hotelera.....	14
► Gráfico 12. Posibles cambios en el comportamiento del nuevo turista	16
► Gráfico 13. Registro empresarial de las principales actividades económicas.....	20
► Gráfico 14. Bolivia: Registro empresarial de actividades de alojamiento y servicios de comida	21
► Gráfico 15. La Paz: Registro empresarial de actividades de alojamiento y servicios de comidas según tipo societario.....	22

▶ Gráfico 16. Conglomerados de análisis de las MIPYME turísticas	24
▶ Gráfico 17. Etapas e instituciones involucradas en el proceso de formalización de empresas vinculadas al turismo.....	27
▶ Gráfico 18. Procedimientos de apertura de una empresa turística	28
▶ Gráfico 19. Proceso para obtener la Licencia de Funcionamiento Municipal	30
▶ Gráfico 20. Proceso para obtención de la Licencia Turística	31
▶ Gráfico 21. Gestiones preparatorias para la creación de la ventanilla única	38
▶ Gráfico 22. Aspectos operativos	39
▶ Gráfico 23A. Bolivia: Población ocupada en actividad económica (2019)	41
▶ Gráfico 23B. Bolivia: Población ocupada en actividad económica (2019)	42
▶ Gráfico 24. Índice de empleo del sector privado en Bolivia	43
▶ Gráfico 25. Bolivia: Tipo de empleo de la industria turística en 2007	44
▶ Gráfico 26. Bolivia: Distribución porcentual de la población de 14 años de edad o más en la ocupación principal según actividad económica, (año 2019)	45
▶ Gráfico 27. Decisión de trabajar en el sector turismo.....	46
▶ Gráfico 28. Incorporación de las sugerencias de los empleados	46
▶ Gráfico 29. Percepción sobre las horas de trabajo.....	47
▶ Gráfico 30. Equipamiento e insumos para desarrollar el trabajo.....	47
▶ Gráfico 31. Bolivia: Índice de salario medio nominal del sector privado según actividad económica y género.....	48
▶ Gráfico 32. Remuneración media nominal por género	49
▶ Gráfico 33. Relación del salario mensual en el sector turístico	49
▶ Gráfico 34. Tasa de desocupación (PD/PEA) en el área urbana (Expresado en porcentajes).....	53
▶ Gráfico 35. Participación de la mujer en los diferentes servicios que componen el sector del turismo en el municipio de La Paz	53
▶ Gráfico 36. Participación de mujeres según rol en el hogar en los diferentes subsectores del turismo en el municipio de La Paz	54
▶ Gráfico 37. Perspectivas del empleo en el turismo	59
▶ Gráfico 38. Recomendaciones para reactivar el turismo boliviano.....	61

Índice de tablas

▶ Tabla 1. Bolivia: Principales mercados del turismo receptivo	9
▶ Tabla 2. Registro de comercio de empresas en Bolivia y el departamento de La Paz	19
▶ Tabla 3. Bolivia: Número de prestadores de servicios turísticos registrados en SIRETUR 2019	22
▶ Tabla 4. Bolivia: Número de establecimientos de hospedaje registrados en SIRETUR 2019	23
▶ Tabla 5. Caracterización de las empresas turísticas reguladas por ACT	25
▶ Tabla 6. Desincentivos para la formalización de unidades económicas de turismo	34
▶ Tabla 7. Percepción sobre la burocracia para la formalización de empresas turísticas y afines al turismo	34
▶ Tabla 8. Ventajas de la formalización de unidades económicas de turismo	37
▶ Tabla 9. Situación de los empleados y remuneración salarial de prestadores regulados por la ACT	50
▶ Tabla 10. Situación de los empleados y remuneración salarial de prestadores no regulados por la ACT	51
▶ Tabla 11. Situación laboral desde la perspectiva de género de prestadores regulados por la ACT	56
▶ Tabla 12. Situación laboral desde la perspectiva de género de prestadores no regulados por la ACT	57

Siglas y acrónimos

ABATUR	Asociación Boliviana de Agencias de Turismo Receptivo
ABAVYT	Asociación Boliviana de Agencias de Viaje y Turismo
ABC	Asociación Boliviana de Chefs
ACT	Autoridad Competente en Turismo
AFP	Administradoras de Fondos de Pensiones
ALA BOLIVIA	Asociación de Líneas Aéreas de Bolivia
ASEMAT	Asociación de Expositores y Microempresarios Afines al Turismo
ASFI	Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero
ASOGUIATUR	Asociación de Guías de Turismo de La Paz
ATT	Autoridad de regulación y fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes
BCB	Banco Central de Bolivia
BM	Banco Mundial
CAEB	Clasificación de Actividades Económicas de Bolivia
CANOTUR	Cámara Nacional de Operadores de Turismo
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CPT	Colegio de Profesionales de Turismo de La Paz
CST	Cuenta Satélite de Turismo
DGAC	Dirección General de Aeronáutica Civil
DIGEMIG	Dirección General de Migración
DIRNOPLU	Dirección del Notariado Plurinacional
FDI	Foreign Direct Investment (siglas en inglés)
FEBOGUIT	Federación Boliviana de Guías de Turismo
FELCC	Fuerza Especial de Lucha Contra el Crimen
FELCN	Fuerza Especial de Lucha contra el Narcotráfico
FUNDEMPRESA	Fundación para el Desarrollo Empresarial
GAMLP	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz
GUIASTUR	Asociación de Guías oficiales de Turismo
IATA	Asociación Internacional de Transporte Aéreo (siglas en inglés)
IED	Inversión Extranjera Directa
INE	Instituto Nacional de Estadística
MDPyEP	Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural
MIPYME	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
MTEPS	Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social
NIT	Número de Identificación Tributaria

OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMT	Organización Mundial de Turismo
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PD	Población Desocupada
PEA	Población Económicamente Activa
PIB	Producto Interno Bruto
ROE	Registro Obligatorio de Empleadores
S.A	Sociedad Anónima
SEDES	Servicio Departamental de Salud
SEPREC	Servicio Plurinacional de Registro de Comercio
SGCAN	Secretaría General de la Comunidad Andina de Naciones
SIN	Servicio de Impuestos Nacionales
SIRETUR	Sistema de Registro Turístico
SOAT	Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito
SRL	Sociedad de Responsabilidad Limitada
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
UFV	Unidad de Fomento de Vivienda
UNIFRANZ	Universidad Franz Tamayo
VMT	Viceministerio de Turismo
WTTC	Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (siglas en inglés)

I. Introducción

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2020) aseveró que debido a la pandemia de la COVID-19, el turismo mundial retrocedió a los niveles de la década 1990-1999, con una de las tasas de crecimiento más alarmantes de la historia, marcando -72 por ciento en octubre de 2020.

El turismo en la economía boliviana es incipiente en relación con los países vecinos, y aún más comparado con las regiones de Europa o Asia. Sin embargo, contribuye con 4,2 por ciento al PIB nacional, creando aproximadamente 400 000 empleos directos e indirectos y se posiciona como la cuarta industria en generación de divisas para el país. En el año 2020, el sector fue impactado por la emergencia sanitaria causada por el brote de la COVID-19, además de los efectos de la crisis sociopolítica vivida en octubre de 2019. Estos dos aspectos provocaron una caída de 65 por ciento en relación con 2019, cerca de 100 000 empleos fueron cesados temporalmente, y a ello se han sumado las olas de contagio de la pandemia de la COVID-19, que ralentizan la recuperación del turismo boliviano.

El presente documento fue elaborado a partir de un análisis con diversos actores clave del sector turístico paceño a fin de establecer los principales efectos que tuvo la COVID-19 en la actividad turística, especialmente en el empleo y la formalización de las empresas del sector. Si bien antes de la crisis sanitaria la informalidad era un reto que se estaba atendiendo a través de acciones y plataformas informáticas básicas de las instancias reguladoras del turismo, durante la pandemia la coordinación languideció. Sumada a esa realidad, la decisión de varias empresas de cerrar temporal o definitivamente ante la ausencia de clientes complejizó el debate sobre formalización y resiliencia empresarial.

Según la Cámara de Operadores de Turismo Receptivo (CANOTUR), en la entrevista a profundidad realizada para el presente estudio en enero de 2021, las operadoras de turismo registraron anulaciones de reservas hasta mediados de 2021, repercutiendo en la subcontratación de los guías de turismo, 98 por ciento de los cuales quedaron sin trabajo. Solamente el hospedaje soportó la crisis, en tanto los sectores de la gastronomía, artesanía, transporte turístico y líneas aéreas también recurrieron a cierres y cesación de personal. Dentro del empleo informal en el sector turístico paceño, la mayor secuela de la pandemia se percibió en las mujeres que trabajan en este sector, quienes en muchos casos tuvieron que buscar alternativas inmediatas para cubrir los gastos familiares básicos. Sin embargo, las afectaciones fueron multidimensionales y persistentes entre diversos grupos de trabajadores del sector, sobre todo durante el primer año de la pandemia.

Bolivia tiene que afrontar desafíos y aprovechar las oportunidades para una reactivación sostenible, inclusiva y más resiliente del sector turismo, tomando en cuenta las necesidades específicas de los trabajadores y las empresas, para hacer frente a la crisis sanitaria y económica generada por la COVID-19. A tal propósito, el presente estudio examina los efectos de la pandemia en el empleo formal e informal en el sector del turismo, con especial énfasis en las mujeres que trabajan en ese sector; identifica los principales obstáculos a la formalización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) del sector del turismo en La Paz, y propone medidas que puedan facilitar la transición a la formalidad.

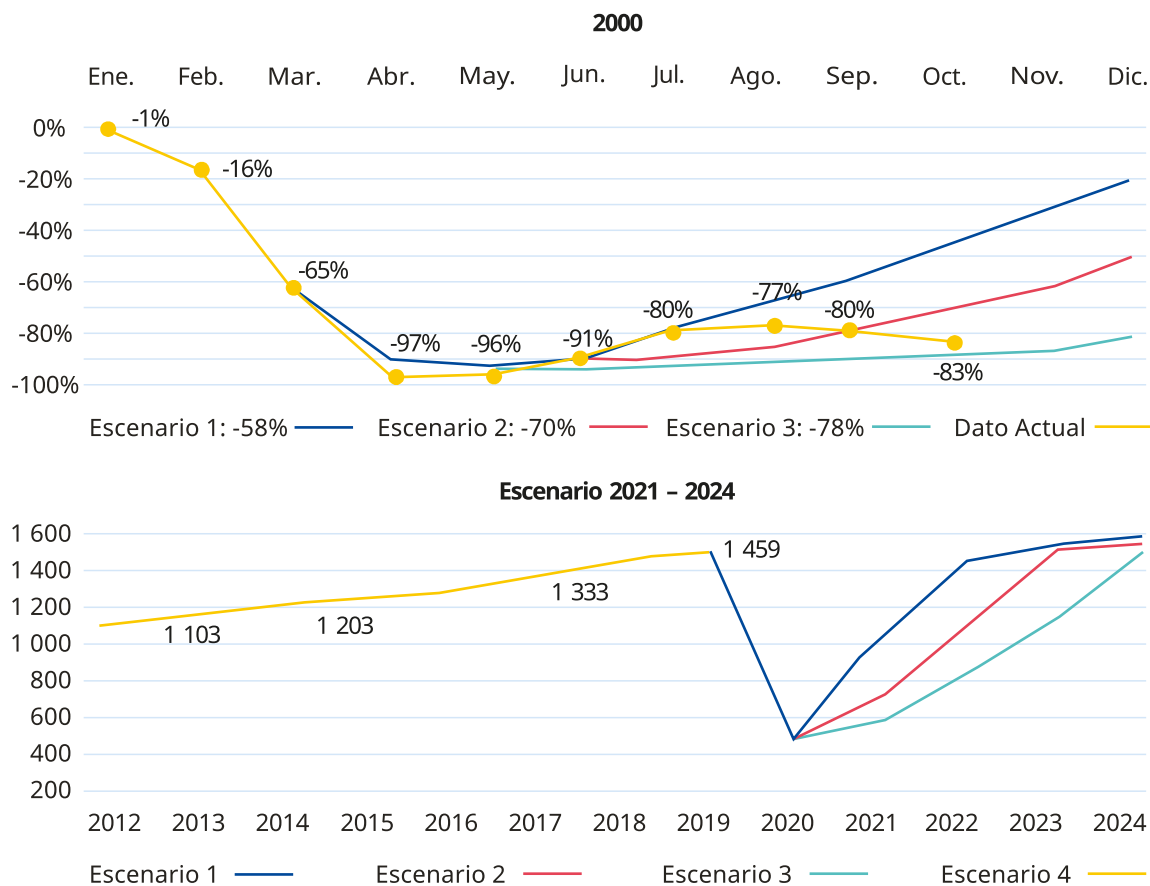
II. Impactos de la COVID-19 en el turismo

En 2020 el turismo fue una de las actividades económicas más golpeadas a causa de la COVID-19, y sus efectos han seguido extendiéndose a lo largo de 2021 y 2022. El turismo boliviano también se vio afectado por la pandemia, y las consecuencias en la formalización de las empresas se analizan en el presente estudio.

2.1. Panorama internacional sobre el impacto de la COVID-19 en el turismo

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), en la gestión de 2019, el turismo contribuyó con 10,3 por ciento al PIB mundial, lo cual significó USD 8 900 millones (dólares EE. UU.) durante dicha gestión (WTTC, 2019). Sin embargo, la situación cambió drásticamente en 2020. Según la OMT, la caída del turismo representó una reducción del 2 por ciento del PIB mundial debido a la pandemia de COVID-19 (OMT B.V., 2020).

Gráfico 1. Prolongación del impacto de la COVID-19 en el sector turismo internacional



El decrecimiento de los ingresos por turismo se dio principalmente por: cierres de fronteras, cuarentenas rígidas y restricciones de vuelos internacionales, siendo éstas algunas de las principales medidas que los gobiernos implementaron para reducir los contagios por la COVID-19.

La OMT en mayo de 2020 había estimado una caída del turismo en tres escenarios: uno inicial con -58 por ciento de decrecimiento, un escenario medio de -60 por ciento y un escenario pesimista con -78 por ciento de caída para octubre de 2020, que registró -72 por ciento (OMT B. V., 2020). Sin embargo, ante la profundidad de la crisis, en diciembre de 2020 esta institución estimó cuatro años para alcanzar los niveles de 2019, es decir, que recién en 2024 el sector lograría su recuperación a niveles pre-pandémicos (OMT B. V., 2020).

En el contexto latinoamericano, se presentó un escenario particular: la caída en la tasa de crecimiento en el arribo de turistas internacionales solo representó el 69 por ciento en comparación con 2019. Sin embargo, a diferencia del contexto mundial, el turismo contribuyó con 4 por ciento del PIB de la región, debido a que este sector está poco desarrollado en relación con otras regiones del mundo. Pese a ello, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) estimó que debido a la pandemia, el turismo decrecería en 2 por ciento del PIB regional, lo cual significaría una pérdida estimada de US\$115 000 millones de dólares de Estados Unidos en 2020 (CEPAL, 2020).

Gráfico 2. Impacto de la COVID-19 en el turismo internacional

		2019		2020	
					
PIB TURISMO	8,9	Millones de dólares de PIB turístico	-2%	Del PIB mundial	
					
DEMANDA	1 495	Millones de personas que hacen turismo	-72%	En el flujo de viajeros internacionales	
					
EMPLEO	330	Millones de empleos en el mundo	-174	Millones de empleo perdidos	
					
DIVISAS	1 700	Millones de dólares por exportaciones de servicio	-935	Millones de dólares de pérdida por exportaciones	
					
INVERSIÓN	61	Millones de dólares en inversión de capital	-73%	Inversión Extranjera Directa	

Fuente: Elaboración propia, con información de la OMT, OIT y WTTC (2021)

La perspectiva de recuperación en América Latina y el Caribe es desfavorable respecto al resto del mundo. Mientras que el PIB mundial volverá a los niveles iniciales del año 2019 aproximadamente en el segundo semestre de 2022, el PIB de América Latina y el Caribe podría recuperarse aproximadamente a finales de 2023 (BM, 2021). Por otro lado, la WTTC, señaló que el turismo significó cerca del 6,8 por ciento de las exportaciones mundiales en 2019. A octubre de 2020, la OMT confirmó una pérdida de 935 000 millones de dólares por ingresos de exportación de servicios, lo que representó 10 veces la pérdida registrada en 2009, provocada por la crisis financiera mundial. En América Latina, en 2019 el turismo contribuyó con el 10 por ciento del total de las exportaciones, y para 2020, se estimó una pérdida mayor al 70 por ciento, es decir una reducción del 7 por ciento en relación con la contribución a las exportaciones del continente (OMT B. V., 2020).

Según datos de la WTTC, en 2019 el sector turístico generaba 330 millones de empleos a nivel mundial, y se estima que la COVID-19 dejó a 98 millones de personas sin empleo (WTTC W. T., 2020). Si se compara con el total de empleos perdidos en la gestión de 2020 (hasta el tercer trimestre del año) de 345 millones de desempleados (OIT, 2020), El turismo contribuyó con el 28,4 por ciento del desempleo mundial debido a la pandemia. En América Latina y el Caribe, el sector contribuyó con el 10 por ciento de los empleos en el año 2019 (CEPAL, 2020) y al segundo trimestre de 2020 la pérdida de puestos de trabajo en hoteles y restaurantes fue de 44,7 por ciento, en América Latina y el Caribe (OIT E. Q., 2021).

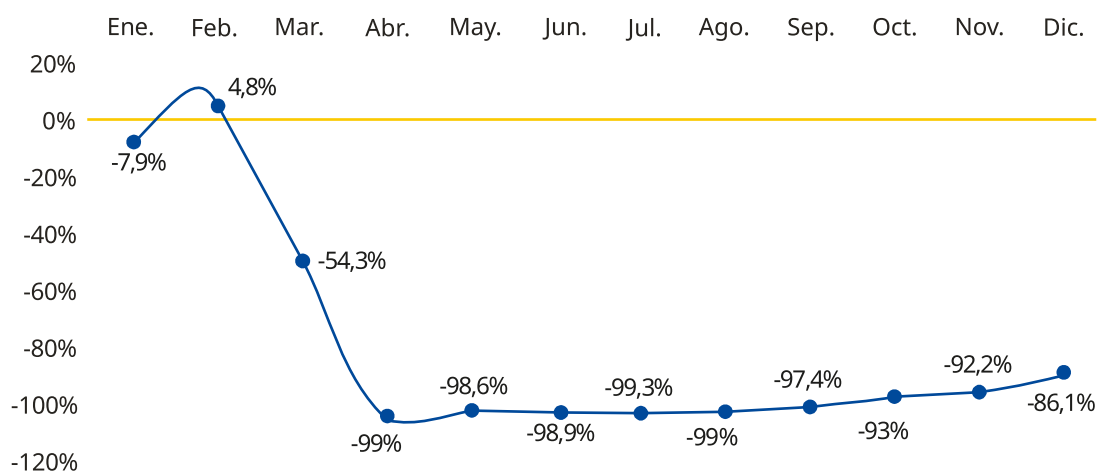
Sin embargo, el impacto de la COVID-19 en el empleo no fue homogéneo. Según datos de la OIT, los más golpeados por la pandemia fueron las mujeres y los jóvenes, quienes para el año 2019 representaban el 58 por ciento y 20,9 por ciento, respectivamente, en las ramas de hoteles y restaurantes. Este fenómeno explica en gran parte la informalidad que presenta el sector. Para el año 2019, el 63,3 por ciento se encontraba en la informalidad, y ante una inminente ausencia de clientes debido a las restricciones sanitarias, sus fuentes de ingreso desaparecieron y consecuentemente el empleo informal.

Otro indicador de afectación negativa es la Inversión Extranjera Directa (IED) en turismo, que tuvo una estrepitosa caída de 73,2 por ciento hasta junio de 2020 en comparación al mismo mes de 2019, pasando de USD 61 000 millones a USD 16 000 millones. Según el estudio "Tourism Investment 2020", muchos proyectos han sido paralizados a partir del segundo trimestre de 2020 debido a la COVID-19. Esta reducción tiene una fuerte incidencia en la creación de nuevos empleos, primero porque la mayor proporción de la inversión se concentraba en proyectos de hospedaje, que moviliza a la industria de la construcción más toda la cadena de insumos, y subcontrataciones para dichos proyectos. A esto se suma una pérdida en inversiones de ventas, estudios de mercadeo, estrategias de marketing y otros servicios (FDI, 2020). A nivel regional, América Latina muestra una reducción de la IED en -71 por ciento respecto a junio del año 2019, dejando de crear más de 14 000 empleos proyectados para la ejecución de nuevos proyectos (FDI, 2020).

Adicionalmente, la caída en los arribos de viajeros internacionales a 2021 no había llegado a su punto de inflexión, como se puede ver en el Gráfico 3. Para mediados de 2020, los viajes internacionales parecían iniciar su reactivación, ya que países de Europa levantaron sus restricciones fronterizas, sin embargo, para octubre del mismo año, la tendencia de recuperación ralentizó por el rebrote del virus (OMT B. V., 2020).

De igual forma, en Europa se vislumbraba el retorno de operaciones en aviación comercial, sin embargo, este sector marcó una pérdida de -58 por ciento en agosto de 2020 y -76 por ciento para octubre del mismo año, en relación a agosto de 2019. Según la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA), en octubre de 2020 la caída del volumen de pasajeros internacionales descendió a -70,3 por ciento a nivel mundial, debido a que Europa restringió los viajes ante la segunda ola de contagio de la COVID-19 (IATA, 2020).

Gráfico 3. Impactos de la COVID-19 en el turismo y por regiones

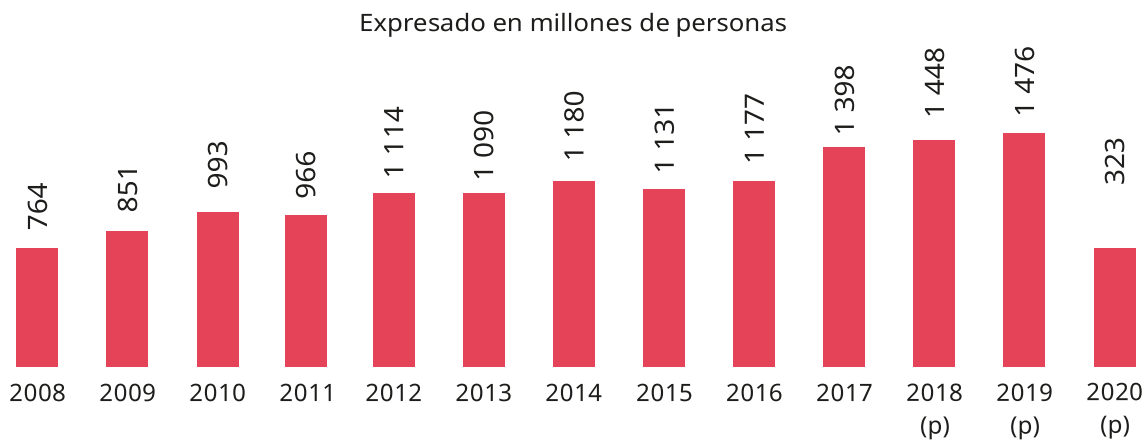


Fuente. Organización Mundial del Turismo - OMT Barómetro V18 (diciembre de 2020)

2.2. Los efectos en el turismo boliviano

El presente acápite hace hincapié en aspectos de la demanda turística boliviana, la cual está compuesta por: turismo receptivo, altamente dependiente del mercado europeo y recientemente al mercado asiático; y turismo interno que empieza a visibilizarse después de la ligera mejora de la capacidad adquisitiva por parte de la población desde el 2015 (INE, 2020).

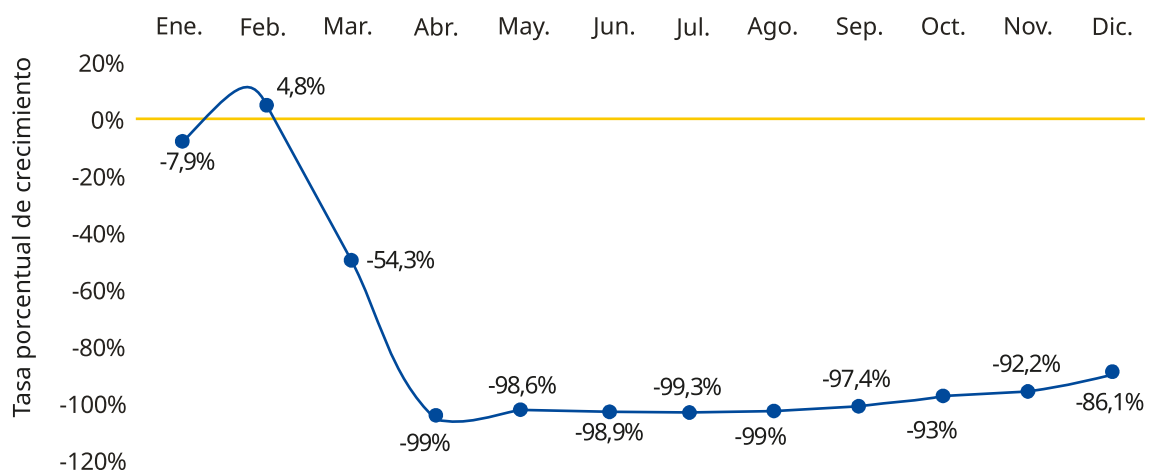
Gráfico 4. Arribo de turistas internacionales a Bolivia



Fuente. Instituto Nacional de Estadística INE, 2021

El turismo receptivo creció sostenidamente en los últimos 10 años, marcando una tasa de crecimiento del 5 por ciento anual entre 2010 y 2017, y presentó una caída en el último trimestre de 2019, debido a los conflictos sociopolíticos de Bolivia.

Gráfico 5. Tasa de crecimiento de llegadas de turistas internacionales a Bolivia

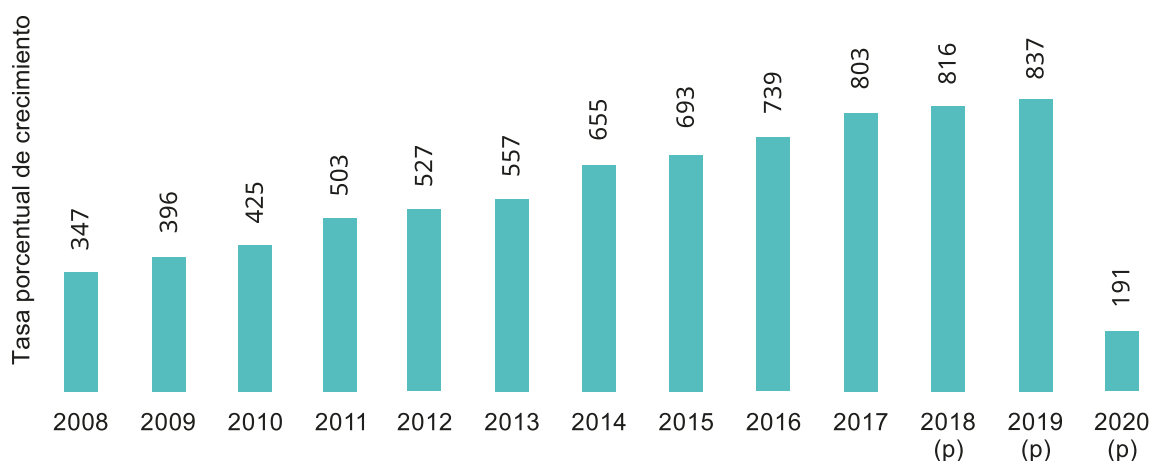


(E) Estimaciones de la UNIFRANZ (Jun, 2020) Impacto de la COVID-19 en el turismo

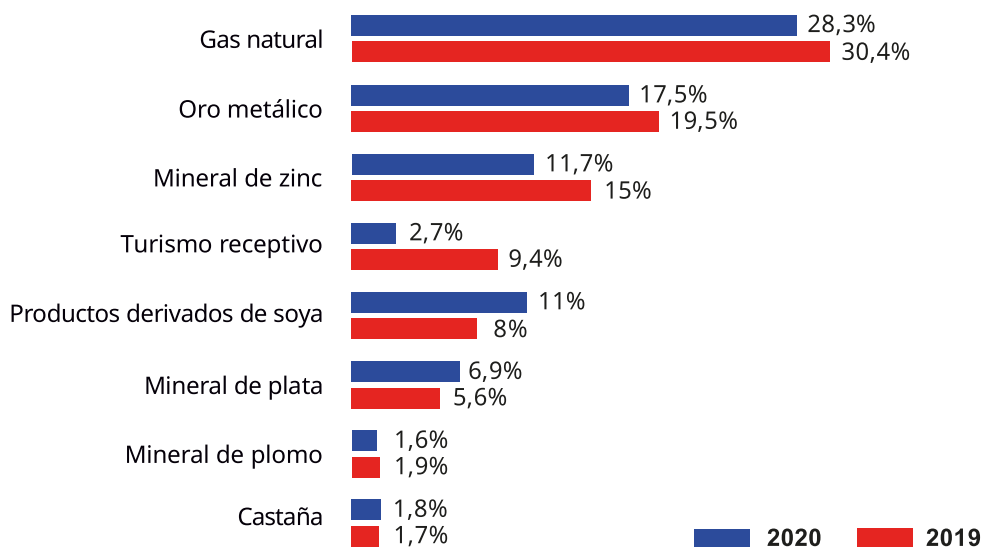
Fuente. Elaborado con base en información del Instituto Nacional de Estadística (INE) hasta el 2019. (P) Preliminar

En el primer trimestre de 2020, los flujos del turismo receptivo decrecieron en -18,9 por ciento, y en los siguientes trimestres del mismo año llegaron a 99 por ciento de pérdida. Para octubre de 2020, la situación comenzó a mejorar, a pesar de las restricciones de ingreso de algunos mercados turísticos hacia Bolivia, por lo que la pérdida se ha mantenido. Para finales de 2020, los arribos internacionales sufrieron una pérdida total del 73,9 por ciento en comparación con el año 2019, lo que ha afectado directamente la balanza de pagos del país.

Gráfico 6. Ingresos generados por el turismo receptivo 2008-2020



Participación de las actividades económicas en las exportaciones totales (En porcentajes)



Nota: La comparación se realiza con fines comparativos, el turismo no se registra en exportaciones

Fuente. Elaborado con información del Instituto Nacional de Estadística - INE. (e) Información a septiembre de 2020 estimación UNIFRANZ

En el turismo receptivo, los servicios de intermediación (agencias de viajes u operadoras de turismo receptivo) trabajan con segmentos de mercados como el europeo o el asiático, que suelen hacer reservas con meses de antelación para asegurar que sus servicios y actividades

estén organizados. Por el contrario, existen otros segmentos de mercado que organizan sus viajes de manera independiente y espontánea, como es el caso de los llamados “mochileros”, quienes arriban al continente sudamericano y aprovechan para visitar Bolivia por su ubicación privilegiada y atractivos únicos en el mundo, como el Salar de Uyuni.

Tabla 1. Bolivia: Principales mercados del turismo receptivo

Mercado de origen	Año 2019	Año 2020	Tasa de crecimiento (%)	Participación porcentual (%)*	Gasto medio (\$)	Estadía media **	Motivo de viaje (2)		
							Vacaciones Recreación Ocio	Visita a familiares y amigos	Otros
América del sur					611,3	12	42,9	19,4	37,7
Argentina	523 276	124 882	- 76,13	35,5	442,8	12	40,8	14,6	44,6
Chile	90 819	30 333	- 66,60	6,2	414,7	9	53,8	9,2	36,9
Perú	304 220	79 613	- 73,83	20,6	274,1	8	47,4	30,0	22,5
Brasil	99 343	32 653	- 67,13	6,7	824,1	17	44,7	21,3	34,0
Colombia	31 934	9 822	- 69,24	2,2	812,9	19	51,2	26,0	22,8
Ecuador	16 608	3 687	- 77,80	1,1	638,1	22	24,0	4,0	72,0
Paraguay	22 019	7 636	- 65,32	1,5	872,7	23	38,5	30,8	30,8
Uruguay	6 421	1 547	- 75,91	0,4					
Norte América					997,7	21	58,1	10,3	31,7
EEUU	53 595	14 809	- 72,37	3,6	1 214,1	23	52,2	21,7	26,1
Canadá	11 065	2 698	- 75,62	0,7	1 009,5	34	73,0	5,4	21,6
México	13 963	2 992	- 78,57	0,9	791,0	8	49,1	3,6	47,3
Europa					807,3	19	78,8	6,9	14,3
España	43 374	10 625	- 75,50	2,9	900,0	14	56,8	19,3	23,9
Alemania	32 379	6 217	- 80,80	2,2	682,7	24	81,4	1,7	16,9
Francia	36 230	5 224	- 85,58	2,5	732,9	19	83,3	2,1	14,6
Italia	15 098	2 162	- 85,68	1,0	856,7	28	74,1	0,0	25,9
Reino Unido	17 676	2 896	- 83,62	1,2	684,2	16	90,9	4,5	4,5
Suiza	9 087	1 587	- 82,54	0,6					
Bélgica	5 151	781	- 84,84	0,3	963,1	17	86,4	13,6	0,0
Israel	3 671	1 505	- 59,00	0,2					
Asia y el pacífico					749,1	17			
China	15 759	2 896	- 81,62	1,1	1 072,4	29	48,5	0,0	51,5
Japón	13 146	5 624	- 57,22	0,9					
South Korea	15 125	6 427	- 57,51	1,0					
Australia	8 848	1 694	- 80,85	0,6					
General	1 475 902	376 980	- 74,46	100.0	6 591,0	15	53,6	16,9	29,5

* Información de DIGEMIG sobre ingreso de visitantes extranjeros según país de origen, INE (2016).

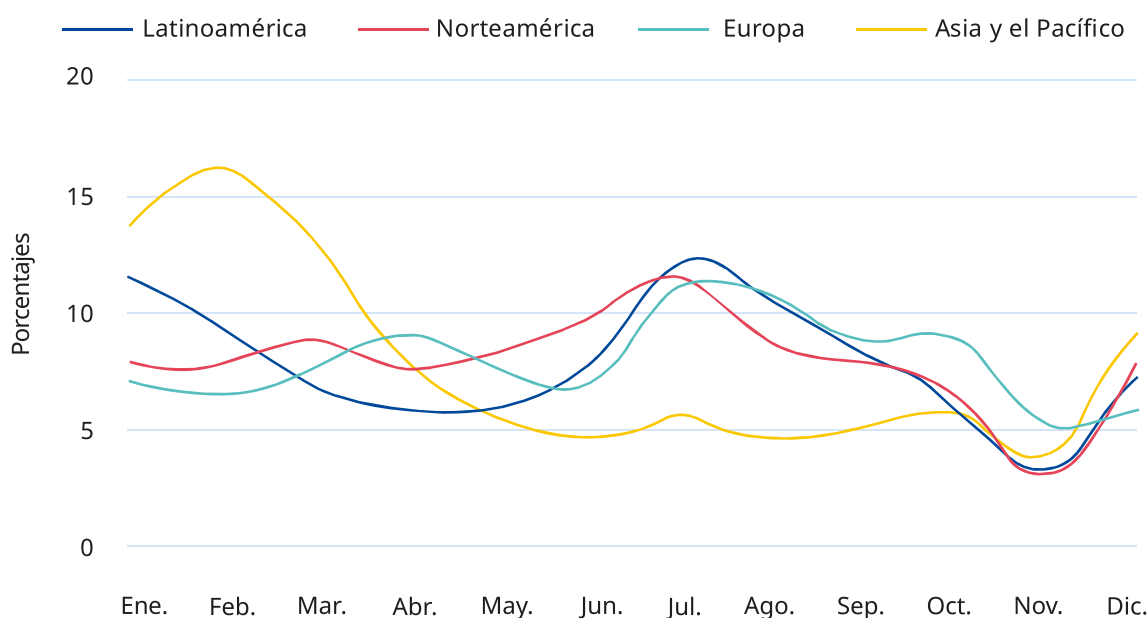
** Encuesta sobre gasto de turismo receptivo en expresado en dólares de Estados Unidos, INE (2015)

Fuente: Elaboración propia con base en revisión de fuentes secundarias

El 68,1 por ciento de los visitantes proceden de países vecinos de Bolivia. Esta procedencia descendió a -71,4 por ciento en comparación con 2019, una caída considerable en comparación con el mercado europeo (-79,7 por ciento) o norteamericano (-75,5 por ciento).

Por otro lado, se ha visto una baja tasa de impacto en el mercado asiático, con -65,4 por ciento, con un gasto medio alto y una estadía superior al promedio de otros mercados, lo cual muestra el interés por los atractivos turísticos bolivianos. Es sin duda un mercado que se debe tratar de recuperar para impulsar la reactivación del turismo receptivo boliviano a mediano plazo.

Gráfico 7. Bolivia: Estacionalidad del turismo receptivo según mercado de origen



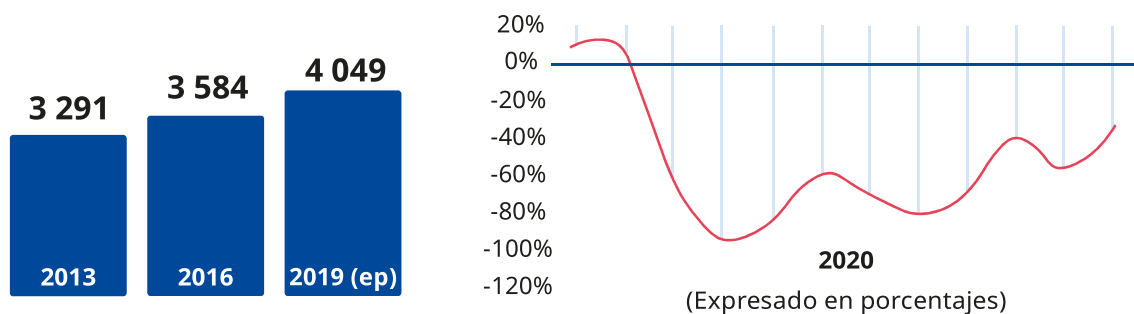
Fuente. Elaborado con información del INE (2021)

Los ingresos por turismo receptivo están condicionados a los mercados emisores, en relación con su tiempo de estadía, motivación y capacidad de gasto al interior de destinos turísticos bolivianos.

En los Gráficos 7 y 8, se aprecia la estacionalidad del turismo por cada región, donde el mercado europeo tiene una fuerte presencia en el segundo semestre de 2020, a diferencia del mercado asiático que tiene una fuerte presencia en enero y diciembre. El mercado estadounidense tiene dos picos marcados, ambos coinciden con periodos de vacaciones en Bolivia (DIGEMIG, 2020). Esto ratifica la fuerte presencia de residentes bolivianos en el exterior que visitan su tierra natal. Sin embargo, según la Asociación Boliviana de Agencias de Turismo Receptivo (ABATUR), el mercado estadounidense que arriba al país a mediados de año viene principalmente para realizar actividades de turismo de aventura como el 'camino de la muerte', senderismo en el Madidi, y otros deportes extremos que se vieron afectados en su totalidad durante la gestión de 2020.

Después de salir de los eventos que el país vivió en octubre de 2019, el primer trimestre de 2020 parecía esperanzador para las operadoras de turismo y sus redes de trabajo, que retomaron las operaciones ante el incremento de reservas que se proyectaban incluso hasta el año 2021. Sin embargo, este nivel de solicitudes no alcanzó las ventas de enero a marzo de 2019. (Quezada, 2020).

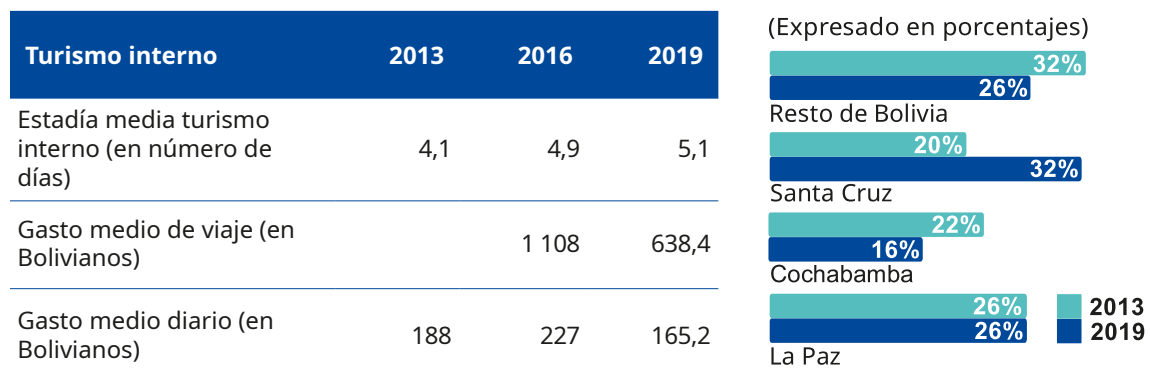
Gráfico 8. Impactos sobre el turismo boliviano



Nota. Los períodos de 2013 y 2016 (VMT) y 2019 y 2020 (UNIFRANZ)

Fuente. Elaboración propia con información de la encuesta gasto de turismo interno. Viceministerio de Turismo - VMT (2016) y UNIFRANZ (2020)

Gráfico 9. Características del turismo interno boliviano

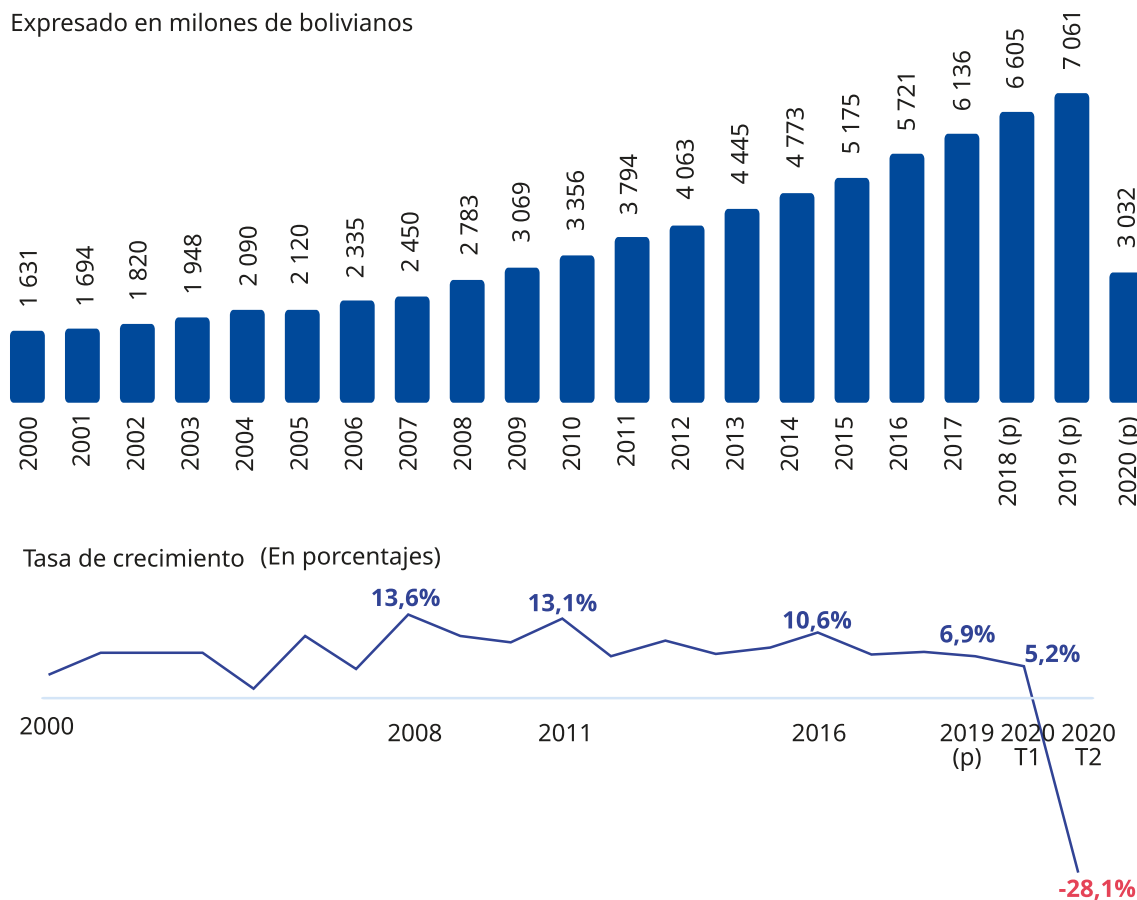


Fuente. Elaboración propia con información del VMT. Encuesta gasto de turismo interno (2013), Encuesta gasto de turismo interno y excursionismo (2016) e INE. Encuesta de hogares (2019)

Según un estudio realizado por la UNIFRANZ, el turismo interno fue más resiliente que el turismo receptivo. El primer trimestre de 2020 tuvo un cambio poco significativo en comparación con 2019. Entre abril y agosto llegó a mostrarse una tasa negativa de -84,6 por ciento, con una leve recuperación desde septiembre debido a las medidas de flexibilización y apertura de actividades turísticas. El turismo interno boliviano en la gestión de 2020 marcó una pérdida económica de más de 2 000 millones de bolivianos con una tasa de -53,7 por ciento en relación con 2019 (UNIFRANZ, 2020).

Gráfico 10. Bolivia: PIB a precios corrientes de hoteles y restaurantes

Expresado en millones de bolivianos



Fuente: Elaboración propia con información INE (pe) Preliminar a junio de 2020

El flujo turístico bajo o nulo incidió en el desplome del Producto Interno Bruto (PIB) que, hasta octubre de 2020, tuvo una tasa negativa de -28,1 por ciento en relación con el mismo periodo de 2019, siendo la más grande que había experimentado el sector hasta ese momento.

2.3. Nuevos escenarios en el turismo provocados por la COVID-19

En el año 2021, se observó un crecimiento de los vuelos internacionales, sin lograr alcanzar los niveles anteriores a la pandemia. Por lo tanto, las economías del mundo van a arrastrar secuelas de largo plazo, por ejemplo la contracción de la producción debido a una pérdida de 4 500 millones de dólares de Estados Unidos en el año 2020; 61 600 millones de empleos perdidos (OIT, 2021); la disminución de los ahorros, la presión a la baja de los salarios nominales durante la pandemia y una perspectiva a la reducción del salario real debido a la disminución de las horas de trabajo, especialmente en el sector informal (OIT, 2020b), marcan un panorama poco alentador para las próximas gestiones.

2.3.1. Contracción de la demanda

En lo que respecta al **turismo receptivo en Bolivia**, hubo una reducción del flujo de viajeros internacionales, según datos del INE, con una caída del 73,9 por ciento de la demanda internacional en relación con el año 2019. Se estimaba para el año 2021 una recuperación del 52 por ciento, dato alentador pero insuficiente, ya que en 2020 sólo 323 000 turistas llegaron, y en 2021 se estimaba que el país podría volver a contar con 627 000 turistas, que en comparación con el año 2019, alcanza el 42 por ciento antes de la pandemia.

Respecto al **mercado europeo**, se aspira una recuperación más rápida. Si bien Bolivia no figura como un destino prioritario para Europa, la llegada de turistas europeos a Sudamérica tiene un efecto dinamizador hacia Bolivia y a la ciudad de La Paz. Hasta junio de 2021, se registró un total de 11 400 turistas europeos según el INE, con un ingreso promedio de 1 600 turistas por mes, superior a los 88 turistas registrados en el mes de junio de 2020.

El **mercado latinoamericano**, tardará en recuperarse. Según datos del INE, hasta junio de 2021 aún se presentaban tasas negativas de -82 por ciento en comparación con el año 2020, a pesar del levantamiento de las restricciones de ingreso entre los países de América del Sur.

Los **mercados de largas distancias** como los de Asia y de Oceanía mostraban un escenario más consolador, pese a las cancelaciones en reservas de hospedaje para el año 2021, que solo registró una pérdida de -45 por ciento en comparación con junio de 2020, la menor, en comparación con el resto de los mercados extranjeros.

2.3.2. Reducción del aparato productivo

El efecto directo de la contracción de la demanda turística internacional es la reducción del aparato productivo. Bolivia ha experimentado un crecimiento sostenido de las empresas turísticas en los últimos años, gracias al incremento de flujos turísticos internacionales y a la expansión del turismo interno.

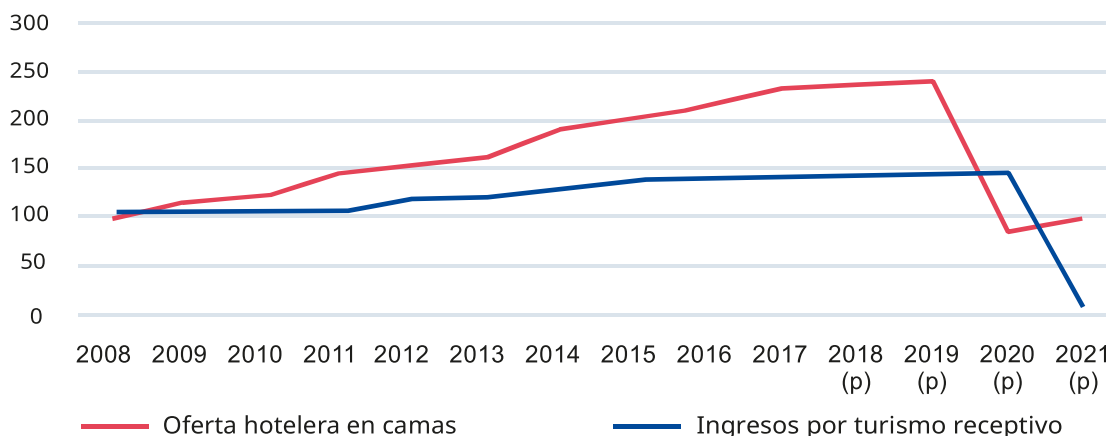
Como se muestra en el Gráfico 11, el crecimiento sostenido de los ingresos por turismo receptivo tiene una correlación directa con el crecimiento de la oferta hotelera. En 2020, se experimentó una caída considerable de dichos ingresos. El aparato productivo de hospedaje se mantuvo estático, esperando el cese de la pandemia. En tanto que para el año 2021, los empresarios conscientes de la profunda crisis sanitaria se vieron obligados a reducir su capacidad productiva (habitaciones/camas y tipos de servicios), disminuyendo los gastos en infraestructura frente a la contracción de la demanda.

Nuevamente, en el segundo semestre del año 2020, los hoteleros redujeron temporalmente su oferta de camas y habitaciones. Fueron los alojamientos quienes iniciaron esta medida, mientras que los hoteles de 4 y 5 estrellas intentaron mantener abiertas sus instalaciones. Esta diferencia se basa en que los pequeños empresarios son más flexibles ante las crisis

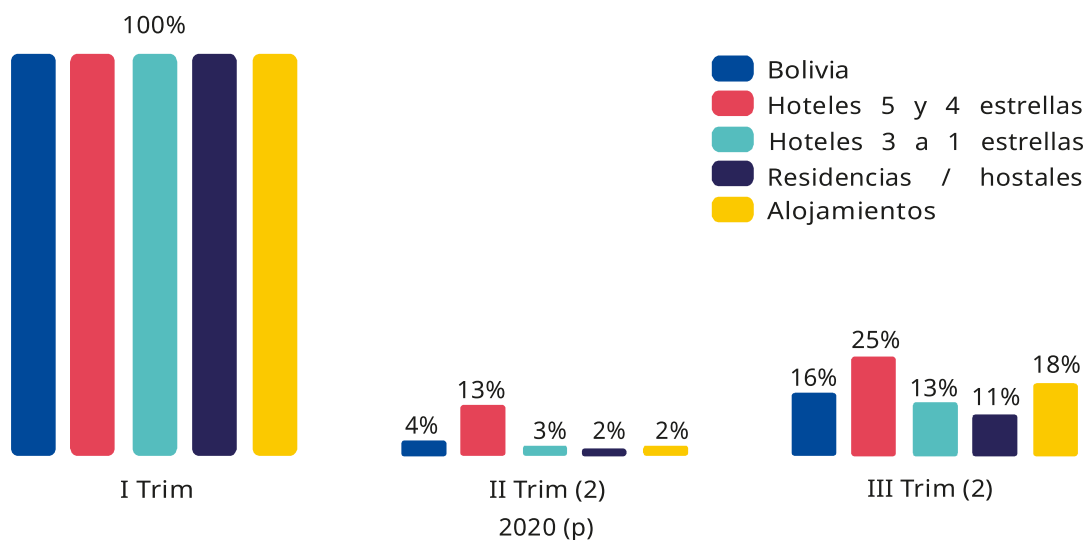
por la baja inversión realizada en sus predios y pueden utilizar dichas instalaciones para satisfacer las demandas de otros rubros¹, a contraposición de los hoteles, en los que sus propietarios invirtieron cuantiosas sumas exclusivamente para el turismo, con lo que se les hace más difícil cambiar de mercado.

Gráfico 11. Índice de rentabilidad de la oferta hotelera

Ratios de rentabilidad de la oferta hotelera (En porcentajes)



Índice de número de camas disponibles (En porcentajes)



Fuente. Elaboración propia con información del INE (2021)

Una situación similar se presenta en las **empresas operadoras de turismo receptivo**, que cuentan con inversiones de equipamiento especializados, como las de turismo de aventura² o servicios de entretenimiento. Sin embargo, carece la información sobre ellos.

¹ La Cámara hotelera de La Paz, mencionó que muchos hoteles pequeños alquilan sus espacios como depósitos para comerciantes que habían decidido cancelar sus alquileres en tiendas comerciales debido a la cuarentena.

² Bicicletas especializadas para la "ruta de la muerte" en Los Yungas, infraestructura para turismo de aventura como rapel, parapente, canioning, zipline, etc.

En enero de 2021 se realizó una entrevista a profundidad con una representante de la Asociación de Líneas Aéreas de Bolivia (ALA Bolivia), quien señaló que se tenía previsto el ingreso de dos nuevas aerolíneas hacia Bolivia, situación que fue paralizada debido a la pandemia. Otros entrevistados coincidieron que en el año 2020 las empresas turísticas tuvieron que recurrir a su capital de operaciones; complementar con otras actividades o cambiar de rubro para cubrir gastos administrativos y pagos de sueldos debido a la crisis, lo cual derivó en un aparato productivo reducido y débil, con poca posibilidad de maniobra ante las nuevas necesidades del turismo. Adicionalmente, un estudio realizado el año 2020 por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) muestra que más del 60 por ciento de las empresas consideraba que su negocio estaba en riesgo de cierre, y que a corto plazo solo el 87 por ciento de las empresas han podido cubrir sus costos administrativos. Dicho estudio estimaba que, en 2021, solo el 13 por ciento de las empresas podrían cubrir sus costos administrativos, con una latente y preocupante perspectiva de cierre de sus empresas.

2.3.3. Un nuevo turista pospandemia

La pandemia trajo cambios en las actividades cotidianas de las personas. Actualmente se observa una nueva realidad dada por las secuelas de la COVID-19 en aspectos económicos, sociales, psicológicos, culturales, tecnológicos, procedimentales en cualquier rubro. En el sector turismo, los consumidores se han visto frente a la necesidad de reevaluar sus prioridades y valores a la hora de realizar sus viajes, generando nuevos comportamientos que se pueden sintetizar en los siguientes:

- ▶ Preferencia por viajes de corta distancia (staycation)³
- ▶ Aversión a viajes de larga distancia a corto plazo (2021)
- ▶ Disminución de viajes aéreos del segmento corporativo
- ▶ Reducción del turismo de negocios y convenciones a corto plazo (2021)
- ▶ Ampliación de estadías gracias al teletrabajo
- ▶ Incremento de los costos de viajes
- ▶ Inclusión de consideraciones sobre bioseguridad en la decisión de viaje

Evidentemente, el riesgo de contagio ha sido el común denominador durante la gestión de 2020, a raíz de las diferentes capacidades de los servicios de salud para atender las crisis sanitarias, tanto en países desarrollados y en los países en vías de desarrollo. Esto indujo a los turistas a anteponer su salud a viajar, lo que la OMT calificó como “efecto *Staycation*”, es decir, realizar viajes por turismo de corta distancia, con el objetivo de volver al lugar de residencia habitual.

³ Staycation” es un término en inglés que surge de unir dos conceptos: “stay” (quedarse, estar) y “vacation” (vacaciones). Es decir, unas vacaciones en las que te quedas en casa. Las “staycations” son ideales cuando nuestro presupuesto no está listo para gastarse en un gran viaje o cuando preferimos invertir en visitar nuevos lugares cerca de casa, desde un restaurante o un día de Spa.

Gráfico 12. Posibles cambios en el comportamiento del nuevo turista

	Viajes de corta distancia "Staycation" • Reducción del poder adquisitivo • Destinos con mayores riesgos de salud serán descartados a corto plazo • Miedo a volver a casa ante futuras crisis		Viajes de larga distancia • Aumento de requisitos para viajes largos • Dilatación de programas de vacunas • Incrementos en los costos personales para viajes largos
	Viajes aéreos • IATA estima recuperar el 50 por ciento del volumen pre-pandemia en 2021 • Incrementos de los costos de operación • Contracción de vuelos por negocios		Turismo de negocios y convenciones • Teletrabajo y convenciones virtuales • Reinversión en las TIC y reducción de presupuestos de pasajes y viáticos
	Estadía más prolongada • El teletrabajo romperá la estacionalidad • Viajes de distancia media y larga tendrán mayor duración por los costos que representan		Viajes más caros • Los requisitos de viaje se trasladarán al bolsillo del turista • Se incluirá imprevistos sanitarios al presupuesto de viaje (seguros de viaje)

Fuente: Elaboración propia (2021)

Un segundo fenómeno que se observa en el transcurso del año 2021 es la disminución de viajes aéreos de larga distancia por las políticas de restricción que aplican los países a viajes intercontinentales, que han tenido fluctuaciones según se presenten los picos de contagios o la variación del virus.

Los informes de la *Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA)* sobre la industria aeronáutica en 2020 proyectaban su preocupación de reactivación a mediano plazo, mientras aspiraban a que las líneas aéreas se recuperen ante la implementación del teletrabajo. Una ventaja del teletrabajo es la ampliación de la estadía por viajes de turismo, ya que se puede seguir disfrutando de vacaciones mientras se trabaja vía teleconferencia.

El último fenómeno que caracteriza el nuevo escenario es el encarecimiento de los viajes de larga distancia, plasmados en seguros de viaje con cobertura de COVID-19, pruebas de salud que varían de costo según el país, certificados de vacunación, protocolos de seguridad, entre otras medidas. Se vislumbra un turismo pospandemia, con cambios de tendencias, comportamientos y gastos, lo que llevó a una contracción de la demanda en el año 2021.

2.3.4 Las TIC serán parte de una nueva realidad en el turismo

Desde finales de 2015, la industria hotelera se renovó a partir del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), introduciendo en su operación a asistentes robóticos para dar atención 24/7, mediante aplicaciones web y móviles. En este sentido, la pandemia aceleró el salto tecnológico, resultando en una incursión tecnológica en muchos sectores productivos.

En Bolivia, según los datos de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT, 2019), se contaba en 2019 con más de 10 millones de conexiones a internet, donde el 93 por ciento de ellas se realizaba a través de dispositivos móviles. La ampliación de las TIC también pasa por la reducción del costo de megas utilizados. Hasta el primer semestre de 2020, la capacidad subió al 33 por ciento en comparación con 2019 y los costos por megas disminuyeron en -232 por ciento. Sin embargo, aún persiste la falta de acceso a internet en poblaciones rurales alejadas.

El panorama para el año 2021 distinguía una mayor penetración de las TIC en los modelos de negocios turísticos. La tecnología del “contactless” empezó a popularizarse en servicios de hotelería y restaurantes, con prácticas como el pago a través de transferencias por celulares que superaron los pagos por tarjetas de débito y crédito. Según *MasterCard* (AMI, 2020). En Latinoamérica más del 70 por ciento de los pagos en línea se realizaron a través de la banca móvil. En Bolivia también se registró un incremento de este uso con un crecimiento del 6 por ciento hasta septiembre de 2020, se tiene más de 12 400 millones de cuentas bancarias de depósito, de las cuales el 44 por ciento fueron realizadas con tarjetas de débito (ASFI, 2020). Los pagos en línea, transferencias por móvil, códigos QR y pagos con billetera móvil, se han vuelto una necesidad para la prestación de servicios turísticos, y de mayor uso de los clientes.

Otra consecuencia provocada por la pandemia es la transferencia acelerada del marketing tradicional hacia el marketing digital. En este sentido los estudios de mercado y pruebas de productos podrán ser más accesibles, directos y actualizados casi en tiempo real. El año 2020 estuvo marcado por promociones amateurs de microempresas turísticas que realizaron videos y publicaciones de servicios turísticos sin capacitación previa, solo utilizando contenidos existentes en internet o desarrollado por ellas mismas, para promover y comercializar sus productos.

Se preveía que para el año 2021, habría mayor apropiación de aplicaciones como el “*Bigdata*”, que ofrecen las redes sociales y buscadores en internet, para desarrollar micro estudios de mercado y estrategias de promoción digital. Las aplicaciones de análisis de datos seguirán siendo los mayores suministradores de datos para desarrollar estrategias de marketing de las empresas, aunque a futura puedan ingresar nuevos competidores que tengan aplicaciones o plataformas dirigidas a un mercado más joven (DATAREPORTAL, 2021).

En el escenario descrito anteriormente, las microempresas turísticas en Bolivia deberán acortar sus procesos de aprendizaje en el uso de las TIC, si quieren continuar vigentes y con ello dar continuidad a su actividad económica, aprovechando las bondades de la tecnología.

III. Barreras y oportunidades para la formalización empresarial del turismo en La Paz

En este capítulo de identificación de las barreras y oportunidades se hace una contextualización de la formalización de las empresas turísticas en el departamento de La Paz, tomando en cuenta el marco institucional y la realidad de la formalización desde la perspectiva de los actores clave del sector turístico paceño.

3.1. Barreras de las MIPYME turísticas bolivianas para su formalización

Las barreras de las MIPYME turísticas bolivianas han sido examinadas desde la perspectiva descriptiva, considerando su definición, contexto y proceso hacia la formalización. Con esta información, se ha logrado identificar los cuellos de botella para formalizarse, bajo la visión administrativa y de percepción de los actores clave del sector turismo.

La estabilidad económica, la política monetaria y las estrategias orientadas hacia el mercado interno permitieron impulsar un crecimiento sostenido de la economía boliviana (Arauz, Weisbrot, Johnston, 2019). A eso se añade una fuerte inyección de liquidez a través de la inversión pública que dinamizó la economía nacional.

Así se ve reflejado en los registros de la Consejería de registro de comercio de Bolivia, la Fundación para el Desarrollo Empresarial (FUNDEMPRESA)⁴, donde las actividades productivas debían registrarse para operar legalmente. FUNDEMPRESA tipificaba y aglutinaba a las empresas turísticas únicamente como: Alojamiento y servicios de comida⁵. Cabe aclarar que no todas las empresas registradas en esta categoría corresponden a turismo como tal.

En los últimos diez años, según los datos de (FUNDEMPRESA, 2020), el número de empresas registradas en Bolivia creció a un ritmo del 11,7 por ciento en promedio anual, y a nivel del departamento de La Paz se registró un crecimiento del 10,2 por ciento promedio anual. Mientras tanto, los alojamientos y servicios de comida crecieron a un ritmo del 15,5 por ciento promedio anual, superando la media de creación de empresa

⁴ Al momento de elaboración del estudio FUNDEMPRESA era la entidad pública encargada principalmente, de administrar y ejercer funciones del Registro de Comercio en Bolivia. Actualmente esas funciones las cubre el Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC).

⁵ Alojamientos incluye: i) Actividades de campamento para visitantes temporales; ii) Otras actividades de alojamiento y; iii) Servicios de hoteles, moteles y otros servicios por estancias cortas. Mientras que Servicios de comida incluye a: i) Expendio de bebidas en locales y puestos; ii) Expendio de comidas en locales; iii) Expendio de comidas en puestos fijos y móviles; iv) Suministro de comida por concesionarios y; v) Suministro de comidas bajo contrato.

A nivel departamental, La Paz representa el 31 por ciento del total de empresas a nivel nacional, siendo el departamento con mayor número de empresas registradas, seguida por muy de cerca de Santa Cruz. En La Paz, el número de unidades económicas de alojamiento y servicios de comida creció a un promedio anual del 13,1 por ciento, mientras que las otras industrias solo el 10,2 por ciento en promedio anual.

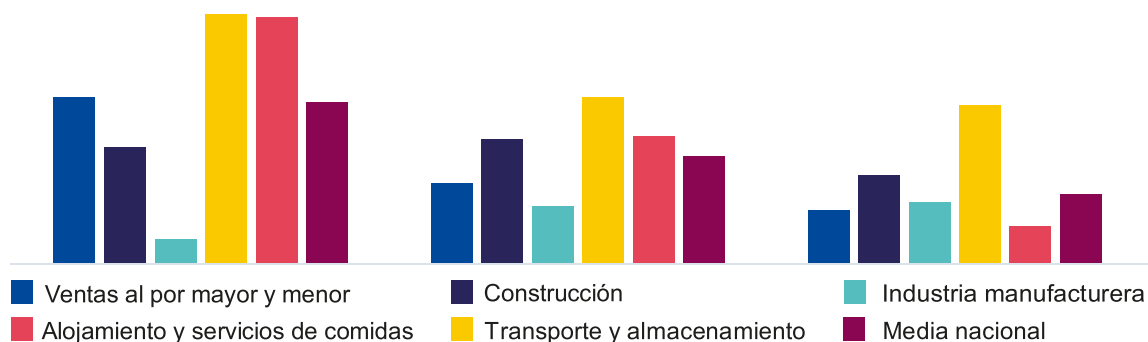
Tabla 2. Registro de comercio de empresas en Bolivia y el departamento de La Paz

(Expresado en cantidad de empresas y porcentajes)

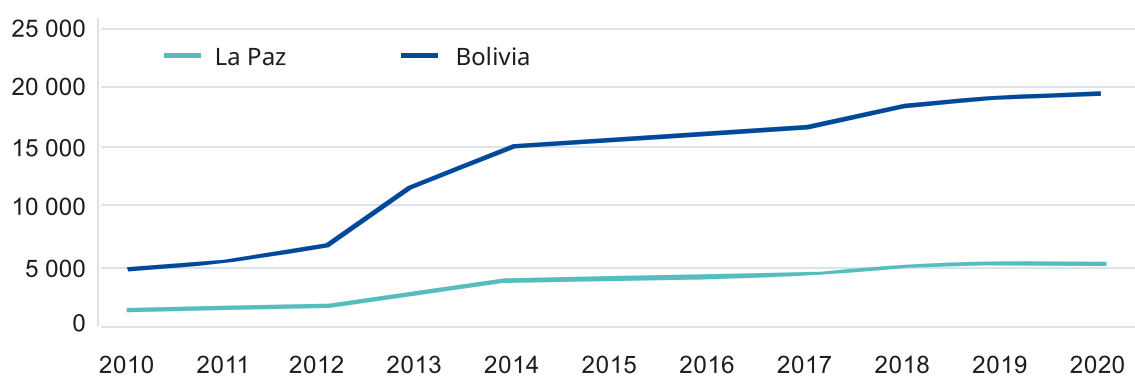
Año	Total empresas registradas			Alojamiento y servicios de comidas		
	Bolivia	La Paz	%	Bolivia	La Paz	%
2010	116 855	40 624	34,8	5 209	1 713	32,9
2011	129 724	44 405	34,2	5 768	1 852	32,1
2012	153 792	51 715	33,6	7 136	2 194	30,7
2013	217 164	67 732	31,2	12 261	3 333	27,2
2014	257 564	80 265	31,2	15 160	4 258	28,1
2015	272 249	84 707	31,1	15 883	4 445	28,0
2016	284 271	88 422	31,1	16 369	4 568	27,9
2017	295 829	91 939	31,1	16 999	4 677	27,5
2018	315 868	97 485	30,9	18 491	5 104	27,6
2019	327 803	101 387	30,9	19 166	5 348	27,9
2020	336 150	104 091	31,0	19 381	5 423	28,0

El sector del turismo es vulnerable ante los conflictos políticos, sociales y económicos que lo afectan de forma directa; además de los desastres naturales, el cambio climático y, también a las crisis sanitarias, como es el caso de la pandemia de la COVID-19. Como se puede ver en el Gráfico 13, el ritmo de crecimiento se fue desacelerando en la gestión de 2019, mostrando una tasa media de crecimiento del 4,8 por ciento aun mayor a la media de crecimiento de otros rubros, en comparación con 2018. La situación cambió drásticamente en la gestión de 2020, donde el número de empresas registradas solo creció en 1,4 por ciento, menor a la media del 2,7 por ciento.

Fuente: Consejería de registro de comercio de Bolivia - FUNDEMPRESA (2020)

Gráfico 13. Registro empresarial de las principales actividades económicas

(Expresado en número de empresas)

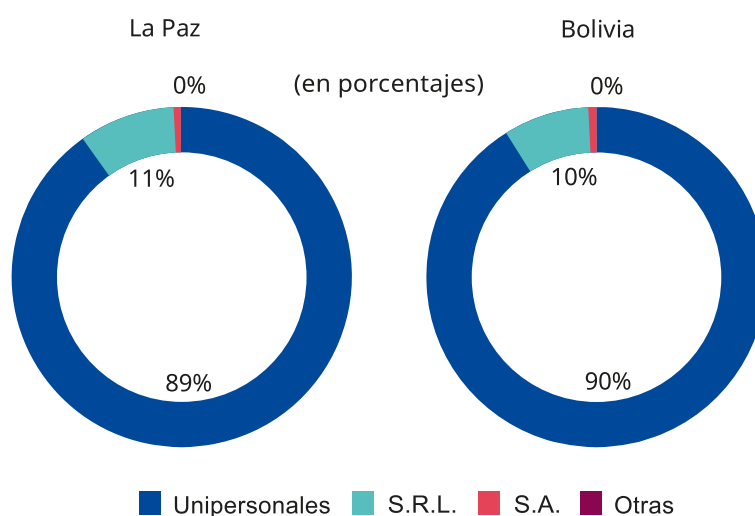


Fuente: Elaboración propia con base en información de FUNDEMPRESA (2020)

Por otra parte, una característica de la economía boliviana es que cerca del 80 por ciento de las empresas son pequeñas unidades productivas, es decir, empresas unipersonales⁶. Una situación parecida se aprecia en las actividades de alojamiento y servicios de comida, donde el 90 por ciento son empresas unipersonales a nivel nacional y a nivel del departamento de La Paz. Las sociedades empresariales como la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) y la Sociedad Anónima (SA)⁷ son escasas a nivel país.

⁶ Empresa Unipersonal es aquella conformada por un solo propietario, que tiene responsabilidad ilimitada frente a las obligaciones sociales.

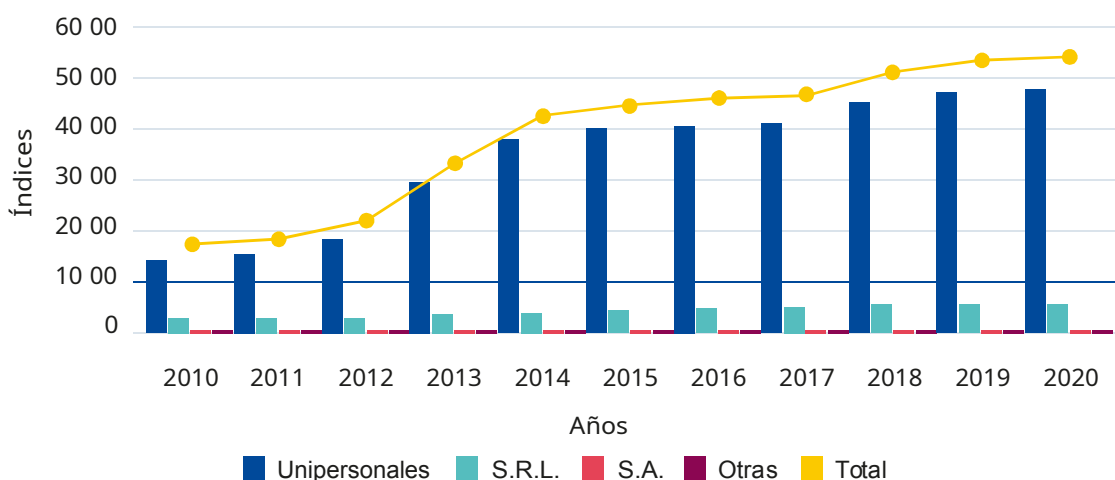
⁷ Según el Código de Comercio de Bolivia, la Sociedad de Responsabilidad Limitada es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado y, por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responden con el patrimonio personal de los socios. La Sociedad Anónima, es un tipo societario integrado por socios que responden y están obligados hasta el monto de los aportes que hayan suscrito. El capital en este tipo de sociedades se encuentra representado por acciones cuyos títulos son negociables.

Gráfico 14. Bolivia: Registro empresarial de actividades de alojamiento y servicios de comida

Fuente. Elaboración propia con base en información de FUNDEMPRESA (2020)

En la última década, las sociedades empresariales han exigido una planificación profunda y un capital mayor de conformación empresarial, mostrando, a pesar de las dificultades socioeconómicas, un crecimiento sostenido. En el departamento de La Paz se crearon nueve SRL, las cuales requieren de un capital mínimo de 300 000 bolivianos para su apertura; y dos de tipo SA que precisan de un capital superior. Por otro lado, según los registros del Sistema Informático de Registro de Prestadores de Servicios Turísticos (SIRETUR)⁸, Bolivia contaba con 641 operadoras de turismo receptivo y 495 agencias de viaje y turismo, de las cuales el 38 por ciento y el 35 por ciento, respectivamente, corresponde al municipio de La Paz, siendo el municipio con mayor cantidad de empresas turísticas del país. Una situación diferente se ve en los establecimientos de hospedaje, donde el municipio paceño solo concentra el 15 por ciento de toda la oferta de hospedaje de Bolivia. Este registro incluye también información sobre los guías de turismo, donde se aprecia que más del 66 por ciento de los guías se encuentran en La Paz, lo que coincide con el número de operadoras existentes en el municipio.

⁸ SIRETUR, Sistema Informático de Registro de prestadores de Servicios turísticos creado bajo la Resolución Ministerial 243/2017 que establece la obligatoriedad de registro a prestadores de servicios turísticos regulados por la Ley N° 292.

Gráfico 15. La Paz: Registro empresarial de actividades de alojamiento y servicios de comidas según tipo societario

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Unipersonales	3 975	4 055	4 143	4 523	4 733	4 797
S.R.L.	450	491	512	558	591	600
S.A.	16	18	18	19	20	22
Otras	4	4	4	4	4	4
Total	4 445	4 568	4 677	5 104	5 348	5 423

(*) Otras incluyen a Sociedades limitadas, cooperativas, asociaciones civiles y empresas públicas

Fuente: Elaboración con información de FUNDEMPRESA.

Tabla 3. Bolivia: Número de prestadores de servicios turísticos registrados en SIRETUR 2019

(Expresados en número de establecimientos y porcentajes)

	Prestador	N° de establecimientos		Participación
		Bolivia	La Paz	La Paz
1	Operadora de turismo receptivo	641	244	38,1%
2	Agencias de viajes y turismo	495	172	34,7%
3	Establecimientos de hospedaje	1 899	282	14,8%
4	Guías de turismo	884	584	66,1%

Fuente: Sistema de Registro Turístico SIRETUR - Viceministerio de Turismo (2019)

Por otro lado, el SIRETUR muestra un detalle de las categorías de establecimientos de hospedaje. La Tabla 4 muestra que el 25 por ciento de la oferta de hospedaje de Bolivia está representada por hoteles que, en relación con las otras categorías de establecimientos de hospedaje, realizaron mayores inversiones en infraestructura⁹. Una situación similar se aprecia en el municipio de La Paz, donde el 31 por ciento de la oferta son hoteles.

⁹ Los módulos de categorización de establecimientos de hospedaje que rige la reglamentación del SIRETUR establecen espacios de infraestructura mínima que deben cumplir los hoteles en relación con otros establecimientos de hospedaje. Tales como m² de áreas comunes, habitaciones, restaurantes, recepción, etc.

Tabla 4. Bolivia: Número de establecimientos de hospedaje registrados en SIRETUR 2019

(Expresados en número de establecimientos y porcentajes)

Tipo de hospedaje	N° de establecimientos		%
	Bolivia	La Paz	La Paz
Hoteles	434	74	17%
Apart Hoteles	31	11	35%
Hoteles Suites	4	2	50%
Hoteles Resort	1	0	0%
Hostales	298	66	22%
Residenciales	280	18	6%
Alojamientos clase "A"	401	38	9%
Alojamientos clase "B"	322	61	19%
Casa Huéspedes	67	12	18%
Otros categorías	61	0	0%
TOTAL	1 899	282	14%

Fuente: Sistema de Registro Turístico SIRETUR - Viceministerio de Turismo (2020)

Cabe destacar que el SIRETUR es una herramienta de registro y control de los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional que, por el cambio de dependencia institucional, cambio de autoridades y pandemia, ha sufrido discontinuidad, por lo que, a la fecha, los datos que ofrece son parciales.

3.1.1. El proceso de formalización empresarial del sector turismo

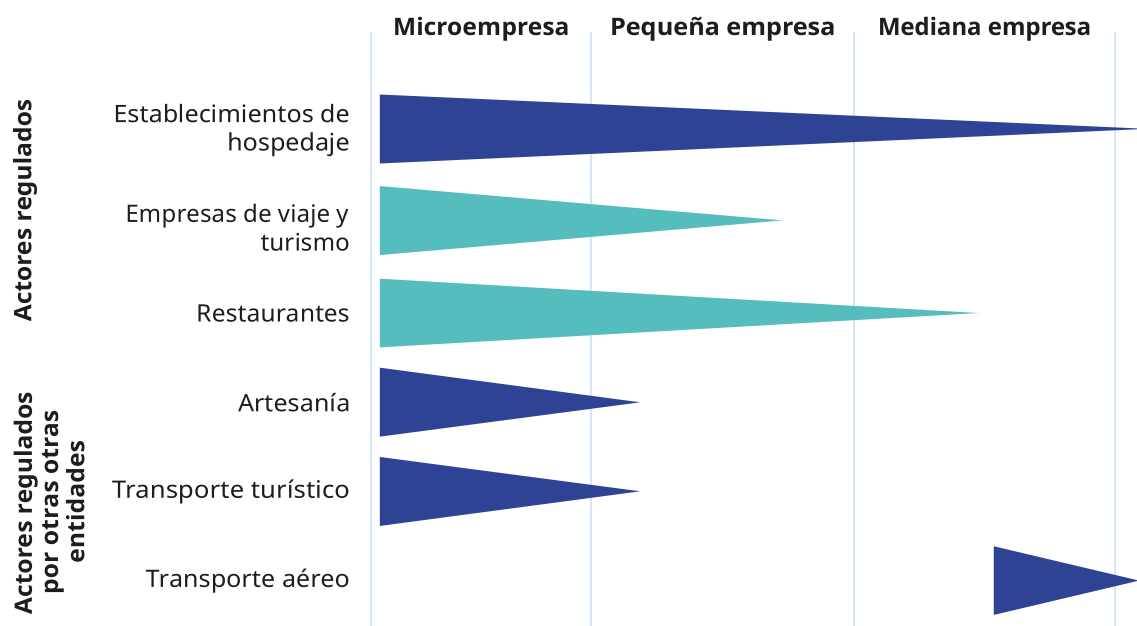
Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) están regidas por el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP) y son definidas por esta entidad del Estado boliviano como Unidades Productivas¹⁰ cuya clasificación depende del número de empleados o por los niveles de ventas y/o exportaciones.

En el sector turístico, de acuerdo a la Ley N°292, Ley de General de Turismo "Bolivia te espera", se hace referencia a los Prestadores de Servicios Turísticos para regularlos a través de la Autoridad Competente en Turismo (ACT)¹¹, que incluye tanto a unidades productivas como a profesionales independientes.

Ante la dificultad de la uniformidad de definiciones y de datos, el análisis realizado divide a los actores en dos grupos: un primero regulado por una ACT, que recae en el Viceministerio de Turismo de Bolivia (VMT) del MDPyEP, y un segundo grupo regulado por otras autoridades sectoriales, como se aprecia en el Gráfico 16.

¹⁰ Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, mediante RM 2009/200, establece las características que clasifican a las unidades económicas en grandes, medianas, pequeñas y micro unidades productivas.

¹¹ La clasificación e identificación de prestadores de servicios turísticos regulados por la ACT lo establece el Decreto Supremo DS N° 2609.

Gráfico 16. Conglomerados de análisis de las MIPYME turísticas

Fuente: Elaboración propia (2021)

Empresas reguladas por una Autoridad Competente en Turismo

Las empresas reguladas por una Autoridad Competente en Turismo (ACT) son unidades productivas legalmente constituidas, como empresas de hospedaje, intermediación en viajes y turismo, gastronomía, organizadoras de congresos y ferias de turismo y transporte turístico exclusivo.

La ACT también regula a profesionales o emprendedores que trabajan en el turismo sin establecer una empresa, como los guías de turismo, que son reconocidos legalmente y pueden ser subcontratados por empresas, museos o áreas protegidas.

A continuación, se realiza una caracterización de las unidades productivas de turismo reguladas por la ACT bajo la categorización de MIPYME.

Tabla 5. Caracterización de las empresas turísticas reguladas por ACT

	Microempresas turísticas	Pequeñas empresas turísticas	Medianas empresas turísticas
Características	Unidades económicas de tipo familiar o auto gestionadas (empresas unipersonales), en las cuales los dueños participan directamente en la actividad laboral como nivel gerencial, administrativo y operativo, generando una gestión poco planificada, donde los empleados tienen una relación parental cercana con los dueños. El personal tiene bajo nivel de capacitación técnica, cumpliendo dobles funciones y sin reconocimiento de horas extras.	Son de corte familiar en segunda o tercera generación, donde los propietarios gerencian o dirigen la empresa, con base en conocimientos técnicos adquiridos por larga experiencia o estudios realizados.	Alta inversión económica, que conlleva a una prestación de servicios profesionales de alta calidad. El personal es capacitado periódicamente y maneja una cultura empresarial.
Tipo de prestador de servicio turístico	• Hospedaje en Alojamientos, áreas de camping • Empresas en viajes y turismo • Gastronomía • Organizadoras de congresos & ferias de turismo	• Hospedaje de dos a tres estrellas • Empresas en viajes y turismo • Gastronomía	• Hospedaje en categoría de hoteles, residenciales, hoteles boutique entre tres y cinco estrellas

Fuente: Elaboración propia (2021)

Empresas afines al turismo reguladas por otras autoridades sectoriales

Existen otras unidades productivas vinculadas directa e indirectamente al turismo que no se encuentran dentro de la competencia de regulación de la ACT, las cuales se detallan a continuación:

- ▶ **Artesanía.** La actividad artesanal concentra la transformación de materia prima de origen natural o industrial con predominio de trabajo manual y su producción se realiza a partir de habilidades y conocimientos heredados de generación en generación. Este grupo alberga a artesanos independientes que trabajan en sus propios domicilios y a unidades productivas que trabajan de manera colaborativa, en forma de concesiones o asociativa, que invierten en alquileres de espacios para la comercialización de sus productos y capacitación.
- ▶ **Gastronomía.** Actividad de expendio de comidas y bebidas, desde vivanderas hasta restaurantes en todas sus categorías, atienden a un público local y turístico. Este sector está constituido principalmente por microempresas lideradas por mujeres. No existe

una entidad que los regule de forma directa, aunque el Servicio Departamental de Salud (SEDES) regula y controla la inocuidad alimentaria y sanitaria de estos establecimientos¹².

- ▶ **Aviación comercial.** La aviación comercial es una actividad de tuición de las compañías aéreas, ya sean grandes o pequeñas, dedicadas al transporte de pasajeros y carga de manera regular. En Bolivia las actividades aeronáuticas civiles y comerciales están reguladas por la Autoridad de regulación y fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT) y la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC). El personal ejecutivo, administrativo y operativo es altamente especializado, se someten a capacitaciones internacionales periódicas para continuar con las licencias vigentes¹³.
- ▶ **Transporte turístico exclusivo.** A partir de la asociación de transportistas que, durante las últimas cuatro décadas han sido contratados frecuentemente por las operadoras de turismo receptivo. En La Paz se conformó la primera Organización Mixta de Servicios de Transporte Turístico, con más de 80 socios. Actualmente están en proceso de construcción del marco legal por parte de la ACT.

Procedimientos para el inicio de la formalización empresarial

La formalización empresarial tiene dos momentos: el primero de inscripción o registro, y el segundo momento cuando la empresa actualiza su certificación y pone al día los pagos correspondientes. Entender el proceso de formalización de las unidades económicas turísticas es complejo, primero porque las empresas están reguladas por diferentes instituciones, y segundo porque son clasificadas en distintas categorías económicas, lo cual hace difícil establecer cuáles actividades son turísticas y cuáles no. Para este estudio, se toman en cuenta las actividades económicas que recomienda estudiar la Organización Mundial del Turismo¹⁴ para la construcción de la Cuenta Satélite de Turismo.

El proceso de formalización de las empresas es heterogéneo para los prestadores de servicios turísticos, es decir, no todas las empresas siguen los mismos pasos para formalizarse. El hospedaje, agencias de viaje y operadoras de turismo son los que tienen un proceso de formalización más extendido; mientras que los restaurantes y artesanos se encuentran desvinculados de la ACT y su formalización está regulada por otras autoridades.

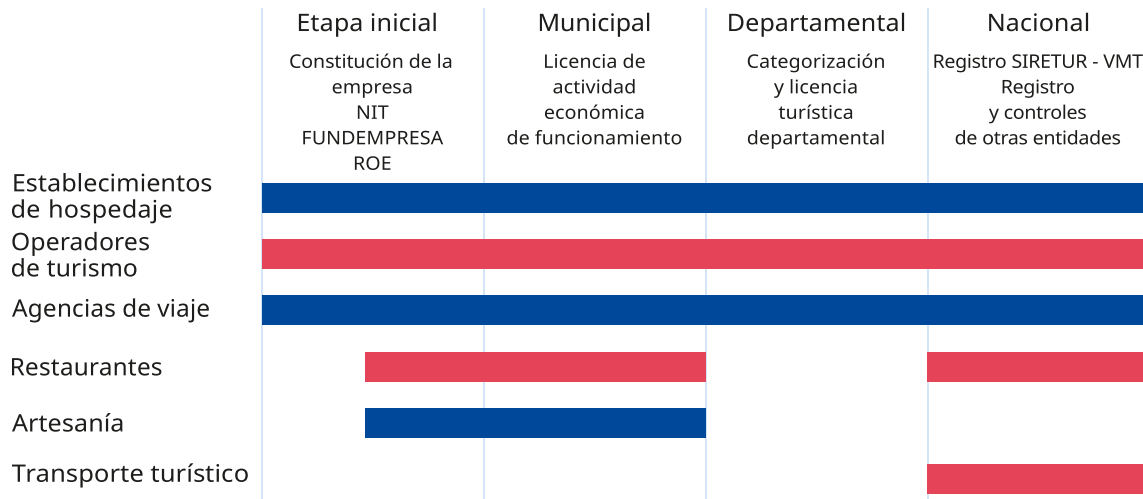
¹² Entre las principales competencias del SEDEGES se encuentra “Ejecutar las acciones de vigilancia y control sanitario del personal y poblaciones de riesgo en los establecimientos públicos y de servicios, centros laborales, educativos, de diversión de expendio de alimentos y otros con atención a grupos poblacionales, para garantizar la salud colectiva en coordinación y concurrencia con los gobiernos municipales q) Vigilar y monitorear las imágenes, contenidos y mensajes que afecten la salud mental de los niños, adolescentes y públicos en general, emitidos por medios masivos de comunicación, asimismo las emisiones sonoras en general” de acuerdo con la Ley de Autonomías

¹³ La IATA exige a las líneas aéreas una capacitación permanente de su personal para ser miembros de la asociación.

¹⁴ OMT, Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008. Incluye a las siguientes actividades: 1. Alojamiento para visitantes, 2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas, 3. Transporte de pasajeros por ferrocarril, 4. Transporte de pasajeros por carretera, 5. Transporte de pasajeros por agua, 6. Transporte aéreo de pasajeros, 7. Alquiler de equipos de transporte, 8. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reserva, 9. Actividades culturales, 10. Actividades deportivas y recreativas, 11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país, 12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

Después de la etapa inicial, las unidades económicas deberán transitar por los tres niveles de gobierno y sus respectivos procesos administrativos.

Gráfico 17. Etapas e instituciones involucradas en el proceso de formalización de empresas vinculadas al turismo



Fuente: Elaboración propia (2021)

Es importante recalcar la complejidad de alcanzar todos los requisitos solicitados en los diferentes niveles y en dos momentos, ya sea cuando un emprendedor inicia su actividad económica, o en la actualización obligatoria, como se detalla a continuación.

A. Etapa inicial

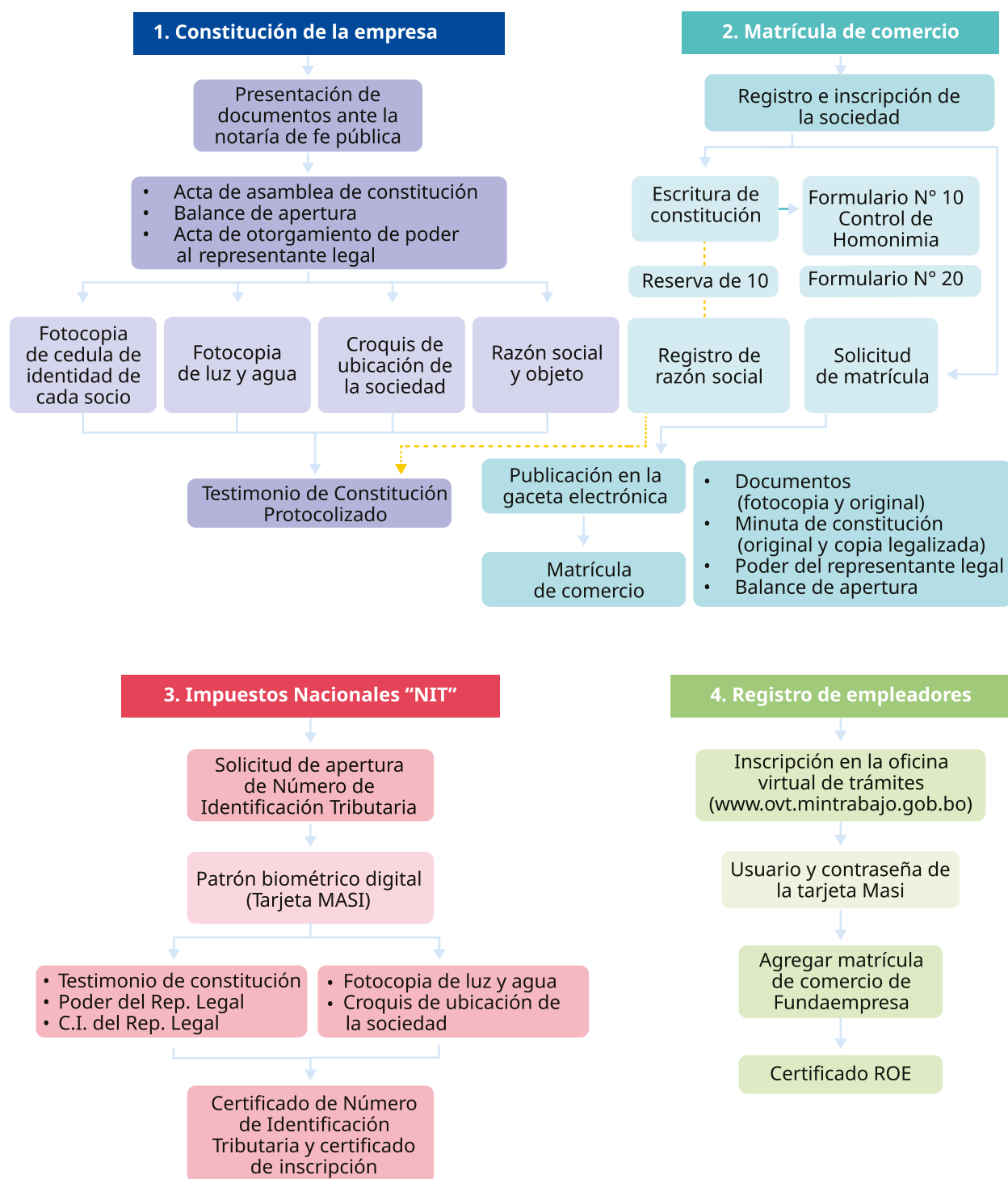
La constitución de una empresa se inicia en cuatro instancias de nivel nacional: DIRNOPLU¹⁵, Impuestos Nacionales, FUNDEMPRESA y Registro Obligatorio de Empleadores (ROE), -con excepción del transporte turístico¹⁶ y guías de turismo- donde el proceso requiere del acompañamiento de un profesional en derecho/auditoría¹⁷ para entender y realizar todos los procedimientos del trámite. Las instituciones mencionadas se encuentran en un proceso de estandarización y digitalización de información y archivo, lo que viabilizará realizar los trámites a través de internet, facilitando la eficacia del proceso. Sin embargo, es probable que también en un escenario de digitalización de trámites se requiera de la asesoría de profesionales de la materia.

De manera esquemática, se presenta la etapa inicial para la apertura de una empresa independientemente de su tipología o categoría.

¹⁵ Dirección del Notariado Plurinacional (DIRNOPLU) es un ente descentralizado, encargado de organizar, regular el ejercicio del servicio notarial, bajo tuición del Ministerio de Justicia y Transparencia institucional. Está al servicio de la población desde la promulgación de la Ley N° 483 (Ley de Notariado Plurinacional) del veinticinco de enero de 2014, reglamentada mediante D. S. 2189 del 19 de noviembre de 2014.

¹⁶ El transporte turístico está contemplado en la Ley General de Turismo, pero no cuenta con normativa específica para su registro, existiendo un vacío legal que impide su formalización. El transporte turístico en la actualidad es regulado por la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes ATT Bolivia.

¹⁷ Para realizar los trámites se requiere del acompañamiento de un abogado y un contador para realizarlo en una Notaría de Fe Pública (Para mayor detalle ver Anexo de Flujo de procedimientos administrativos).

Gráfico 18. Procedimientos de apertura de una empresa turística

Fuente: Elaboración propia basada en información secundaria (2021)

Para contar con una figura jurídica y legal en Bolivia se requieren documentos que respalden la misma, siendo el principal el Testimonio de Constitución, el cual debe estar protocolizado con reconocimiento de firmas ante Notario de Fe Pública. Este documento será solicitado en todas las instituciones tanto para hacer trámites como para avalar a la empresa en otros procesos, concursos, convocatorias, programas de apoyo, entre otros.

Posteriormente, el potencial empresario acude a la instancia que emite la “Matrícula de comercio”, y debe ser actualizada cada año. La tramitación presencial o virtual, dependerá del tipo de trámite. En caso de apertura, el empresario debe acudir a las oficinas, más si es para actualización, ésta puede realizarse de manera virtual, ya que su plataforma es intuitiva, con tutoriales que facilitan los procedimientos y requisitos según el tipo de empresa.

Obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT) es el siguiente paso. Otorgado por el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) a toda persona natural, jurídica o de sucesión indivisa en el momento que se inscribe para realizar cualquier actividad económica, y que resulten sujetos pasivos de algunos de los tributos establecidos en la Ley. Se puede realizar su inscripción y registro en el padrón biométrico de modo presencial en las oficinas de su jurisdicción, posteriormente para el registro de sus operaciones se puede realizar este trámite de forma virtual accediendo a la página web y siguiendo las instrucciones disponibles.

El cuarto paso es el ROE administrado por el Ministerio de Trabajo y Previsión Social (MTEPS)¹⁸ que a la fecha se puede realizar mediante la Oficina Virtual¹⁹. Todas las empresas bolivianas que estén registradas en FUNDEMPRESA/ SEPREC deben estar registradas en el ROE, como empleadores, los cuales incluyen a todas las Sociedades Comerciales, independientemente de su giro o naturaleza. El certificado del ROE será requerido en otras instituciones, ya sea para renovar la matrícula en el Registro de Comercio de Bolivia, o para tramitar créditos en el sistema financiero.

B. Etapa a nivel municipal

El siguiente paso para todas las empresas constituidas es la obtención de la Licencia de Funcionamiento Municipal, en la cual, de acuerdo al Código de Comercio²⁰, se deben registrar las oficinas de atención o prestación de algún servicio que se brinde en una dirección dada. El trámite en esta instancia se ha simplificado debido a la desconcentración de oficinas físicas en diferentes macrodistritos del municipio paceño. Por otro lado, el procedimiento se ha estandarizado y cumple un plazo relativamente estable, a lo que se añade desde 2018 que los trámites se pueden realizar mediante una aplicación móvil y a través de internet.

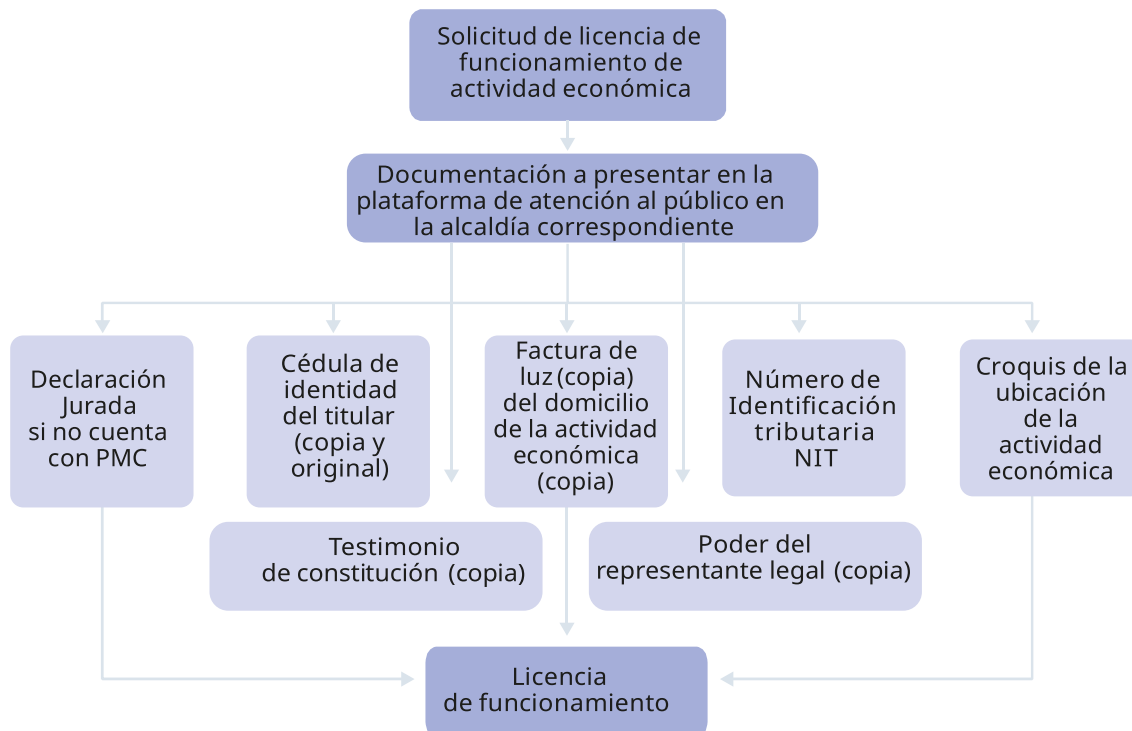
¹⁸ El Decreto Supremo N° 3433 del trece de diciembre de 2017 regula la constitución, ámbito de aplicación y características del ROE.

¹⁹ <https://ovt.mintrabajo.gob.bo>

²⁰ Decreto Ley N° 14379 Código de Comercio actualizado en 2012, establece la obligatoriedad de prestar un servicio, a través de una oficina física para evitar prácticas fraudulentas y a través del cual el usuario pueda realizar reclamos

Para el caso de hospedaje, gastronomía y empresas de viajes y turismo se necesita obtener la licencia de funcionamiento, siguiendo este proceso:

Gráfico 19. Proceso para obtener la Licencia de Funcionamiento Municipal



Fuente: Elaboración propia basada en información secundaria (2021)

En el caso del municipio de La Paz, este trámite se puede realizar en las oficinas descentralizadas o a través de la plataforma iGob²¹ online.

C. Trámites a nivel departamental y nacional sectorial

Un trámite obligatorio creado en 2016 para los Prestadores de Servicios Turísticos de todo tipo de organización económica, ya sea comunitaria, pública o privada, es adquirir la Licencia Turística. Para ello, el sujeto debe ingresar a la plataforma informática del Sistema de Registro de Turismo SIRETUR para hacer su registro electrónico en la plataforma del Viceministerio de Turismo, como un requisito previo para obtener la licencia de funcionamiento otorgada a nivel departamental.

El siguiente paso es la obtención de permisos, patentes o licencias departamentales en dependencia del rubro. En el caso de los actores regulados por la ACT, a través de la Ley N°292, como agencias de viaje, operadoras de turismo y establecimientos de hospedaje, deben tramitar la licencia de funcionamiento departamental y su categorización. Si bien este trámite se inició en una norma anterior²², donde las prefecturas (ahora gobernaciones departamentales) cumplían de forma estricta la reglamentación de la norma nacional

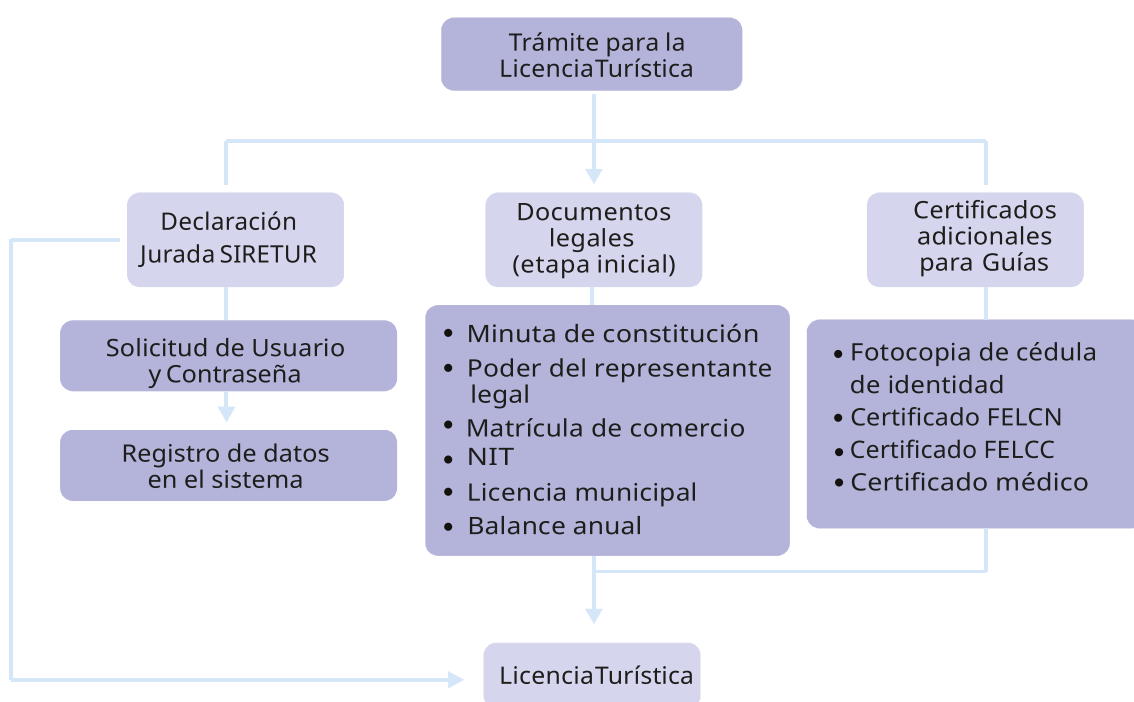
²¹ <https://igob247.lapaz.bo/>

²² Ley N° 2074 Ley de Turismo y reglamentos específicos, abrogados en 2012 por la Ley N° 292.

(módulos técnicos) a través de la realización de inspecciones oculares y otorgaban las licencias, en la actualidad cada gobernación ha incrementado criterios técnicos para la otorgación de las mismas, basadas en la interpretación propia de la Ley de Autonomías N° 031²³.

En el caso del departamento de La Paz, la Gobernación carece de una Ley departamental de turismo en la cual se establezcan los requisitos adicionales a la norma técnica de nivel nacional. Eso ocasiona que cada gestión se vea incrementada por una nueva norma, tasa o patente para la obtención de la licencia de funcionamiento departamental.

Gráfico 20. Proceso para obtención de la Licencia Turística



Fuente: Elaboración propia basada en información secundaria (2021)

Toda vez que las empresas cuentan con un usuario y contraseña y registren sus datos en el SIRETUR, se inicia el trámite en el nivel departamental, el cual exige los trámites de la etapa inicial, más la licencia municipal, en fotocopia simple y original para cotejar la documentación de copia. Cabe aclarar que tanto en la gobernación como en el SIRETUR las empresas turísticas pagan una tasa de inscripción.

²³ Ley Marco de Autonomías N° 031, en su artículo 95 establece las competencias de los diferentes niveles de gobierno sobre la regulación de prestadores de servicios turísticos, sin embargo, permite que cada gobierno incremente procedimientos, tasas, patentes y otras de acuerdo a sus competencias e interpretación legal del mismo.

Actualización de documentos en la formalización empresarial

La formalización no solo termina con la inscripción y la obtención de las respectivas licencias de funcionamiento. El siguiente paso es la actualización permanente de dichos documentos y cumplir con las obligaciones establecidas en cada uno de los trámites realizados.

El mantenimiento de la licencia requiere la actualización de documentos y pago por tasas o patentes de forma anual para seguir siendo formales. Los trámites son los siguientes:

A. Etapa inicial

En FUNDEMPRESA se debe actualizar anualmente la Matrícula de Comercio y registrar el balance de cierre contable de la empresa. Asimismo, si existen cambios en la constitución o del representante legal, o datos de contacto, deben registrarse en esta misma institución. Los trámites tienen un costo que varía en función del tipo de empresa.

En la actualización del ROE se hace un reporte mensual, con o sin empleados formales. La omisión de estas actualizaciones o pagos conlleva multas cuantiosas en desmedro de la empresa.

B. Nivel municipal

Para el mantenimiento de la Licencia Municipal se debe pagar una tasa anual cuya cuantía está en función de la dimensión de su oficina de atención al público y los equipos registrados para el mismo.

C. Nivel departamental y nacional sectorial

Tanto a nivel departamental como nacional, para el mantenimiento de la Licencia Turística en SIRETUR, las empresas deben pagar una tasa anual que se calcula dependiendo de la categoría del Prestador de Servicio Turístico y la jurisdicción donde opera. Eso implica que, si un prestador opera en un solo departamento de Bolivia, le corresponde el pago en la Gobernación, y si opera en más de un departamento es tuición del Viceministerio de Turismo. Sin embargo, en la práctica, la complejidad burocrática hace que el prestador de servicios turísticos tenga que pagar por la misma licencia en ambas instituciones.

3.1.2. Limitaciones para la formalización empresarial

Los cuellos de botella en la formalización empresarial se determinaron a partir de la revisión bibliográfica administrativa para conocer los procesos, procedimientos y documentos que son solicitados a los empresarios. Dicha información fue contrastada con actores claves del turismo paceño, para lo cual en enero de 2021 se realizaron entrevistas a profundidad a representantes de las distintas cámaras y gremios relacionados con la actividad turística de La Paz.

A partir de las entrevistas, se observaron los siguientes cuellos de botella:

- ▶ Vacíos legales en el reconocimiento y diferenciación de las empresas turísticas. En el caso del Transporte Turístico Exclusivo, su reglamentación específica está en elaboración, si bien, la ACT debe regularlos, en la realidad lo hacen otras entidades. La implementación de las Autonomías Territoriales en turismo ha provocado un cobro a los prestadores de servicios turísticos que pagan a nivel local, departamental y nacional tasas y patentes variables anuales que varían según el rubro y la gestión gubernamental, dada la actual ausencia de una ley departamental o municipal que regule el sector.
- ▶ Variación en el registro de datos estadísticos a raíz del uso inadecuado de la terminología del sector turístico.
- ▶ Un alto porcentaje de empresas turísticas corresponden a la categoría de empresas unipersonales de tipo familiar, caracterizadas por la baja inversión en sus establecimientos, contratación a destajo, según la temporada turística, de personas jóvenes.
- ▶ En cuanto a las pequeñas empresas, suelen ser de corte familiar en segunda o tercera generación, donde los propietarios dirigen la empresa, con base en conocimientos adquiridos por larga experiencia o estudios realizados. La inversión realizada es considerable y pasible de crédito.
- ▶ Respecto a las medianas empresas, tienen la inversión en sus establecimientos y personal cualificado, planifican y cumplen con la normativa para estar formales. La forma de contratación laboral por lo general tiene una relación empleado-empleador. La demanda de especialización y experiencia a los empleados es muy relativa.
- ▶ Duplicidad o multiplicación en la presentación de los mismos documentos ante diferentes instancias en las que los empresarios deben formalizarse, generando gastos de dinero. Este requerimiento de presentación de los documentos produce también un alargamiento o superposición de plazos.
- ▶ El cambio o rotación de personal en las instituciones públicas desorientan a los empresarios al momento de realizar sus trámites.
- ▶ La pandemia de la COVID-19 ha generado un salto abrupto hacia lo digital a fin de precautelar la salud de los usuarios y evitar aglomeraciones. La cotidianidad de las instituciones que forman parte de la red de formalización empresarial ha cambiado, ya que se ha aprobado formalmente el teletrabajo, la firma digital, el envío y recepción de documentos escaneados; en definitiva, la gestión de la información está evolucionando en el plano informático, donde los usuarios están obligados a capacitarse, adquiriendo nuevas competencias y habilidades.

Hasta aquí se ha visto lo que el marco institucional indica, pero para verificar la eficiencia y eficacia se ha recurrido a rescatar la percepción de los actores clave de la actividad turística paceña en entrevistas a profundidad. De las percepciones del sector se extraen tres denominadores comunes sobre las desventajas de la formalización: en la operación turística, en el grado de institucionalidad de los entes encargados de la regulación y la incidencia en el mercado, como se aprecia en la Tabla No. 6.

Tabla 6. Desincentivos para la formalización de unidades económicas de turismo

Operación	Institución	Mercado
- Gran parte de los insumos empleados en la producción de servicios no cuentan con facturas para el descargo como guías, porteadores, alimentos, artesanos, etc. - Existe una marcada estacionalidad por lo que la contratación de personal eventual es común y dicho personal no siempre cuenta con beneficios sociales. - Las alícuotas impositivas desmotivan la operación legal frente a operaciones virtuales que no pagan impuestos.	- Insuficientes controles continuos sobre el funcionamiento de empresas no formales. - Las tasas y patentes no se ven reflejadas en la mejora de la burocracia del sector. - Baja transparencia en los trámites y pérdida de documentación por falta de continuidad institucional. - El personal responsable de los trámites está poco preparado o es insuficiente para atenderlos. - Existen vacíos legales para la formalización.	- Existe competencia desleal de servicios de hospedaje que no pagan impuestos a nivel nacional. - El mercado interno no siempre considera indispensable comprar servicios de empresas legales.

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a actores clave del turismo paceño (2021)

Tabla 7. Percepción sobre la burocracia para la formalización de empresas turísticas y afines al turismo

NIVEL LOCAL	NIVEL DEPARTAMENTAL	NIVEL NACIONAL
 Los trámites para la obtención de la licencia de funcionamiento son claros, no cambian repentinamente y se encuentran de forma digital	- La documentación puede extraviarse - No existe transparencia en los procesos de formalización - Cambio constante de personal y el personal entrante puede no estar capacitado - Certificaciones de guías departamental y nacional sin un fin claro - Los cobros se realizan en UFV (actualizado) con la inflación pero los sueldos no	- No hay seguridad jurídica para la operación a nivel nacional - Se requiere institucionalizar el proceso y reformular los requisitos de la plataforma - Se necesita una ventanilla única y no trámites en diferentes niveles
 		
   - No existe una instancia designada a nivel gubernamental que oriente la realización de trámites - No hay una categorización definida para los artesanos, lo cual puede generar confusión - Algunos restaurantes desconocen la obligatoriedad de la licencia municipal	- Existen inspecciones de sanidad, pero hay una falta de orientación en los procedimientos y requisitos para formalizarse - La gastronomía y artesanía están dissociadas del área turismo en la gobernación de La Paz	- Existe el registro de artesanos que realiza ProBolivia - No se coordina con el Viceministerio de Turismo para articular mejor los esfuerzos de formalización - Falta de reglamentación y regulación del transporte turístico

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a actores clave del turismo paceño (2021)

Como se aprecia en la Tabla 7, el Gobierno Municipal es el que tiene una mejor percepción por parte de los actores, siendo menos exigente en relación a los requisitos y gestiones que corresponden.

Los empresarios turísticos en muchos casos consideran que con obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT) y la Matrícula de Comercios concluyeron sus trámites de formalización, sin embargo, requieren de otros documentos para estar legalmente formales. Por ejemplo, en el caso de los restaurantes, artesanos y el transporte, se exigen de procurar la Licencia de Turismo Departamental, pero deben portar los certificados de sanidad para los restaurantes, registros de propiedad intelectual para la exportación de sus productos hechos por artesanos. A este escenario se suma la necesidad de implementar acciones de bioseguridad en cuanto a adecuación de ambientes, prestación de servicio, equipamiento y capacitación de su personal.

La primera fase de la formalización es obligatoria para todas las empresas, con muchas exigencias de conformación empresarial. En la segunda fase de la formalización, los empresarios del sector turismo siguen una ruta heterogénea debido a la complejidad de la normativa, la superposición de competencias autonómicas y la existencia de vacíos legales. Al respecto, se destacan puntos en común para mantenerse formales o bien formalizarse, a los cuales las empresas deben adecuarse:

- ▶ Creación de trámites en línea
- ▶ Adecuación normativa de los servicios e inclusión de servicios virtuales
- ▶ Adecuación al teletrabajo
- ▶ Generación de incentivos para mantener un aparato productivo más competitivo

En lo que respecta al **primer punto**, durante la primera ola de contagio, Bolivia, al igual que muchos países, estableció una cuarentena rígida, limitando la movilización de personas. La segunda ola de pandemia se dio durante el primer trimestre de 2021, proyectándose una tercera ola para mediados de año, y una cuarta ola con menor fuerza en los meses de octubre, noviembre y diciembre del mismo año. En La Paz se establecieron restricciones en espacios públicos y cerrados con aglomeración de personas, tales como centros de salud, recreación, oficinas, entre otros. Por lo que, sobre todo en dependencias institucionales donde se hacen trámites, la digitalización de los trámites y de los servicios es clave para reducir las posibilidades de contagio.

En relación al **segundo punto**, la pandemia cambió profundamente la realidad de la prestación de servicios turísticos, afectando directamente la normativa técnica de inspección de espacios, inocuidad y controles, ya que, en tiempos de cuarentena o restricciones por crisis sanitarias, se dificulta cumplir con los controles porque los establecimientos están cerrados. La atención de las empresas activas a sus clientes se ha realizado de forma remota, a través de telefonía e internet lo que ha abierto la puerta a otro modelo de gestión, aunque la norma puede tardar en actualizarse y regular este modelo.

El **tercer punto** toca el teletrabajo. Hasta la fecha del presente estudio el Ministerio de Trabajo Empleo y Previsión Social (MTEPS), ha desarrollado diferentes instrumentos para la regulación del teletrabajo como respuesta a la pandemia de la COVID-19. Sin embargo, el sector turismo, al requerir de infraestructura mínima para atender a los turistas, podría optar por modalidades mixtas donde se brinden servicios a distancia y servicios presencialmente.

Por último, el **cuarto punto**, refleja la coincidencia de opinión de los actores entrevistados, referida a la necesidad de incentivos en distintas direcciones. Para el caso de la formalización de las empresas del rubro turístico, la digitalización es un primer paso para la obtención de licencias, certificaciones, permisos y credenciales. No obstante, la digitalización de los trámites no es suficiente, dado que se requiere de la creación de una institucionalidad responsable de la misma; como el “iGob” del GAML P, que centraliza todos los trámites de competencia autonómica.

A esto se añade, como necesidad de política de incentivos, la ampliación de la vigencia de las licencias, permisos y credenciales para evitar un quiebre en las empresas pospandemia ante la dificultad de mantener y/o renovar sus licencias. Asimismo, se requiere de un plazo de adecuación a la nueva realidad, tanto a entidades solicitantes como a empresarios.

3.2. Oportunidades de la formalización empresarial

Rescatando la percepción de los actores claves del turismo paceño, en la entrevista a profundidad realizada en enero de 2021, sobre las oportunidades de la formalización empresarial, se las ha sistematizado y analizado como se detalla a continuación.

Las empresas como agencias de viaje, operadoras y de hospedaje están conscientes que la formalización es una necesidad para poder desarrollar sus actividades. Según un entrevistado de la Cámara Nacional de Operadores de Turismo (CANOTUR), no sólo se debe cumplir con los formalismos para poder operar, sino que los empresarios turísticos están conscientes que a través de la formalización pueden contribuir al país mediante el pago de impuestos y otras obligaciones. Asimismo, la formalización les otorga mayor confianza ante sus clientes nacionales, corporativos y ante los clientes extranjeros.

Como se puede ver en la Tabla 8, existe consenso generalizado sobre la necesidad de la formalización, ya sea para desarrollar actividades de forma diaria como para acceder a algunos beneficios que otorgan los gobiernos, como beneficios fiscales²⁴, o acceso a créditos sectoriales²⁵.

²⁴ Por ejemplo, el GAML P cuenta con una política de reducción del impuesto a bienes inmuebles de un 50 por ciento en los próximos tres años, dirigida a establecimientos de hospedaje. Durante el 2020 excepcionalmente la reducción de impuestos alcanzo al 75 por ciento.

²⁵ Los créditos sectoriales que otorga el Banco de Desarrollo Productivo (BDP) de acuerdo al DS N° 2055 y la circular de la ASFI 373/2016 del dieciocho de febrero de 2016 establece como requisito la legalidad formal a fin de optar por créditos con tasas de interés preferenciales para el sector turístico

Tabla 8. Ventajas de la formalización de unidades económicas de turismo

Necesidades	Ventajas
• La formalización es una exigencia del mercado internacional • Es un requisito para acceder a beneficios fiscales o algunos incentivos generados por los gobiernos • Cumplir con las leyes y normativa vigente • Aportar al desarrollo de país a través del pago de impuestos	• La formalización es una exigencia del mercado internacional • Es un requisito para acceder a beneficios fiscales o algunos incentivos generados por los gobiernos • Cumplir con las leyes y normativa vigente • Aportar al desarrollo de país a través del pago de impuestos

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a actores claves del turismo paceño (2021)

Según la Cámara Hotelera de La Paz, la formalidad empresarial tiene beneficios cuando se trabaja de forma articulada entre los gobiernos y los gremios del sector. Por otro lado, en la entrevista con Asociación Boliviana de Agencias Operadoras de Turismo (ABATUR), se destacó que una de las grandes ventajas de la formalización es la seguridad jurídica, especialmente cuando se interactúa con el mercado internacional y se requieren acuerdos comerciales con empresas operadoras o mayoristas del exterior.

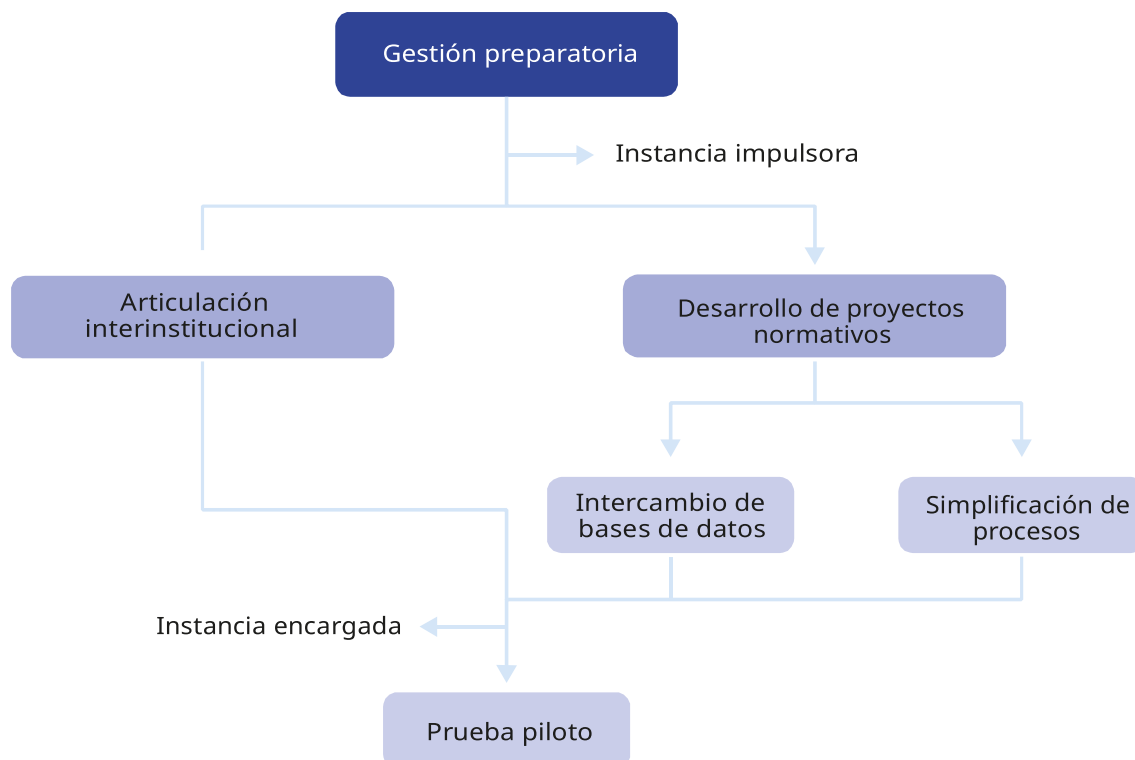
Los sectores de transporte turístico exclusivo, artesanos y restaurantes, si bien pertenecen a la cadena de valor del turismo, no son regulados por la ACT, sino por otras instancias.

Gestión preparatoria de la ventanilla única para Bolivia

Los países que vienen implementando diferentes modalidades y herramientas para incentivar la formalización empresarial se han apoyado, entre otros, en la creación de ventanillas únicas en las cuales se simplifica el proceso de tramitación, sea para la inscripción de nuevas empresas o la actualización de sus certificaciones.

Las experiencias como la de Ecuador, España o Perú han brindado aspectos clave que pueden ser adaptados para la construcción de una ventanilla única para Bolivia. En ese sentido se plantea una hoja de ruta en cuanto a la gestión y operación para su funcionamiento.

El intercambio de datos y documentos electrónicos entre las diferentes entidades de administración del Estado, sean nacionales y/o subnacionales, desemboca en la integración y consolidación oficial de información sobre cada empresa turística. Aun cuando cada instancia tiene requisitos comunes a las otras y exigencias específicas de acuerdo a la particularidad de cada prestador de servicio turístico, es posible simplificar los procesos de trámites a través de solicitudes y notificaciones electrónicas. En este escenario, el empresario turístico puede hacer un seguimiento del estado de su trámite, teniendo claridad en la ruta que debe seguir, el orden en los documentos a facilitar, plazos y costos, lo que le va a permitir realizar una mejor planificación empresarial.

Gráfico 21. Gestiones preparatorias para la creación de la ventanilla única

Fuente: Elaboración propia en base a información secundaria (2021)

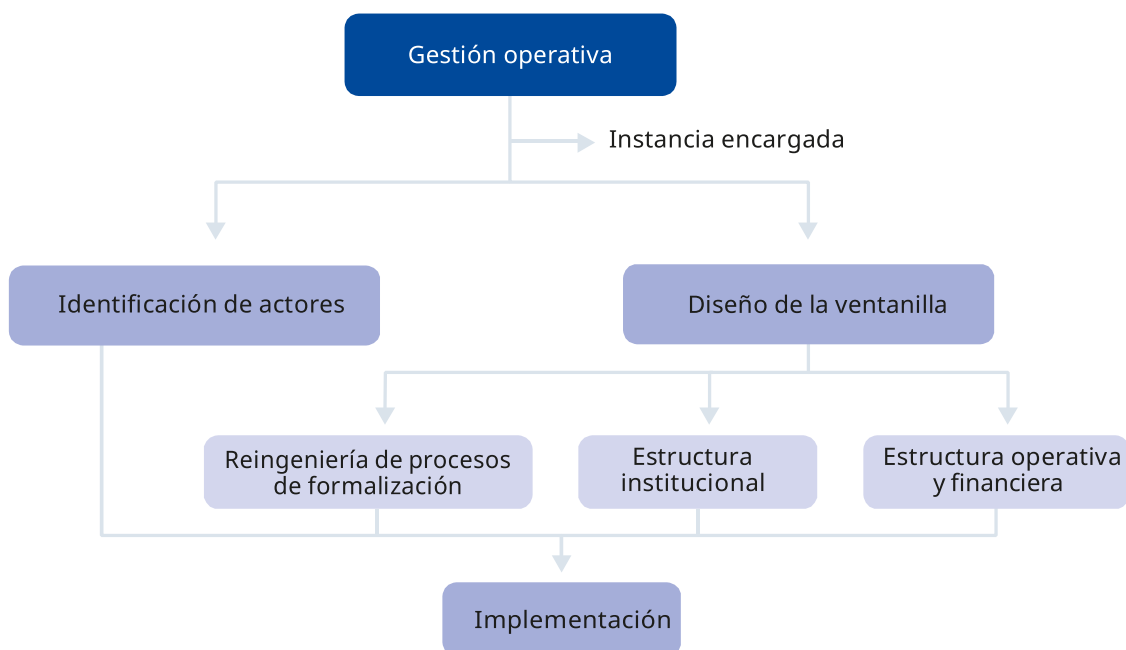
Entre los aspectos clave en la gestión para la consolidación de la ventanilla única están:

- ▶ La **instancia impulsora**. Tomando como referencia la experiencia de otros países, se aclara que la institución pública que encamine esta nueva herramienta debe ser de nivel nacional y debe contar con una relación cordial con sus pares.
- ▶ **Articulación interinstitucional**. La formalización de las empresas turísticas se desarrolla con base en una red institucional de varios niveles que debe articularse para establecer acuerdos que permitan compartir y conciliar las bases de datos, donde se necesita un esfuerzo técnico para uniformar la terminología, nomenclatura, requisitos, formularios, entre otros, con el fin de facilitar y motivar al empresario.
- ▶ **Desarrollo de proyectos normativos**. Un tercer aspecto es el desarrollo de la normativa que permita vincular competencias de las diversas instancias públicas y viabilizar la posibilidad normativa de conferir competencias a niveles subnacionales, con el fin de centralizar los procesos, documentación y bases de datos. En esta fase se deberá crear una nueva instancia encargada de la ventanilla única.
- ▶ **Instancia encargada**. Fundamentados en experiencias de otros países en los cuales la ausencia o ambigüedad de la instancia responsable retrasó por años su implementación, se considera crucial este punto para la designación de la entidad responsable del funcionamiento de la ventanilla única que guiará la simplificación y centralización de trámites para las empresas turísticas.

Diseño operativo y su implementación

La reingeniería o adecuación de los procesos de trámites está sujeta a la normativa vigente, pero dado el salto hacia una administración electrónica, cada instancia tendrá que adecuarse al nuevo sistema, proporcionando a sus contrapartes la información por medios electrónicos y en línea.

Gráfico 22. Aspectos operativos



Fuente: Elaboración propia en base a información secundaria (2021)

Siguiendo, los pasos indicados en el Gráfico 22, se describe a continuación su contenido:

- ▶ **Identificación de actores.** Tratándose de un sistema orgánico, se deberá prever dos partes en el proceso de trámites: a) Ejecutor: Entidades de administración pública del Estado, entidades del sector turístico y de la administración pública vinculadas al sector turístico, b) Beneficiario: empresario turístico (potencial o efectivo).
- ▶ **Diseño de la ventanilla.** Visualizando la etapa que continúa a la anterior, se encuentra el diseño de la ventanilla única. El tipo de modelo que será adoptado, la forma de atención, la asesoría por parte de la instancia encargada de su implementación y las plataformas de atención y solución de dudas normativas y de procedimientos deben ser estructurados y validados para contar con la aceptación colectiva a partir de una prueba piloto.
- ▶ **Implementación de la ventanilla única.** Esta fase comienza con el establecimiento de acuerdos institucionales a fin de aunar esfuerzos que coadyuven a la formalización de las empresas. La implementación debe realizarse en coordinación de esfuerzos, iniciativas y presupuestos con las instancias subnacionales.

- ▶ **Difusión, sensibilización y capacitación.** La difusión sobre los usos y ventajas de la ventanilla única es vital para el éxito de este proyecto, involucrando a la mayor cantidad de MIPYME turísticas, y de esta manera, acrecentar la formalidad en el rubro. Por su parte, la sensibilización y capacitación debe darse en dos direcciones, dentro de la entidad encargada del funcionamiento de la ventanilla, así como para los usuarios frecuentes, a fin de que se garantice el uso adecuado de esta herramienta.
- ▶ **Periodos de evaluación.** La experiencia de otros países demuestra que la evaluación anual es la generadora de datos de gestión que sirven para corregir o plantear nuevas metas.

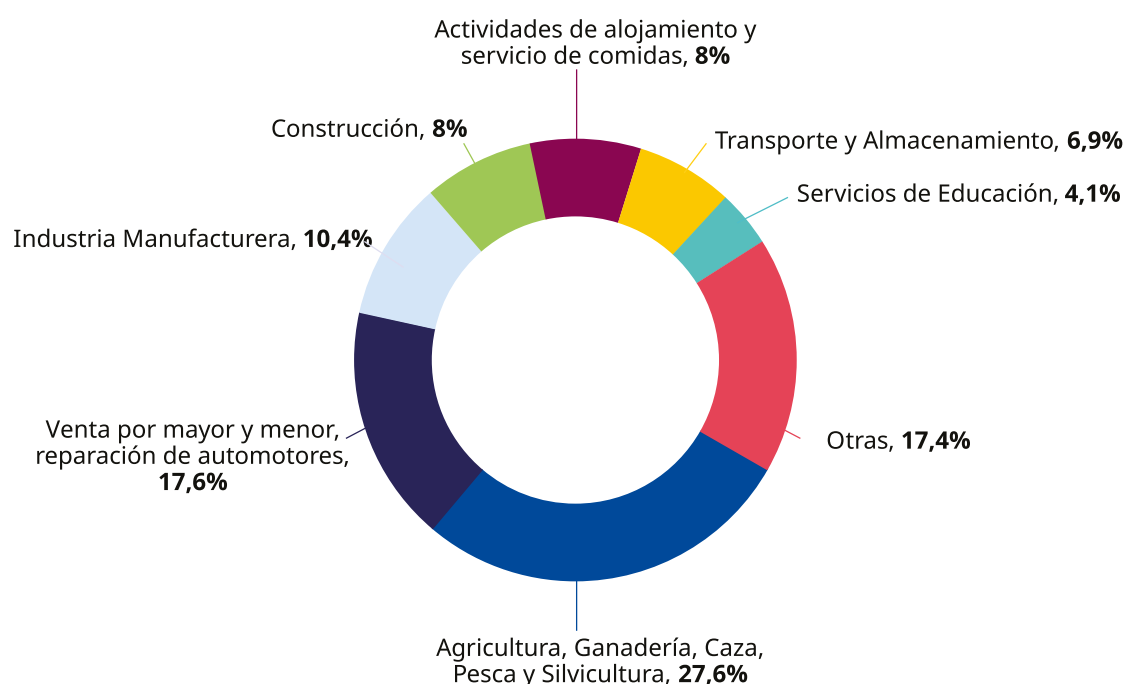
En resumen, la implementación gradual de la ventanilla única requiere de acuerdos y convenios interinstitucionales, pruebas piloto, adecuación institucional para el funcionamiento, capacitación a quiénes se encarguen del sistema en las dependencias públicas, así como campañas de sensibilización e inducción para los beneficiarios o empresarios turísticos.

IV. El empleo en el turismo y los efectos de la COVID-19

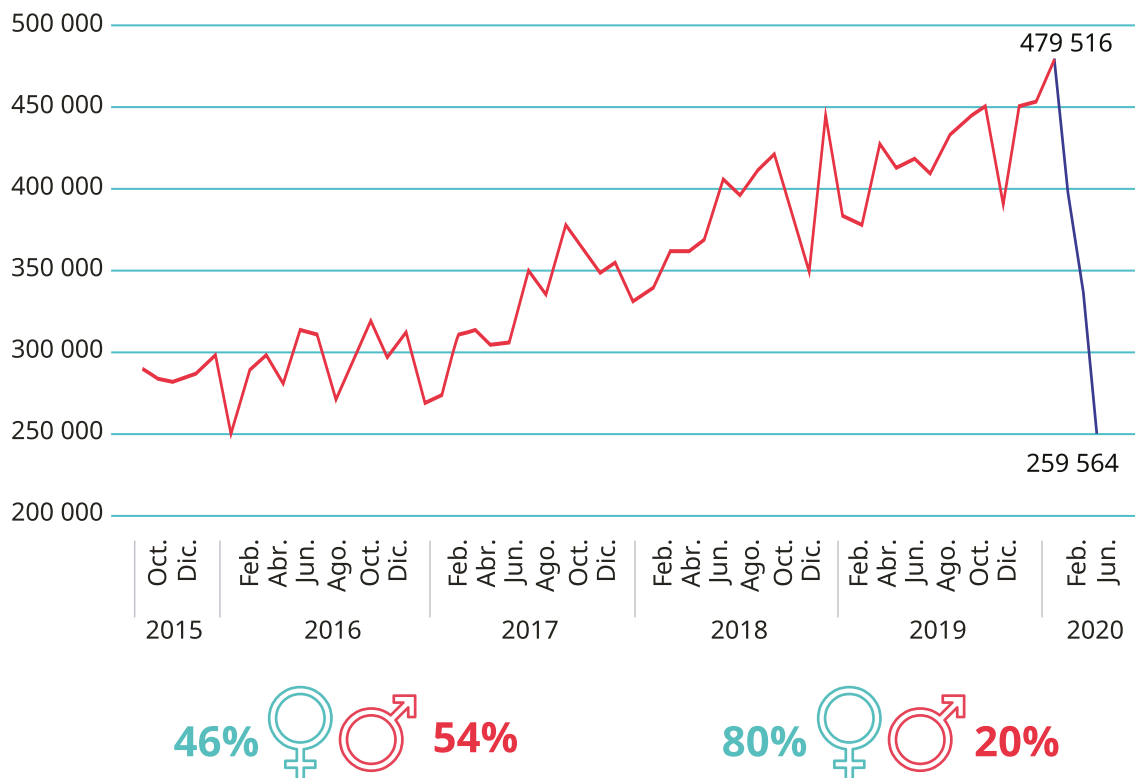
El turismo es uno de los sectores que mayor mano de obra absorbe del mercado laboral a nivel mundial. No obstante, en 2020 este sector fue el más golpeado por la pandemia. A este propósito, la OMT (WTCC, 2018) estimó que se perdieron cerca de 98 millones de empleos en la industria turística en el mundo.

En Bolivia, el rubro de alojamientos y servicios de comida contribuye con el 8 por ciento al empleo, lo que en 2019 significó cerca de 479 500 empleos²⁶. De ese total, según datos de la OIT (2021), el 66,9 por ciento se encuentra en el sector informal, es decir que 320 700 empleos no son estables, de los cuales el 45 por ciento trabaja menos de 35 horas a la semana y que trabajan solo cuando llegan los turistas.

Gráfico 23A. Bolivia: Población ocupada en actividad económica (2019)



²⁶ Las cuentas nacionales del INE en Bolivia solo detallan el empleo del rubro hospedaje y servicios de alimentación, siendo el indicador más cercano al turismo. Bolivia no cuenta con una desagregación del empleo que incorpore a otras actividades como agencias de viaje, operadoras de turismo, transporte, artesanía entre otros, como ocurre con la Cuenta Satélite de Turismo (CST) que realizan otros países. El único ejercicio que se realizó en Bolivia de la CST fue en 2007.

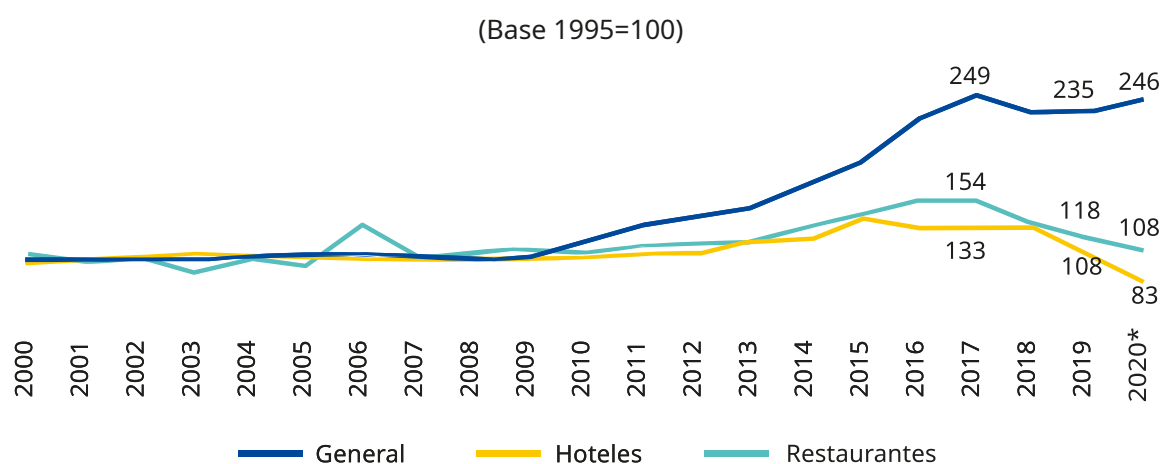
Gráfico 23B. Bolivia: Población ocupada en actividad económica (2019)

(1) Estimado basado en el índice de empleo (2020)

Fuente: Elaboración propia con información del Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta Continua de empleos promedio

Según el INE, en septiembre de 2020 la contribución de este sector al empleo cayó en -45,8 por ciento, dejando sin empleo temporal a más de 220 000 personas. Algo importante a destacar es que más del 80 por ciento de los empleados en este rubro son mujeres, una participación femenina mayor a la media nacional donde las mujeres representan solo el 46 por ciento de la población ocupada en Bolivia.

Si lo vemos de forma desagregada, la pandemia impactó más en los hoteles que en los restaurantes, mientras los primeros se mantuvieron sin prestar servicio por la política de cierre de fronteras y cuarentenas, los servicios de alimentos siguieron trabajando con una capacidad reducida de acuerdo a los protocolos de bioseguridad establecidos por el Gobierno, pero ambos mostraron una caída en el índice de empleo como se muestra en el Gráfico 24.

Gráfico 24. Índice de empleo del sector privado en Bolivia

*Información a septiembre de 2020

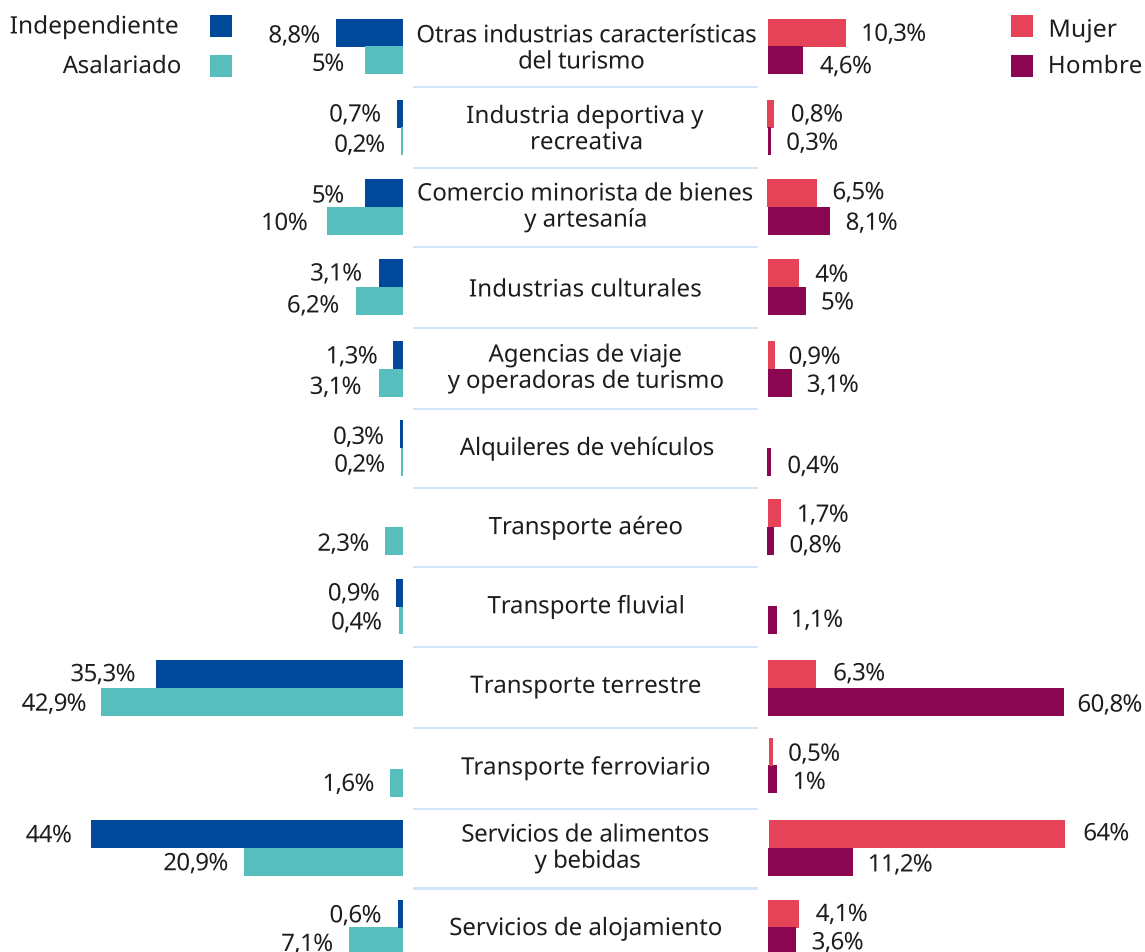
Fuente: Elaboración propia con información del INE (2020)

Es de aclarar que el rubro del hospedaje y alimentación no representa el total de la industria turística, porque se excluye a sectores como las operadoras, agencias de viajes, transporte y las industrias culturales, que se encuentran subsumidas en otras clasificaciones del CAEB²⁷. Por ende, para hacer un análisis más detallado del empleo de la industria turística se toma como base la información de la CST²⁸ como se muestra en el Gráfico 25, donde se aprecia que el 49 por ciento de empleos son asalariados y el 51 por ciento son empleos independientes. Asimismo, se observa que la mayor cantidad de empleos asalariados e independientes se encuentran en el sector de alimentos y bebidas, y el transporte terrestre. Estos dos sectores se caracterizan por estar conformados en su mayoría por microempresas de tipo familiar, donde prevalece el autoempleo y empleos informales. Las industrias recreativas²⁹ y el hospedaje son los sectores que más contribuyen al empleo asalariado o empleo formal.

²⁷ CAEB es la clasificación de actividades económicas de Bolivia que se emplea para la construcción de las cuentas nacionales.

²⁸ La CST de Turismo de Bolivia fue realizada por el INE, VMT, BCB y DIGEMIG en la gestión 2011 solo tomando el cambio de año base para las cuentas nacionales es decir el 2007.

²⁹ Para la CST, las actividades recreativas incluyen actividades de deporte extremo, como el turismo de aventura y entretenimiento sociocultural destinado a no residentes.

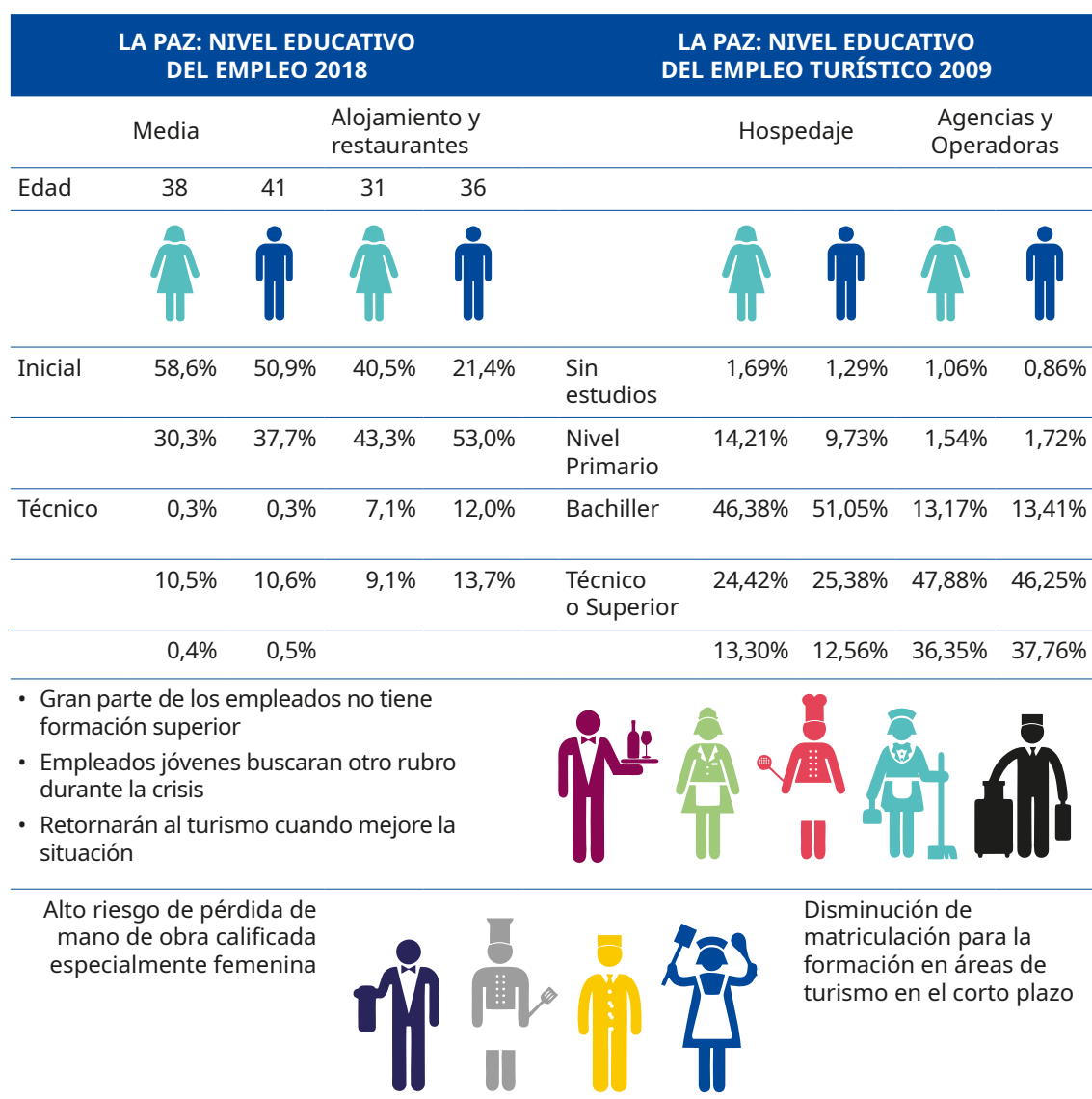
Gráfico 25. Bolivia: Tipo de empleo de la industria turística en 2007

Fuente: SGCAN Cuenta Satélite de Turismo de los países CAN (2011)

4.1. Condiciones de trabajo

La situación del empleo en el sector del turismo está relacionada con varios factores: la formación profesional, la cultura organizativa, la disponibilidad de recursos materiales y equipamiento especializado, recursos técnicos, entre otros. Según la información del INE, las “actividades de alojamiento y restaurantes” muestran una composición de más del 70 por ciento de personas con un nivel de instrucción básico, donde las mujeres bordean el 83,8 por ciento. A esta situación se suma que el sector acoge a la población más joven en edad laboral. La edad media de las mujeres es de 31 años, mientras que la de los hombres es de 36 años, ambos por debajo de la media nacional.

Gráfico 26. Bolivia: Distribución porcentual de la población de 14 años de edad o más en la ocupación principal según actividad económica, (año 2019)

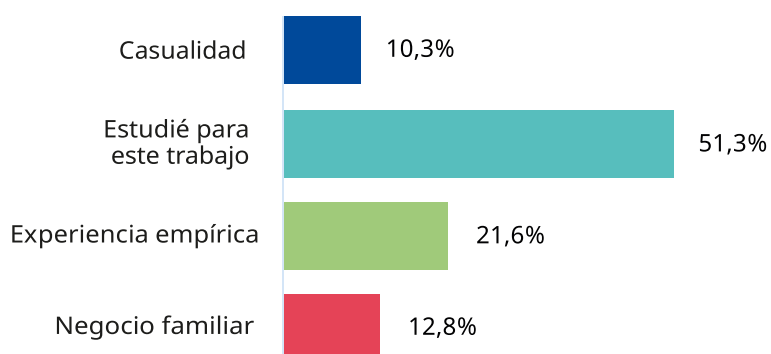


Fuente: Elaboración propia con información del INE (2021) usando como base la Encuesta continua de empleo (2018) y la Encuesta de empleo turístico (2009)

Por otro lado, las agencias de viaje y operadoras de turismo son las que precisan de mano de obra cualificada, por lo que tienden a contratar a técnicos o profesionales en turismo, usualmente egresados. Cerca del 84 por ciento de los empleos en estos rubros cuentan con algún tipo de cualificación técnica y/o licenciatura. Según FEBOGUIT, más del 90 por ciento de las operadoras realizan contratos por servicios temporales, limitando los beneficios sociales del personal contratado.

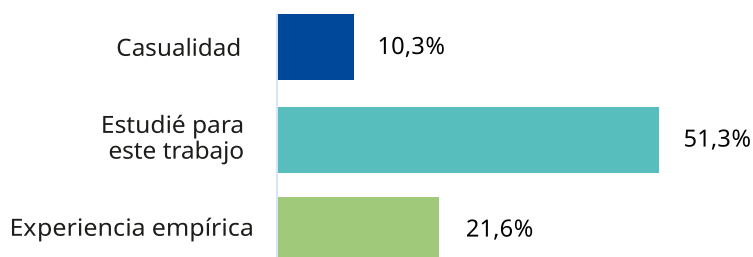
En un panorama más reciente, y ante la falta de datos estadísticos actualizados, ha sido necesario realizar un sondeo sobre el impacto de la COVID-19 en el empleo del sector del turismo en La Paz a inicios del 2021, alcanzando a encuestar a 81 empleados de los diferentes rubros turísticos (hoteleros, guías de turismo, operadores de viajes y turismo, transportistas con actividades relacionadas a la actividad, profesionales en turismo, cocineros), y niveles administrativos (gerencial, administrativo y operativo. Los resultados han arrojado hallazgos de importancia que se presentan a continuación en el Gráfico 27.

Gráfico 27. Decisión de trabajar en el sector turismo



Fuente. Elaboración propia, con base en el sondeo sobre el impacto de la COVID-19 en el empleo del sector de turismo en La Paz. (2021)

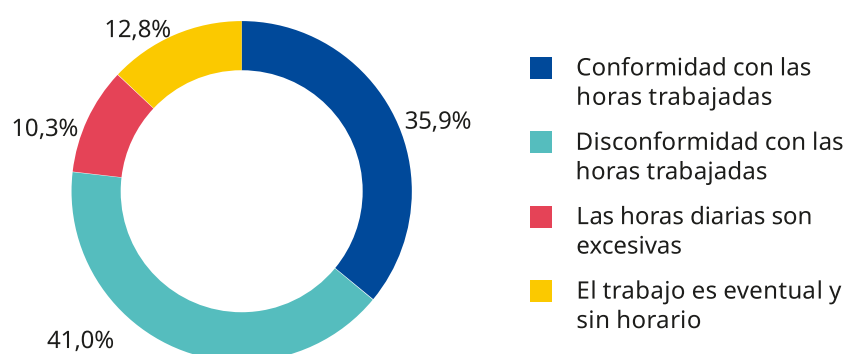
Gráfico 28. Incorporación de las sugerencias de los empleados



Fuente. Elaboración propia, con base en el sondeo sobre el impacto de la COVID-19 en el empleo del sector de turismo en La Paz. (2021)

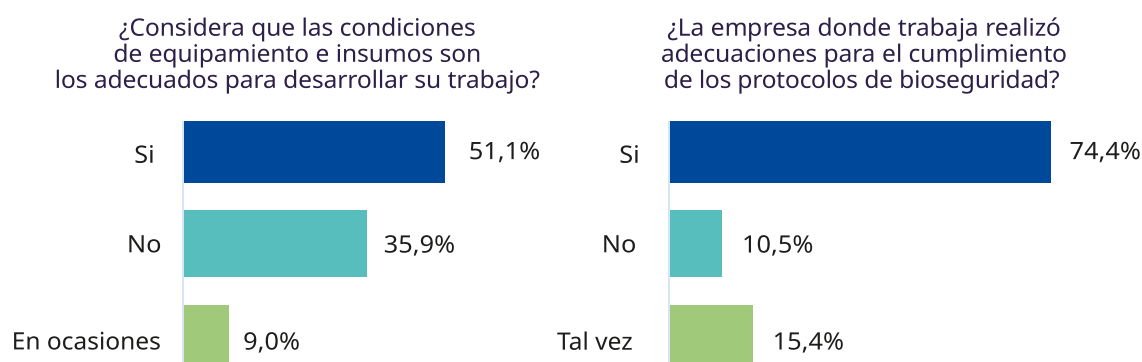
De los encuestados que trabajan actualmente en turismo, el 51,3 por ciento de los empleados cuentan con algún tipo de estudios superiores relacionados con las ramas turísticas; el 25,6 por ciento tiene experiencia empírica y el resto que está inmerso en el rubro turístico trabaja para apoyar un negocio familiar.

Una forma de medir el ambiente laboral es saber si se tienen en cuenta las sugerencias del personal. Según los encuestados, el 56,4 por ciento considera que los jefes o propietarios toman en cuenta las propuestas y sugerencias que realizan, que surgen de sus conocimientos académicos y/o experiencias adquiridas en el campo. Pese a la buena disposición de los jefes, no todas las sugerencias se materializan debido a presupuestos restringidos.

Gráfico 29. Percepción sobre las horas de trabajo

Fuente: Elaboración propia, con base en el Sondeo sobre el impacto de la COVID-19 en el empleo del sector de turismo en La Paz (2021)

Pese a tener una buena relación empleador-empleado, la sobrecarga de las horas de trabajo genera descontento en el sector. Cerca del 77 por ciento de los encuestados expresaron su inconformidad con las horas trabajadas.

Gráfico 30. Equipamiento e insumos para desarrollar el trabajo

Fuente: Elaboración propia con base en el sondeo sobre el impacto de la COVID-19 en el empleo del sector de turismo en La Paz (2021)

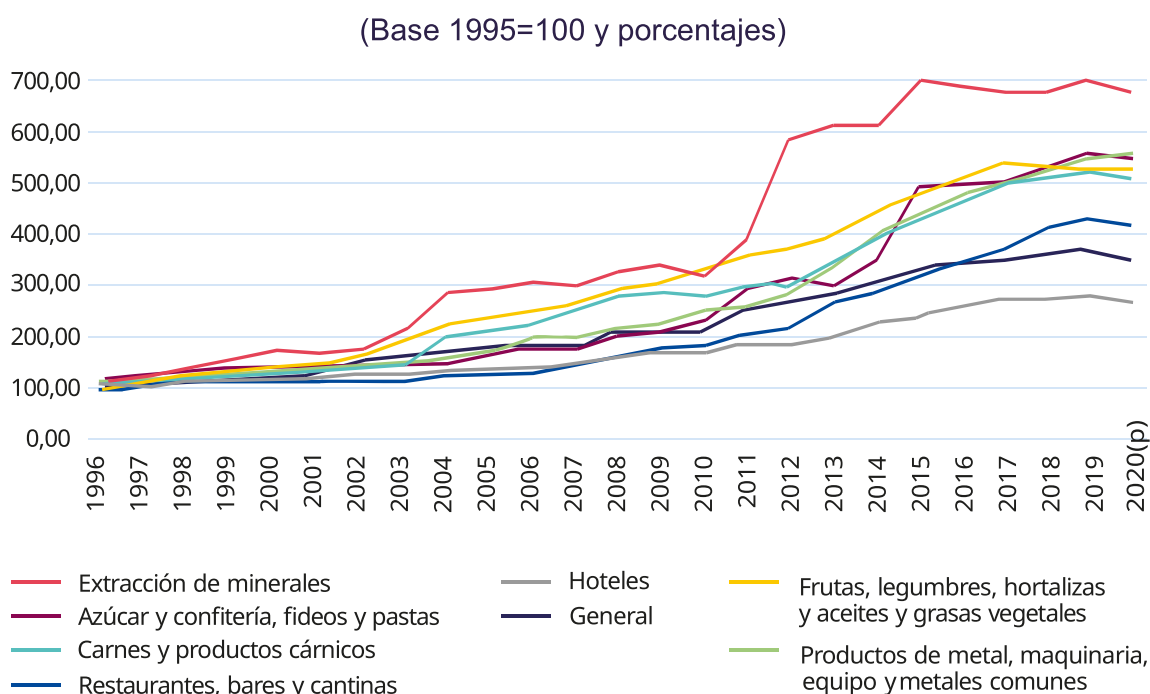
El equipamiento y los insumos dentro del lugar de trabajo constituyen otro aspecto que incide en un buen ambiente laboral. Los encuestados en su mayoría (55,1 por ciento) perciben que cuentan con las condiciones para desarrollar su trabajo, empero el 35,9 por ciento asevera lo contrario. Esta situación empeoró con la aparición de la COVID-19, provocando que las empresas incurran en mayores gastos

para cumplir con los protocolos de bioseguridad y garantizar la protección y cuidado de sus empleados. La percepción que tienen los encuestados muestra que el 74,4 por ciento considera que su empresa ha mejorado las condiciones de trabajo y se encuentra preparada para operar con medidas de bioseguridad.

4.2. Remuneración salarial

El sector del turismo contribuye a la generación de empleos, pero es el de menor remuneración salarial. Según el índice de salario medio del INE, la evolución del salario de este sector en las dos últimas décadas se ha mantenido por debajo de la media, mientras sectores de transformación que se iniciaron al mismo nivel hace 20 años han quintuplicado su nivel salarial medio, en tanto que los hoteles solo lo han duplicado. Una situación similar se observa en los restaurantes.

Gráfico 31. Bolivia: Índice de salario medio nominal del sector privado según actividad económica y género



(p) Preliminar con información hasta septiembre de 2020

Fuente. Elaboración con información del INE

Las mujeres que trabajan en turismo son las que reciben la menor remuneración salarial, especialmente en los empleos vinculados a restaurantes y servicios de comida. Esta situación se debe a que gran parte de la estructura empresarial de este sector está conformada por pequeñas y microempresas que subemplean y realizan contrataciones eventuales.

Tomando como referencia el salario mínimo oficial en Bolivia para el año 2020 (Bs. 2 122 - Dos mil ciento veintidós 00/100 bolivianos), el 47,4 por ciento de los encuestados manifestaron que recibían salarios por debajo del mínimo oficial y el otro gran grupo lo compone el 34,6 por ciento correspondientes a pagos por contrato. En cuanto a la remuneración adicional, el trabajo en temporada alta en turismo representa labores en horas extras, más del 37,2 por ciento no contó con este pago a pesar del trabajo realizado.

Gráfico 32. Remuneración media nominal por género

	 		 	
	2019		2020 (p)	
General	6 058	7 434	6 093	7 571
Hoteles	4 725	4 796	4 807	4 783
Restaurantes, bares y cantinas	3 368	4 597	3 462	5 093
Máximo ⁽¹⁾	22 740	19 138	20 409	21 556
Mínimo	3 368 ⁽²⁾	4 282 ⁽⁴⁾	3 453 ⁽³⁾	4 238 ⁽⁴⁾

(p) Preliminar con información hasta septiembre de 2020

(1) Extracción de petróleo y gas natural

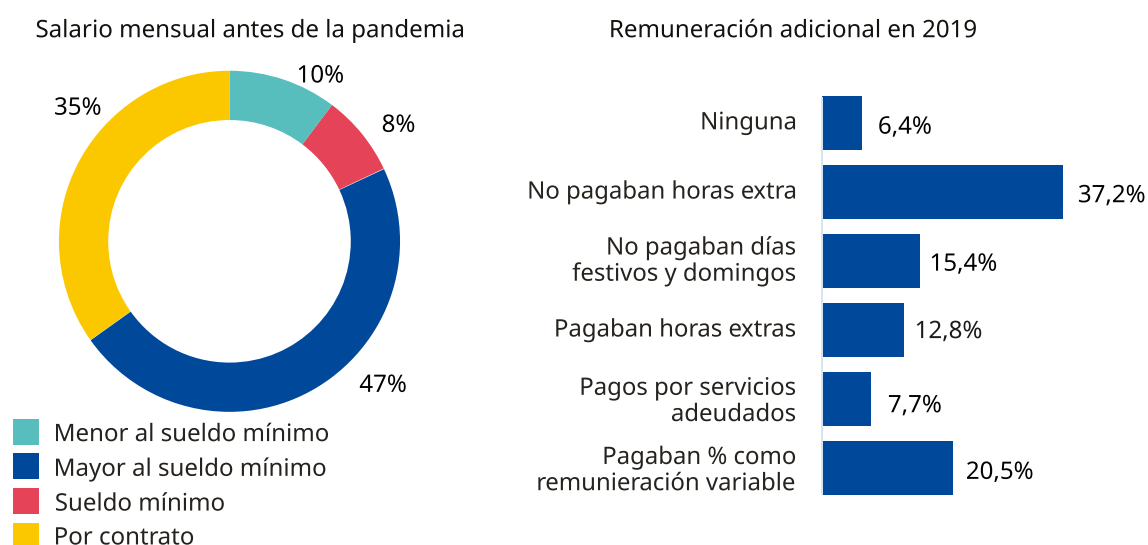
(2) Restaurantes, bares y cantinas

(3) Entretenimiento

(4) Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles

(5) Servicios de cinematografía, radio, televisión y otros servicios

Fuente. Elaboración propia con información del INE

Gráfico 33. Relación del salario mensual en el sector turístico

Fuente. Elaboración propia con información del INE

La remuneración para los empleos en el sector turístico depende de la estacionalidad, tipo de servicio y especialización. La percepción de quienes trabajan en turismo es que en general es un rubro que no brinda una remuneración alta. En este sentido, los salarios tienen un rango desde los bolivianos 1 500 (Bs.), en cargos operativos como de atención al cliente en empresas de viajes y turismo, recepcionistas en hospedaje de categoría básica, empleos en gastronomía, guías de turismo y en artesanía. Ascendiendo a cargos medios, se llega a un promedio de Bs. 3 000 y niveles superiores de Bs. 5 000 a Bs. 8 000.

Las empresas del sector y afines al turismo están afrontando los costos de Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) y seguro social, acudiendo a los ahorros, venta de activos, créditos y diferimientos de pagos. Varias empresas que aún están vigentes en el mercado siguen cumpliendo con estos costos como obligación patronal frente al empleado y al Estado.

Los guías de turismo se afilian a la AFP de manera personal, no tienen seguro social, están protegidos por el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT) en caso de accidentes de tránsito y algunos compran pólizas flotantes contra accidentes, también con aportes propios.

Tabla 9. Situación de los empleados y remuneración salarial de prestadores regulados por la ACT

Prestadores y emprendimientos	Despidos definitivos	Cesación temporal con y sin goce de salario	Situación del salario / remuneración
Guías de turismo	Entre un 95 por ciento al 99 por ciento de los guías de turismo se mantienen cesantes sin gozar de ningún tipo de remuneración debido a su condición de trabajadores temporales. Existe una alta dependencia de subcontratación por parte de las empresas de viajes y turismo, que, al cerrarse, automáticamente los guías de turismo se quedaron sin trabajo.		- La tarifa puede variar según la especialización, dominio de idiomas, duración del servicio, número de clientes, etc. - Los guías en temporada alta (mayo a agosto) generan ingresos, en promedio de 400 a 800 dólares. - Los museos contratan guías fijos, con pagos mensuales en un rango de Bs. 2 500 a Bs. 4 000. - El 5 por ciento de guías trabaja como personal de planta con un sueldo promedio de Bs. 4000, más porcentaje por servicio.
Hospedaje	Se estima que al menos el 30 por ciento de los empleados por las empresas de hospedaje tuvieron que ser despedidos de forma definitiva.	Se ha llegado a acuerdos de cesación temporal sin goce de haberes y con posibilidad de recontractación cuando existan huéspedes.	Las empresas de hospedaje son las que presentan mayores índices de formalidad por lo que sus empleados cuentan con seguro social y pagos a las AFP, pagando el sueldo mínimo en cargos de base operativa, alcanzando a pagar en promedio Bs. 9 000 en cargos ejecutivos.
Intermediación	Las empresas del sector redujeron su personal en 50 por ciento.	Hubo cesación temporal con goce de sueldo, con la esperanza de reapertura de las empresas.	Varias de las empresas de viajes y turismo y las operadoras tienen confianza en la reactivación del sector, mantienen al 50 por ciento de sus empleados, pero trabajando en muchos casos a costa de los ahorros para cubrir los salarios.
Organizadoras de congresos y ferias en turismo		Trabajan con equipos temporales de acuerdo a los proyectos. En 2020 no cumplieron ni el 10 por ciento de sus actividades.	Ante las restricciones de la pandemia los eventos fueron suspendidos.

La rama de hospedaje reinició sus actividades en septiembre del año 2020 con un bajo nivel de huéspedes extranjeros y un reducido mercado nacional. En cuanto a los clientes corporativos, es decir empresas o instituciones que frecuentemente hacían uso de este servicio, también disminuyó su demanda, ya que los congresos, conferencias u otros eventos empresariales se han realizado en muchos casos de forma virtual.

Tabla 10. Situación de los empleados y remuneración salarial de prestadores no regulados por la ACT

Prestadores y emprendimientos	Despidos definitivos	Cesación temporal con y sin goce de salario	Situación del salario / remuneración
Artesanía	Considerando que el trabajo de las unidades económicas artesanales vive de la demanda turística directa, las tiendas que cerraron despidieron definitivamente al personal.	Se ha llegado a acuerdos de cesación temporal sin goce de haberes y con posibilidad de recontractación. Empresas de textiles cerraron algunas de sus sucursales, mientras que en las restantes mantuvieron a sus empleados con salarios reducidos.	- Existe incertidumbre sobre la futura remuneración en el sector. - Se espera que las empresas grandes reabran su actividad y recontracten al mismo personal que fue despedido. - Los ingresos varían entre Bs. 80 y Bs. 100 por día.
Gastronomía	Al menos el 30 por ciento de quienes trabajan en gastronomía fueron despedidos de manera definitiva	Al tratarse de emprendimientos mayormente familiares, no se atribuyen despidos. Muchos para subsistir cambiaron de rubro	Los servicios de entrega condujeron a cambiar las funciones de los meseros/ meseras para llevar los pedidos, generando ingresos por entrega realizada.
Líneas aéreas		Las líneas aéreas tuvieron una cesación temporal sin goce de sueldo de al menos el 30 por ciento.	En aviación comercial, por normativa, es obligatorio contar con empleados contratados. Dependiendo del nivel en que se trabaje, cada año comunican los rangos de salarios.
Transporte turístico exclusivo	Este sector tuvo un despido de personal definitivo del 25 por ciento.	Los transportistas turísticos, cambiaron de rubro para brindar servicio de góndola en empresas bancarias, para transporte de insumos de bioseguridad, de equipos de salud, entre otros y a requerimiento de algunas entidades del Estado.	El trabajo es por contrato, actualmente el servicio de góndola tiene un costo mensual de Bs. 2 000 a Bs. 3 000.

Fuente: Elaboración propia a partir Sondeo sobre el impacto de la COVID-19 en el empleo del sector de turismo en La Paz (2021)

4.3. Situación laboral desde el enfoque de género

Las políticas de recuperación socioeconómica para el sector del turismo deberán contribuir a aliviar el impacto a corto, mediano y largo plazos con la visión de igualdad de oportunidades para mujeres y hombres, reduciendo las barreras visibles e invisibles a las cuales se enfrentan las mujeres debido a las responsabilidades adicionales que ejercen en materia de cuidados, y cerrando las brechas en materia de protección social y seguridad en el empleo.

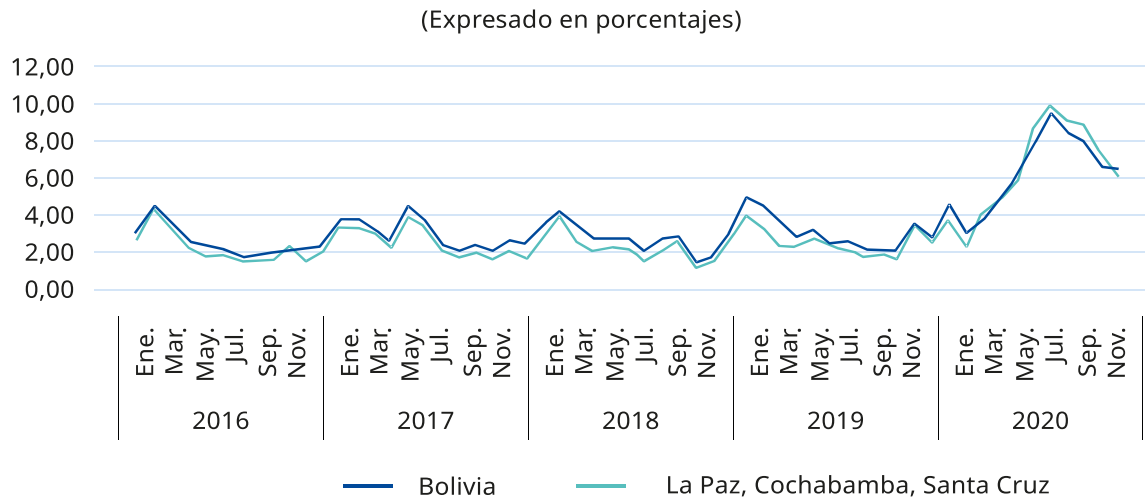
4.3.1. La situación laboral de la mujer en el turismo

A causa de la pandemia de la COVID-19, la tasa de desempleo fue uno de los indicadores más alarmantes tanto en Bolivia como en el resto del mundo. El Global Report on Women in Tourism (OMT, 2019) muestra los siguientes datos: el 54 por ciento de la fuerza laboral en turismo está conformada por mujeres, en relación a sólo el 39 por ciento que representa la mujer en otras actividades económicas. El informe señala, no obstante, que las mujeres que trabajan en turismo ganan el 14,7 por ciento menos que los hombres.

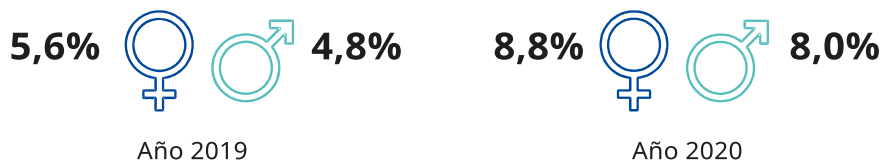
La OMT, en este mismo informe indica que para Bolivia la brecha salarial entre la actividad turística y otras actividades económicas es de -2,47 por ciento; es decir, que las personas que se desenvuelven en el sector turismo siguen percibiendo menores salarios en relación a las demás actividades económicas, mientras el porcentaje de mujeres empleadas en los subsectores de hospedaje y gastronomía es de 78,28 por ciento.

En el caso boliviano, el eje central registra una tasa de desocupación con el pico más alto en julio de 2020, aunque en noviembre del mismo año bajó a 8,25 por ciento, siendo sin embargo la más alta de los últimos cinco años. La tasa de desempleo de mujeres pasó del 5,6 por ciento al 8,8 por ciento (este indicador incluye el empleo asalariado, el independiente y el subempleo). Durante el año 2020 fue más alta que la de los hombres. La mayor pérdida de empleos de las mujeres se presenta en el empleo asalariado.

El servicio de alimentos y bebidas se encuentra en un contexto diferente, dado que suelen ser unidades económicas informales que contratan usualmente a mujeres, sin exigir una capacitación previa. En este sentido, suelen ser micronegocios de venta de comida de corte familiar, encabezados por mujeres que generan ingresos de subsistencia. Una situación similar ocurre en la artesanía, donde la presencia de las mujeres es más visible en la creación, producción y comercialización de productos artesanales.

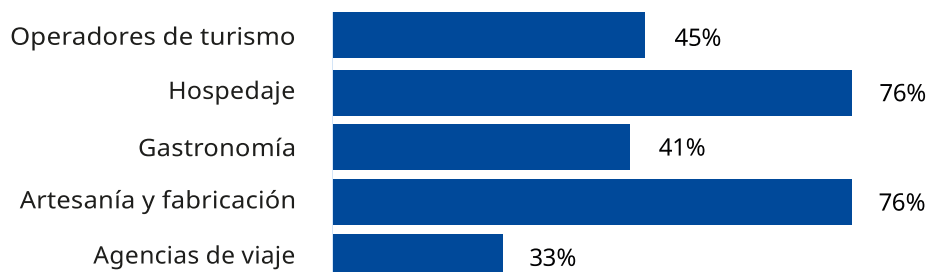
Gráfico 34. Tasa de desocupación (PD/PEA) en el área urbana (Expresado en porcentajes)

El desempleo impactará más a las mujeres



Fuente: Elaboración con información del INE 2020 - (p) preliminar

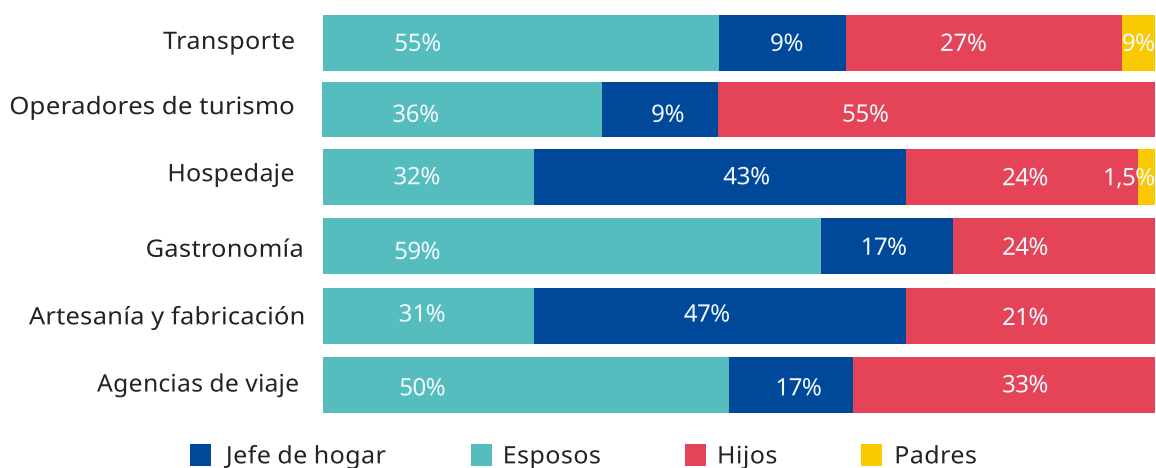
En el municipio de La Paz, la participación de la mujer en la actividad turística muestra datos alentadores; por ejemplo, en los sectores de hospedaje y artesanías, la mayor fuerza productiva está representada por la mujer, con el 76 por ciento en ambos casos. Del mismo modo, se percibe que la mujer va ganando espacio en la prestación de servicios como guías de turismo.

Gráfico 35. Participación de la mujer en los diferentes servicios que componen el sector del turismo en el municipio de La Paz

Fuente: Elaborado con información de la Agencia Municipal para el Desarrollo Turístico "La Paz Maravillosa" (en trabajo de campo 2020)

La mayor fuerza productiva en los distintos servicios turísticos, como hospedaje, artesanía, intermediación (agencias de viajes y operadoras de turismo) y gastronomía está representada en su mayoría por mujeres.

Gráfico 36. Participación de mujeres según rol en el hogar en los diferentes subsectores del turismo en el municipio de La Paz



Fuente: Agencia Municipal para el Desarrollo Turístico "La Paz Maravillosa" (en trabajo de campo 2020)

Las mujeres trabajadoras en su mayoría lideran la economía de sus hogares, siendo responsables de cubrir sus necesidades y las de sus familias. Como se puede apreciar en el Gráfico No. 36, en los sectores de hospedaje y artesanías la participación de las esposas y/o madres tiene un porcentaje del 43 por ciento y el 47 por ciento, respectivamente.

4.3.2. Posibilidades de crecimiento laboral

A nivel mundial, los modelos de desarrollo turístico han ido modificándose con el transcurrir de los años y en la última década se han inclinado al empoderamiento de la mujer en el sector, buscando una creciente igualdad en la participación en el empleo formal, sin que esté marcado por la división de los empleos por género, discriminación étnica, etaria o de condición física. Eliminar la brecha salarial, que en Bolivia alcanza alrededor del 30 por ciento, es otro reto primordial. La inestabilidad laboral y la sobrecarga del trabajo doméstico por falta de corresponsabilidad social en el hogar condiciona negativamente la productividad de la mujer en las actividades económicas, pues se reduce su tiempo en muchos casos para llegar a profesionalizarse y en función al trabajo, mantenerse o promoverse en puestos empresariales.

En este sentido, como Llorente indica, “No existen estimaciones del impacto laboral por género en base al empleo. Los posibles efectos esperables vienen de la mano de la segregación por género existente en el mercado de trabajo. Los datos previos muestran que a corto plazo la crisis incidirá en mayor medida sobre los hombres a través de la destrucción del empleo en el sector de la construcción y la industria. Sin embargo, a mediano plazo la crisis puede incidir en mayor grado entre las mujeres en la medida en que los efectos adversos se desplacen hacia los sectores de la hostelería, el comercio y el turismo; actividades donde la mujer se encuentra sobrerrepresentada. Y la consideración de las mujeres como un colectivo vulnerable está determinada por su mayor pertenencia a los colectivos de empleo más desprotegidos (más presente en el empleo temporal, en las ocupaciones elementales o entre los trabajos asociados a menor renta laboral)” (Llorente, 2020). En este sentido, será importante para el sector turístico formar hombres y mujeres; promoviendo programas de capacitación desde el Estado o las propias empresas. Se requiere poner en marcha iniciativas que permitan a las mujeres acceder a oportunidades laborales y mejores puestos, buscando adecuar las oportunidades formativas a las nuevas modalidades de empleo.

A continuación, se muestra la síntesis de la percepción de los actores clave del turismo sobre las diferencias en los diferentes rubros que componen el turismo, y las principales características de género que se presentan.

Tabla 11. Situación laboral desde la perspectiva de género de prestadores regulados por la ACT

Prestadores y emprendimientos	Empleabilidad		Caracterización del sector
	Mujeres	Hombres	
Guías de turismo	De acuerdo a la información de dos entidades representativas del sector se tiene: 49 por ciento mujeres (ASOGUIATUR) 22 por ciento mujeres (GUIASTUR) Haciendo en conjunto un porcentaje por encima del 50 por ciento	51 por ciento hombres (ASOGUIATUR) 78 por ciento hombres (GUIASTUR)	En el recorrido de viajes largos, las mujeres también desarrollan habilidades en costura, cocina y repostería.
Hospedaje	Cubre el 47,54 por ciento, sobre todo en áreas de atención directa al público, como recepción, alimentos y bebidas y gobernanza y limpieza. En la parte administrativa solo el 5 por ciento.	Los niveles ejecutivos están dominados por hombres.	- Los propietarios son mayormente hombres, pero en los últimos años se han visto un incremento de mujeres. - La relación de contratación de hombre (56 por ciento) y mujeres (44 por ciento) está casi equilibrado. Aunque en los últimos años se incrementó el contrato de mujeres con más especialización (licenciatura y postgrado).
Intermediación	De forma global es el 80 por ciento mujeres trabajando en el sector, especialmente en puestos de atención al cliente. El 62,72 por ciento trabaja en agencias de viajes y el 63,65 por ciento en agencias operadoras de turismo. En ambos casos el personal de contacto en frontdesk, "counter" supera el 90 por ciento. Mandos medios y administrativos un porcentaje mínimo.	En atención al cliente, el 15 por ciento son hombres.	- Los cargos ejecutivos pertenecen al género masculino. - Este sector es el que más personal femenino calificada emplea (84 por ciento de las mujeres empleadas cuenta con formación técnica o licenciatura).
Organizadoras de congresos y ferias de turismo	El equipo organizador está compuesto por el 80 por ciento de mujeres.	Los que habilitan y ponen en funcionamiento técnico los espacios son el 80 por ciento hombres.	Se considera que las empresas de este sector toman en cuenta y valoran la profesionalidad de las mujeres y deciden su contratación por encima del 50 por ciento.

Fuente: Elaboración propia a partir de Sondeo sobre el impacto de la COVID-19 en el empleo del sector de turismo en La Paz (2021)

Tabla 12. Situación laboral desde la perspectiva de género de prestadores no regulados por la ACT

Prestadores y emprendimientos	Empleabilidad		Caracterización del sector
	Mujeres	Hombres	
Artesanía	Las mujeres trabajan en la producción con incidencia en lo estético.	Los hombres inciden más en la producción numérica.	- La producción artesanal se desarrolla de acuerdo al interés, afinidad y habilidades en el manejo de distintos materiales. - La motivación en la producción artesanal viene por herencia familiar. Su desarrollo es equitativo en la participación de hombres y mujeres. Se complementan, convirtiéndose en un trabajo en equipo.
Gastronomía	En las microempresas, se destacan mayormente las mujeres.	En las pequeñas y medianas empresas son representados por hombres.	En el departamento de alimentos y bebidas en unidades de mayor categoría como restaurantes de renombre y en hotelería ocupan en mayor proporción a hombres.
Líneas áreas	En despacho y atención al cliente, se cuenta con más mujeres.	En plataforma y carga, se requiere de la fuerza de los hombres.	A nivel ejecutivo es equilibrado entre hombres y mujeres.
Transporte turístico terrestre	Solo el 2 por ciento son mujeres.	El 98 por ciento son hombres.	Este sector es preponderantemente dominado por los hombres

Fuente: Elaboración propia a partir de Sondeo sobre el impacto de la COVID-19 en el empleo del sector de turismo en La Paz (2021)

4.4. Descenso del empleo formal

Es indudable la gran caída en la cantidad de empleos en el sector turístico, dónde más del 51 por ciento de los empleos son independientes, sumado a eso el 10 por ciento del personal es eventual, que en general suman el 60 por ciento del empleo en términos estadísticos. Este grueso de la población tuvo que realizar diversas actividades para subsistir durante la cuarentena por la pandemia del año 2020, como pasarse al comercio y servicios de alimentación entre otras actividades. Es decir que el 61 por ciento del empleo en el sector es flexible y migrará a otros rubros mientras no haya una recuperación del turismo.

El restante 39 por ciento del empleo lo constituyen asalariados y trabajadores por cuenta propia, quienes también serán afectados. En el primer caso, los empleos asalariados requieren de un nivel de formación específica, como en la hotelería, agencias de viaje y guías de turismo, que al estar especializados migran fácilmente a otros rubros de la economía. Los trabajadores por cuenta propia iniciaron pequeños emprendimientos turísticos utilizando sus ahorros y préstamos bancarios, aunque ante la baja demanda se verán obligados a buscar fuentes de ingreso en otros rubros temporalmente o, en los peores casos, a cerrar sus negocios.

En el caso de los hoteles, la mano de obra es calificada; cerca del 38 por ciento de los empleos tiene una formación entre técnico a licenciatura. Es decir, estudiaron para trabajar en este sector y se quedaron sin empleo durante el año 2020. A pesar de ello, el panorama fue más esperanzador para 2021, ya que después, desde septiembre de 2020, los índices de pernoctación volvieron a ascender, pasando del 1,6 por ciento a al 25,4 por ciento hasta noviembre del año 2020.

La situación para las agencias de viaje y operadoras de turismo es distinta, ya que más del 84 por ciento de los empleos en este sector tienen una formación de técnico, licenciatura o postgrado. Este sector estuvo totalmente paralizado después de establecerse la cuarentena (dinámica y rígida) en el país. Esta parálisis se debe a que más del 90 por ciento de las empresas trabajan con turismo receptivo y, debido al cierre de fronteras, se vieron drásticamente afectadas.

En similar situación se encuentran los guías de turismo que trabajan para las operadoras de turismo receptivo, donde solo el 1 por ciento se relaciona con el turismo interno. Si bien los guías con conocimientos más generalizados podrían adaptarse a los cambios del mercado, es decir a guiar a turistas nacionales, los guías especializados por idiomas, y por su especialidad en el servicio (alta montaña, biking, trekking), cuya principal temporada de trabajo se constituye en invierno por la demanda europea, serán los más afectados.

Gráfico 37. Perspectivas del empleo en el turismo

Fuente: Elaboración propia (2021)

Los escenarios variaron para el segundo semestre de 2021; con las campañas de vacunación que se realizaron en varios países, incluyendo Bolivia, la demanda internacional puede volver a reactivarse. Esto conllevó dos efectos, una rápida recuperación de los empleos independientes y eventuales, y una fuerte necesidad de adaptación a las nuevas necesidades del mercado por parte del personal asalariado y formado. Es decir, los profesionales en turismo requirieron y seguirán requiriendo de actualizaciones y especialización, sobre todo en el uso de herramientas digitales.

Por otro lado, un denominador común que se ve en el futuro es la incorporación de las TIC en la demanda laboral. Según la OMT, las empresas turísticas en 2019 ya perfilaban la necesidad de contratar profesionales con conocimientos y aptitudes en innovación digital y Bigdata (OMT Empleo, 2020).

V. Recomendaciones y conclusiones

La pandemia de la COVID-19 ha devastado a la industria del turismo a nivel mundial, incluida Bolivia y específicamente el municipio de La Paz, área de análisis del presente estudio. La ausencia de turistas ha generado la peor de las crisis económicas del sector, retrocediendo en el desarrollo del turismo hasta los años noventa, según lo expresó Zurab Pololikashvili, secretario general de la OMT. Esta situación provocó el cierre de empresas turísticas, la disminución de la inversión privada, la merma de ingresos derivados del efecto multiplicador que genera el turismo, y todo ello ha producido una fuerte contracción en los empleos del sector.

El crecimiento sostenido de las visitas de turistas generaba ingresos como para soportar los costos de ser una empresa formal. Sin embargo, desde el año 2020 hasta la fecha, la ausencia de demanda y los lentos y confusos procedimientos burocráticos para mantenerse formales, desincentivan el sostenimiento de la formalidad empresarial a corto plazo. De continuar por este camino, es posible hablar de una migración de las empresas hacia la informalidad como una medida para sobrevivir a la profunda crisis que se vive en el sector del turismo en La Paz.

Entre los problemas neurálgicos de la burocracia en relación con la formalidad se encuentran:

- ▶ La existencia de múltiples instancias donde los empresarios deben acudir para realizar trámites y pagos, en instituciones nacionales, departamentales y municipales, sin ninguna coordinación o solapándose entre ellas a la hora de exigir documentación legal al prestador de servicio turístico.
- ▶ Los vacíos legales sobre competencias de control y regulación del sector, creados por una norma que reconoce las autonomías regionales, impone competencias a las mismas sin un análisis sobre la capacidad de asumir dichas labores en su territorio.
- ▶ La alta dependencia de los gobiernos subnacionales a esperar que el nivel central emita la norma para el control y regulación de los prestadores de servicios turísticos, omitiendo su derecho autonómico.
- ▶ La baja institucionalidad en las instancias reguladoras del turismo produce pérdidas constantes de documentación ante cambios políticos de autoridades, discontinuidad de procesos de trabajo a un reducido personal que debe realizar los controles de regulación respectivos.
- ▶ La formalización del sector se ve amenazada en su continuidad ante la crisis sanitaria, ya que las unidades económicas turísticas se han visto en la necesidad de reducir tanto los empleos directos e indirectos, como la remuneración y la seguridad social.
- ▶ La ausencia de demanda inducirá a muchas empresas a contratar servicios temporales, menores a tres meses y/o a destajo, debido a la incertidumbre que se vive a raíz de la pandemia de la COVID-19, lo que se traduce en la pérdida de beneficios sociales para los empleados. Por otro lado, la pandemia ha cambiado los requerimientos de las empresas sobre los perfiles de los profesionales para ejercer cargos, lo cual implicará mayores

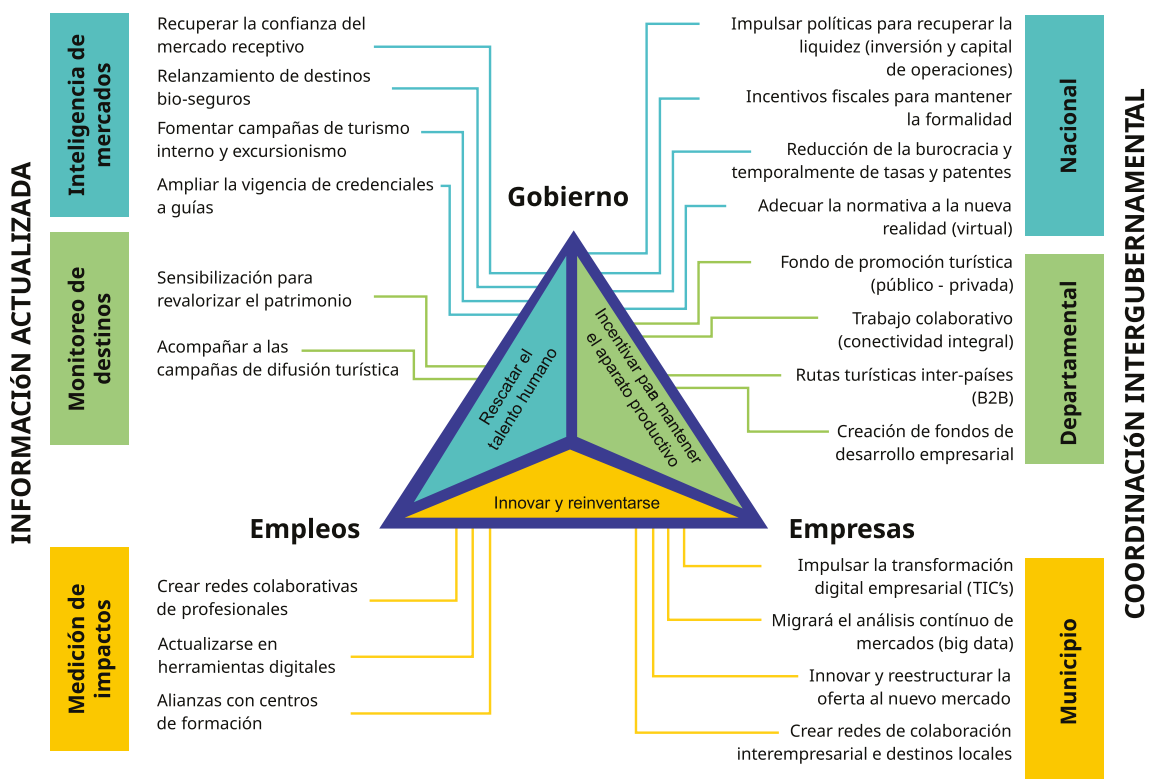
inversiones por parte de los profesionales para actualizarse y capacitarse en el uso de nuevas herramientas digitales para atender las necesidades del “nuevo turista”.

Otra vía importante para reactivar el turismo es a través de la atracción de la demanda turística potencial y efectiva, así como la generación de incentivos que permitan mantener un aparato productivo turístico capaz de satisfacer las necesidades de la nueva demanda. Para ello, se precisa de un trabajo articulado dentro del sector público en los diferentes niveles; con el sector privado, los profesionales independientes y la academia.

5.1. Recomendaciones para impulsar la reactivación del turismo boliviano

A través de este estudio hubo la oportunidad de reunir a actores fundamentales involucrados en el desarrollo del turismo paceño para poder delinear recomendaciones generales destinadas a la reactivación del turismo. Eso se realizó a través del conversatorio “Impactos de la COVID-19 en el turismo paceño y estrategias para una recuperación integral y con oportunidades de trabajo decente”, llevado a cabo el jueves 25 de marzo del año 2021. Las recomendaciones se detallan a continuación.

Gráfico 38. Recomendaciones para reactivar el turismo boliviano



Fuente: Elaboración propia (2021)

Entre las principales recomendaciones para reactivar el turismo destaca la participación del sector público en sus tres niveles de gobierno, encaminados a impulsar las siguientes acciones estratégicas:

- ▶ Fomentar el turismo interno como acción inmediata de contención ante la profundización de la crisis del sector, estimulando a los propios bolivianos a realizar turismo dentro del territorio nacional y consumir productos y/o servicios en empresas legalmente constituidas, a través de campañas de promoción, incentivos de viaje y programas de sensibilización turística. Para ello es necesario conocer cuáles son las necesidades, comportamientos y preferencias de este mercado que recién se está desarrollando en el país y que fue relegado por mucho tiempo.
- ▶ Recuperar la confianza de los mercados emisores de turismo internacional como una estrategia a mediano plazo, a través de campañas de promoción turística y acciones público-privadas de comercialización en los mercados internacionales. Es primordial difundir una imagen de “destino país bioseguro”, donde las empresas y gobiernos resguardarán la salud de los turistas durante su estadía, todo esto a través de las nuevas plataformas digitales de mercadeo.
- ▶ Una estrategia que garantizará el crecimiento de turistas internacionales y nacionales a largo plazo es la creación de un fondo mixto (público-privado) destinado a la promoción turística, como sucede en países vecinos. Este mecanismo permitirá articular esfuerzos e inversiones para captar nuevos segmentos, ampliar la cuota de los mercados existentes y consolidarlos.
- ▶ Facilitar las alianzas entre empresas privadas para la creación de rutas turísticas intermunicipales, así como interdepartamentales, además de la esperada articulación a rutas internacionales con los países vecinos.
- ▶ Apoyo para la reinversión de la oferta turística a través de tecnologías que permitan la migración a la era digital. En una primera instancia esta medida deberá estar orientada a promover la importación de nuevas tecnologías para la mejora de la hotelería, operación turística, servicios de entretenimiento y deportes de aventura. En una segunda fase y la más importante, el fomento de la creación de tecnologías dentro del territorio nacional para garantizar una oferta turística siempre renovada y actualizada constantemente. Trabajo que se puede realizar en coordinación con el sector académico.
- ▶ Por otro lado, el sector empresarial se convierte en el eje de la reactivación turística, ya que de él depende la generación de ingresos para la economía y, por consiguiente, de empleos. Se recomienda que su rol se centre en:
- ▶ Fortalecer las redes de trabajo colaborativo, enfocadas en impulsar una imagen de servicios bioseguros, mostrando que el conjunto de empresas se preocupa por la salud y seguridad de sus clientes de forma permanente.
- ▶ Otro aspecto fundamental en el cual las empresas deberán sumergirse es la transformación digital. La pandemia ha modificado el comportamiento de los turistas; las formas de comunicación han migrado al mundo virtual: como ferias de turismo, ruedas de negocios, etc. Por lo tanto, los mecanismos de comunicación y comercialización en

el turismo deben ser actualizados con herramientas que ofrecen internet y las redes sociales y cuyos procesos sean intuitivos, accesibles y de bajo costo.

- ▶ Las formas de comunicación tradicional dan paso a la promoción omnicanal (web, redes sociales, móvil, correo electrónico, etc.), expandiendo el acceso a los mercados turísticos, pero que pueden fortalecerse de la incorporación de una de las nuevas herramientas de análisis de mercado como es el “Big data”.
- ▶ Reactivar el aparato turístico pasará por la inyección de liquidez en la oferta, ya sea mediante políticas de créditos productivos y fideicomisos destinados a este fin, o la creación de fondos mixtos para el desarrollo y promoción del turismo nacional, como se está viendo en diferentes países del mundo.

Un tercer actor que puede contribuir a la reactivación del turismo es el sector académico de formación superior; con un papel preponderante, preparando y actualizando a los profesionales sobre las nuevas herramientas de gestión turística digital, necesarias para este nuevo escenario, e impulsando investigaciones de mercado, situación de la oferta turística, medidas regulatorias y de promoción a la inversión (Observatorios Turísticos), y de tal manera conocer las necesidades del turista.

Las acciones que han manifestado los participantes del sector privado, público y académico para reactivar el turismo requieren de una articulación, coordinación, consenso entre los distintos actores. Pero, una coordinación sin una institucionalidad que los sostenga por detrás se convierte en una reunión de buenas intenciones. Por tal razón, se requiere de un equipo que establezca objetivos a largo plazo y monitoree las acciones y cumplimiento de metas e hitos. Para que la articulación y coordinación sean efectivas, y formales, se requiere de la participación, compromiso basado en documentos y presupuesto de instancias relacionadas directa o indirectamente (con incidencia) en el turismo, como aviación comercial, administradoras de carreteras, embajadas y consulados en el exterior y autoridades de servicios financieros, entre otros.

Un claro ejemplo fue expuesto en el “Conversatorio para reactivar el sector turismo: Impactos de la COVID-19 y estrategias para una recuperación integral para mejores condiciones de trabajo” y se trató de la implementación de la “Mesa Ejecutiva de Turismo de Perú”, una tecnología para el desarrollo productivo con trabajo decente que contribuye al diálogo social y la cooperación para mejorar la articulación sectorial, a través de la construcción de una agenda compartida con acciones concretas entre actores involucrados en el sector turístico peruano, a fin de abordar las problemáticas identificadas y priorizadas por los actores.

5.2. Recomendaciones para incentivar la formalización empresarial

En la reactivación del sector turístico se precisa impulsar la continuidad de las MIPYME dentro de la formalidad, ya sea a través de incentivos fiscales temporales, como se vio en diferentes países del mundo, o con incentivos parafiscales, como el apoyo financiero para el acercamiento a los mercados internacionales. Durante el inicio de la pandemia muchos países optaron por flexibilizar los requisitos de formalización empresarial, procurando que los trámites se hicieran en línea y ampliando la vigencia de certificados de funcionamiento.

En este sentido las medidas recomendadas por los actores para impulsar y mantener la formalidad son las siguientes:

- ▶ Una medida a corto plazo estaría encaminada a ampliar las licencias de turismo que emiten las distintas instancias de regulación. La ampliación de la vigencia de estas licencias incentivaría a mantenerse en la formalidad.
- ▶ Desburocratizar la formalización es la necesidad apremiante que permitirá la adaptación de los procedimientos, trámites, requisitos, plazos y pagos, a través de una plataforma digital (ventanilla digital), la cual a su vez habilite la verificación rápida del estado de las unidades económicas turísticas, sirviendo tanto para la inscripción como para la actualización de documentos. Esto evitaría la solicitud repetitiva de documentación ante diferentes instancias que actualmente la requieren, así como la facilidad para los emprendedores de disminuir el tiempo, costo, riesgo de contagio, pérdida de documentación, etc. Para ello, se requiere del establecimiento de acuerdos interinstitucionales que permitan unir las diferentes etapas de formalización, articulando los diferentes procedimientos e instituciones en una sola plataforma informática.
- ▶ Reordenamiento normativo del sector turístico para cerrar los vacíos legales existentes, lo que permitirá incorporar en la formalidad a nuevos prestadores de servicios turísticos, incluyendo la regulación a actores que hacen operación turística y hotelera de forma virtual y que han venido generando competencia desleal.
- ▶ La implementación de incentivos tributarios y no tributarios, como los existentes a nivel local en La Paz sobre los bienes inmuebles a hoteles, impulsan la formalidad de estos; sin embargo, se demandan mayores incentivos a otros actores como la gastronomía, la artesanía y la intermediación turística. Los incentivos no tributarios como capacitaciones, actualizaciones, y acciones de promoción de las empresas legales, seguirán fomentando la formalidad.
- ▶ Los mecanismos de control al sector y el poco personal no abastecen el alcance territorial y temporal para realizar los controles. Ante esta situación una de las recomendaciones que surgieron en el taller fue la transferencia de un control masivo hacia los clientes. Esta idea está orientada a generar una plataforma informática que sea de dominio público donde los clientes, al escanear un código QR o un número de serie que se exponga en

los establecimientos turísticos, puedan verificar la legalidad del mismo y elegir sólo los establecimientos legales.

Llevar adelante instancias de articulación permanente en el sector puede generar una estructura más sólida, mayor capacidad de control y disminución progresiva de la competencia desleal en toda la cadena de valor del sector turístico.

5.3. Recomendaciones para mantener el empleo

La recuperación de los empleos recae en las acciones del gobierno y las estrategias empresariales relacionadas con la adecuación a las nuevas necesidades del mercado laboral por parte de los profesionales en turismo. Gran parte de la población empleada en el sector turístico es joven y con escasa o a veces ninguna preparación, por lo cual migrará a otro sector económico a corto plazo y volverá al sector turístico cuando se reactive. Los profesionales o técnicos en turismo deberán incorporar en sus conocimientos el uso de herramientas digitales, ya sea para mercadeo, análisis de demanda o atención al cliente. También se hace indispensable su papel en la difusión y sensibilización del turismo, ya sea para educar al nuevo turista y para resguardar el patrimonio cultural y natural durante las visitas.

Basadas en los lineamientos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible surgieron las siguientes recomendaciones de lineamientos estratégicos, orientados al mantenimiento e impulso de un empleo y trabajo decente en el sector turístico:

- ▶ Con el propósito de que el sector no pierda un capital humano especializado, es urgente crear bolsas de trabajo, especialmente para actores que desempeñarán un papel primordial en la reactivación del turismo, y que en la actualidad no cuentan con alternativas de generación de ingreso.
- ▶ Impulsar programas de capacitación y actualización dirigidos a los empleados del sector apuntando también hacia la promoción de la formalización del empleo. Las temáticas prioritarias a corto plazo deberán abarcar áreas como la bioseguridad y los riesgos para la salud en la prestación de servicios turísticos y en los destinos, obteniendo las certificaciones correspondientes para los empleados. Un segundo tema es la actualización sobre el uso de herramientas digitales en la prestación del servicio, las estrategias de comunicación y comercialización digital y la atención al cliente vía redes virtuales. Adicionalmente, se podría también incluir conocimientos para la promoción de productos y servicios turísticos más amigables con el medio ambiente.
- ▶ La creación de políticas de incentivos mixtos (público-privados) orientadas a la formación y actualización de empleados de las empresas turísticas podría ser una estrategia a mediano y largo plazos que permita contar con un personal más comprometido con el servicio y mejor preparado para la atención y, por ende, con capacidad de mejorar su remuneración económica.

Para finalizar, es de destacar que el presente documento, se realizó con información disponible existente hasta la fecha y gracias a la apertura de las asociaciones empresariales de turismo, como también de los diferentes profesionales y técnicos y empleados que trabajan en este sector. Sin embargo, la información aún es insuficiente para generar recomendaciones más específicas, por lo que resulta pertinente impulsar la continuidad de estudios y la generación de información estadística para nutrir y orientar la toma de decisiones de políticas y estrategias en el sector.

VI. Referencias bibliográficas

- Aguilar, J. entrevista por Jimeno, X. Diciembre, 2020. Transcripción Senn Oral Organización Mixta Servicios de Transporte Turístico.
- Americans Market Intelligence (AMI). 2020. The acceleration of financial inclusion during the COVID-19 pandemic: Bringing hidden opportunities to light. Commissioned by Mastercard. https://newsroom.mastercard.com/latinamerica/files/2020/10/Mastercard_Financial_Inclusion_during_COVID_whitepaper_EXTERNAL_20201012.pdf
- Arauz, A., Weisbrot, M., & Johnston, A. B. (Octubre de 2019). Center for Economic and Policy Research. Obtenido de <https://cepr.net/images/stories/reports/bolivia-macro-2019-spn.pdf>
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI). 2020. Dirección de Estudios y Publicaciones Reporte de Inclusión Financiera Septiembre. <https://www.asfi.gob.bo/index.php/editoriales-de-boletin.html.html>
- Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes. 2019. Más de 10 millones conexiones a Internet en el primer trimestre de la gestión 2019. <https://www.att.gob.bo/content/m%C3%A1s-de-10-millones-conexiones-internet-en-el-primer-trimestre-de-la-gesti%C3%B3n-2019>
- Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes. (s.f.). www.att.gob.bo. <https://att.gob.bo/sites/default/files/archivospdf/Ley%20N%C2%B0%20165%20de%2016%20de%20agosto%20de%202011.pdf>
- Banco Mundial. 2021. Perspectivas Económicas Mundiales BM, 2021. <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>
- Bolivia, P. d. 22 de febrero de 2020. El Carnaval de Oruro se apresta a recibir a unas 200 mil personas. <https://www.periodicobolivia.com.bo/el-carnaval-de-oruro-se-apresta-a-recibir-a-unas-200-mil-personas/>
- Bolivia. Ley 209/ 2004, 29 de octubre. AERONÁUTICA CIVIL DE BOLIVIA. <https://www.dgac.gob.bo/ley-2902/>
- Bolivia. Ley Municipal 265/2020. GAMLP, G. A. Fuerza laboral Covid-19. La Paz. Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. <http://autonomias.gobernacionlapaz.com/wp-content/uploads/2015/leyes/municipal/lapaz/LM-LP-265.pdf>
- Candia, A. entrevista por Gonzales, S. Diciembre, 2020. Transcripción Senn Oral Asociación de expositores y microempresarios afines al turismo -ASEMAT.
- Cisneros, F. H. entrevista por Jimeno, X. Diciembre, 2020. Transcripción Senn Oral Cámara Hotelera de La Paz.
- Consejo Internacional de Museos ICOM. (2007). www.icom.museum. https://icom.museum/wp-content/uploads/2019/07/MDPP-report-and-recommendations-adopted-by-the-ICOM-EB-December-2018_ES_V2.pdf

- DATAREPORTAL. 27 de enero de 2021. "Digital 2021: Informe general global, un informe que muestra que la tecnología se convirtió en un elemento esencial de la vida post pandemia". <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- FDI, I. T. (2020). Organización Mundial de Turismo. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-09/FDI-Tourism-Report-2020.pdf>
- FUNDEMPRESA. noviembre de 2020. https://www.fundempresa.org.bo/docs/content/noviembre_1169.pdf
- IATA, A. d. noviembre de 2020. Air Passenger Market Analysis. <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/air-passenger-monthly-analysis---november-2020/>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). 2015. Estadísticas gasto de turismo internacional. <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/turismo/gasto-de-turismo-receptor-y-emisor-cuadros-estadisticos/>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). 2016. Estadísticas gasto de turismo internacional. <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/turismo/estadisticas-de-flujo-de-viajeros-cuadros-estadisticos/>
- Llorente H. Raquel. 2020. Impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo: un análisis de los colectivos vulnerables. Instituto Universitario de Análisis Económico y Social. Universidad de Alcalá. <https://repositorio.uam.es/handle/10486/691084>
- Mamani, V. entrevista por Jimeno, X. Diciembre, 2020. Transcripción Senn Oral ex presidente de ABATUR.
- Mercer. 2018. Total remuneration survey (trs): The key to designing competitive pay packages worldwide, 2018. <https://www.imercer.com/uploads/Global/2018-Mercer-TRS-brochure.pdf>
- Mulder N. (2020). The impact of COVID-19. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46502/S2000751_en.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Naciones Unidas y World Tourism Organization. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf
- Naciones Unidas y World Tourism Organization. Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1s.pdf
- Observatorio de la OIT. La COVID-19 y el mundo del trabajo. Sexta edición. Estimaciones actualizadas y análisis. Organización Internacional del Trabajo (2020), https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_755917.pdf

- OIT, "Los Sindicatos tratan de organizar a los millones de trabajadores marginados en empleos cada vez más amplios <sector no estructurado>", Organización Internacional del Trabajo, 18 de octubre, 1999, edición en español, https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_008543/lang-es/index.htm
- OIT. "Informe Mundial sobre Salarios 2020-2021". Resumen ejecutivo. Organización Internacional del Trabajo (2020), https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_762317.pdf
- OIT. Hacia una recuperación sostenible del empleo en el sector del turismo en América Latina y el Caribe. Nota técnica. Organización Internacional del Trabajo (2021), https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_809290/lang-es/index.htm
- Organización Mundial del Turismo. El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias. OMT (2020), <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421404>
- Organización Mundial del Turismo. Barómetro OMT del Turismo Mundial mayo 2020- Con especial enfoque en el impacto de la COVID-19. OMT (2020), <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421954>
- Organización Mundial del Turismo. Informe mundial sobre las Mujeres en el Turismo – Segunda edición, OMT (2021), <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422753>
- ONU Mujeres, El turismo es motor para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, ONU Mujeres, 11 de marzo del 2011, <https://www.unwomen.org/es/news/stories/2011/3/tourism-a-vehicle-for-gender-equality-and-women-s-empowerment>
- Página Siete, "Cuatro conflictos golpearon al turismo, que empezaba a despegar", El Estado Digital – La noticia al día, 30 de diciembre del 2019, <https://www.elsestadodigital.com/2019/12/30/2019-cuatro-conflictos-golpearon-al-turismo-que-empezaba-a-despegar/>
- Peralta, J. entrevista por Gonzales, S. Diciembre, 2020. Transcripción Senn Oral Representante institucional de CANOTUR LA PAZ.
- Quezada, J. G. entrevista por Poma, O. Abril, 2020. Transcripción Senn Oral Operadora Hidalgo Tours.
- Quispe, V. entrevista por Jimeno, X. Diciembre, 2020. Transcripción Senn Oral ex presidente de ABATUR.
- Renjel, I. J. entrevista por Jimeno, X. Diciembre, 2020. Transcripción Senn Oral Federación Boliviana de Guías de Turismo - FEBOGUIT.
- Reuters, "Las aerolíneas no recuperarán el tráfico de pasajeros de antes de la covid hasta 2024", La Vanguardia, 28 de julio del 2020, <https://www.lavanguardia.com/economia/20200728/482573674081/trafico-aereo-iata-recuperacion-2024.html>
- SGCAN, C. A. Cuenta Satélite de Turismo de los países miembros de la Comunidad Andina, 2011. Lima: SG-CAN.

“Sistema de Registro Turístico SIRETUR” Viceministerio de Turismo Bolivia. 3 de mayo 2018. Video, <https://www.youtube.com/watch?v=QhJAHMOh3VM>

UNIFRANZ, 2020, Impacto de la COVID-19 en el turismo boliviano . La Paz.

Viceministerio de Turismo de Bolivia. (s.f.). YouTube - tutorial SIRETUR.

Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=QhJAHMOh3VM>

Vilagra, F. C. entrevista por Poma, O. Noviembre, 2020. Transcripción Senn Oral Representante de la Agencia La Paz Maravillosa.

VMT, S. (2016). Encuesta gasto del Turismo Interno. La Paz.

VMT, V. d. (2017). Encuesta Gasto del turismo receptor y emisor 2016. La Paz: Ministerio de Culturas y Turismo.

World Tourism Organization. Global Report on Women in Tourism – Second Edition, UNWTO (2019). <https://doi.org/10.18111/9789284420384>

World Tourism Organization. “International tourism expected to decline over 70% in 2020, back to levels of 30 years ago”. World Tourism Barometer, volumen 18 (2020). <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometeresp.2020.18.1.7>

WTTC, (2018). World Travel and Tourism Council. Obtenido de World Travel and Tourism Council: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

WTTC, W. T. (2019). World Travel and Tourism Council. Obtenido de World Travel and Tourism Council: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

WTTC, W. T. (Junio de 2020). RECOVERY SCENARIOS 2020 & ECONOMIC IMPACT FROM COVID-19. Obtenido de RECOVERY SCENARIOS 2020 & ECONOMIC IMPACT FROM COVID-19: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

Zarate, Y. entrevista por Jimeno, X. Diciembre, 2020. Transcripción Senn Oral Asociación de Líneas Aéreas de Bolivia ALA-BOLIVIA

VII. Anexos

Anexo 1. Actores clave del turismo que fueron entrevistados

Nombre	Institución
Aguilar, Johnny	Organización Mixta Servicios de Transporte Turístico
Candia, Aracely	Propietaria unidad artesanal Xpresionn Bolivia
Céspedes, Patricia	Gerente General de ABAVyT
Cisneros, Helga	Cámara Hotelera de La Paz
Espejo, Patricia	Colegio de Profesionales de Turismo de La Paz (CPT)
Fuentes, Vicente	Asociación de Guías oficiales de Turismo (GUIASTUR)
Gutiérrez, Jorge A.	FITECTUR A -TEC Consultores S.R.L.
Peralta, Julio	Representante institucional de CANOTUR LA PAZ
Pérez, Roberto	Asociación Boliviana de Chefs (ABC)
Quispe, Víctor	Víctor AATT, expresidente de ABATUR
Renjel, Julio Cesar	Federación Boliviana de Guías de Turismo FEBOGUIT
Tórrez, Pánfilo	Asociación de Guías de Turismo de La Paz - ASOGUIATUR
Zarate, Yanela	Asociación de Líneas Aéreas de Bolivia, ALA-BOLIVIA



Anexo 2. Escenario de la formalización de prestadores regulados por la ACT

Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
Hospedaje	- La inversión en establecimientos de hospedaje es mayor respecto a las empresas de los otros rubros turísticos, lo que hace que los propietarios cumplan y actualicen los requerimientos obligatorios para establecer la formalidad y confianza en sus clientes. - A principios de 2019 se tenía una perspectiva de crecimiento hasta la crisis provocada por los problemas sociopolíticos de noviembre del mismo año.	- El sector a pesar de la falta de huéspedes ha seguido cubriendo obligaciones impositivas, pago de nóminas, obligaciones laborales, pago de patentes, licencias, etc. por lo que los propietarios, redujeron sus gastos cesando al personal, vendiendo sus activos, disminuyendo sus ahorros personales. - El sector a pesar de la falta de huéspedes ha seguido cubriendo obligaciones impositivas, pago de nóminas, obligaciones laborales, pago de patentes, licencias, etc. por lo que los propietarios, redujeron sus gastos cesando al personal, vendiendo sus activos, disminuyendo sus ahorros personales. - En el caso de los alojamientos, procedieron al alquiler de sus espacios como depósitos o bauleras, o incluso vivienda. - Las empresas de hospedaje de mayor categoría han sido alquiladas como centros transitorios de confinamiento o cuarentena. - Algunos establecimientos de hospedaje cerraron sus puertas, precautelando su salud y reanudan su operación en función al flujo de turistas.	- La aparición de los "Smart Hotel" a finales de 2014 y la pandemia de la COVID-19, están obligando a los establecimientos de hospedaje a ingresar al mundo digital. Por eso muchos hoteleros ya ingresaron en los servicios digitales y otros lo están considerando para operar pospandemia. - La adopción tecnológica cambiará los servicios de atención del personal en la recepción, conserjería, restaurante y bar cafetería, donde se podría reducir las horas de trabajo del personal utilizando aplicaciones informáticas para reemplazar las funciones y el trabajo mencionado. - Sin embargo, la normativa técnica exige servicios con personal específico y por turno, por lo que los módulos técnicos de la norma deberán ajustarse a esta nueva realidad. - Otro aspecto técnico que afecta la pandemia son las medidas espaciales que la norma técnica establece para restaurantes, salones de eventos, recepción y áreas comunes, que deberán ajustarse a la nueva realidad. - En el caso de los hostales donde pueden existir varias camas o literas en una misma habitación compartida deberá garantizarse alguna medida de bioseguridad para evitar el contagio comunitario.



Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
• Hospedaje		• Los establecimientos que continuaron de alguna manera con sus actividades acudieron a estrategias de precio y servicios para cubrir gastos. • A quienes continuaron en actividad, se les exigió contar con el Certificado de Servicio Turístico Bioseguro.	• El mercado vinculado a la realización de eventos y convenciones era altamente rentable; sin embargo, con la nueva realidad se reducirá la cantidad de participantes, elevando los costos e impidiendo la realización de eventos simultáneos. Esto reducirá el personal permanente dentro del hotel o pasará potencialmente a ser parte de contratos a destajo para reducir costos operativos
Intermediación (Agencias de viajes y turismo, operadoras de turismo receptivo y mayoristas)	• Su estabilidad depende de la captura de segmentos de mercado, fidelización de sus clientes, especialmente extranjeros para generar ingresos. • Desde principios de este siglo, la baja de las comisiones por venta de boletos ha generado el cierre de muchas de ellas, afectando a las empresas de este rubro por la calidad de sus servicios y formalidad empresarial. • Para el 2019, se tenía una perspectiva de crecimiento, más los problemas sociopolíticos, provocaron cancelaciones masivas para finales de 2021.	• En casi el 90 por ciento, estas empresas cerraron sus establecimientos, devolviendo los locales para suprimir alquileres y continuar trabajando desde sus domicilios. • Los cierres de los negocios se dieron por las restricciones de viabilidad carretera y aérea. Además de la imposibilidad de continuar pagando sus obligaciones fiscales y de personal. • Para quienes decidieron continuar en actividad, se ha solicitado contar con el Certificado de Servicio Turístico Bioseguro.	• Debido al cambio de políticas de reducción de comisiones de venta en boletos aéreos muchas agencias de viajes comenzaron a cerrar sus empresas. Esta situación se profundizó con la crisis política de octubre de 2019 y la cuarentena total decretada por el gobierno central del 21 de marzo al 4 de abril de 2020, debido a la primera ola de la pandemia. • El aumento de transacciones en línea debido a la COVID-19 disminuye la posibilidad de continuidad del trabajo de las intermediarias (agencias de viaje). • La COVID-19 generó cierres masivos de oficinas de atención al público, especialmente en zonas turísticas de la ciudad. Sin embargo, la norma del teletrabajo ya fue aprobada en la gestión de 2020. Por esta razón la normativa técnica de categorización de empresas turísticas establecida en la Ley N° 292 tendrá que adecuarse a esta nueva realidad, ya que en su interpretación no considera el teletrabajo como un trabajo legal, debido a experiencias pasadas.

Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
Intermediación (Agencias de viajes y turismo, operadoras de turismo receptivo y mayoristas)		Aparición de agencias de viajes y turismo virtuales, promocionando paquetes turísticos a bajo costo y realizado por personas que no necesariamente están especializadas en operación turística	- La COVID-19 generó cierres masivos de oficinas de atención al público, especialmente en zonas turísticas de la ciudad. Sin embargo, la norma del teletrabajo ya fue aprobada en la gestión de 2020. Por esta razón la normativa técnica de categorización de empresas turísticas establecida en la Ley N° 292 tendrá que adecuarse a esta nueva realidad, ya que en su interpretación no considera el teletrabajo como un trabajo legal, debido a experiencias pasadas. - Se deberá regular la aparición de agencias virtuales de turismo para que no generen competencia desleal a las ya vigentes.
Organizadoras de congresos y ferias de turismo	- Solo una empresa se destacaba por dedicarse a esta actividad económica con programación anual. - Se sumaron al programa de Mi Primer Empleo, de inserción laboral para jóvenes.	Suspendieron sus actividades por las restricciones obligatorias.	La oferta de cursos, outlets, ferias virtuales pueden convertirse en una tendencia y oportunidad para Bolivia
Guías de turismo	- Considerados profesionalmente importantes en la operación turística. - Trabajan en función a la contratación de las empresas operadoras de turismo y son pagados por servicios turísticos.	- Detuvieron su trabajo al momento de frenar el ingreso de turistas al país y la paralización de las empresas operadoras de turismo. - Se dedicaron a organizar y participar de seminarios web en temas de interés cultural y de reactivación del turismo.	- Consideran urgente trabajar en la normativa, con la intención de mantener su formalidad con la acreditación laboral respectiva. - Contar con la certificación de trabajo bioseguro, para estar preparados adecuadamente en la atención a turistas tanto nacionales como extranjeros.

Fuente. Elaboración propia a partir de entrevistas a profundidad a actores clave (2021)

Anexo 3. Escenario de la formalización de prestadores no regulados por la autoridad competente en Turismo

Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
Artesanía	El Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural ha venido promoviendo a los artesanos con capacitaciones y créditos, considerándolos como productores y no como unidades económicas en sí.	- Innovaron en sus productos, apoyados virtualmente por diferentes entidades de desarrollo económico para continuar vendiendo. - Accedieron a cursos gratuitos de capacitación en línea referidos al uso de herramientas tecnológicas, comercio electrónico, innovación, liderazgo, etc.	- La reinención de los productos, apoyados virtualmente por diferentes entidades de desarrollo económico permitieron la continuidad de sus ventas. - El ingreso a las TIC potenciará la capacidad de los productores para que accedan a nuevos mercados.
Gastronomía turística	- La nominación de “Destino culinario líder” de los World Travel Awards en los últimos años ha permitido visibilizar a La Paz como un referente en gastronomía, y la visita de influentes de talla mundial, para experimentar la comida nacional. Promoción que está en desequilibrio con el real impulso que se ha dado a las empresas gastronómicas turísticas, las cuales se motivaron para mejorar sus servicios en calidad y promoción a nivel internacional. - La entidad competente en turismo cuenta con un reglamento específico de servicios gastronómico que los categoriza por tenedores del 1 al 5. Sin embargo, no se tiene registrado a ninguno. Esto no quiere decir, que restaurantes novo-bolivianos, Peñas Folclóricas, establecimientos de comida rápida con sellos ISO de calidad, así como el área de Alimentos & Bebidas correspondiente al hospedaje, no cuenten con alta afluencia de turistas nacionales y extranjeros.	- Los emprendimientos de expendio de comida y bebida que incluyen restaurantes estuvieron restringidos de manera temporal en la prestación de sus servicios, y disminuyó su capacidad de atención. - Cuando tuvieron oportunidad de reanudar sus servicios, cambiaron la modalidad de atención realizando entregas a domicilio. Actualmente pueden operar en sus locales con una capacidad del 50 por ciento, cumpliendo con los protocolos de bioseguridad. - Para ingresar a los sistemas de entregas a domicilio o entregas en plataformas, las empresas deben pagar una comisión. Este sistema solo es de fácil acceso a restaurantes reconocidos y de alta capacidad de atención	- Se aspira que las empresas retornen la formalidad con la normalización biosegura de sus actividades. - Se espera mayor control para bajar la proliferación de servicios gastronómicos promocionados por redes sociales.



Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
Gastronomía turística	• Los registros para la formalización de las empresas gastronómicas tienen el enfoque de una unidad económica (micro, pequeñas, medianas y grandes empresas) que expende alimentos y bebidas, cuyo servicio es requerido por los residentes, y esporádicamente por turistas nacionales o extranjeros. • En 2019 se tenía la perspectiva de crecimiento.		
Líneas aéreas	• Las empresas de aviación comercial cumplen rigurosos procesos de formalización antes de obtener las licencias de operaciones aéreas.	• El rubro se vio seriamente afectado por las restricciones de viaje de pasajeros dentro y fuera del país. Situación que se replicó en los otros países, afectando directamente en la conectividad aérea. • Adoptaron medidas de contingencia para seguir trabajando, cubriendo gastos operativos, como la disminución de sus asientos para incrementar su capacidad de traslado de carga. • Asumieron las listas de pasajeros rezagados sin cobrar multas o adiciones tarifarias. • A pesar de la crisis, varias líneas aéreas invirtieron en sistemas de purificación del aire en cabina para disminuir la posibilidad de contagio por recarga viral. • Con medidas gubernamentales de apoyo lograron efectuar vuelos con precios promocionales.	• La capacidad de reinversión y continuidad en los servicios aéreos es alta, ya que se estima que las personas para aminorar el riesgo de contagio preferirán esta vía de traslado. • Se espera que las nuevas políticas en relación con el transporte aéreo favorezcan a la accesibilidad tarifaria.



Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
Transporte turístico exclusivo	- Es un sector especializado que trabaja por contratos provenientes de las operadoras de turismo receptivo, constituyéndose en un servicio fundamental para la operación turística. - Normalmente, no están constituidos como empresa, sino como emprendimientos personales con ingresos seguros.	- Al frenarse el ingreso de turistas extranjeros a Bolivia durante el período de 2020, también se paralizó la prestación de este servicio. - Las autoridades han solicitado de manera obligatoria a los transportistas adaptar sus motorizados con medidas de bioseguridad y fueron capacitados en protocolos para atención de pasajeros. - Se les solicitó contar con el Certificado de Servicio Turístico Bioseguro.	Se aspira contar con la regulación respectiva para el sector, lo que permitirá la formalización, mayores oportunidades laborales y evitar la competencia desleal.

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a profundidad a actores clave (2021)

Anexo 4. Caracterización de las condiciones de trabajo de los prestadores regulados por la ACT

Prestadores	Caracterización del empleo	Situación del empleo
Guías de turismo	- Son profesionales independientes que prestan un servicio directo, pero considerado complementario en la cadena de valor del sector turístico. - Trabajan bajo libre contratación a destajo por empresas operadoras de turismo, agencias de viajes y turismo, organizadoras de congresos y ferias internacionales de turismo y otras instituciones públicas y no gubernamentales. - Realizan tours por la ciudad y su entorno, generando sus ingresos según la cantidad de turistas y el destino designado. - La tarifa es acordada entre partes, respetando la diferencia entre feriados, fines de semana y días ordinarios. - El guía de turismo también cotiza su empleo por el idioma que maneja.	- El 98 por ciento de los guías turísticos quedaron desempleados, teniendo que cambiar de rubro para subsistir. - Existe un bajo porcentaje de Guías de turismo que trabajan como personal de planta en museos. - Solo el 30 por ciento de los guías trabajan con turismo interno con una remuneración por debajo de la media de ingresos en relación al turismo receptivo.
Hospedaje	- Las medianas empresas se organizan por departamentos o áreas, que de manera genérica cuentan con niveles ejecutivo, administrativo y operativo. Compuesta por áreas especializadas de recepción, regeduría de pisos, alimentos y bebidas, lavandería mantenimiento y seguridad. - En las pequeñas empresas el propietario cumple funciones de Gerente/recepción/cajero. El resto del personal desarrolla sus funciones específicas por cargos.	En este tiempo por la paralización casi total del sector, el empleo se redujo a menos del 50 por ciento del personal con despidos escalonados



Prestadores	Caracterización del empleo	Situación del empleo
Hospedaje	- En las microempresas el personal llega a desarrollar más de un rol debido al reducido número de empleados para cubrir con las necesidades de los huéspedes. - La hotelería genera empleos directos entre 1 a 20 trabajadores de planta, y entre 2 a 10 empleos eventuales en las pequeñas y medianas empresas. - Genera empleos indirectos, con la compra de insumos para la elaboración de alimentos y bebidas; otros menos frecuentes para material de limpieza y desinfección, uniformes, enseres, equipamiento para mantenimiento, etc.	
Intermediación	- En las micro y pequeñas empresas el propietario cumple funciones de gerente/ cajero de la empresa; contrata 1 counter, apoyada por pasantes universitarios (según el volumen de movimiento) para la venta de pasajes y paquetes turísticos. - En una mediana empresa, es el Propietario/Gerente quien toma decisiones financieras y administrativas, servicio al cliente, control de operaciones, finanzas, control y contrato de personal. - En las medianas se desarrollan funciones específicas (planificación, comercialización, venta de productos y servicios, atención al cliente, etc.) - En la ciudad de La Paz, en los últimos 5 años, se estima que se generan más de 2,000 empleos en este sector de intermediación.	- Las empresas cerraron y cesaron a sus empleados en al menos el 90 por ciento desde el inicio de la pandemia. - Reducción del personal al 50 por ciento. Las empresas que continúan están trabajando a pérdida, haciendo lo posible por cumplir con gastos operativos
Organizadoras de congresos y ferias de turismo	- Están compuestas por un Gerente general, secretaria y personal de apoyo responsable por proyectos que por lo general es personal de carácter eventual. - El Gerente General es quien contrata al personal eventual por proyectos a desarrollarse de acuerdo a una planificación por cada gestión. - En un evento de envergadura internacional, se generó al menos 250 empleos entre técnicos de montaje, limpieza, personal de organización, logística y ejecución. - La empleabilidad en estos eventos está en función a los proyectos, su magnitud, alcance y temporalidad.	- Dejaron de realizar actividades planificadas como cursos virtuales y consultorías. - Sus actividades se redujeron al 7 por ciento.

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a profundidad a actores clave (2021)

Anexo 5. Caracterización de las condiciones de trabajo de los prestadores no regulados por la ACT

Prestadores	Caracterización del empleo	Situación del empleo
Artesanía	• Compuesto por un Propietario/Gerente/ administrativo y reducido personal de atención al cliente y ventas. • Los propietarios/administradores de las unidades de comercio realizan las funciones de planificación, control de inventarios, supervisión, control de caja y evaluación periódica. • En promedio trabajan 2 o 3 personas en limpieza y atención al cliente	• Las unidades de comercio se reubicaron en espacios de trabajo más pequeños. • Los propietarios cumplen las funciones administrativas y de atención al cliente. En algún caso, mantienen a un solo empleado de planta. • En las unidades de producción familiares compuestas por un promedio de 4 a 5 personas, se redujeron la mitad y/o cambiaron de rubro. • Trabajan de manera colaborativa. Los propietarios de las unidades de comercio invitan a productores a exponer sus productos en sus establecimientos, promoviendo su venta, en distintas especialidades: textiles, orfebrería, cuero, cerámica, etc.
Gastronomía	• Por lo general cuentan con un área administrativa, de producción y operación (limpieza y atención directa al cliente). • Microempresa: Compuesta por un Propietario, cocinero y mesero. • Pequeña empresa. Compuesta por un propietario/Gerente general/cajero, cocinero, ayudante de cocina, mesero/ limpieza. • Mediana empresa compuesta por un propietario/Gerente General/cajero, chef o cocinero, asistente de cocina, coperos y/o lavaplatos/ limpieza, meseros. • No se cuenta con un censo, ni registro de establecimientos de gastronomía turísticos.	• Las unidades empresariales, dan regularmente empleo a un promedio de 1 a 10 personas como personal de planta. • En este tiempo de pandemia se estima una reducción del 50 por ciento del personal.
Líneas áreas	• Existe una junta directiva, presidente de la compañía, directores de áreas. • Las compañías de aviación comercial están compuestas por un área administrativa, de operaciones, comercial, de mantenimiento y control de calidad. • En el área de carga, plataforma y pista se atiende el envío y recepción de paquetes y equipajes. • Las líneas aéreas cuentan con personal fijo y especializado, también generan empleos indirectos ya que se diversifica la compra de insumos.	• Continúan trabajando con base en la normativa vigente, adoptando las medidas de bioseguridad sugeridas. • Tienen frecuencias de viaje reducidas.



Prestadores	Caracterización del empleo	Situación del empleo
Transporte turístico exclusivo	• Es el propietario del vehículo quien a la vez realiza las funciones administrativas y comerciales. • Quienes cuentan con una flota de vehículos contrata a personal para la conducción de los vehículos bajo parámetros de atención a turistas. • Trabajan por contrato con las agencias y operadoras de turismo donde se estipula el detalle del servicio.	• De acuerdo a la Asociación de Transporte Turístico Terrestre en La Paz, son 80 personas asociadas las que trabajan en transporte turístico, sin embargo, se pretende alcanzar a 200 transportistas que trabajen en el rubro.

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a profundidad a actores clave (2021)

Anexo 6. Escenarios del empleo turístico de prestadores regulados por la ACT

Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
Hospedaje	• El empleo en hospedaje es el más estable en relación a los otros servicios turísticos. Pero ello no aminorará que los salarios en la actividad turística sean los más bajos entre los sectores económicos. • Existe una tendencia a la formalidad en el empleo, ya que los empleados cuentan con beneficios laborales. También se da el caso de la contratación eventual en temporada alta.	• Los empleos en hospedaje fueron reducidos con despidos y cesaciones temporales bajo la incertidumbre de retornar actividades. • Los empleados cesados y despedidos para cubrir sus gastos básicos han cambiado de rubro hacia el comercio y venta de insumos de bioseguridad; comida a domicilio, etc.	• La capacitación en bioseguridad se convertirá en una obligación para la prestación de servicios. • Se darán cambios en los tipos de contratación y tipo de trabajo. Proliferarán contratos eventuales para reducir costos de AFP y seguros de salud.
Intermediación	• Es el rubro que mayor mano de obra calificada absorbe del mercado turístico. • Aún se hace común subcontratar estudiantes de turismo y egresados (prácticas laborales) para reducir gastos de contratación. • Los empleados trabajan horas extras, en días feriados, y fines de semana sin retribución monetaria. • Los salarios son inferiores al salario mínimo oficial, razón por lo que hay alta rotación y la calidad del servicio baja sobre todo en microempresas.	• Es el sector que más empleados ha despedido, algunos con acuerdos de reincorporación cuando vuelva la demanda. • Los empleados de estos rubros requieren que tengan niveles de especialización para venta de pasajes y organización de tours, pero son los peores pagados del mercado laboral.	• El uso de las TIC en la prestación de servicios frenará la contratación de empleados. • En las operadoras de turismo receptivo, debido a la atención personalizada, requerirán de personal de atención al cliente



Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
Organizadoras de congresos y ferias de turismo	• Cuando se realizan eventos bajo programación anual, la empresa contrata personal eventual.	• No trabajaron.	• Posibilidad de eventos virtuales, permitirá la contratación de personal especializado.
Guías de turismo	• El empleo es independiente y seguro en la medida de la existencia de flujo turístico internacional que requiera de sus servicios. • Noviembre de 2019 marcó el comienzo de la crisis en este rubro, desde los problemas sociopolíticos.	• Una inevitable afectación en el empleo de los guías, ya que dependen directamente del flujo de turismo receptivo.	• Se marca un primer semestre sin trabajo. • Un segundo semestre con reactivación del mercado regional y europeo.

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a profundidad a actores clave (2021)

Anexo 7. Escenarios del empleo turístico de prestadores no regulados por la ACT

Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
Artesanía	• Caracterizado por autoempleo y el subempleo familiar. • Usualmente no realizan aportes a las AFP como tampoco tienen acceso al seguro social.	• Los artesanos redujeron su participación en la producción al no tener donde exponer y a quien vender sus productos. • Pocos continuaron con su actividad, especialmente vendiendo como exportar.	• Los artesanos organizados demandarán apoyo al gobierno para continuar con su trabajo. • Se apoyarán en sus asociaciones para buscar oportunidades y superar la crisis.
Gastronomía turística	• En los últimos años hubo un gran crecimiento en carreras técnicas y de nivel superior en el rubro; con perfiles profesionales para ser contratados por restaurantes o emprender sus propios negocios. • El empleo en establecimientos gastronómicos requiere de personal capacitado. Varios Chefs profesionales, han implementado restaurantes innovadores, dignificando los salarios de este rubro. • Por el contrario, cargos operativos de base (como ayudantes de cocina), son jóvenes bachilleres que vieron una oportunidad de trabajo, principalmente para cubrir sus necesidades básicas.	• El rubro presentó despidos y también arreglos internos por el cambio de funciones y formas de pago por servicio o carrera, como el caso de las entregas a domicilio. • Las cocineras y ayudantes de cocina de manera individual empezaron a vender platos por pedido.	• Actualmente trabajan con una capacidad reducida, pero han vuelto a incorporar al personal cesado y se animan al autoempleo. • Sin embargo, la remuneración salarial se ha reducido por la baja demanda.

Prestadores	Antes de la pandemia	Durante 2020	Perspectivas a futuro
Líneas áreas	Cuentan con personal altamente especializado que trabaja bajo contratos estables, que contemplan los beneficios sociales.	- Los empleados de las líneas aéreas altamente cualificados por su especialidad también sufrieron recortes en planillas. - Cuentan con todos los beneficios laborales, controlados por diferentes instancias. - Quienes fueron cesados, están reacomodados en entidades gubernamentales ligadas a la aviación comercial. El resto se encuentra a la espera de la nueva normalidad para ser recontratado.	- Se está reincorporando al personal especializado cesado durante el 2020. - El personal no especializado fue reducido y tenderá a reducirse aún más para disminuir costos. - La IATA estimaba que en 2021 se llegaría a la mitad de los vuelos de 2019, lo cual tendría repercusiones sobre los salarios y remuneraciones del sector.
Transporte turístico exclusivo	- Los propietarios son los chóferes. El empleo en el sector turístico es una oportunidad de generación de ingreso seguro que además les permite cubrir costos de créditos por la adquisición de sus motorizados. - Consideran innecesario realizar aportes de seguro social y AFP. - Confían en el SOAT para cubrir los gastos en caso de accidentes. - Quienes trabajan con dos o más motorizados contratan por día/servicio a otros chóferes, que por lo general son parte de su familia.	Durante 2020 se dedicaron al transporte regular o al servicio de góndola para entidades financieras, u otras que los requerían.	Volverán a reincorporarse al sector de turismo, principalmente trabajando con las operadoras de turismo receptivo, hoteles, etc. cuando el flujo turístico se restablezca.

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a profundidad a actores clave (2021)

Anexo 8. Ampliación del Gráfico 38

