

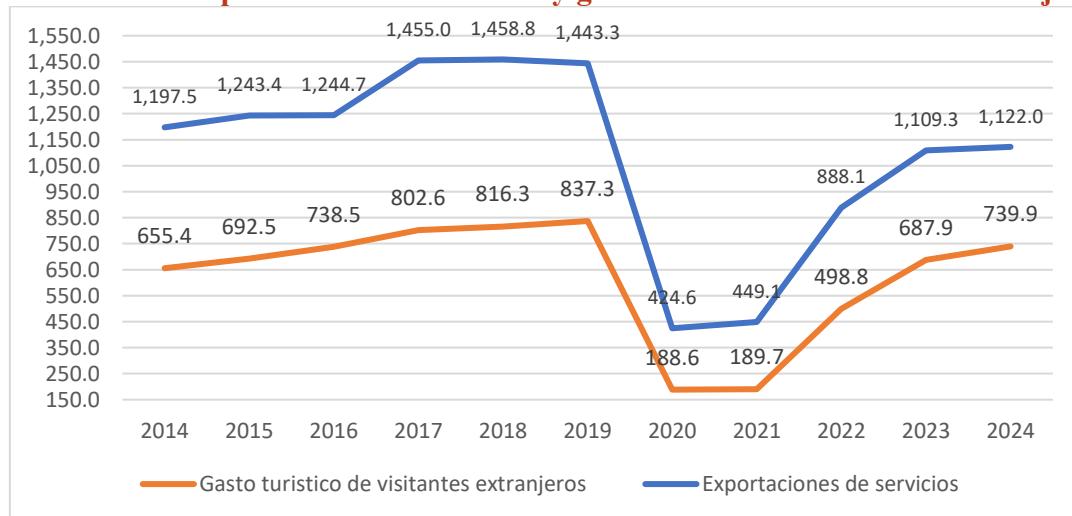
Turismo, exportaciones y balanza de pagos en Bolivia ¿Exportación invisible y estabilizador externo?

Teddy Millán Ross

Durante este último tiempo Bolivia enfrenta una restricción externa aguda: déficits gemelos (fiscal y externo), escasez de divisas y combustibles (IMF, 2025), así como una cuenta corriente que —salvo 2021 y 2022— ha sido deficitaria a lo largo de la última década (Véase el Gráfico 3). En este contexto, el margen de maniobra macroeconómica se reduce y las fuentes rápidas y sostenibles de dólares ganan prioridad. En ese marco, el turismo internacional destaca como exportación de servicios, una “exportación invisible” que no pasa por aduanas, pero sí incrementa la entrada de divisas; de hecho, como se observa en los Gráficos 1 y 2, el gasto de visitantes extranjeros pasó de US\$655,4 millones (2014) a un máximo de US\$837,3 millones (2019), cayó a US\$188,6 millones (2020–2021) por la pandemia y luego se recuperó de forma sostenida: US\$498,8 millones (2022), US\$687,9 millones (2023) y US\$739,9 millones (2024). Aun así, el valor del gasto en 2024 está 11,6% por debajo del pico de 2019, aunque 48,4% por encima de valor del 2022. Mirar el turismo como exportación de servicios es fundamental para dimensionar el margen de maniobra macroeconómica y orientar políticas costo-efectivas que alivien la posición externa del país.

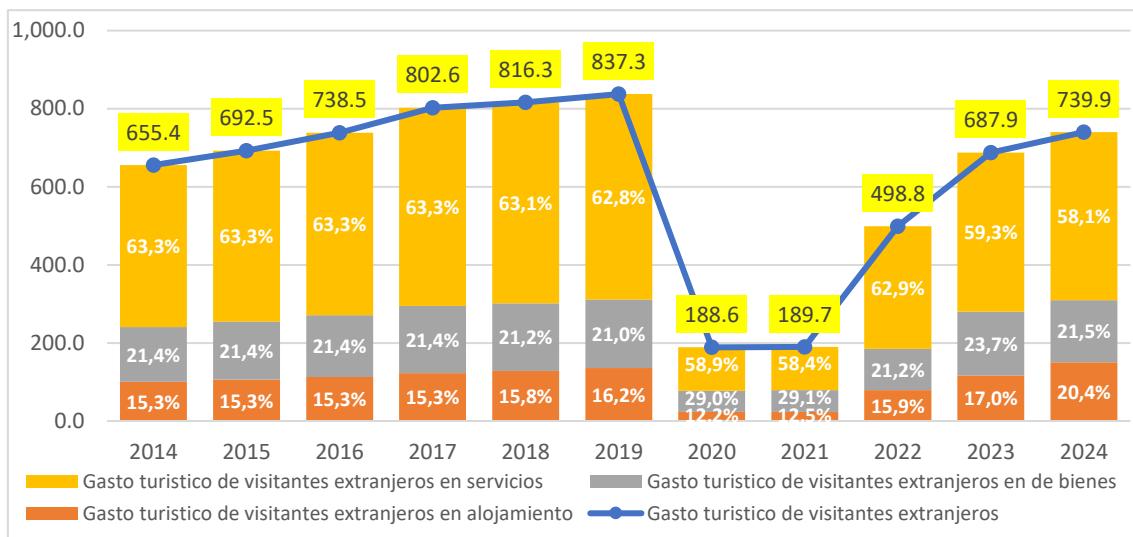
Desagregando esa recuperación, como se observa en el Gráfico 2 la composición del gasto turístico de visitantes extranjeros total en 2024 confirma el alcance productivo del sector: los servicios —alojamiento, alimentos y bebidas, transporte interno, esparcimiento y otros— representaron el 78,5% del total, mientras que la compra de bienes (artesanías, vestimenta y otros) explica el 21,5%. Dentro del gasto en servicios, el gasto en alojamiento supuso el 20,4%; el gasto en alimentos y bebidas, el 26,5%; el gasto en transporte interno, el 15,3%; el gasto en esparcimiento, el 11,0%; y el gasto en otros servicios, el 5,3%. En bienes, las artesanías concentran el 9,0%; la vestimenta, el 8,0%; y otros bienes el 4,4%. Esta estructura implica un contenido importado relativamente bajo y un multiplicador interno alto, ya que el gasto se canaliza directamente hacia gastronomía, transporte, cultura, comercio y alojamiento.

Gráfico 1: Exportaciones de servicios y gasto turístico de visitantes extranjeros.



Fuente: Datos del dossier 2025 de UDAPE y del Instituto Nacional de Estadística (INE)

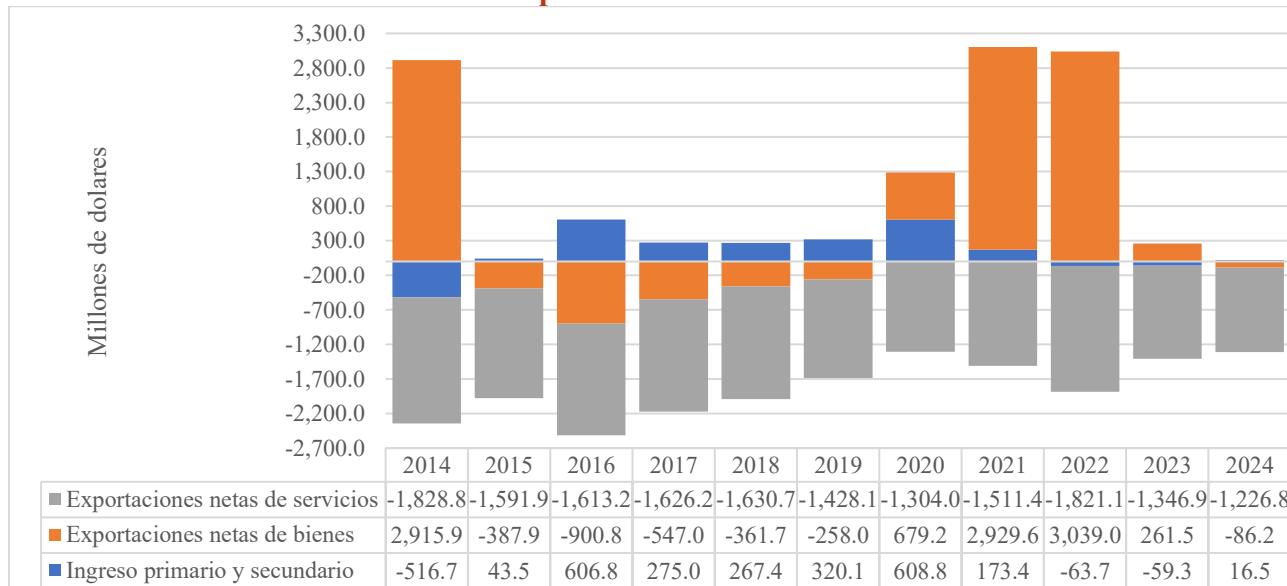
Gráfico 2: Distribución del gasto turístico de visitantes extranjeros



Fuente: Datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) 2025

Desde el punto de vista de balanza de pagos, los datos del 2024, que se observan en el Gráfico 3, muestran un déficit de bienes de 86 millones de dólares, un déficit de servicios de 1.226,8 millones y una cuenta corriente negativa en 1.296,6 millones. En ese marco, las exportaciones de servicios suman 1.122 millones, de los cuales el gasto turístico alcanzó 739,9 millones. El turismo representó, por tanto, el 65,9% de las exportaciones de servicios y el 7,4% de las exportaciones totales de bienes y servicios. Como se observa en el Gráfico 1 antes de la pandemia ya se observaba un peso elevado del turismo en las exportaciones totales de bienes y servicios (en 2014–2016 rondaba 54,7–59,3%), lo que sugiere que, aun con una recuperación incompleta, su liderazgo como generador de divisas permanece vigente.

Gráfico 3: Composición de Cuenta Corriente



Fuente: Datos del dossier 2025 de UDAPE y del Instituto Nacional de Estadística (INE)

En consecuencia, y como se desprende de las cifras de balanza de pagos, el mecanismo es directo: cada dólar que ingresa por concepto de “Viajes (crédito)” mejora el saldo de servicios y, por esa vía, la cuenta corriente, sin requerir grandes importaciones ni largos

plazos de maduración. En otras palabras, el turismo es una exportación de servicios que convierte visitantes en divisas.

Respecto a la magnitud del efecto, lo responsable es no fijar montos sin un ejercicio empírico previo. Sin embargo, sí se puede afirmar que, si el gasto turístico crece (por mayor conectividad, menores trabas de ingreso y una oferta mejor estructurada), el déficit de servicios tenderá a reducirse.

Del lado de la oferta, Bolivia es un país rico en gastronomía, naturaleza y cultura, con un gran potencial para convertirse en referente turístico a nivel mundial. Sus activos naturales y culturales como el Salar de Uyuni, el lago Titicaca, Tiahuanaco, la Amazonía y un calendario festivo marcado por danzas y expresiones folclóricas únicas permiten diseñar experiencias de alto valor agregado.

En síntesis, el turismo se perfila como un sector capaz de contribuir a la reducción del déficit de cuenta corriente y a la generación de divisas en el corto plazo, con intervenciones relativamente simples y de bajo costo. La priorización de rutas y mercados con mayor gasto por visitante y estadías prolongadas, la simplificación de trámites de ingreso, así como la articulación de circuitos que integren naturaleza, cultura y turismo comunitario, son medidas que pueden elevar rápidamente el atractivo del país. Complementariamente, una gestión promocional basada en indicadores claros —como el costo por reserva¹ o la tasa de conversión por mercado²— permitiría ajustar estrategias de forma eficiente y transparente.

En un contexto de limitaciones de divisas y márgenes de política reducidos, estas acciones podrían ofrecer un canal inmediato de alivio externo, al tiempo que fortalecen los encadenamientos productivos internos. Si bien no reemplazan las reformas estructurales orientadas a la productividad, tienen el potencial de convertirse en una vía concreta para estabilizar la balanza de pagos y proyectar internacionalmente la riqueza cultural y natural de Bolivia bajo un modelo sostenible de inserción global.

Referencias

Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). Estadísticas de flujo de viajeros. Recuperado el 29 de septiembre de 2025, de <http://ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/turismo/estadisticas-de-flujo-de-viajeros-cuadros-estadisticos/>

International Monetary Fund. Western Hemisphere Dept. (2025). Bolivia: 2025 Article IV Consultation-Press Release; Staff Report; and Statement by the Executive Director for Bolivia. (pág. 116). IMF Staff Country Reports 2025.

Unidad de Análisis de Políticas Económicas. (s.f.). Dossier UDAPE 2025. Recuperado el 29 de septiembre de 2025, de <https://dossier.udape.gob.bo/>

¹ El costo por reserva es un indicador que mide cuánto se invierte en promoción turística por cada reserva efectivamente concretada. Se calcula dividiendo el gasto total de la campaña entre el número de reservas generadas.

² La tasa de conversión por mercado es la proporción de potenciales turistas alcanzados por la promoción (visitantes de la web, interesados en ferias, clics en anuncios) que terminan realizando una reserva. Permite comparar la efectividad de la promoción entre distintos países o segmentos de viajeros.