

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADOS

**Guía de Mercado**

Bolivia



I. **Contenido**

I. Resumen Ejecutivo .....	3
II. Información General.....	4
III. Situación Económica y de Coyuntura .....	4
3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas .....	4
3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	5
3.3 Nivel de Competitividad.....	6
IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios.....	7
4.1 Intercambio Comercial de bienes Bolivia – Mundo .....	7
4.1 Intercambio Comercial Perú – Bolivia.....	7
V. Acceso al Mercado.....	9
5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias .....	9
VI. Oportunidades Comerciales .....	12
6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales .....	12
6.2. Productos con Potencial Exportador.....	12
VII. Tendencias del Consumidor .....	16
VIII. Cultura de Negocios.....	17
IX. Links de interés.....	17
X. Eventos Comerciales.....	18
XI. Bibliografía.....	18

## I. Resumen Ejecutivo

El Estado Plurinacional de Bolivia se encuentra ubicado en el centro de América del Sur. Se estima que su población es de 10,8 millones de personas. La ciudad de La Paz forma una zona urbana extendida que alberga a 1,8 millones de personas; por su parte Santa Cruz de la Sierra, la ciudad más poblada, cuenta con 2,1 millones de habitantes, Cochabamba 1,2 millones y Sucre, la capital constitucional, 372 mil.

La economía boliviana ha experimentado una década de crecimiento notable, lo cual se evidencia en la expansión del PBI real a tasas que promedian el 5% desde 2006. A la par, durante este periodo, el ingreso per cápita casi se ha triplicado y el número de personas que viven con menos de US\$1 ha decrecido de manera importante. Asimismo, el país ha constituido importantes reservas internacionales que sirven como amortiguador frente a crisis económicas

Por su parte, las importaciones disminuyeron en 7,7% de manera interanual en 2015, lo cual es consecuencia básicamente de una menor demanda de aceites de petróleo y otros insumos para la producción industrial. Aunque China es el principal proveedor de este mercado con una participación de 18%, los países latinoamericanos significan el 58% de las compras bolivianas al exterior. Es importante mencionar que Perú es el quinto principal suplidor mundial de Bolivia y el tercero a nivel regional únicamente por detrás de Brasil y Argentina.

Vale indicar que 969 empresas peruanas enviaron productos no tradicionales a Bolivia en 2015, 127 exportadoras más que hace cinco años; de similar modo, fueron 1 958 las subpartidas con valor agregado que se exportaron, 118 más que en 2011.

## II. Información General



El Estado Plurinacional de Bolivia se encuentra ubicado en el centro de América del Sur. Limita al norte y este con Brasil, al sur con Paraguay y Argentina y al oeste con Perú y Chile. La capital es Sucre, sin embargo, La Paz es la sede administrativa de los poderes ejecutivo y legislativo. En cuanto a extensión territorial, Bolivia ocupa la octava posición en el continente americano y el vigésimo séptimo en el mundo con una extensión de 1 098 581 km<sup>2</sup>. Además, no cuenta con litoral.

El 65,0% del territorio boliviano es llano, el 15,0% son valles y el 20,0% altiplano. El país goza de una variedad de climas, desde el tropical de los llanos hasta el polar en las altas cordilleras de los Andes. La estación de lluvias en el país abarca de noviembre a marzo.

Se estima que la población de Bolivia es de 10,8 millones de personas. La ciudad de La Paz forma una zona urbana extendida que alberga a 1,8 millones de personas; por su parte Santa Cruz de la Sierra, la ciudad más poblada, cuenta con 2,1 millones de habitantes, Cochabamba 1,2 millones y Sucre, la capital constitucional, 372 mil.

Cabe resaltar que la población es relativamente joven: el 62,9% de la población tiene entre 14 y 65 años de edad, el 31,2% tiene menos de catorce años y solo un 6,1% de las personas que habitan el país ha pasado de los 65 años. Mientras que la esperanza de vida es de 68,9 años y la edad mediana es de 23,7 años.

La población boliviana es étnicamente diversa como la mayoría de países de la región y está constituida por mestizos (68%), indígenas (20%), blancos (5%) y quechuas (2%). Asimismo, Bolivia cuenta con una pequeña minoría de inmigrantes, principalmente, japoneses, chinos, coreanos y libaneses asentados en el departamento de Santa Cruz. Otros grupos de inmigrantes provienen de Alemania, Italia, Portugal y Francia; y de países latinoamericanos como Perú, Chile, Ecuador, Brasil, Argentina.

Existen tres idiomas oficiales: el castellano (60,7%), el quechua (21,2%) y el aimara (14,6%). Con respecto a la religión, el 77% de la población cree en el catolicismo mientras que las creencias evangélicas y protestantes representan 16%.

## III. Situación Económica y de Coyuntura

### 3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N°1

Indicadores Económicos	2012	2013	2014	2015	2016*
Crecimiento del PBI (%)	5,1	6,8	5,5	4,8	3,8
PBI per cápita (US\$)	2 509	2 787	2 943	2 886	2 898
Tasa de inflación (%)	4,5	5,7	5,8	4,1	4,0
Tasa de desempleo (%)	3,2	4,0	4,0	4,0	4,0

Fuente: FMI / (\*) Proyectado Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

**a. Producto Bruto Interno total**

La economía boliviana ha experimentado una década de crecimiento notable, lo cual se evidencia en la expansión del PBI real a tasas que promedian el 5% desde 2006. A la par, durante este periodo, el ingreso per cápita casi se ha triplicado y el número de personas que viven con menos de US\$1 ha decrecido de manera importante. Asimismo, el país ha constituido importantes reservas internacionales que sirven como amortiguador frente a crisis económicas.

Aunque su economía se viene desacelerando en los últimos dos años, el país altiplánico registra uno de los mayores índices de crecimiento a nivel regional, equivalente a 4,8% en 2015, como consecuencia de los altos niveles de inversión pública y la expansión del crédito en el sector privado.

Pese a la positiva coyuntura, Bolivia continúa siendo la segunda nación más pobre de América del Sur, después de Guyana. Asimismo, las perspectivas negativas se presentan en cuanto la economía boliviana, en las condiciones actuales, solo es capaz de producir 30 mil puestos de trabajo para las 120 mil personas que ingresan al mercado laboral anualmente. Ello explica, en parte, que aproximadamente 60% de la población económica activa (PEA) se encuentre empleada en el sector informal.

**b. Nivel de empleo**

El desempleo se mantuvo en una tasa de 4% en los últimos tres años, la cual se espera continúe al mismo nivel en 2016. Sin embargo, aproximadamente la mitad de la población se encuentra sub – empleada y el mercado informal es uno de los mayores del mundo en relación al PBI. A su vez, los salarios son relativamente bajos aunque el sueldo mínimo se incrementó en 20% en 2014. Finalmente, la tasa de participación de la fuerza laboral es una de las más altas de la región.

**c. Inflación**

La inflación ascendió a 4,1% en 2015 y, de acuerdo a las estimaciones del FMI, alcanzará 4,0% en 2016.

**d. Tipo de cambio**

La divisa oficial de Bolivia es el boliviano (BOB). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	6,87000 BOB
Dólar Estadounidense		Boliviano
1 USD = 6,87000 BOB	↔	1 BOB = 0,145560 USD
1,00 PEN	=	2,06654 BOB
Sol Peruano		Boliviano
1 PEN = 2,06654 BOB	↔	1 BOB = 0,483901 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

**3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos<sup>1</sup>**

La agricultura es una de las actividades más representativas de la economía boliviana al significar el 13% del PBI y emplear al 32% de la población, siendo sus principales productos de exportación la soja, quinua, café, patatas, coca y castañas.

<sup>1</sup> Euromonitor International: Colombia – Country Profile 2016 / CIA Worldfactbook  
Inteligencia de Mercados

Pese a ello, la productividad de los campos aún es baja para los estándares regionales y la superficie cultivada no se ha incrementado de manera importante en los últimos años.

El sector manufacturas tiene una participación de 38,3% en la economía y representa el 20% de los puestos laborales del país. La mayoría de industrias son de pequeña escala y tienen como objetivo proveer mercados regionales. Los principales fabricantes se dedican a la producción de prendas de vestir, bienes de consumo no duradero y metales refinados. El valor real de la producción aumentó en 5,8% en 2015.

Por otro lado, la minería representa gran parte de las exportaciones. Bolivia es el principal productor mundial de estaño y tiene grandes depósitos de cobre, plomo, plata, zinc, antimonio, wolframio y oro. Asimismo, fuentes gubernamentales afirman que el país cuenta con las mayores reservas globales de litio, lo cual es conveniente para Bolivia si se tiene en cuenta que los precios de esta materia prima se han triplicado gracias a la creciente demanda de coches eléctricos y sus baterías de nueva generación. En tanto, se ha puesto en marcha un importante proyecto para explotar depósitos de hierro en la región Sureste que cuentan con reservas por 40 millones de toneladas, la mayor fuente sin explotar del mundo. Pese a ello, la producción minera cayó en 7,5% en 2015.

Finalmente, el sector servicios cuenta con una significancia de 48,5% del PBI y genera puestos de trabajo para el 47,9% de la población. Aunque el turismo muestra gran potencial apenas representa menos del 2% de la economía por lo cual el Gobierno se encuentra revisando sus estrategias sectoriales con el fin de atraer 7,1 millones de visitantes al año para 2020, para ello se tiene previsto invertir US\$ 800 millones entre capital público y privado.

### 3.3 Nivel de Competitividad

A continuación se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 189 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Bolivia y para otros países similares.

Cuadro N°2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2016

Criterios	Bolivia	Perú	Chile	Colombia	Brasil	Ecuador	Argentina
Facilidad de hacer negocios	157	50	48	54	116	117	121
Apertura de un negocio	178	97	62	84	174	166	157
Manejo permiso de construcción	150	48	24	38	169	74	173
Acceso a electricidad	101	64	51	69	22	97	85
Registro de propiedades	143	35	56	54	130	69	116
Obtención de crédito	126	15	79	2	97	97	79
Protección de los inversores	144	49	36	14	29	115	49
Pago de impuestos	189	50	33	136	178	139	170
Comercio transfronterizo	124	88	63	110	145	120	143
Cumplimiento de contratos	136	69	56	180	45	99	38
Insolvencia	92	74	58	30	62	148	95

Fuente: Doing Business 2016

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

El Perú se encuentra en la posición 50° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Bolivia se encuentra en la posición 157°. Cabe recalcar que para 2016, Perú cayó cinco posiciones con respecto al ranking DB2015 y Bolivia descendió dos puestos. Sin embargo, los resultados positivos del país altiplánico están sustentados por la mejora en rubros clave como “Obtención de electricidad” (+ 6 posiciones) y “Resolución de Insolvencias” (+1).

#### IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

##### 4.1 Intercambio Comercial de bienes Bolivia – Mundo

Cuadro N°3: Intercambio Comercial de bienes Bolivia – Mundo  
Millones de US\$

Información Comercial de Bolivia							
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom. 15/11	Var% 15/14
Exportaciones	9 144	11 814	12 207	12 856	8 909	-0,7	-30,7
Importaciones	7 936	8 590	9 353	10 492	9 682	5,1	-7,7
Balanza comercial	1 209	3 224	2 854	2 364	-774	-	-
Intercambio comercial	17 080	20 404	21 560	23 348	18 591	2,1	-20,4

Fuente: Trademap Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

En 2015, las exportaciones bolivianas experimentaron un descenso de 30,7% con relación al año anterior como consecuencia de los menores precios de commodities, si se tiene en cuenta que el país es el principal exportador de gas natural en Sudamérica. Los envíos de combustibles minerales representaron el 67,7% de las ventas totales al exterior en 2015, lo cual hace que Bolivia sea altamente vulnerable a fluctuaciones externas. Por otro lado, las exportaciones representan alrededor del 27% del PBI en 2015, lo cual hace al país menos dependiente que hace siete años cuando tenían una participación de 42,3% (2008). Los principales mercados de destino de los productos bolivianos son Brasil (28%), Argentina (17%), Estados Unidos (12%), Colombia (7%) y China (5%).

La reconstrucción del sistema ferroviario La Paz – Arica permitirá a los exportadores bolivianos servicios logísticos más económicos y rápidos con miras a los mercados del Asia.

Por su parte, las importaciones disminuyeron en 7,7% de manera interanual en 2015, lo cual es consecuencia básicamente de una menor demanda de aceites de petróleo y otros insumos para la producción industrial. Aunque China es el principal proveedor de este mercado con una participación de 18%, los países latinoamericanos significan el 58% de las compras bolivianas al exterior. Es importante mencionar que Perú es el quinto principal suplidor mundial de Bolivia y el tercero a nivel regional únicamente por detrás de Brasil y Argentina.

##### 4.1 Intercambio Comercial Perú – Bolivia

Cuadro N°4: Intercambio Comercial Perú – Bolivia  
Millones de US\$

Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % 15/14	Var. % Prom. 15/11
Exportaciones	459	560	589	654	593	-9,4	6,6
Importaciones	269	466	525	578	348	-39,9	6,6

<b>Balanza Comercial</b>	190	95	65	76	245	N/A	N/A
<b>Intercambio Comercial</b>	728	1 026	1 114	1 232	940	-23,7	6,6

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Aunque en el último año las exportaciones peruanas a Bolivia decrecieron en 9,4% con respecto a 2014 como consecuencia básicamente de los menores envíos de petróleo (- US\$ 40 millones) y productos sidero – metalúrgicos (- US\$ 15 millones), en los últimos cinco años la tendencia ha sido positiva al registrar una tasa media anual de 6,6%.

En cuanto a las importaciones desde Bolivia, estas se contrajeron notablemente en 39,9% en 2015 de manera interanual. Los productos que experimentaron comportamientos negativos en su demanda fueron las tortas de soja (- US\$ 144 millones) y la harina de habas (- US\$ 133 millones).

Cuadro N°5

<b>Exportaciones por Sectores Económicos</b>			
<b>(US\$ Millones)</b>			
<b>SECTOR</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Var.% 15/14</b>
<b>TRADICIONAL</b>	<b>83</b>	<b>44</b>	<b>-47,4</b>
<i><b>Minero</b></i>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>15,6</b>
Zinc	0,3	0,2	-16,6
Resto	0,0	0,1	298,3
<i><b>Petróleo Y Gas Natural</b></i>	<b>81</b>	<b>41</b>	<b>-49,3</b>
Petróleo, Derivados	81	41	-49,3
<i><b>Agrícolas</b></i>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>24,1</b>
Lanas	1	1	39,6
Algodón Pima	1	1	10,5
Resto	0	0	-20,5
<b>NO TRADICIONAL</b>	<b>571</b>	<b>549</b>	<b>-3,8</b>
Químico	183	180	-1,5
Sidero-Metalúrgico	130	115	-11,3
Agropecuario	63	65	2,0
Maderas Y Papeles	60	53	-12,6
Metal - mecánico	45	44	-1,7
Minería No Metálica	28	37	31,3
Textil	42	34	-20,0
Varios (Inc. Joyería & Artesanía)	18	19	4,0
Pesca	2	4	58,5
Pieles & Cueros	0	0	1 002,2
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>654</b>	<b>593</b>	<b>-9,4</b>

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Las exportaciones no tradicionales tuvieron una participación de 93% sobre los envíos totales a Bolivia en 2015 y mostraron un descenso interanual de 3,8% como consecuencia de la menor demanda de manufacturas siderometalúrgicas (-11,3%) principalmente.

Sin embargo, los envíos del sector Agropecuario, que cuentan con una representatividad de 11% sobre las ventas totales de valor agregado, se incrementaron en 2,0% como consecuencia del buen desempeño de productos clave como las galletas dulces (US\$ 10 millones en 2015 / + 3,7% de variación interanual) y los condimentos y sazónadores (US\$ 8 millones / +16,8%), además del dinamismo mostrado por las exportaciones de chocolates rellenos (US\$ 2 millones / + 170,4%), pasta de tomate (US\$ 2 millones / + 61,7%) y fideos sin cocer (US\$ 4 millones / + 30,5%). En tanto, las categorías que mayor crecimiento mostraron al cierre de 2015 fueron Minería No Metálica (US\$ 37 millones / + 31,3%) y Pesca (US\$ 4 millones / + 58,5%) como consecuencia de la mayor demanda de cementos – Portland & Clinker – y pescados en conserva, respectivamente.

Cuadro N° 6

(US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom. 15/11	Var. % 15/14	% Part. 2015
7214200000	Barras de hierro o acero sin alear	55	57	63	65	62	3,3	-5,0	11%
2523290000	Cemento Portland	5	17	18	22	28	53,2	28,1	5%
9619001000	Pañales para bebés	6	23	24	29	25	42,9	-13,3	5%
3920100000	Demás placas, láminas, hojas y tiras de polímeros de etileno	15	20	14	16	15	-1,5	-7,5	3%
7216210000	Perfiles de hierro o acero en láminas	11	14	15	16	13	3,8	-17,9	2%
3402200000	Demás preparaciones para lavar o limpiar	13	13	15	11	13	0,2	19,1	2%
1905310000	Galletas dulces	7	8	8	9	10	7,3	3,7	2%
3303000000	Perfumes y aguas de tocador	7	10	10	9	10	7,4	11,2	2%
2103902000	Condimentos y sazónadores, compuestos	4	5	6	7	8	21,1	16,8	2%
5506300000	Fibras acrílicas o modacrílicas	6	6	8	9	8	7,3	-8,7	1%
	Resto	305	358	358	379	359	4,2	-5,5	65%
<b>TOTAL</b>		<b>434</b>	<b>530</b>	<b>539</b>	<b>571</b>	<b>549</b>	<b>6,1</b>	<b>-3,8</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Pese a que los envíos de la mayoría de principales productos no tradicionales experimentaron importantes contracciones en 2015, otros mostraron un fuerte dinamismo entre los que se encuentran el cemento Portland (+ US\$ 6 millones), los preparaciones para lavar o limpiar (+ US\$ 2 millones), los perfumes y aguas de tocador (+ US\$ 1 millón) y los condimentos (+ US\$ 1 millón).

Vale indicar que 969 empresas peruanas enviaron productos no tradicionales a Bolivia en 2015, 127 exportadoras más que hace cinco años; de similar modo, fueron 1 958 las subpartidas con valor agregado que se exportaron, 118 más que en 2011.

## V. Acceso al Mercado

### 5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

**Medidas Arancelarias<sup>2</sup>**

Desde 1985, Bolivia establece la libre importación y exportación tanto de bienes como de servicios y una política arancelaria de carácter uniforme y general. Bolivia tiene un régimen de comercio exterior bastante abierto, y establece siete niveles de aranceles: 5%, 10%, 15%, 20%, 30%, 35% y 40% (10% para bienes de consumo y 5% para bienes de capital). En los años 2009-2012 se publicaron los nuevos decretos supremos que modificaron la nueva estructura arancelaria con nuevas alícuotas del 30%, 35% y 40%.

Bolivia adoptó el arancel externo común de la CAN en 1995, para aplicarlo a los productos importados que ingresan a su territorio, excepto a los provenientes de los países de la CAN y de los países con los cuales ha firmado acuerdos comerciales. Sin embargo, tiene la prerrogativa de mantener su propio arancel sujeto a administración comunitaria.

Los productos peruanos no pagan aranceles para ingresar a Bolivia. Nuestro país junto con Bolivia, Colombia y Ecuador forman parte de la Comunidad Andina (CAN) y entre los cuatro países miembros de este sistema de integración existe una zona de libre comercio. Sin embargo, la importación de productos peruanos en Bolivia está sujeta al pago de algunos tributos como IVA (13%).

Los aranceles, preferencias arancelarias y tributos que gravan las importaciones en Bolivia pueden ser consultados en la página web de la ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración):

Aranceles y preferencias arancelarias: <http://nt5000.aladi.org/siiarancelesesp/>

Otros tributos: [http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSITIOWEB/guias\\_de\\_importacion](http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSITIOWEB/guias_de_importacion)

Se debe considerar que en Bolivia existen zonas francas, las cuales se señalan a continuación:

- GIT en La Paz (El Alto) y Santa Cruz (zona franca industrial y comercial)
- ZOFRACO en Cochabamba (zona franca industrial y comercial)
- Zona Franca Puerto Aguirre (zona franca comercial)
- ZOFRO en Oruro (zona franca industrial y comercial)
- ZOFRADESA en el Desaguadero (Zona franca comercial) en la frontera con el Perú.

Cuadro N° 7

**Bolivia: Aranceles a los principales productos no tradicionales exportados por el Perú**

RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	721420	Barras de hierro o acero sin alear	2°	Brasil - 62% Argentina - 4% México - 1%	10%	0%

<sup>2</sup> Examen de políticas comerciales Unión Europea. OMC  
Inteligencia de Mercados

2	252329	Cemento Portland	1°	Brasil - 9% Argentina - 2%	10%	0%
3	961900	Compresas, tapones higiénicos y pañales	1°	Colombia - 27% EEUU - 5% China - 3%	22,2%	0%
4	392010	Placas, láminas, hojas y tiras de polímeros no celulares de etileno	1°	Brasil - 8% Argentina - 7% Ecuador - 3%	10%	0%
5	721621	Perfiles en L, de hierro o acero sin alear	1°	Brasil - 19% Turquía - 11% China - 5%	10%	0%
6	340220	Preparaciones tenso activas, preparaciones para lavar	1°	México - 24% China - 13% Argentina - 6%	10%	0%
7	190531	Galletas dulces	1°	Argentina - 9% Chile - 6% Brasil - 4%	10%	0%
8	330300	Perfumes y aguas de tocador	1°	Colombia - 26% Francia - 13% México - 3%	10%	0%
9	210390	Condimentos y sazónadores, compuestos	1°	Argentina - 13% EEUU - 6% Brasil - 4%	10%	0%
10	550630	Fibras discontinuas acrílicas y modacrílicas	1°	México - 16% Turquía - 1%	5%	0%

Fuente: SUNAT / Trademap/ [www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

## Medidas No Arancelarias

El Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG) está encargado de otorgar los registros sanitarios a los alimentos y bebidas, además realiza la certificación de la inocuidad alimentaria de productos alimenticios de consumo nacional, de exportación e importación en Bolivia.

### SENASAG: Registro Sanitario de alimentos

<http://www.senasag.gob.bo/registros-unia/registro-sanitario.html>

La Unidad de Medicamentos y Tecnologías en Salud (UNIMED) del Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia emite los registros sanitarios de productos como medicamentos, cosméticos, productos naturales, dispositivos médicos entre otros. Para acceder a información detalla sobre los registros sanitarios consultar la página web de la UNIMED.

#### UNIMED: Registro de medicamentos y cosméticos

<http://www.sns.gob.bo/aplicacionesweb/unimed/unimed/servicios.html>

El Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA) es el organismo encargado de las Normas Técnicas Bolivianas. Estas normas técnicas deben ser cumplidas obligatoriamente, o en algunos casos voluntariamente por los productos comercializados en Bolivia. Para acceder a información detallada sobre las normas técnicas de Bolivia consultar la página web del IBNORCA.

#### IBNORCA: Normas técnicas

[www.ibnorca.org](http://www.ibnorca.org)

## VI. Oportunidades Comerciales

### 6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Acuerdo de Integración Perú – CAN, plenamente vigente desde 2005, consolidó un área de libre comercio entre Perú y los demás países miembros, entre ellos Bolivia, en la cual se liberalizaron al 100% todos los productos del universo arancelario. Además, estableció un marco general de principios y normas para la liberalización del comercio de servicios a nivel andino. En este sentido, cada país miembro otorgará inmediata e incondicionalmente un trato no menos favorable a los servicios y prestadores de servicios de los demás países miembros. Para mayor información sobre el acuerdo visitar el siguiente link: [Acuerdo de Integración Perú – CAN](#).

Los aranceles preferenciales aplicados para distintos productos de la oferta exportable peruana pueden ser ubicados en la página web del SIICEX ([www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)), en la sección de aranceles preferenciales.

### 6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado de Bolivia. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Bolivia (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro N° 8

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores

180690	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	Estrella	12	0%	Brasil - 37% Argentina - 22% Colombia - 8%
200290	Tomates, preparados o conservados sin vinagre	Prometedor	3	0%	Brasil - 21% Argentina - 2%
200799	Confituras, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas	Prometedor	3	0%	Argentina - 36% China - 19% Grecia - 18%
200570	Aceitunas preparadas o conservadas sin vinagre	Prometedor	1	0%	Argentina - 90% España - 5% Brasil - 4%
070310	Cebollas frescas o refrigeradas	Prometedor	1	0%	-

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Aunque las importaciones bolivianas de alimentos mantienen uno de los niveles más bajos en América Latina, en los últimos años se han dinamizado notablemente en la mayoría de las categorías. Mientras que las importaciones de hortalizas y frutas frescas se han incrementado a una media anual de 15,6% entre 2011 – 2015; las compras de bebidas alcohólicas y frutas y hortalizas procesadas lo hicieron en 10,1% y 9,5%, respectivamente, durante similar lapso de tiempo. En este contexto, Perú, junto a Brasil, Argentina y Chile, se encuentra posicionado como uno de los principales proveedores de estos productos.

El aumento de las importaciones bolivianas tiene que ver directamente con la mayor demanda interna propiciada por la mejora de los niveles de ingresos de los consumidores. Debido a que la mayoría de categorías se encuentran poco desarrolladas registraron altas tasas de crecimiento medio anual en sus ventas durante el periodo 2010 – 2015, entre las que destacan: cereales para el desayuno (+ 6,8%), frutas y verduras procesadas (+ 5,8%), snacks (+ 5,5%), lácteos (+ 4,6%) y condimentos (+4,6%).

Debido al dinamismo adquirido, las empresas locales han comenzado a invertir en desarrollo de productos a través de la introducción de nuevos sabores e ingredientes andinos. Asimismo, los nuevos lanzamientos se enfocan básicamente en cubrir las necesidades relacionadas con la salud y el bienestar que cada vez adquieren mayor popularidad<sup>3</sup>.

Cuadro N° 9

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores

<sup>3</sup> Euromonitor International: Packaged Food in Bolivia 2015  
Inteligencia de Mercados

030389	Pescado congelado	Estrella	9	0%	Argentina - 97% Uruguay - 3%
160414	Preparaciones y conservas de atún	Estrella	4	0%	Ecuador - 66% Colombia - 10% Tailandia - 3%
160420	Preparaciones y conservas de pescado en agua y sal Incluye: Grated de anchoveta & sardina	Prometedor	3	0%	Chile - 24% China - 18% Ecuador - 4%
160413	Preparaciones y conservas de sardina en aceite vegetal	Prometedor	2	0%	China - 78% Marruecos - 10% Brasil - 8%
160419	Conservas de jurel en aceite y salsa de tomate	Prometedor	2	0%	Ecuador - 63% China - 9% EEUU - 0,3%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Pese a que las importaciones bolivianas de productos pesqueros de consumo humano directo (CHD) alcanzaron apenas US\$ 22 millones en 2015, estas se expandieron en 15,4% con relación al año anterior. En tanto, las compras provenientes de Perú, Chile y Brasil, principalmente, satisfacen al 80% de la demanda interna. Si bien se ha incrementado el consumo de pescado como consecuencia de la mayor promoción del Gobierno, Bolivia mantiene bajo niveles de ingesta per cápita que equivalen a 1,8 kg. / año.

Por otro lado, las conservas muestran un panorama prometedor si se tiene en cuenta el factor conveniencia debido a los menores tiempos disponibles para la preparación de comidas y la inserción de la mujer boliviana al mundo laboral, así como los precios asequibles de estos productos en relación a otras presentaciones. Otro factor que beneficia al mercado de conservas es la baja penetración de las refrigeradoras en Bolivia, si se tiene en cuenta que solo el 36% de hogares del país cuentan con este electrodoméstico.

Cuadro N° 10

Sector Textil - Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
610990	T - shirts y camisetas, de punto, de materia textiles (exc. de algodón)	Estrella	4	0%	China – 42% Vietnam – 8% Ecuador – 8%
610910	T - shirts y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	3	0%	Brasil – 30% China – 18% Bangladesh – 6%

620462	Pantalones largos, pantalones cortos, de algodón para mujeres	Estrella	2	0%	Colombia – 28% China – 28% Brasil – 18%
611030	Suéteres, jerséis, pull - overs y similares, de punto, de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	2	0%	China – 42% Ecuador – 32% Vietnam – 3%
620520	Camisas de algodón para hombres	Estrella	2	0%	China – 35% Brasil – 15% Bangladesh – 7%
611595	Medias, calcetines y similares, de punto, de algodón	Estrella	1	0%	China – 45% Ecuador – 25% Brasil – 24%
610620	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de fibras sintéticas o artificiales para mujeres	Estrella	1	0%	Brasil – 41% Colombia – 33% China – 9%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Las importaciones bolivianas de confecciones (Capítulos 61 & 62) alcanzaron US\$ 61 millones en 2015 y se incrementaron en 2,2% en relación al año anterior. Es importante mencionar que 51% de sus compras totales corresponden a confecciones de tejido de punto, mientras que el 49% está relacionado a prendas de vestir de tejido plano.

Cuadro N° 11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
841480	Bombas de aire, compresores de aire y otros gases	Estrella	87	0%	EEUU - 59% Francia - 20% Argentina - 5%
401120	Neumáticos nuevos de caucho para autobuses y camiones	Estrella	87	0%	China - 67% Brasil - 7% Japón - 6%
401110	Neumáticos nuevos de caucho para automóviles de turismo	Estrella	44	0%	China - 31% Japón - 10% EEUU - 9%
854449	Conductores eléctricos para una tensión igual o menor a 80 V	Estrella	41	0%	Brasil - 61% Argentina - 19% China - 7%
847420	Máquinas trituradoras	Estrella	39	0%	China - 23%

					Brasil - 13% Chile - 11%
252329	Cemento Portland	Estrella	33	0%	Brasil - 9% Argentina - 2%
730890	Construcciones o partes de construcciones de fundición de hierro o acero	Estrella	25	0%	China - 14% Brasil - 13% España - 13%
853710	Cuadros y consolas para interruptores para el control o distribución de electricidad para una tensión menor o igual a 1 000 V	Estrella	22	0%	Colombia - 28% EEUU - 21% Chile - 9%
721049	Productos planos de hierro o acero sin alear	Estrella	19	0%	China - 81% Colombia - 8% Brasil - 5%
392690	Artículos y manufacturas de plástico	Estrella	16	0%	China - 44% EEUU - 12% Brasil - 8%

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

## VII. Tendencias del Consumidor

Con cerca de 11 millones de habitantes y una economía boyante, Bolivia se ha convertido en un mercado potencial con crecientes oportunidades de negocio para fabricantes y retailers. Aunque cuenta con uno de los menores niveles de PBI de América Latina y una elevada brecha de desigualdad entre su población, la pobreza se ha reducido notablemente en los últimos años ampliando así su mercado de consumo.

El canal tradicional sigue siendo preponderante en Bolivia. De acuerdo a la consultora Nielsen, de los más de 102 500 puntos de venta existentes en todo el país, cerca de 81 000 pertenecen a este formato. En promedio, dentro del canal tradicional, los puntos de comercialización manejan una variedad de entre 16 y 30 categorías de producto.

Asimismo, la geografía del país es diversa y esta diversidad también se ve reflejada en el ámbito comercial, donde se encuentra distintas realidades dependiendo de cada región que se analice. Por dar un ejemplo, el canal On Premise (restaurantes, bares y similares) representa la mitad del total de las ventas en Santa Cruz, la ciudad más poblada y uno de los principales motores financieros, industriales y académicos del país. En tanto, en La Paz, la relevancia de las ventas al paso es notablemente superior que en otras urbes y está potenciada por el anaquel. Por otro lado, tanto en El Alto como en Cochabamba, las tiendas de barrio son el canal más importante. La ciudad de El Alto resalta por ser una región en pleno crecimiento, mientras que Cochabamba es la segunda ciudad más importante del país en relación a la cantidad de establecimientos comerciales, aquí aparte de las tiendas, los puestos y anaqueles cuentan con un rol destacado y se suman además los locutorios de internet<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Cfr. Nielsen: Bolivia – Un mercado diverso y de gran potencial 2015  
Inteligencia de Mercados

**VIII. Cultura de Negocios<sup>5</sup>**

En Bolivia, como en la mayoría de países de América Latina, las relaciones personales son altamente valoradas. Es usual que primero se busque conocer a la persona antes de hacer negocios ya que es con la persona, no con la empresa, con quien se espera mantener el contacto.

Los bolivianos prefieren hacer negocios con personas conocidas y confiables, por ello se sugiere contar con un contacto local para que lo ayude a hacer negocios en el país. Asimismo, más de una reunión es necesaria para negociar y cerrar un trato. Se recomienda que el medio de pago sea una carta de crédito confirmada por un banco de prestigio (Banco Santa Cruz, Banco de Crédito, Banco Mercantil entre otros) debido a que, en algunos casos, los importadores hacen uso de medios fraudulentos para evitar el pago de las importaciones.

A continuación se detallan algunos consejos adicionales:

- Al viajar es recomendable llegar un par de días antes para poder aclimatarse.
- Las tarjetas deben estar impresas en español y siempre con el título académico que ostenta.
- No son muy estrictos en cuanto a puntualidad en las reuniones informales y generalmente la tolerancia es de entre 15 y 30 minutos.
- Las reuniones no cuentan con una pauta determinada. Se debe tomar como guía para conversaciones relacionadas o más específicas.
- Se recomienda utilizar el título académico si es que se conoce, de lo contrario se debe dirigir a la persona utilizando “señor” o “señora”, seguido del apellido paterno.
- Es común el saludo por medio de apretón de manos, y besos en ambas mejillas en el caso de las mujeres.
- En las reuniones sociales, se den evitar tratar temas de negocios. Se debe enfocar en conocer a las personas.
- Se debe evitar el mostrar prisa al momento de tomar decisiones.
- Es preferible regalar chocolates o vinos al asistir a una reunión social.
- Evitar regalar flores de color morado o amarillo debido a que tienen una connotación negativa

**IX. Links de interés**

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
Banco Central de Bolivia	<a href="https://www.bcb.gob.bo/">https://www.bcb.gob.bo/</a>
Instituto Nacional de Estadística de Bolivia - INE	<a href="http://www.ine.gob.bo/">http://www.ine.gob.bo/</a>
Instituto Boliviano de Comercio Exterior	<a href="http://www.ibce.org.bo/">http://www.ibce.org.bo/</a>
Centro de Promoción de Bolivia - CEPROBOL	<a href="http://www.promueve.gob.bo/">http://www.promueve.gob.bo/</a>
Aduana Nacional de Bolivia	<a href="http://www.aduana.gob.bo/">http://www.aduana.gob.bo/</a>
Cámara Nacional de Comercio de Bolivia	<a href="http://www.cnc.bo/">http://www.cnc.bo/</a>
Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia	<a href="http://www.caneb.org.bo/">http://www.caneb.org.bo/</a>
Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones	<a href="http://www.senavex.gob.bo/">http://www.senavex.gob.bo/</a>

<sup>5</sup> [www.santandertrade.com](http://www.santandertrade.com)



**X. Eventos Comerciales**

Cuadro N° 13

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Expocruz 2016	Multisectorial	Santa Cruz, Bolivia	Del 16 al 17 de setiembre de 2016	<a href="http://www.fexpocruz.com.bo/">http://www.fexpocruz.com.bo/</a>
Expo Máquina Santa Cruz 2016	Manufacturas Diversas	Santa Cruz, Bolivia	Del 04 al 06 de noviembre de 2016	<a href="http://tecnoeventos.org/">http://tecnoeventos.org/</a>
Expomin 2016	Manufacturas Diversas	Potosí, Bolivia	Del 24 al 27 de noviembre de 2016	<a href="http://tecnoeventos.org/">http://tecnoeventos.org/</a>

Fuente: Feriasinfo Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

**XI. Bibliografía**

- **Trademap**  
[www.trademap.org](http://www.trademap.org)
- **Euromonitor International**  
[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú**  
[www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- **CIA, The World Factbook**  
[www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**  
[www.imf.org](http://www.imf.org)
- **Global Trade**  
<http://www.gtis.com/GTA/>
- **Market Access Map**  
[www.macmap.org](http://www.macmap.org)
- **Doing Business**  
[www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
- **Acuerdos Comerciales del Perú**  
[www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)
- **NFerias**  
<http://www.nferias.com/>
- **Organización Mundial del Comercio**  
[www.wto.org](http://www.wto.org)