

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Guía de Mercado

Bolivia

Sector Servicios



prom
perú

CONTENIDO

1. Resumen Ejecutivo ¡Error! Marcador no definido.
2. Información General ¡Error! Marcador no definido.
3. Situación Económica y de Coyuntura..... ¡Error! Marcador no definido.
 - 3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas ¡Error! Marcador no definido.
 - 3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos ¡Error! Marcador no definido.
 - 3.3 Nivel de Competitividad ¡Error! Marcador no definido.
4. Comercio Exterior de bienes y servicios ¡Error! Marcador no definido.
 - 4.1 Intercambio Comercial de Bienes Bolivia – Mundo ¡Error! Marcador no definido.
 - 4.2 Comercio Exterior de Servicios Bolivia-Mundo ¡Error! Marcador no definido.
 - 4.3 Intercambio Comercial Perú – Bolivia ¡Error! Marcador no definido.
5. Acceso al Mercado ¡Error! Marcador no definido.
 - 5.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias ¡Error! Marcador no definido.
 - Medidas arancelarias ¡Error! Marcador no definido.
 - Medidas no arancelarias ¡Error! Marcador no definido.
6. Oportunidades Comerciales ¡Error! Marcador no definido.
7. Tendencias del Consumidor ¡Error! Marcador no definido.
8. Cultura de Negocios ¡Error! Marcador no definido.
9. Links de Interés ¡Error! Marcador no definido.
10. Eventos Comerciales ¡Error! Marcador no definido.
11. Bibliografía ¡Error! Marcador no definido.

1. Resumen ejecutivo

Bolivia es un mercado de 10,8 millones de consumidores que concentra su población en tres ciudades: La Paz (2,8 millones de habitantes), Santa Cruz (1,9 millones) y Cochabamba (0,8 millones). La economía boliviana ha crecido de forma sostenida en las dos últimas décadas. En 2013, el PBI de Bolivia aumentó 6,8% y para el 2014 se estima que crecerá 5,1% apoyado en las exportaciones de gas natural, el fortalecimiento de la demanda interna y un aumento de la inversión pública.

Por otro lado, el PBI per cápita boliviano casi se ha duplicado desde 2005; y el número de personas que viven en extrema pobreza se ha reducido de 38% a 24% en el mismo periodo. Además, el país cuenta con un soporte sustancial de reservas internacionales que proporciona protección contra las crisis económicas.

El intercambio comercial de servicios entre Bolivia y el mundo sumó US\$ 2 601 millones en 2013, es decir 10,5% más que el año anterior. Además, este comercio se incrementó sostenidamente a una tasa de 20,4% en promedio anual en el último quinquenio. Históricamente Bolivia ha tenido una balanza de servicios negativa, y en el último año este déficit alcanzó US\$ 508 millones.

En 2013, las importaciones bolivianas de servicios fueron US\$ 1 555 millones, lo que significó un aumento de 15,3%; mientras que el crecimiento promedio anual de estas compras, en los últimos cinco años, fue de 21,0%. Los servicios que registraron los mayores montos de importación fueron transporte (41% de participación) y turismo (20%). Dentro de los otros servicios (distintos a transporte y turismo) destacan seguros, servicios de información (software, hardware y procesamiento de datos), comunicaciones y otros servicios de negocios.

Bolivia brinda importantes oportunidades de negocio a los productos peruanos porque existe un idioma común, cercanía geográfica y gustos y costumbres similares con los consumidores y empresarios bolivianos. Además, Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú forman parte de la CAN, y este sistema de integración promueve la liberalización del comercio de servicios entre sus miembros.

En el sector software, las oportunidades de negocios en Bolivia se dan porque la conectividad y servicios de tecnología de las comunicaciones se encuentran aun entre los más bajos de América Latina; sin embargo, la telefonía móvil y la banda ancha han experimentado un fuerte crecimiento entre 2006 y 2013.

En los últimos años, el sector editorial tiene perspectivas positivas que se ven reflejadas en mayores ventas de libros y en el incremento de la producción literaria. Por otro lado, las ventas de libros nacionales e importados están exoneradas del IVA.

El mercado boliviano ha empezado a incursionar en los negocios de franquicia, y este proceso está impulsado por la apertura de centros comerciales, mayor presencia de extranjeros y el aumento del poder adquisitivo de la población. En Bolivia operan cerca de 80 franquicias internacionales y nacionales, y la mayoría son argentinas, estadounidenses y bolivianas de los sectores gastronomía y textil.

2. Información general



Bolivia se encuentra ubicada en el centro de América del Sur, y 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 que La Paz es la sede administrativa de los poderes ejecutivo y legislativo. Bolivia es un país sin acceso al mar, y su territorio es de 1 098 581 km²

El 65,0% del territorio boliviano es llano, el 15,0% son valles y el 20,0% altiplano. Bolivia 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.

La población de Bolivia es de 10,8 millones de personas. La ciudad de La Paz forma una zona urbana extendida que alberga a 2,8 millones de personas; por su parte Santa Cruz de la Sierra tiene 1,9 millones de habitantes y Cochabamba 0,8 millones. Estas ciudades son las más pobladas de Bolivia.

La población boliviana es relativamente joven: el 62,9% de la población tiene entre 14 y 65 años de edad, el 31,2% menos de 14 años y solo un 6,1% de las personas que habitan el país pasa de los 65 años¹. Mientras que la esperanza de vida es de 67,9 años y la edad mediana es de 22,5 años.

La población boliviana es étnicamente diversa y está constituida por mestizos (30%), blancos (15%), quechuas (30%) y aymaras (25%). Existen tres idiomas oficiales: el castellano (60,7%), el quechua (21,2%) y el Aymara (14,6%). Con respecto a la religión, el 95% de la población cree en el catolicismo mientras que las creencias protestantes representan el 5% restante. Además, la moneda en Bolivia es el boliviano (BOB).

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

La economía boliviana ha crecido de forma sostenida en las dos últimas décadas. En 2012 y 2013, mostró un crecimiento de 5,2% y 6,8% respectivamente, y para el 2014 se estima que crezca 5,1%. Según Euromonitor Internacional, la economía boliviana crecerá a menor ritmo en 2014 debido al declive de la demanda mundial de materias primas. Sin embargo, este crecimiento se apoyará en las exportaciones de gas natural, en el fortalecimiento de la demanda interna y un aumento de la inversión pública.

El desempleo es relativamente bajo y seguirá cayendo. A pesar que el salario mínimo se elevó en 22% en 2012, los salarios son los más bajos en América Latina. Por otro lado, las remesas que ascienden a cerca de US\$ 1,3 mil millones al año constituyen una ayuda crucial para el gasto del consumidor².

¹ INE de Bolivia

² Euromonitor Internacional

Cuadro N° 01

Evolución de los Indicadores Macroeconómicos					
Indicadores Económicos	2010	2011	2012	2013	2014p
Crecimiento real del PBI (%)	4,1	5,2	5,2	6,8	5,1
PBI per cápita (US\$)	1 898	2 269	2 514	2 700	2 989
Tasa de inflación (%)	2,5	9,9	4,5	5,7	6,8
Tasa de desempleo (%)	6,5	6,5	6,4	6,4	6,3

Fuente: FMI Statistics, Elaboración: PromPerú

Apoyado por las mejoras en el intercambio comercial y el incremento de los volúmenes de exportación, el PBI per cápita boliviano casi se ha duplicado desde 2005. Asimismo, el número de personas que viven en extrema pobreza se ha reducido de 38% a 24%. Además, el país cuenta con un soporte sustancial de reservas internacionales que proporciona protección contra las crisis económicas.

La inflación, en 2013, se situó por encima del objetivo del gobierno boliviano (4,5%) debido al gran aumento en los precios del combustible después de que el gobierno puso fin a un congelamiento de los mismos que duró 6 años. Para el presente año se espera que este indicador alcance 6,8%.

3.2. Evolución de los principales sectores económicos

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, el sector más importante de la economía boliviana es el de minas y canteras, el cual representa el 14,1% del PBI total del país. Este sector de minas y canteras está conformado por los subsectores de petróleo crudo y gas natural, y de minerales metálicos y no metálicos. Otros sectores relevantes son los servicios de administración pública (11,7% del PBI), industria manufacturera (10,0%) y la agricultura, silvicultura, caza y pesca (10,0%).

El sector de hidrocarburos (gas y petróleo), en las últimas décadas, ha crecido en forma significativa y ha convertido a Bolivia en exportador de gas a Brasil y Argentina. Además, los mayores flujos de inversión extranjera que recibió este mercado, en los últimos años, tuvieron como destino este sector; y los mayores inversionistas fueron España y Brasil.

Este país es un importante productor minero. Bolivia es el cuarto productor mundial de estaño y posee una de las más grandes reservas de litio en el mundo según Euromonitor Internacional. Además, cuenta con grandes reservas de oro, plata, antimonio, cobre, zinc, plomo, azufre, potasio, litio, boratos y piedras semipreciosas.

En cuanto a los recursos forestales, posee una de las extensiones más grandes de bosques naturales certificados en el mundo así como variedad de plantas y hierbas medicinales; además de ello una gran biodiversidad hidrobiológica en los principales ríos y lagos. Dos tercios del país representan zonas tropicales y más del 75% es terreno fértil apto para la agricultura, en donde se producen gran variedad de productos agrícolas (azúcar, arroz, soya, quinua, papa, trigo, maíz entre otros) y frutas tropicales (banano, piña, naranja, mandarina, uva, mango etc.)³

El sistema bancario se ha fortalecido, pero está muy concentrado. Sólo seis bancos representan cerca del 82% de los activos del sistema. El crecimiento del crédito al sector privado está creciendo a un 20% anual.

El turismo tiene un gran potencial pero los ingresos por turismo representan menos de 2% del PIB. El valor real de los ingresos por turismo aumentó un 3,6 % en 2013 y se espera ganancias del 4,5% en 2014.

³ Fuente Euromonitor Internacional

3.3. Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la "Facilidad de hacer negocios" en 185 economías. Bolivia bajó cuatro posiciones en el ranking 2014 y se ubicó en el puesto 162, el más bajo entre los países de la región.

Cuadro N° 02

Ranking de Facilidad para hacer negocios 2014							
Criterios	Bolivia	Perú	Chile	Ecuador	Colombia	Brasil	Argentina
Facilidad de hacer negocios	162	42	34	135	43	116	126
Apertura de un negocio	174	63	22	176	79	123	164
Manejo permiso de construcción	136	117	101	64	24	130	181
Acceso a electricidad	128	79	43	138	101	14	80
Registro de propiedades	144	22	55	91	53	107	138
Obtención de crédito	130	28	55	86	73	109	73
Protección de los inversores	138	16	34	138	6	80	98
Pago de impuestos	185	73	38	91	104	159	153
Comercio transfronterizo	126	55	40	122	94	124	129
Cumplimiento de contratos	131	105	64	99	155	121	57
Insolvencia	67	110	102	143	25	135	97

Fuente: Doing Business 2014, Elaboración: PromPerú

4. Comercio exterior de bienes y servicios

4.1. Intercambio comercial de Bienes de Bolivia con el mundo

El comercio de bienes de Bolivia con el mundo sumó US\$ 20 834 millones en 2013, después de incrementarse a una tasa de 21,7% en promedio anual desde el año 2009. Por otro lado, Bolivia tuvo superavit comercial en los últimos cinco años.

Cuadro N° 03

Intercambio comercial de Bienes Bolivia – Mundo (millones de US\$)							
Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Prom 13/09	Var % 13/12
Exportaciones	4 960	6 402	8 358	11 233	11 496	23,4	2,3
Importaciones	4 545	5 590	7 927	8 269	9 338	19,7	12,9
Balanza Comercial	416	812	431	2 964	2 158		
Intercambio Comercial	9 505	11 992	16 286	19 503	20 834	21,7	6,8

Fuente: Banco Central de Bolivia, Elaboración: PromPerú

Las importaciones bolivianas de bienes aumentaron sostenidamente en el último quinquenio, y registraron una variación de 19,7% en promedio anual. En 2013, las compras externas de Bolivia ascendieron a US\$ 9 338 millones, es decir 12,9% más que el año anterior, y tuvo como principales proveedores a Brasil, China, Argentina, Estados Unidos y el Perú. Por otro lado, los principales productos de importación de Bolivia son automoviles para personas; petróleo; vehículos para mercancías y volquetes; insecticidas,

fungicidas y herbicidas; celulares; tractores y barras de acero sin alear simplemente forjadas, laminadas.

En 2013, las exportaciones de Bolivia al mundo sumaron US\$ 11 496 millones, lo que significó un aumento de 2,3% con respecto a 2012. El principal mercado de destino fue Brasil (US\$ 3 mil millones / +21,0%), Argentina (US\$ 2 mil millones / +99%) y Estados Unidos (US\$ 1,7 mil millones / +9%). Los principales productos de exportación de Bolivia son gas, cinc, oro, tortas de soya, estaño..

4.2. Intercambio comercial de Servicios de Bolivia con el Mundo

El intercambio comercial de servicios entre Bolivia y el mundo sumó US\$ 2 601 millones en 2013, es decir 10,5% más que el año anterior. Además, este comercio se incrementó sostenidamente a una tasa de 20,4% en promedio anual en el último quinquenio. Sin embargo, históricamente Bolivia ha tenido una balanza de servicios negativa, y en el último año este déficit alcanzó US\$ 508 millones.

Cuadro N° 04

Intercambio comercial de Servicios Bolivia – Mundo (millones de US\$)							
Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Prom 13/09	Var % 13/12
Exportaciones	515	769	880	1 006	1 047	19,4	4,0
Importaciones	724	1 032	1 249	1 348	1 555	21,0	15,3
Balanza Comercial	-209	-263	-369	-342	-508		
Intercambio Comercial	1 240	1 801	2 128	2 354	2 601	20,4	10,5

Fuente: Banco Central de Bolivia, Elaboración: PromPerú

En 2013, las importaciones bolivianas de servicios fueron US\$ 1 555 millones, lo que significó un aumento de 15,3%; mientras que el crecimiento promedio anual de estas compras, en los últimos cinco años, fue de 21,0%. Los servicios que registraron los mayores montos de importación fueron transporte (41% de participación) y turismo (20%).

La categoría otros servicios (distintos al transporte y turismo) representaron el 39% restante y, dentro de ellos las principales categorías fueron seguros, de información (software, hardware y procesamiento de datos), comunicaciones y otros servicios de negocios.⁴

4.3. Intercambio comercial del Perú con Bolivia

El comercio entre el Perú y Bolivia prácticamente se duplicó, entre los años 2009 y 2013, al pasar de US\$ 577 millones a US\$ 1 113 millones. Este flujo comercial históricamente ha sido positivo para nuestro país, y en 2013 el superavit comercial fue de US\$ 62 millones.

Las importaciones peruanas desde Bolivia se concentran soya y sus derivados, por ejemplo tortas de soya (US\$ 264 millones), soya (US\$ 74 millones), harina de soya (US\$ 36 millones), aceite de soya (US\$ 16 millones); además de leche y nata concentrada (US\$ 16 millones) y plomo (US\$ 16 millones).

⁴ Trade Map

Cuadro N° 04

Información Comercial: Perú - Bolivia (US\$ Millones)							
Indicadores	2009	2010	2011	2012	2013	Var.% Prom. 13/09	Var.% 13/12
Exportaciones	322	384	459	560	587	16,2	4,8
Importaciones	255	286	269	466	525	19,8	12,9
Balanza Comercial	67	98	190	95	62		
Intercambio Comercial	577	669	728	1 026	1 113	17,8	8,5

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

Cuadro N° 05

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Miles)			
Sector	2012	2013	Var.% 13/12
TRADICIONAL	30 133	50 524	67,7
<i>Minero</i>	821	377	-54,1
Plata	407	193	-52,6
Zinc	125	159	27,0
Plomo	275	0	-100,0
Otros	13	25	85,0
<i>Petróleo Y Gas</i>			
Natural	27 750	49 067	76,8
Petróleo,			
Derivados	27 746	49 059	76,8
Gas Natural			
Licuado	4	7	-
<i>Agrícolas</i>	563	72	-87,2
Café	2	72	
Algodón	561	0	-100,0
NO TRADICIONAL	530 263	537 079	1,3
Químico	180 719	172 775	-4,4
Sidero-Metalurgico	107 099	119 474	11,6
Agropecuario	54 507	60 319	10,7
Maderas Y Papeles	52 692	52 724	0,1
Metal-Mecanico	45 413	41 583	-8,4
Textil	44 965	39 155	-12,9
Minería No			
Metalica	27 862	25 608	-8,1
Pesquero	1 906	2 952	54,9
Pieles Y Cueros	12	2	-81,2
Varios (Inc.			
Joyeria)	15 088	22 452	48,8
TOTAL	560 396	587 602	4,9

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

Las exportaciones peruanas al mercado boliviano sumaron US\$ 587 millones en 2013 y tuvieron un incremento promedio anual de 16,2% en los últimos cinco años. Las ventas a Bolivia se concentran en productos con valor agregado, y en 2013, este tipo de productos representaron el 91% de lo enviado a este mercado. Los sectores no tradicionales con mayores valores de exportación a Bolivia, el año pasado, fueron químico (US\$ 173 millones), sidero-metalúrgico (US\$ 119 millones), agropecuario (US\$ 60 millones) y maderas y papeles (US\$ 53 millones).

Cuadro N° 06

Bolivia: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)										
Partida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	Var.% Prom. 13/09	Var.% 13/12	% Part. 2013	
7214200000	Barra de acero o hierro sin alear	48	39	55	57	63	7,1	12,2	12	
9619001000	Pañales para bebés	10	13	6	23	24	24,8	2,5	4	
2523290000	Cemento portland	1	1	5	17	18	141,0	4,1	3	
7216210000	Laminados de hierro o acero	8	9	11	14	15	18,8	10,9	3	
3402200000	Artículos de limpieza	12	11	13	13	15	6,7	17,2	3	
3920100000	Placas, laminas, tiras y hojas de polímero	11	18	15	20	14	7,9	-28,1	3	
3303000000	Perfumes de tocador	6	6	7	10	10	12,4	3,1	2	
1905310000	Galletas dulces	5	5	7	8	8	14,6	-1,6	2	
5506300000	Fibras acrílicas o modacrílicas	3	6	6	6	8	24,5	32,4	1	
4911100000	Impresos publicitarios	4	5	5	6	7	14,2	18,9	1	
	Resto	205	265	309	358	355	14,6	-0,8	66	
TOTAL		302	365	434	530	537	15,4	1,2	100	

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

5. Acceso al mercado

Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú forman parte de la CAN, y este sistema de integración promueve la liberalización del comercio de servicios entre sus países miembros.

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias

Los productos peruanos no pagan aranceles para ingresar a Bolivia, porque existe una zona de libre comercio entre los cuatro países que integran la CAN.

Bolivia adoptó el Arancel Externo Común (AEC) 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, por Decisión 771 de la CAN, no está obligado a utilizar este Arancel Externo Común hasta el 31 de diciembre de 2014.

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), y en la web de la Aduana de Bolivia.

Aranceles y preferencias arancelarias:

http://consultaweb.aladi.org/sicoex/jsf/arancel_vigente_item_entrada.seam?cid=121

<http://www.aduana.gob.bo/aduana7/arancel2014v>

Se debe considerar que en Bolivia existen zonas francas (Zona acotada de libre comercio, regulada legalmente por las instituciones fiscales de Bolivia, en el interior de la cual no rigen los derechos de aduana vigentes para el resto del territorio nacional), 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° 07

Bolivia: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria para Perú
1	7214200000	Barra de acero o hierro sin alear	2	Brasil (62%) Argentina (6%) México (1%)	10%	0%
2	9619001000	Pañales para bebés	1	Colombia (30%) Ecuador (4%) Argentina (2%)	10%	0%
3	2523290000	Cemento portland	1	Argentina (6%)	10%	0%
4	7216210000	Laminados de hierro o acero	1	Brasil (25%) Argentina (3%) Turquía (1%)	10%	0%
5	3402200000	Artículos de limpieza	1	Argentina (6%) China (5%) Indonesia (3%)	10%	0%
6	3920100000	Placas, laminas, tiras y hojas de polímero	1	Argentina (8%) Chile (8%) Brasil (7%)	10%	0%
7	3303000000	Perfumes de tocador	1	Colombia (23%) Francia (16%) Argentina (6%)	10%	0%
8	1905310000	Galletas dulces	1	Argentina (12%) Brasil (3%) Chile (3%)	10%	0%
9	5506300000	Fibras acrílicas o modacrílicas	1	México (11%) Turquía (2%)	5%	0%
10	4911100000	Impresos publicitarios	1	Chile (12%) Estados Unidos (3%) China (2%)	20%	0%

Fuente: TradeMap, Elaboración: PromPerú

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.htm>

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 detalla sobre las normas técnicas de Bolivia consultar la página web del IBNORCA.

IBNORCA: Normas técnicas www.ibnorca.org

5.2. Otros impuestos Aplicados al Comercio

En Bolivia los tributos aduaneros a la importación de acuerdo a ley 1990 y a su reglamento, está sujeta al pago de algunos tributos como:

- GA (Gravamen Arancelario)
- I.V.A. (Impuesto al Valor Agregado) = 14.94% sobre la base imponible (CIF+GAC efectivamente pagado + otras erogaciones no facturadas para efectuar el despacho aduanero).
- VERIFICACIÓN DE IMPORTACIONES = 1.75% del valor FOB.
- OTROS IMPUESTOS INTERNOS APLICABLES A PRODUCTOS ESPECÍFICOS: Impuesto al Consumo Específico - ICE (bebidas, cigarrillos, vehículos y motocicletas); Impuesto Especial a los Hidrocarburos y sus Derivados - IEHD, con tasas específicas establecidas en sus correspondientes normas.

Otros tributos: http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSITEWEB/guias_de_importacion

6. Oportunidades comerciales

6.1. Oportunidades en el sector software

En Bolivia las tasas de conectividad y servicios de tecnología de las comunicaciones se encuentran entre los más bajos de América Latina. Sin embargo, segmentos como la telefonía móvil y la banda ancha han experimentado un fuerte crecimiento entre 2006 y 2013. Los bajos ingresos de la población establecen un límite natural para la expansión de las TIC de alto valor añadido.⁵

Según la Autoridad de Fiscalización y Regulación de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), existen más de nueve millones de usuarios de telefonía móvil, lo que representó un incremento promedio anual de 22.5%. De esta cifra, al menos el 13% tiene un smartphone. Actualmente, el 60% utiliza el sistema operativo Android, el 7% Apple, un 3% BlackBerry, y el 30% otras marcas como Sony o LG. Esto genera la oportunidad de desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles.

⁵ Euromonitor

Al mes de diciembre de 2013, la distribución de conexiones por departamento, muestra a Santa Cruz como la región con más accesos al servicio de Internet con 1 197 983, seguido de La Paz (980 938) y Cochabamba (619 902).

En Bolivia, 320 mil personas acceden a internet utilizando la señal de banda ancha móvil a través de un celular inteligente (smartphone) o un modem USB que se conecta a una computadora portátil o de escritorio. Algunos casos sobre aplicaciones específicas como es el de la Educación Móvil, proyecto que se ha desarrollado a través de “Connect for Chance” donde se pretende sensibilizar acerca de temas educativos a los estudiantes a través de SMS.

Otro proyecto incluye a organizaciones de la sociedad civil, tiene el propósito de fortalecer y mejorar la capacidad de comunicación entre el municipio y la sociedad civil, quienes recibían comunicación del gobierno municipal sobre los servicios e información de interés ciudadano, tales como presupuestos, eventos, festividades, información turística, oportunidades de empleo, etc.

6.2. Oportunidades en el sector editorial

Las características de la economía boliviana así como el nivel educativo ocasionan que los libros sean percibidos como bienes de lujo. Por lo tanto, su consumo se encuentra restringido a la población con mayor poder adquisitivo.

De acuerdo a CERLAC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe) la mayoría de las editoriales son pequeñas, es decir, elaboran como máximo 10 títulos al año.

Según la Cámara Departamental del Libro de La Paz, durante estos últimos años la producción literaria ha mostrado una tendencia positiva. Las publicaciones se concentran en investigaciones e incluyen obras de autores extranjeros que editaron sus obras en el país. En últimos años han surgido instituciones que han incrementado la producción de libros sobre estudios sociales de distinto tipo (ensayos y trabajos de investigación). El único problema es el volumen creciente de la piratería, lo cual representa una amenaza para el sector

Además, señalaron que la novela es el tipo de obras más requerido por los consumidores y el cómic atraviesa por un periodo de apogeo, así como la poesía que es promovida por diversos concursos.

De acuerdo con los datos de la institución, la industria editorial actualmente está experimentando un buen momento, reflejado en la cantidad de libros vendidos. Actualmente, existe un crecimiento en la demanda de tablets apoyado por la reducción de sus precios. Sin embargo, el consumo de eBooks aún no tiene presencia en el país.

Las importaciones del sector editorial comprenden libros, folletos e impresos similares; diccionarios y enciclopedias; y demás libros, periódicos e impresos similares. Se observa que en el mes de marzo existe un mayor valor de importaciones, lo cual está relacionado con el inicio del periodo académico, tanto a nivel escolar como universitario. Son los colegios y las universidades los que más demandan libros tanto para consulta como para enseñanza.

Adicionalmente, en el marco de la “Ley del Libro y la Lectura” se exoneró del pago de IVA en la venta de libros nacionales e importados.⁶

⁶ Fuente: <http://www.culturande.org/Noticia.aspx?IdNoticia=1682>

6.3. Oportunidades en el sector centros de contacto

El sector de centros de contacto o call center en Bolivia es explotado, principalmente, por las empresas de telecomunicaciones y dentro de las principales se encuentran AXS Bolivia, COTAS, Entel, Nuevatel Viva, TELECEL entre otros.

El inicio de los call center en el país se dio a través de empresas nacionales AXS (situado en La Paz) y Nacional Asistencia (Santa Cruz) quienes hace poco cerraron un contrato con FlatWorld, empresa hindú con más de doce años de experiencia en el sector call center.

Con respecto a lo privado, en la ciudad de La Paz se establecieron dos nuevos call center: BolivianCall y Rainbow, los cuales se encuentran en su etapa de inicio y están comenzando a manejar clientes de habla hispana.

6.4. Oportunidades en el sector logística

Usuarios importantes de servicios logísticos son las empresas bolivianas exportadoras e importadoras y los montos facturados por estos servicios están relacionados con el comportamiento de las exportaciones e importaciones. Como se mencionó anteriormente, el intercambio comercial de Bolivia ha registrado un crecimiento promedio de 21,7% en los últimos cinco años, dando lugar a una mayor demanda de los servicios logísticos.

Por ello el índice de actividad de los servicios de transporte almacenamiento se fue incrementando constantemente desde el 2008 hasta llegar a un indicador de 288,11 a diciembre del 2013 a raíz de ganar participación en el PBI boliviano.

El transporte marítimo es ofrecido por representantes de empresas navieras que operan fundamentalmente con los puertos del norte de Chile, puertos del sur del Perú y en con el puerto de Santos en Brasil. La mayoría de ellas trabaja bajo la modalidad de transporte multimodal.

En relación a los otros medios de transporte, éstos son ofrecidos en Bolivia a través de una gama extensa de empresas nacionales y sucursales de empresas extranjeras, muchas de ellas relacionadas a las empresas marítimas.

Las principales vías de salida de las exportaciones bolivianas son:

- Puerto Suárez – Corumbá (45% de las exportaciones), principalmente gas.
- Tambo Quemado – Charaña – Arica
- Uyuni – Ollague – Antofagasta
- Charaña – Arica
- Desaguadero – Perú
- Bella Vista – Pisiga – Iquique

Por otro lado, las vías de ingreso más utilizadas en las importaciones bolivianas son:

- Arica – Charaña – Tambo Quemado (desde Chile), 3.5 horas vía carretera
- Corumbá – Puerto Suárez (Brasil), 23 horas y 45 minutos, vía carretera.
- Pocitos – Yacuiba (Argentina), 9 horas vía carretera.
- Desaguadero – La Paz (Perú), 2 horas vía carretera

6.5. Oportunidades en el sector franquicias

El mercado boliviano ha empezado a incursionar en este modelo empresarial, y este proceso se ve impulsado por la apertura de centros comerciales, mayor presencia de extranjeros y el aumento del poder adquisitivo de la población.

Según la Cámara Boliviana de Franquicias (CAFRAN), en Bolivia operan cerca de 80 franquicias internacionales y nacionales, y de acuerdo a un estudio realizado por ICEX, los sectores que mejor funcionan en Bolivia son gastronomía y textil, los cuales son representados en su mayoría por franquicias argentinas, estadounidenses y bolivianas. El precio para franquiciar una marca, sin contar los gastos de inversión en infraestructura, oscila entre US\$ 10 mil y US\$ 200 mil.

La fuerza de la marca no es fundamental para el éxito en el mercado boliviano; por el contrario, la característica más importante es la capacidad de adaptación. Las ciudades donde se han detectado un mayor número de franquicias son La Paz, Santa Cruz y Cochabamba; sin embargo, por necesidades de expansión se han localizado en otras ciudades como Tarija, Sucre y Trinidad.

CAFRAN señala que en la actualidad el país ofrece muchas facilidades para los asentamientos de más marcas internacionales que usan este modelo de negocio, y que la apertura de grandes centros comerciales, en especial en Santa Cruz, está impulsando esta tendencia (con el establecimiento marcas como Starbucks, Pizzas Hut, Kentucky Fried Chicken y Hard Rock Café). Burger King es la marca que más éxito ha tenido, con sucursales en las principales ciudades.

El sector de gastronómico es el que más se expande bajo la modalidad de franquicia, lo que viene marcado por una fuerte competencia de restaurantes y cadenas locales. Además, los gustos gastronómicos en Bolivia son muy particulares, por lo cual las empresas que quieran incursionar tendrán que adaptar su producto tanto en el gusto como en tamaño. En este sector destacan empresas bolivianas como Manjar de Oro, la Casa del Camba y el Jardín de Asia.

En el caso de las franquicias en el sector textil como Rapsodia y Ricky Sarkany se ha detectado que uno de los puntos en el que se da mayor énfasis es atención al cliente, y que su público es la población con mayores ingresos, dado que los productos tienen precios por encima del promedio del mercado.

Actualmente, hay dos las franquicias gastronómicas peruanas en Bolivia Tanta y Rokys⁷.

7. Tendencias del consumidor

La economía boliviana ha experimentado un fuerte crecimiento, y entre los años 2008 y 2013, el PBI aumentó 5.3% en promedio anual; lo cual ha generado el incremento del ingreso y el gasto de los consumidores.

La mayoría de bolivianos (en particular los que viven en las zonas rurales) se clasifican como consumidores emergentes; es decir que todavía gastan una proporción muy considerable de sus ingresos disponibles en aspectos básicos como alimentos, ropa, transporte. Sin embargo, en los últimos años, por el crecimiento económico y la mayor renta disponible, muchos bolivianos han sido capaces de ampliar el alcance de sus patrones de gasto.

A pesar de ello, se debe considerar que la desigualdad sigue siendo un problema económico y social importante. Además, en un país con la mayor proporción de población indígena de América del Sur, la pertenencia étnica presenta una serie de dilemas sociales. El 15% de los bolivianos es de ascendencia

⁷ Portafolio de franquicias 2011, PromPerú

española y posee la mayor parte de la riqueza de la nación, mientras que la mayoría de los quechuas (30%), mestizos (30%) y aymaras (25%) viven en condiciones de pobreza.

El periódico The Guardian señaló que "Entre 2005 y 2010, la proporción de aquellos en situación de pobreza moderada se redujo de 60% a 49,6% mientras que la pobreza extrema disminuyó de 38% a 25%". Por su parte CEPAL manifestó que "Bolivia es uno de los pocos países que ha reducido la desigualdad". Una de las herramientas clave en la reducción de la pobreza ha sido la distribución del excedente económico entre la población, a través de transferencias directas en efectivo y bonos en programas como Juancito Pinto y Juana Azurduy, la Renta Dignidad y los aumentos salariales.

El consumo privado en Bolivia ascendió a US\$ 16 880 millones en 2013, con lo cual registró un aumento de 5,6% con relación al año anterior; y se proyecta que continuará creciendo y, este año lo hará en 10,5%.⁸

8. Cultura de negocios

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.

Un estrategia importante es que 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) 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 adicionales⁹:

- 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 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 debe 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.

⁸ Euromonitor
⁹ Kwintessential

9. Links de interés

Cuadro N° 10

Entidad	Enlace
Banco Central de Bolivia	http://bcb.gov.bo
Instituto Nacional de Estadística de Bolivia	http://www.inei.gov.bo
Instituto Boliviano de Comercio Exterior	http://ibce.org.bo
Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL)	http://www.ceprobol.gob.bo
Aduana Nacional de Bolivia	http://www.aduana.gov.bo
Cámara Nacional de Comercio de Bolivia	http://www.boliviacomercio.org.bo
Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia	http://caneb.org.bo
Cámara de Exportadores de Santa Cruz	http://cadex.org
Servicio Nacional de Verificación de las Exportaciones	http://www.senavex.gob.bo
Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural	http://www.produccion.gob.bo

10. Eventos Comerciales

Cuadro N° 11

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Expocruz	Multisectorial	Santa Cruz de la Sierra	Del 7 al 9 de noviembre del 2014	http://www.fexpocruz.com.bo/es/f_feria_det.aspx?idf=2
Feria integral de la mujer	Belleza y moda	Santa Cruz de la Sierra	Del 7 al 11 de mayo del 2014	http://www.fexpocruz.com.bo/es/f_feria_det.aspx?idf=5
Expoforest	Mobiliario	Santa Cruz de la Sierra	Del 18 al 21 de junio del 2014	http://www.fexpocruz.com.bo/es/f_feria_det.aspx?idf=8
Festival internacional de vinos y quesos de Santa Cruz	Alimentos	Santa Cruz de la Sierra	Del 16 al 19 de julio del 2014	http://www.festivaldevinosyquesos.com/
Infoeducativa	Educación	Campo Ferial Chuquiago Marka	Del 17 al 21 de septiembre del 2014	http://www.nferias.com/infoeducativa/
Feria internacional de Cochabamba	Servicios	Feicobol Cochabamba	Del 24 al 4 de mayo del 2014	http://www.nferias.com/feria-internacional-cochabamba/

Fuente: Nferias

11. Bibliografía

- Euromonitor
- FMI
- Banco Central de Bolivia
- INE - Bolivia
- Reporte de Competitividad Mundial de la OMC
- SUNAT
- Trade Map
- Ferias internacionales: www.nferias.com