



GUÍA DE MERCADO

Sector Servicios

BOLIVIA 2019



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 |
| a. Producto Bruto Interno total | 6 |
| b. Nivel de empleo | 6 |
| c. Inflación | 6 |
| d. Tipo de cambio | 6 |
| 3.2 Los sectores de la economía boliviana | 7 |
| a) Construcción | 7 |
| b) Software | 8 |
| c) Marketing Digital | 9 |
| d) Retall | 9 |
| IV. Bibliografía | 11 |

I. Resumen Ejecutivo

Bolivia, oficialmente Estado Plurinacional de Bolivia, experimentó un crecimiento positivo superior al 4% del PBI en la última década. El crecimiento en Bolivia está respaldado por las exportaciones de productos básicos y el aumento de las exportaciones de gas natural. El país posee la segunda reserva de gas natural más grande de América Latina y busca convertirse en un exportador de litio. A pesar de un entorno externo adverso, el crecimiento sigue siendo sostenido por una demanda interna robusta y un gasto público muy alto.

A pesar de estos buenos resultados, Bolivia sigue siendo uno de los países más pobres de América Latina, a pesar de la fuerte caída de la pobreza en la última década. El país también está marcado por las desigualdades en la distribución de su riqueza y un sector informal fuerte. El nivel de desempleo se encuentra entre los más bajos de la región (estable en 4% desde 2016).

En la economía boliviana la industria manufacturera tiene un peso importante al representar el 16,5% del PBI. De acuerdo con el INE de Bolivia, el sector químico juega un papel muy importante, sobre todo la dedicada a la producción de urea, carbonato de litio, cloruro de potasio y alcohol anhidro. La actividad agropecuaria también tiene una importante incidencia en el PBI, donde a su interior destaca el cultivo de caña de azúcar para el azúcar y el alcohol en la industria manufacturera; mientras que el sector servicios financieros ha experimentado un dinamismo bastante importante debido a la aplicación de la Ley de Servicios Financieros, que ha permitido un mayor acceso a créditos productivos y de vivienda de interés social.

En tanto las actividades de petróleo crudo y gas natural han presentado un crecimiento negativo de 7,82% por la disminución de la demanda de gas natural por parte de Argentina y Brasil.

El crecimiento de la economía boliviana se basa en una demanda interna robusta, lo cual ha provocado la expansión del sector servicios en el país, el cual atiende las necesidades que genera la movilidad social —de la expansión de la clase media— y del actual modelo económico que involucra una fuerte inversión del sector público, lo cual dinamiza la economía boliviana y eso se refleja en la contratación por parte del Estado de más empresas de servicios, en especial de compañías vinculadas a la construcción, así como de la tendencia propia de actividades financieras, de telecomunicaciones y de comercio, que responden a la demanda interna.

II. Información general

Bolivia, oficialmente Estado Plurinacional de Bolivia. Se encuentra ubicada 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.

Sucre es la Capital y sede del órgano judicial, mientras que La Paz es la sede de los órganos ejecutivo, legislativo y electoral. Bolivia se divide en nueve departamentos (Beni, Chuquisaca, Cochabamba, La Paz, Oruro, Pando, Potosí, Santa Cruz y Tarija).

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 km². Al igual que Paraguay, Bolivia es un país sin litoral



III. Situación económica y de coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

En la última década Bolivia experimentó un crecimiento positivo superior al 4% del PBI. El crecimiento en Bolivia está respaldado por las exportaciones de productos básicos y el aumento de las exportaciones de gas natural. El país posee la segunda reserva de gas natural más grande de América Latina y busca convertirse en un exportador de litio. A pesar de un entorno externo adverso, el crecimiento sigue siendo sostenido por una demanda interna robusta y un gasto público muy alto.

Cuadro N°1: Principales Indicadores Económicos de Bolivia

| Indicadores Económicos | 2016 | 2017 | 2018 | 2019* | 2020* |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| PBI (miles de millones de USD) | 34.05 | 37.12 | 40.74 | 43.80 | 47.12 |
| Crecimiento del PBI (%) | 4.3 | 4.2 | 4.3 | 4.2 | 3.9 |
| PBI per cápita (US\$ - miles) | 3,125 | 3,353 | 3,621 | 3,833 | 4,057 |
| Tasa de inflación (%) | 3.6 | 2.8 | 3.5 | 4.5 | 4.5 |
| Tasa de desempleo (%) | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

Fuente: FMI / (*) Proyectado / Elaboración: Inteligencia de Mercados PromPerú

La economía boliviana parece bastante fuerte en apariencia: un crecimiento sostenido, una inflación bajo control, una deuda pública que sigue siendo relativamente baja (45,7% del PIB) y grandes reservas de divisas. Sin embargo, Bolivia depende de los precios del petróleo. La gran caída en los ingresos por exportaciones de gas ha afectado a las cuentas públicas: el presupuesto y los déficits actuales están aumentando.

Bolivia tiene un plan de inversión a cinco años (2016-2020) que se enfoca en la infraestructura y el desarrollo de empresas públicas en el sector energético. Se espera que el plan, que requiere un gasto de US\$10 mil millones por año, sea financiado por la deuda externa y el apoyo financiero de los socios estratégicos de Bolivia. China se comprometió a financiar US\$5 mil millones en proyectos específicos.

Cuadro N°2: Aporte de los principales sectores a la economía Boliviana

| Repartición de la actividad económica por sector | Agricultura | Industria | Servicios |
|--|-------------|-----------|-----------|
| Empleo por sector (en % del empleo total) | 26.3 | 22.5 | 50.6 |
| Valor añadido (en % del PIB) | 11.6 | 26.4 | 48.7 |
| Valor añadido (crecimiento anual en %) | 7.6 | 2.2 | 4.8 |

Fuente: FMI / Elaboración: Inteligencia de Mercados PromPerú

Superar la dependencia de los recursos minerales, reformar la justicia, modernizar la infraestructura, aumentar la competitividad de la fuerza laboral, combatir la inseguridad y abordar el problema de la violencia contra las mujeres son los principales desafíos del país a largo plazo.

Cuadro N°3: Composición del PBI boliviano en miles de bolivianos de 1990

| Descripción | 2017 | 2018 |
|---|------------|------------|
| PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado) | 46,235,900 | 48,188,730 |
| Derechos s/Importaciones, IVAnd, IT y otros Imp. Indirectos | 5,669,231 | 5,868,774 |
| PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos) | 40,566,669 | 42,319,956 |
| 1. AGRICULTURA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA | 5,608,048 | 5,995,646 |
| - Productos Agrícolas no Industriales | 2,251,086 | 2,402,143 |
| - Productos Agrícolas Industriales | 1,215,920 | 1,319,965 |
| - Coca | 49,248 | 49,711 |
| - Productos Pecuarios | 1,724,294 | 1,848,931 |
| - Silvicultura, Caza y Pesca | 367,501 | 374,895 |
| 2. EXTRACCIÓN DE MINAS Y CANTERAS | 4,935,360 | 4,768,653 |
| - Petróleo Crudo y Gas Natural | 2,671,612 | 2,462,609 |
| - Minerales Metálicos y no Metálicos | 2,263,748 | 2,306,044 |
| 3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS | 7,551,997 | 7,968,579 |
| - Alimentos | 2,719,301 | 2,820,908 |
| - Bebidas y Tabaco | 1,279,166 | 1,333,291 |
| - Textiles, Prendas de Vestir y Productos del Cuero | 540,330 | 551,144 |
| - Madera y Productos de Madera | 421,216 | 428,340 |
| - Productos de Refinación del Petróleo | 915,098 | 937,568 |
| - Productos de Minerales no Metálicos | 929,694 | 975,694 |
| - Otras Industrias Manufactureras | 747,192 | 921,636 |
| 4. ELECTRICIDAD GAS Y AGUA | 976,214 | 1,009,196 |
| 5. CONSTRUCCIÓN | 1,879,426 | 1,945,911 |
| 6. COMERCIO | 3,551,171 | 3,734,215 |
| 7. TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES | 5,195,742 | 5,423,980 |
| - Transporte y Almacenamiento | 4,184,907 | 4,368,335 |
| - Comunicaciones | 1,010,835 | 1,055,645 |

| | | |
|---|------------|------------|
| 8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, BIENES INMUEBLES Y SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS | 5,803,494 | 6,110,883 |
| - Servicios Financieros | 2,607,039 | 2,762,791 |
| - Servicios a las Empresas | 1,451,207 | 1,521,051 |
| - Propiedad de Vivienda | 1,745,249 | 1,827,040 |
| 9. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES, PERSONALES Y DOMÉSTICO | 1,706,618 | 1,782,276 |
| 10. RESTAURANTES Y HOTELES | 1,110,374 | 1,160,229 |
| 11. SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA | 4,612,669 | 4,925,583 |
| SERVICIOS BANCARIOS IMPUTADOS | -2,364,444 | -2,505,194 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Bolivia

Elaboración: Inteligencia de Mercados PromPerú

Bolivia sigue siendo uno de los países más pobres de América Latina, a pesar de la fuerte caída de la pobreza en la última década. El país también está marcado por las desigualdades en la distribución de su riqueza y un sector informal fuerte. El nivel de desempleo se encuentra entre los más bajos de la región (estable en 4% desde 2016).

a. Producto Bruto Interno total

El Producto Bruto Interno (PBI) de Bolivia creció 4,22% en 2018, promovido por el aumento de las actividades no extractivas, intensivas en mano de obra y la demanda interna. El resultado de 2018 es ligeramente superior al registrado en 2017, cuando este indicador llegó a 4,20%. Las actividades con mayor incidencia en el PBI, aquellas que aportaron en mayor medida el crecimiento en 2018 son: industria manufacturera, agropecuaria, servicios de la administración pública y establecimientos financieros.

b. Nivel de empleo

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (INE), el país cerró el 2018 con una tasa de ocupación de 95,7% de empleo, considerada la tasa más alta de la región. Este es un avance para Bolivia si se considera que hacia fines del 2017 la tasa de desempleo llegó al 4,48%. Según la institución estadística de Bolivia, Santa Cruz es la región que más empleo genera y contribuye con el 35%, le siguen La Paz y Cochabamba con una contribución del 20% y luego están las demás regiones.

c. Inflación

Bolivia cerró el año 2018 con una inflación de 1,5%, una de las más bajas registradas en la última década sólo comparable con el 0,26% alcanzado en 2009. Durante el primer semestre del 2019, según el Banco Central de Bolivia, la inflación es del 0,6%.

d. Tipo de cambio

La divisa oficial 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, 90546 BOB

1 BOB = 0,144813 USD

1, 00 PEN = 2, 09988 BOB

Fuente: XE.com / Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

3.2 Los sectores de la economía boliviana

En la economía boliviana la industria manufacturera tiene un peso importante al representar el 16,5% del PBI. De acuerdo con el INE de Bolivia, el sector químico juega un papel muy importante, sobre todo la dedicada a la producción de urea, carbonato de litio, cloruro de potasio y alcohol anhidro. La actividad agropecuaria también tiene una importante incidencia en el PBI, donde a su interior destaca el cultivo de caña de azúcar para el azúcar y el alcohol en la industria manufacturera; mientras que el sector servicios financieros ha experimentado un dinamismo bastante importante debido a la aplicación de la Ley de Servicios Financieros, que ha permitido un mayor acceso a créditos productivos y de vivienda de interés social.

En tanto las actividades de petróleo crudo y gas natural han presentado un crecimiento negativo de 7,82% por la disminución de la demanda de gas natural por parte de Argentina y Brasil.

El crecimiento de la economía boliviana se basa en una demanda interna robusta, lo cual ha provocado la expansión del sector servicios en el país, el cual atiende las necesidades que genera la movilidad social —de la expansión de la clase media— y del actual modelo económico que involucra una fuerte inversión del sector público, lo cual dinamiza la economía boliviana y eso se refleja en la contratación por parte del Estado de más empresas de servicios, en especial de compañías vinculadas a la construcción, así como de la tendencia propia de actividades financieras, de telecomunicaciones y de comercio, que responden a la demanda interna.

a) Construcción

Como se ha mencionado, el sector construcción es una variable dinamizadora de la economía de Bolivia y esto se debe a que el país tiene un Programa de Inversión Nacional que apunta a mejoras en infraestructura, así como a la exploración y desarrollo adicionales de campos de gas. Esta política ha sido reforzada con el mencionado plan y se ha fijado invertir entre los años 2016 y 2020 US \$ 48.6 mil millones en ambos rubros.

Precisamente, esta inversión en infraestructura ha hecho posible que el sector construcción experimente un crecimiento promedio de 8,1% entre 2006 y 2018 de acuerdo con el Ministerio de Economía de Bolivia, siendo el 2014 el año hito para el rubro con una expansión superior al 10%. Este sector, según información del Ministerio de Economía, le ha permitido recaudar al Estado Boliviano por concepto de Impuesto sobre Utilidades de las Empresas un promedio anual de más de US\$155 millones en los últimos 13 años y sólo en 2018 se reportaron recaudaciones de más de US\$271 millones.

De otro lado, se ha identificado a Santa Cruz de la Sierra como la región en la que más se ha desarrollado el sector y donde se ha registrado 1,4 millones de metros cuadrados construidos en 1,187 edificaciones censadas con información hacia el 2017.

El sector construcción también se ha visto beneficiado por la intervención de los fondos multilaterales. En ese sentido, organismos como el Banco Mundial (BM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) financian proyectos en infraestructura y servicios básicos como energía y desarrollo del sector eléctrico, agua y saneamiento, estos proyectos son ejecutados por:

- Administradora Boliviana de Carreteras (ABC), que tiene a su cargo la ejecución de programas de infraestructura viales y de desarrollo de capacidades en el sector vial.

- Ministerio del Medio Ambiente y Agua, cartera que tiene a su cargo proyectos de abastecimiento de agua potable y alcantarillado sanitario, así como de riego. En el ámbito del Medio Ambiente ejecuta programas de apoyo al Fortalecimiento de la Gestión del Medio Ambiente y los Recursos Naturales.

La intervención de financistas multilaterales en el sector construcción representa una oportunidad para empresas no domiciliadas en Bolivia debido a que las mismas se rigen a las normas impartidas por el organismo multilateral y no por las normas y reglas del país, se siguen procedimientos estandarizados; es un procedimiento barato porque requiere de inversión gradual y no se requiere capacidad financiera adicional: además brinda seguridad de ejecución del proyecto y en el cobro.

Se debe de hacer hincapié en que las licitaciones promovidas por los organismos multilaterales no necesariamente se suscriben a la ejecución de obras en sí, sino también a los servicios alrededor de esta actividad, tales como el diseño de la obra, los estudios medioambientales, los estudios de factibilidad, la supervisión de la obra, entre otros ligados a la consultoría de ingenierías.

El crecimiento del sector construcción en Bolivia también ha gatillado el desarrollo del marketing, especialmente aquel que combina estrategias de marketing con las de publicidad, es decir el inbound marketing. De ese modo, han surgido compañías en Bolivia que a las empresas del sector les ofrecen desarrollar demanda calificada y constante a través de la optimización de las páginas web de las empresas, asesoría en la definición de los “buyers”, desarrollo y estructuración de una estrategia de contenidos, desarrollo de una estructura y flujo de trabajo, entre otros.

b) Software

Si bien Bolivia se encuentra en el puesto 111 del Índice de Disponibilidad de Red (NRI) del Foro Económico Mundial, lo cual indica que el país tiene mucho trabajo pendiente en infraestructura de telecomunicaciones, el sector Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) juega cada vez un papel más importante en la economía boliviana. Según el reporte “Estado de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Estado Plurinacional de Bolivia” elaborado por la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de la Información y Comunicación (AGETIC), el sector Comunicaciones tuvo una tasa de crecimiento promedio de 3,5% entre 2012 y 2017, mientras que la economía en ese mismo período se expandió en 5%, con lo cual se aprecia una consonancia con la economía del país.

La dinámica del sector, según AGETIC, ha estado asociada al de la telefonía, principalmente móvil. Así entre 2001 y 2009, el incremento de la cantidad de líneas telefónicas móviles en servicio fue bastante destacable (su crecimiento se situó, en promedio, alrededor del 30%). Hacia el tercer trimestre del 2018 (el cual es el dato más actual que se ha encontrado en la página web de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transporte – ATT de Bolivia) en el país altiplánico existen casi 9,1 millones de líneas de telefonía móvil y desde estos dispositivos se accede, casi en un 90%, a internet, lo cual muestra el alto potencial del sector TIC en el mercado.

De acuerdo con AGETIC, en Bolivia existen más de 20 mil empresas en el sector TIC y ellas representan entre el 7% y 8% de la base empresarial del país y la mayoría de ellas se encuentran en La Paz, seguida de Santa Cruz. Las empresas del sector se clasifican según las siguientes actividades:

| Actividades | Participación de empresas |
|---|---------------------------|
| Programación y transmisión de radio, televisión y telecomunicaciones | 12% |
| Fabricación y/o ensamblado de computadoras, impresoras, teclados, monitores, etc. | 0,2% |
| Programación informática, consultoría en informática, y actividades de servicio de información. | 14% |
| Servicios telefónicos y de Internet al público y actividades de comunicación. | 38% |
| Venta por mayor y menor de computadoras, accesorios, programas informáticos. | 35% |

Ahora, si bien las empresas de este sector están muy concentradas en actividades consideradas commodities, hay empresas del sector que proveen servicios de banca móvil, cuyo uso entre la población bancarizada oscila entre el 9% y 17% desde un nivel de banca online avanzado que (que incluye la compra de productos o servicios en línea) hasta un nivel básico (que tiene que ver sólo con la consulta de los saldos y movimientos en la cuenta bancaria).

De otro lado, desde la AGETIC se ha iniciado un proceso de construcción de una propuesta de Ley de StartUps en conjunto con el Senado y el área de Innovación Social y Tecnológica del Programa de Intervenciones Urbanas, perteneciente al Ministerio de Planificación. Esta Ley pretende crear un marco normativo que permita generar emprendimientos tecnológicos para fomentar la Economía del Conocimiento y para continuar la construcción de la Bolivia Digital.

c) Marketing Digital

Bolivia atraviesa momento de cambio de actitud y conciencia Digital, es decir que cada vez más empresarios en Bolivia quieren y desean implementar una estrategia de Marketing Digital en su empresa o proyecto. Esto también es beneficiado por el aumento de la penetración de internet en el país. De acuerdo con la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes de Bolivia, a septiembre de 2018, las conexiones del Servicio de Acceso a Internet alcanzaron las 9,6 millones y el departamento que cuenta con la mayor cantidad de conexiones es Santa Cruz de la Sierra, además, el 91,6% de las conexiones a internet en el país son establecidas a través de dispositivos móviles.

De acuerdo con la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC), el 51% de la población que accede a internet son varones y un 49% mujeres, siendo chatear con amigos o familiares, usar redes sociales (Facebook y WhatsApp, principalmente) y buscar información las principales actividades.

Euromonitor ha identificado a Facebook como la red social que ha sido adoptado principalmente por compañías para publicidad adaptada para móviles. Las compañías locales han desarrollado habilidades para explotar las opciones que ofrece esta red social para generar expectativas entre los clientes actuales y encontrar nuevas. La comunicación es directamente con el consumidor, a través de botones para solicitar una cotización, prueba gratuita de productos o la opción de compra directa de productos. La respuesta a la información es rápida y oportuna.

Actualmente es impensable que cualquier marca no tenga una Página de Fans. Las empresas interactúan con los consumidores a través de estas páginas, la información se comparte y los clientes publican fotos y esperan una respuesta.

Las empresas de venta directa han adoptado aplicaciones móviles. El desarrollo de aplicaciones se ha producido en el entorno empresarial como facilitador de los procesos internos y para mejorar la comunicación con los clientes. Los operadores de venta directa se están aventurando en el desarrollo de aplicaciones para acercar a los consultores y clientes finales. Belcorp tiene una aplicación que incluye sus tres catálogos para Esika, L'Bel y Cystone, con la posibilidad de elegir productos, incluirlos en su cesta y seleccionar un consultor a través del cual realizar un pedido, pero sin realizar el pago. Yanbal tiene una aplicación diseñada para generar un escaparate personalizado para cada consultor independiente.

d) Retail

El comercio es uno de los sectores que tienen una importante participación (casi 8%) en el PBI de Bolivia. Esto se debe a la preponderancia de la demanda interna; es más, la consultora internacional AT Kearney ubicó en el Índice Global de Desarrollo Minorista 2017 –reporte más reciente– a este país en el puesto 28, de un total de 30, de lugares ideales para invertir en el sector retail, según la consultora, esta expansión del rubro en Bolivia se debe al crecimiento económico sostenido del país, lo que ha impulsado una creciente clase media que busca consumir. A ello se suma el acceso a internet y el crédito financiero impulsando la demanda.

Según información presentada por Euromónitor, en 2005 la clase media de Bolivia representaba el 35% de la población con aproximadamente 3.3 millones de personas; en 2017, este porcentaje aumentó a 58%, alcanzando los 6.5 millones. Este escenario continuó en 2018, favoreciendo el crecimiento del comercio minorista en Bolivia, que creció en porcentajes más altos que el PIB. Las condiciones del mercado han fortalecido la expansión del comercio minorista, especialmente el canal moderno, los minoristas especializados en salud y belleza, electrodomésticos, la venta directa y en el comercio electrónico, lo que hace que la clase media muestre un comportamiento de consumo cada vez más globalizado.

También en 2018, las cadenas minoristas internacionales continuaron llegando a Bolivia, atraídas por sus potencialidades, especialmente en prendas de vestir y calzado, y artículos deportivos.

El crecimiento de la clase media de Bolivia también ha acompañado las nuevas tendencias de consumo, incluida la búsqueda de una mayor comodidad en la experiencia de compra. El canal moderno, y especialmente el canal de supermercados encadenados y los hipermercados en crecimiento, han aprovechado esta oportunidad de crecimiento, adaptándose a los nuevos requisitos del mercado.

Estos minoristas han pasado de centrarse en los consumidores de altos ingresos a colocar a los consumidores de clase media en el centro de la experiencia de compra, una de estas experiencias es la del mundo virtual, el cual se ve favorecido por el incremento de la tasa de penetración de internet, lo que ha beneficiado la creación de modelos de negocios emergentes, tal como sucedió durante el 2018 cuando la cadena de supermercados Ketal lanzó su aplicación de compras basada en móviles, siendo la primera cadena en introducir este concepto de venta minorista por Internet con entrega gratuita.

Ahora, si bien el acceso a internet cada vez está mejor en Bolivia, la brecha digital en comparación con otros países de Latinoamérica se hace sentir, porque la población de usuarios de internet (9,6 millones de conexiones) aún está por debajo de los promedios de América Latina y el Caribe

No obstante a ello, el principal desafío del mercado es la baja penetración de los titulares de tarjetas de crédito y débito. El administrador de tarjetas de crédito (ATC) estimó que en 2017, el 23% de los bolivianos tenía una tarjeta de débito, mientras que los promedios de América Latina y el Caribe eran del 40%. En segundo lugar está la brecha digital. La Autoridad de Control y Regulación de Telecomunicaciones y Transporte (ATT) informó que hasta el primer trimestre de 2018, Bolivia tenía 9.3 millones de conexiones, 500,000 más que en 2017, lo que muestra una mejora significativa en la brecha digital. Sin embargo, la población de usuarios de internet en Bolivia se mantuvo por debajo de los promedios de América Latina y el Caribe, el cual alcanza el 67,5% de la población mayor de 14 años.

Estos indicadores muestran que hay oportunidades para el desarrollo del comercio electrónico, favorecido por el aumento de la conectividad a Internet, la llegada de teléfonos inteligentes más baratos y las tarifas de conexión a Internet, que se han reducido considerablemente, y si bien es cierto, ya existe la primera aplicación de compras basadas en un dispositivo móvil, este rubro aún está por desarrollarse, porque se requiere de una inversión muy grande y por eso las compras a través de portales web (como multcenter.com.bo) seguirá siendo el principal medio de compra virtual por un buen tiempo.

IV. Bibliografía

Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y comunicación: “Estado TIC. Estado de las Tecnologías de Información y Comunicación en el Estado Plurinacional de Bolivia”

<https://agetec.gob.bo/pdf/estadotic/AGETIC-Estado-TIC.pdf>

América Economía: Bolivia reporta crecimiento del PIB de 4,22% en 2018, apoyado por la demanda interna

<https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/bolivia-reporta-crecimiento-del-pib-de-422-en-2018-apoyado-por-la-demanda>

AT Kerney: The Age of Focus. Global Retail Development Index

<https://www.atkearney.com/global-retail-development-index/rankings>

Atlas Mundial de Datos: Networked readiness index

<https://knoema.es/atlas/topics/Ranking-Mundial/Rankings-Mundiales/Networked-readiness-index>

Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes: “Situación del Internet en Bolivia”

<https://att.gob.bo/content/situaci%C3%B3n-del-internet-en-bolivia>

Banco Mundial: Bolivia overview

<https://www.bancomundial.org/es/country/bolivia/overview>

Diario La Razón: Avance interno impulsa la expansión del sector terciario

http://www.la-razon.com/el_financiero/Avance-interno-impulsa-expansion-terciario-financiero_0_3045895416.html

Diario El Deber: “Bolivia, entre países más atractivos para el retail”

<https://www.eldeber.com.bo/dinero/Bolivia-entre-paises-mas-atractivos-para-el-retail--20171009-0128.html>

Euromonitor: Bolivia Country Profile

Euromonitor: Retailing in Bolivia Analysis

Euromonitor: Mobile Internet Retailing in Bolivia Analysis

Instituto para el Desarrollo Rural de Sudamérica: En Bolivia, el 67% de las personas consumen internet

<https://www.sudamericarural.org/index.php/nuestra-produccion/5784-interaprendizaje>

IM Inbound Marketing & Branded Content blog: Cómo las constructoras en Bolivia pueden crecer gracias al Inbound Marketing

<https://blog.iminbound.com/blog-de-marketing/constructoras-en-bolivia-inbound-marketing>

Instituto Nacional de Estadística de Bolivia: Estadísticas por Actividad Económica

<https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-por-actividad-economica>

LosTiempos.com: El comercio electrónico crece en Bolivia

<http://www.lostiempos.com/tendencias/tecnologia/20181016/comercio-electronico-crece-bolivia>

Prensa Latina: Destacan en Bolivia crecimiento del sector Construcción

<https://www.prensa-latina.cu/index.php?o=rn&id=286826&SEO=destacan-en-bolivia-crecimiento-en-sector-de-la-construccion>

Santander Trade: Bolivia. Presentación general

<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/bolivia/presentacion-general>

The World Factbook: Bolivia

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/bl.html>