

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado de
Servicios
Bolivia



prom
perú

CONTENIDO

1.	Resumen ejecutivo	3
2.	Información general	4
3.	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	5
4.	Comercio exterior de Bienes y Servicios	6
4.1.	Intercambio comercial de bienes de Bolivia con el mundo	6
4.2.	Intercambio comercial de servicios de Bolivia con el mundo	6
4.3.	Intercambio comercial de bienes Perú - Bolivia	6
5.	Acceso al mercado	8
5.1.	Medidas arancelarias y no arancelarias	8
6.	Oportunidades comerciales	9
7.	Tendencias del consumidor	13
8.	Cultura de negocios	13
9.	Links de interés	14
10.	Eventos Comerciales	14
11.	Bibliografía	14

1. Resumen ejecutivo

Bolivia es un mercado de 11,3 millones de consumidores que concentra su población en tres ciudades: La Paz (2,8 millones de habitantes), Santa Cruz de la Sierra (1,9 millones) y Cochabamba (0,8 millones).

La economía boliviana creció de forma sostenida en la última década, y desde el año 2011 a tasas superiores al 5%. En 2013 y 2014, el PBI de Bolivia aumentó 6,8% y 5,2% respectivamente, y se proyecta que este año, 2015, se incrementará 5,0%. Este crecimiento económico se sustenta en las exportaciones de gas natural, en el fortalecimiento de la demanda interna y en el aumento de la inversión pública.

El crecimiento económico en Bolivia ha generado que el PBI per cápita casi se duplique en la última década, al pasar de US\$ 4 045 a US\$ 6 222; además la pobreza y la pobreza extrema han disminuido. Todo ello ha permitido que el ingreso y el gasto de los consumidores se incrementen.

El intercambio comercial de otros servicios¹ entre Bolivia y el mundo sumó US\$ 3 676 millones en 2014, es decir 41,6% más que el año anterior. Además, este comercio se incrementó sostenidamente a una tasa de 19,5% 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\$ 1 099 millones.

En 2014, las importaciones bolivianas de otros servicios fueron US\$ 2 387 millones, lo que significó un aumento de 53,6%; mientras que el crecimiento promedio anual de estas compras, en los últimos cinco años, fue de 23,3%. Los servicios que registraron los mayores montos de importación fueron transporte (41% de participación) y turismo (20%).

La industria editorial Boliviana está experimentando un buen momento, lo cual se refleja en la cantidad de libros vendidos. Este crecimiento coloca a la producción boliviana por encima de Guatemala, Honduras y Panamá. Las publicaciones se concentran en investigaciones e incluyen obras de autores extranjeros que editaron sus obras en el país; mientras que las importaciones de libros, en 2013, fue US\$ 14,2 millones.

En Bolivia operan más de 250 franquicias, de las cuales el 53% corresponde al sector comida; 31% al de vestimenta, 7% a la actividad industrial y el resto a otras áreas; mientras que por el origen, 62% son extranjeras y 38% nacionales. La mayor demanda de franquicias se da en los principales centros urbanos: La Paz, Santa Cruz y Cochabamba. Actualmente, hay dos franquicias gastronómicas peruanas en este mercado: Tanta y Rokys

La telefonía móvil y la banda ancha han experimentado un fuerte crecimiento en Bolivia entre 2006 y 2014. De los usuarios de telefonía móvil (9 millones) el 13% tiene un smartphone, y la cantidad de estos teléfonos con acceso a internet casi se triplicó en los últimos meses. Esto genera oportunidades de desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles.

En 2014, las conexiones a internet aumentaron 40% y alcanzaron 4.9 millones; y Santa Cruz destacó como la región con más accesos y mayor crecimiento del servicio de Internet con 1.6 millones de conexiones y 25,3% de variación.

^{*1} Incluye seguros, servicios de construcción, servicios gubernamentales, servicios de información (software, hardware, procesamiento de datos) comunicaciones y otro servicios de negocios.

2. Información general

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. 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 km². Además Bolivia es un país sin litoral.

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.

Se estima que la población de Bolivia es de 11,3 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.

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 años². Mientras que la esperanza de vida es de 67,9 años y la edad mediana es de 22,5 años.

La población boliviana es diversa como la mayoría de países de la región y está constituida por mestizos (30%), blancos (15%), quechuas (30%) y aymaras (25%). 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 (62%), el quechua (21%) y el Aymara (17%). Con respecto a la religión, 95% de la población cree en el catolicismo mientras que las creencias protestantes representan el 5% restante.

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

La economía boliviana creció de forma sostenida en la última década, y desde el año 2011 a tasas superiores al 5%. En 2013 y 2014, el PBI de Bolivia aumentó 6,8% y 5,2% respectivamente, y se proyecta que este año 2015 se incrementará 5,0%.

De acuerdo a Euromonitor Internacional, el crecimiento económico se sustenta en las exportaciones de gas natural, en el fortalecimiento de la demanda interna y en el aumento de la inversión pública; mientras que la caída de demanda mundial de materias primas originó que en el año 2014 tuvieran un aumento del PBI menor al del año anterior.

Cuadro N° 01

Evolución de los Indicadores Macroeconómicos					
Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015p
Crecimiento real del PBI (%)	5,2	5,2	6,8	5,2	5,0
PBI per cápita (US\$)	5 305	5 574	5 928	6 222	6 530
Tasa de inflación (%)	9,9	4,5	5,7	6,0	5,3
Tasa de desempleo (%)	6,5	6,4	6,4	6,3	6,2

Fuente: FMI Statistics, Elaboración: PromPerú

Como consecuencia de las mejoras en el intercambio comercial y el incremento de los volúmenes de exportación, el PBI per cápita boliviano pasó de US\$ 4 045 a US\$ 6 222 entre los años 2005 y 2014. Asimismo, el número de personas en extrema pobreza, en 2014, se redujo de 38% a 24% con relación al año 2013. Además, el país cuenta con un soporte sustancial de reservas internacionales que proporciona protección contra las crisis económicas.

²Fuente INE de Bolivia



El desempleo es relativamente bajo y seguirá cayendo. Los salarios en Bolivia son los más bajos de América Latina, aunque el salario mínimo se elevó en 20% en 2014. Mientras que las remesas constituyen una ayuda crucial para el gasto del consumidor.

La inflación, en 2014, estuvo por encima del objetivo del gobierno (4,8%) debido al gran aumento de los precios de los combustibles. Para el presente año, se espera que este indicador alcance 5,3%.

La unidad monetaria en Bolivia es el boliviano (BOB). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano US\$ (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) se indican en el siguiente cuadro³.

1.00 US\$	=	6.90998 BOB
Dólar Estadounidense		Boliviano
1 USD = 6.90998 BOB		1 BOB = 0.144718 USD

3.2. Evolución de los principales sectores económicos

Según el Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, el sector más importante de la economía boliviana es el de minas y canteras, el cual representa el 18,4% del PBI total. El sector lo conforman petróleo crudo y gas natural, además de minerales metálicos y no metálicos. Otros sectores relevantes son los servicios de administración pública (14.3%), industria manufacturera (12.8%) y la agricultura, silvicultura, caza y pesca (12.3%).

Como se señaló una actividad fundamental en la económica de Bolivia es la explotación de hidrocarburos (gas y petróleo). Este sector, en las últimas décadas, creció en forma significativa y convirtió a Bolivia en exportador de gas a Brasil y Argentina. Los mayores flujos de inversión extranjera que recibió este país, en los últimos años, tuvieron como destino este sector y los mayores inversionistas fueron España y Brasil. Además, Bolivia es el primer productor mundial de estaño y posee una de las más grandes reservas de litio en el mundo. 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, y frutas tropicales).

El sistema bancario se ha fortalecido pero está muy concentrado; dado que seis bancos representan cerca del 82% de los activos del sistema. El turismo tiene un gran potencial, y en 2014, los ingresos por turismo aumentaron 4,5%; pero solo representaron 2% del PIB.

3.3. Nivel de competitividad

Bolivia ocupó el puesto 157 de 189 economías en el ranking de "Facilidad de hacer negocios" del *Doing Business*; y con ello bajó seis posiciones respecto al ranking del año anterior

Cuadro N° 02

Ranking de Facilidad para hacer negocios 2015							
Criterios	Bolivia	Perú	Chile	Ecuador	Colombia	Brasil	Argentina
Facilidad de hacer negocios	157	35	41	115	34	120	124
Apertura de un negocio	171	89	59	165	84	167	146
Manejo permiso de construcción	129	87	62	59	61	174	181
Acceso a electricidad	127	86	49	120	92	19	104
Registro de propiedades	130	26	45	80	42	138	119
Obtención de crédito	116	12	71	89	2	89	71
Protección de los inversores	160	40	56	117	10	35	62
Pago de impuestos	189	57	29	138	146	177	170
Comercio transfronterizo	125	55	40	114	93	123	128
Cumplimiento de contratos	111	100	64	88	168	118	63
Insolvencia	96	76	73	151	30	55	83

³Para mayor información: www.xe.com

Fuente: Doing Business 2015, Elaboración: PromPerú

4. Comercio exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio comercial de bienes de Bolivia con el mundo⁴

El comercio de bienes de Bolivia con el mundo prácticamente se duplicó entre los años 2010 y 2014; al pasar de US\$ 11 992 millones a US\$ 22 800 millones (variación de 17,4% en promedio anual). El aumento de este flujo comercial estuvo impulsado por el incremento tanto de las exportaciones (17,7% en promedio cada año) como de las importaciones bolivianas (17,2%).

Las importaciones bolivianas de bienes aumentaron de forma sostenida en el último quinquenio. En 2014, estas compras sumaron US\$ 10 535 millones, es decir 12,8% más que el año anterior; y los principales proveedores de este país fueron China (17,1% del total), Brasil (16,1%), Estados Unidos (11,8%), Argentina (11,0%) y el Perú (6,3%).

Cuadro N° 03

Intercambio comercial de Bienes Bolivia – Mundo (millones de US\$)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Prom 14/10	Var % 14/13
Exportaciones	6 402	8 358	11 254	11 657	12 266	17.7	5.2
Importaciones	5 590	7 927	8 578	9 338	10 535	17.2	12.8
Balanza Comercial	812	431	2 676	2 319	1 731		
Intercambio Comercial	11 992	16 286	19 832	20 994	22 800	17.4	8.6

Fuente: Banco Central de Bolivia, Elaboración: PromPerú

4.2. Intercambio comercial de servicios de Bolivia con el mundo

El intercambio comercial de otros servicios⁵ entre Bolivia y el mundo sumó US\$ 3 676 millones en 2014, es decir 41,6% más que el año anterior. Además, este comercio se incrementó sostenidamente a una tasa de 19,5% 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\$ 1 099 millones.

Cuadro N° 04

Intercambio comercial de Otros Servicios Bolivia – Mundo* (millones de US\$)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Prom 14/10	Var % 14/13
Exportaciones	769	880	1 006	1 046	1 288	13.8	23.1
Importaciones	1 032	1 249	1 348	1 555	2 387	23.3	53.6
Balanza Comercial	- 263	- 369	- 342	- 508	-1 099		
Intercambio Comercial	1 801	2 128	2 354	2 601	3 676	19.5	41.3

Fuente: Banco Central de Bolivia, Elaboración: PromPerú

En 2014, las importaciones bolivianas de otros servicios fueron US\$ 2 387 millones, lo que significó un aumento de 53,6%; mientras que el crecimiento promedio anual de estas compras, en los últimos cinco años, fue de 23,3%. Los servicios que registraron los mayores montos de importación fueron transporte (41% de participación) y turismo (20%).

4.3. Intercambio comercial de bienes Perú - Bolivia

El intercambio comercial de bienes del Perú y Bolivia sumó US\$ 1 232 millones en 2014, después de aumentar sostenidamente en los últimos cinco años (16,5% en promedio anual); y como consecuencia del incremento del flujo comercial en ambos sentidos. Por otro lado, este comercio fue positivo para el Perú en el periodo analizado, y en 2014 tuvo un superavit de US\$ 74 millones

Cuadro N° 04

⁴ BCB: Banco Central de Bolivia

⁵ Incluye seguros, servicios de construcción, servicios gubernamentales, servicios de información (software, hardware, procesamiento de datos) comunicaciones y otro servicios de negocios.

Información Comercial: Bolivia - Perú							
(US\$ Millones)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var.% Prom. 14/10	Var.% 14/13
Exportaciones de Perú a Bolivia	384	459	560	589	653	14.2	10.8
Importaciones de Perú desde Bolivia	286	269	466	525	579	19.3	10.4
Balanza Comercial	98	190	95	65	74		
Intercambio Comercial	669	728	1 026	1 114	1 232	16.5	10.6

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

Las exportaciones peruanas a Bolivia se incrementaron 14,2% en promedio cada año entre 2010 y 2014. Estas ventas totalizaron US\$ 653 millones en 2014, es decir 10,8% más que el año anterior; y en gran medida fueron de productos con valor agregado (87% del total).

Cuadro N° 05

Exportaciones por Sectores Económicos			
(US\$ Millones)			
SECTOR	2013	2014	Var.% 14/13
TRADICIONAL	51	83	63.8
<i>Minero</i>	0	0	-26.3
Plata	0	0	-94.7
Zinc	0	0	56.3
<i>Petróleo Y Gas Natural</i>	49	81	64.2
Petróleo, Derivados	49	81	64.2
<i>Agrícolas</i>	1	2	76.9
Algodón	0	1	-
Resto	1	1	-12.0
NO TRADICIONAL	539	570	5.8
Agropecuario	60	63	4.3
Textil	39	42	6.9
Pesquero	3	2	-23.7
Químico	174	183	4.7
Metal-Mecánico	42	44	6.7
Sidero-Metalúrgico	119	130	8.5
Minería No Metálica	26	28	8.4
Maderas Y Papeles	53	60	14.1
Pieles Y Cueros	0	0	-
Varios (Inc. Joyería)	22	18	-18.0
TOTAL GENERAL	589	653	10.8

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

Las exportaciones no tradicionales a Bolivia, en 2014, aumentaron 5,8% con relación al año anterior; y casi la totalidad de sectores tuvieron un comportamiento positivo: agropecuario (4,3% de incremento), textil (6,9%), químico (4,7%), metal mecánico (6,7%), sidero-metalúrgico (8,5%), minería no metálica (8,4%) y maderas y papeles (14,1%).

A continuación se presentan los principales productos no tradicionales exportados a Bolivia.

Cuadro N° 06

Bolivia: Principales productos no tradicionales									
(US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	Var.% Prom. 14/10	Var.% 14/13	Part. % 2014
7214200000	Barra de hierro o acero sin alear	39	55	57	63	65	14.1	2.9	11.5
9619001000	Pañales para bebés	18	6	23	24	29	12.7	21.7	5.0
2523290000	Cemento portland, exc. coloreado	1	5	17	18	22	108.9	22.2	3.8
7216210000	Perfiles de hierro o acero en I, laminados	9	11	14	15	16	16.5	3.8	2.8
3920100000	Placas, láminas de polietileno	18	15	20	14	16	-2.7	8.8	2.8
3402200000	Preparaciones para lavar, de limpieza	11	13	13	15	11	-1.4	-28.4	1.9
6006220000	Tejidos de punto de algodón teñidos	4	5	6	5	10	25.7	99.1	1.7
1905310000	Galletas dulces (con adición de edulcorante)	5	7	8	8	9	15.2	14.2	1.6

5506300000	Fibras acrílicas o modacrílicas	6	6	6	8	9	10.3	19.5	1.6
3303000000	Perfumes y aguas de tocador.	6	7	10	10	9	9.0	-12.7	1.5
	Resto	267	310	358	359	376	8.9	4.6	65.9
TOTAL		365	434	530	539	570	11.8	5.8	100.0

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

5. Acceso al mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias

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 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): 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° 07

Bolivia: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	7214200000	barra de hierro o acero sin alear	2	Brasil (64%) Argentina (5%) México (2%)	10%	0%
2	9619001000	Pañales para bebés	1	Colombia (30%) Argentina (5%) México (3%)	10%	0%
3	2523290000	Cemento portland, exc coloreado	1	Argentina (6%) Brasil (0%) Chile (0%)	10%	0%
4	7216210000	Perfiles de hierro o acero en l, laminados	1	Brasil (27%) Turquía (10%) Argentina (4%)	10%	0%
5	3920100000	Placas, láminas de polietileno	1	Brasil (7%) Argentina (7%) Chile (5%)	10%	0%
6	3402200000	Preparaciones de lavar, de limpieza	1	China (16%)	10%	0%

				Argentina (5%) Indonesia (4%)		
7	6006220000	tejidos de punto de algodón teñidos	1	Brasil (35%) Colombia (1%) China (0%)	20%	0%
8	1905310000	galletas dulces (con adición de edulcorante)	1	Argentina (10%) Brasil (4%) Chile (4%)	10%	0%
9	5506300000	fibras acrílicas o modacrílicas	1	México (9%) India (1%) Brasil (0%)	5%	0%
10	3303000000	Perfumes y aguas de tocador.	1	Colombia (23%) Francia (19%) Argentina (5%)	10%	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 detallada sobre las normas técnicas de Bolivia consultar la página web del IBNORCA.

IBNORCA: Normas técnicas

www.ibnorca.org

Requisitos de etiquetado textil para países de la CAN⁶

El etiquetado de textil debe incluir la siguiente información mínima:

- ✓ Composición de Materiales Textiles.
- ✓ Instrucciones de Cuidado y Conservación.
- ✓ Identificación del Fabricante y/o Importador.
- ✓ País de origen.
- ✓ Talla o dimensiones.

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 2014. Los bajos ingresos de la población establecen un límite natural para la expansión de las TIC de alto valor añadido.⁷

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

⁶ Fuente: Guía de etiquetado para alimentos y productos textiles PRO ECUADOR

⁷ Euromonitor

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. De junio de 2013 a junio de 2014, el número de teléfonos inteligentes (smartphones) que tienen el servicio de internet casi se ha triplicado.

En cuanto al acceso a internet, al mes de diciembre de 2014 las conexiones de servicio de acceso a internet alcanzaron 4 981 685 conexiones, 40,0% más que el 2013. Con esta cifra la penetración de la cantidad de conexiones al servicio de Acceso a Internet en el país alcanza a 47,5%, y se ratifica a Santa Cruz como la región con más accesos y mayor porcentaje de crecimiento del servicio de Internet con 1 630 189 conexiones y 25,3% de crecimiento. El Departamento con la menor cantidad de conexiones al servicio de Internet es Pando con tan sólo 43 708.

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 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.

Actualmente, la industria del software es un sector debilitado por la carga impositiva, particularmente por el IVA, al no reconocer a la producción intelectual como materia prima para los servicios, obligando al pago de prácticamente la totalidad de los impuestos (13%). Además, los insumos fundamentales para el desarrollo de la industria como es la educación, libros, programas, computadoras y otros equipos de comunicación están grabados con diversos impuestos que elevan los precios de la producción nacional.⁸

Sin embargo, está en proyecto el establecimiento de una Ley de Promoción de la Industria del Software, dentro de la cual destaca lo siguiente:

- Los sujetos que se adhieran a este régimen gozarán de estabilidad fiscal por diez (10) años contados a partir del momento de la entrada en vigencia de la presente Ley.
- Las importaciones de productos informáticos que realicen los sujetos que se adhieran a este Régimen quedan excluidas de las restricciones para el giro de divisas que correspondan al pago de importaciones de hardware y demás componentes de uso informático que sean necesarios para las actividades de producción de software.
- Los beneficiarios del régimen que desempeñen actividades de investigación y desarrollo en software y/o procesos de certificación de calidad de software podrán convertir en un bono de crédito fiscal intransferible hasta el 70 % de las contribuciones que hayan efectivamente pagado sobre la nómina, salarial total, y utilizarlos para la cancelación de tributos nacionales, en particular el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

6.2. Oportunidades en el sector editorial

Según Cerlac (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe), en 2013, Bolivia registro un monto importado de libros de US\$ 14,2 millones. Las características de la economía boliviana así como el nivel educativo ocasionan que los libros sean percibidos como bienes de lujo; por ello su consumo se encuentra restringido a pequeñas clases sociales con mayor poder adquisitivo.

Acorde con un estudio realizado por CERLAC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe) la mayoría de las editoriales son pequeñas, y 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

⁸ Fuente: Autoridad de Fiscalización y Regulación de Telecomunicaciones y Transporte

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. Por ello, el crecimiento registrado coloca a la producción boliviana por encima de Guatemala, Honduras y Panamá. El rango de precios es entre US\$ 15 a 30, específicamente para los libros universitarios.

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, según la clasificación Nandina, comprenden productos como 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 de este tipo de bienes, lo cual está directamente 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, el Servicio de Impuestos Internos (SIN) dará cumplimiento al artículo 8 de la Ley N°366 “Ley del Libro y la Lectura” en la que se establece la tasa cero del Impuesto al Valor Agregado (IVA), en la venta de libros nacionales e importados. La normativa incluye a todos los contribuyentes cuya actividad sea la venta de libros de producción nacional e importada. Vigente a partir de junio del 2013⁹

En el primer semestre de 2014, se registraron 503 títulos con ISBN en Bolivia, resultado inferior en 4,6% al reportado en el mismo periodo en 2013.

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 número de posiciones armadas entre todos los call center es alrededor de 1 200 y el precio offshore varía entre US\$ 6 a 8 la hora.

Cabe destacar que 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 tiempo cerraron un contrato con FlatWorld, empresa hindú con más de doce años de experiencia en el sector call center. Asimismo, ambas empresas atienden un servicio español de transcripción y tienen la proyección de incrementar el número de posiciones en los próximos años.

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 logística¹⁰

Los usuarios de servicios logísticos corresponden a las empresas bolivianas exportadoras e importadoras y los montos facturados por el uso de estos servicios están relacionados directamente con el comportamiento de las exportaciones e importaciones del país. Como se mencionó anteriormente, el intercambio comercial de servicios de Bolivia ha registrado un crecimiento promedio de 19,5% en los últimos cinco años, dando lugar a una mayor demanda de los servicios logísticos.

El intercambio comercial de bienes del país con el mundo sumó, en 2014, US\$ 22 800 millones, 8,6% mayor al 2013. Así mismo el intercambio comercial de Perú con Bolivia registro un crecimiento del 10,6% en 2014 y alcanzó un monto de US\$ 1 232 millones.

⁹ Fuente: <http://www.culturande.org/Noticia.aspx?IdNoticia=1682>

¹⁰ Fuentes: SIICEX Guía de Mercado de Bolivia 2013.

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 – Columba (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), con un tiempo aproximado de tránsito de 3 horas y 30 minutos, vía carretera
- Corumbá – Puerto Suárez (Brasil), 23 horas y 45 minutos, vía carretera.
- Pocitos – Yacuiba (Argentina), 9 horas de tránsito, 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. Todo el proceso se ve favorecido por la apertura de centros comerciales, presencia de mayor número de extranjeros y el aumento del poder adquisitivo de la población.

Según la cámara boliviana de franquicias (CAFRAN), en Bolivia operan más de 250 franquicias. Del total, el 53% está inmerso en el sector de la comida; 31% en vestimenta, 7% en a la actividad industrial y el resto en otras áreas.

Cafran funciona desde 2013 y busca aglutinar a todas las empresas que operan con esta forma de negocio, muy extendida en el mundo y la región, y que en los últimos años ha despegado en el país gracias a la apertura de grandes centros comerciales, en especial en la ciudad de Santa Cruz. Miguel Mardoñez, presidente de la Cafran, señaló que en la actualidad el país ofrece muchas facilidades para el asentamiento de más marcas internacionales que usan este modelo de negocio. Explicó que a diferencias de otros países, en Bolivia, todas las empresas (incluyen las franquicias) se regulan a través del código de comercio.

El sector gastronómico es el que más se expande en este tipo de modelo de negocio, 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. Se destacan empresas nacionales como: Manjar de Oro, la Casa del Camba y el Jardín de Asia, que logró franquiciar un restaurante en la ciudad de La Paz. Actualmente, hay dos franquicias gastronómicas peruanas en este mercado: Tanta y Rokys¹¹.

La mayor demanda se localiza en los principales centros urbanos, 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 tales como Tarija, Sucre y Trinidad.

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 y de modificación del franquiciador.

En el caso de las franquicias en el sector textil como rapsodia, Ricky Sarkany, etc. se ha detectado que uno de los puntos en el que se da mayor énfasis es en el de atención al cliente, el franquiciado trata de cuidar mucho este aspecto hasta conseguir un buen equipo de ventas y lograr que el cliente se sienta asesorado personalmente.

¹¹ Portafolio de franquicias 2011, PromPerú

Con respecto al público objetivo, se debe diferenciar el sector gastronómico del textil. En el primero, el alcance es mayor debido a que el público puede ser de clase alta o baja, y en el sector textil se restringe al ciudadano boliviano de clase alta debido a que se establecen mayores precios.

El sector de las franquicias en Bolivia es un nicho de negocio en ascenso, prueba de ello es que durante el 2014 el número de las mismas se incrementó en un 50%, así lo afirmó Miguel Mardoñez, presidente de la Cámara Boliviana de Franquicias (Cafran). A nivel nacional existen entre 70 a 100 modelos de licencias internacionales de las cuales Santa Cruz concentra más del 60%. El sector tradicional de crecimiento de las franquicias es el gastronómico, pero están ingresando con bastante fuerza los sectores de belleza e indumentaria.

De acuerdo al estudio que realizó la empresa “Franquicias América”, de todas las marcas asentadas en Bolivia, un 62% son extranjeras y un 38% son nacionales, de todas casi la mitad han realizado inversiones entre US\$ 100.000 hasta US\$ 250.000.

7. Tendencias del consumidor

En la medida que la economía boliviana tuvo un importante crecimiento en los últimos años; el ingreso y el gasto de los consumidores también se incrementó. A pesar de ello, Bolivia es un país predominantemente pobre y uno de los menos desarrolladas de América del Sur; lo cual obliga a todos los miembros del hogar a trabajar para mantener a la familia

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

Independientemente de los recientes aumentos en los ingresos, la desigualdad sigue siendo un problema económico y social importante. A su vez, 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 la sociedad que es de ascendencia española posee la mayor parte de la riqueza, mientras que la mayoría de los quechua (30%), mestizos (30%) y aymaras (25%) vive en condiciones de pobreza.

Según un artículo del diario The Guardian de Reino Unido, 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 del 38% al 25%. Mientras que CEPAL señala que Bolivia es uno de los pocos países que ha reducido la desigualdad, y que una de las herramientas claves en la reducción de la pobreza ha sido la distribución amplia del excedente económico entre la población, a través de aumentos salariales y programas sociales.

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 que en 2014 aumentó 10,5%.¹²

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.

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 adicionales¹³:

¹² Euromonitor

¹³ Kwintessential

- 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 deben 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.

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
Cámara Boliviana de Franquicias	http://www.cafran.org/

10. Eventos Comerciales

Cuadro N° 11

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Feria Internacional de Cochabamba 2015	Servicios Empresariales	Cochabamba	Del 23 al 3 de mayo del 2015	http://www.feicobol.com.bo/
Feria integral de la mujer	Belleza, moda y Servicios	Santa Cruz de la Sierra	Del 7 al 11 de mayo del 2014	http://www.fexpocruz.com.bo/es/feria_det.aspx?id=5
FIPAZ- Feria Internacional de La Paz 2015	Feria Industrial	La Paz	Del 28 de octubre al 8 noviembre del 2015	http://www.fipaz.com.bo/

11. Bibliografía

- FMI
- INE – Bolivia
- Euromonitor International: Country Profile
- Banco Central de Bolivia
- SUNAT
- Trade Map
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe

- Cámara Boliviana de Franquicias
- Reporte de Competitividad Mundial de la OMC
- Ferias internacionales: www.nferias.com