

Presentación del PDM Bolivia

Adder Ayllón Aliaga

aayllon@mincetur.gob.pe

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

14 de agosto de 2019

Lima, Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio
de Comercio Exterior

Contenido

- ❖ **PDM BOLIVIA**
- ❖ **INFORMACIÓN GENERAL Y CULTURA DE NEGOCIO**
- ❖ **ACUERDOS COMERCIALES Y LOGÍSTICA**
- ❖ **ANÁLISIS COMERCIAL POR SECTOR**
- ❖ **OPORTUNIDADES COMERCIALES**
- ❖ **PRODUCTOS PRIORIZADOS**

PDM Bolivia



PDM

Información general y cultura de negocios

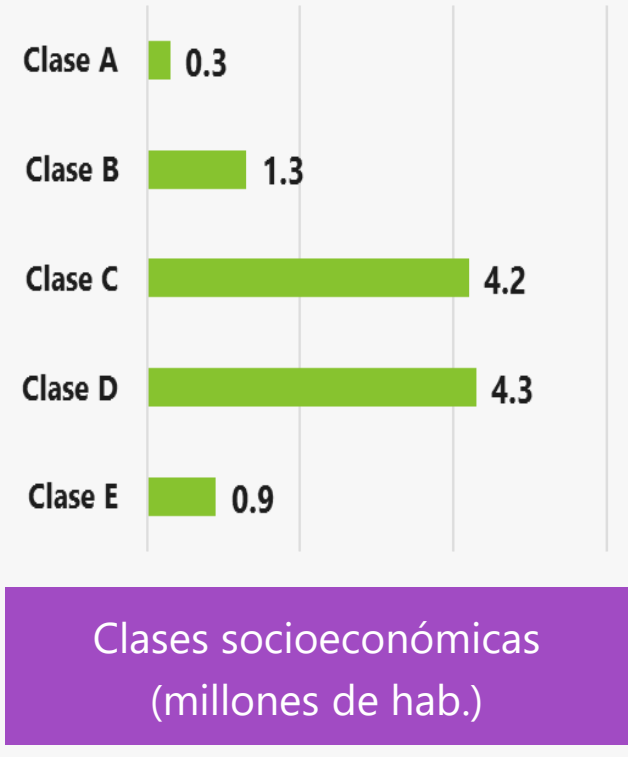
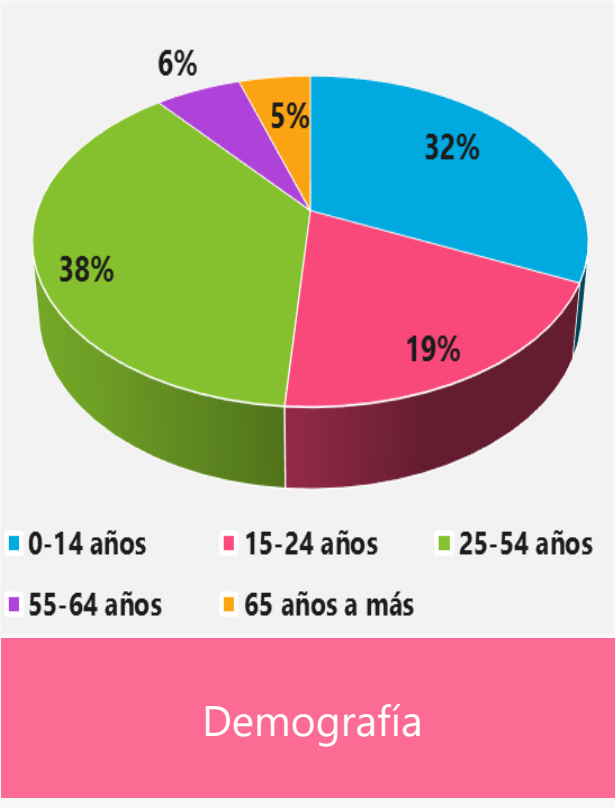
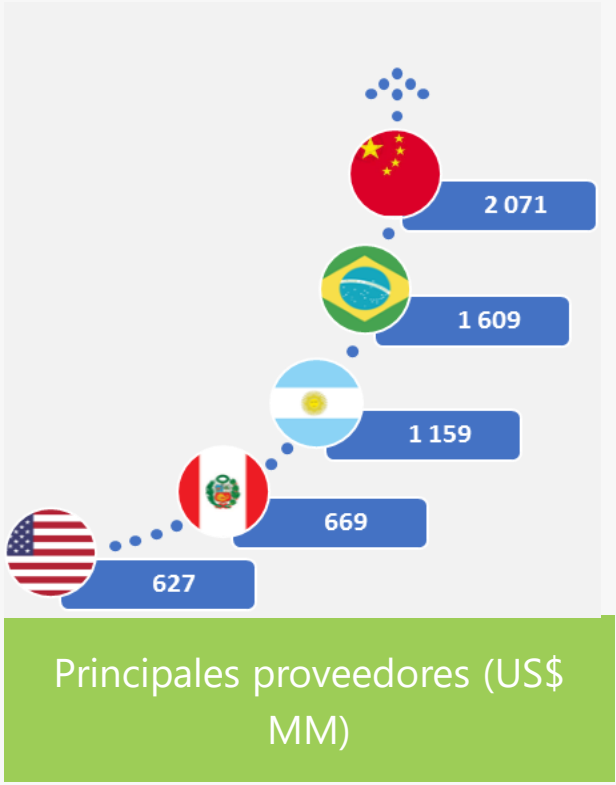
11 millones de habitantes

Moneda oficial: Boliviano (BOB)

PBI (ppp) en USD miles de millones: 84,10

PBI per cápita (ppp) en USD: 7 476,94

Entorno económico



El empresario boliviano trata de conocer a la persona antes de hacer negocios, es recomendable tomar el tiempo necesario en conocer a sus clientes del altiplano

Es relevante el valor de la formalidad (protocolos), jerarquía, comunicación directa, las relaciones personales y confianza en Bolivia. La puntualidad por la contraparte es bien visto, con una tolerancia de entre 15 a 30 minutos.

Al negociar, existen marcadas diferencias entre el perfil del empresario de occidente y oriente de Bolivia. La toma de decisiones es jerárquica y para cerrar el negocio se necesita de tiempo.

Acuerdos comerciales y desempeño logístico

10 Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1. ALADI | 6. Colombia – CAN |
| 2. Cuba – ALADI | 7. Perú – CAN |
| 3. Nicaragua – ALADI | 8. México |
| 4. Venezuela – ALADI | 9. Mercosur |
| 5. Ecuador – CAN | 10. Chile |

Sistemas preferenciales unilaterales

- | | |
|-------------------|-----------|
| 1. Estados Unidos | 4. Canadá |
| 2. Unión Europea | |
| 3. Japón | |

Acuerdos Comerciales

Fuente: Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Bolivia

Logística



Logistics Performance Index – LPI
puesto 138 de 160 países

7% Principales productos

- Condimentos y sazónadores
- Jabón en barra
- Demás pastas
- Preparaciones para lavar y de limpieza
- Ajinomoto



78% Principales productos

- Perfiles de hierro o acero
- Carbonato de sodio
- Art. Para envasado de plásticos.



15% Principales productos

- Perfumes, colonias, otros.
- Huevos y aves vivos
- Tarjetas inteligentes



ITINERARIO COMERCIAL GENERAL PARA ENVÍOS AÉREOS DE PERÚ A BOLIVIA

AEROPUERTO O ORIGEN	PUERTO DESTINO	NAVIERA	FREC.	T/T
Lima AJCHI	La Paz	Latam Cargo	Diario	01 h 55 min

FLETE AÉREO PROMEDIO

0-50 kg	51-100 kg	101-300 kg	301-500 kg	501-1 000kg
USD 3.1 / kg	USD 2.7 / kg	USD 2.7 / kg	USD 2.6 / kg	USD 2.6 / kg

Fuente: <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/home>

Análisis comercial del sector alimentos procesados



Datos del sector

Destino atractivo para exportadores de alimentos y bebidas listas para consumir.

La industria boliviana de alimentos destaca en la molinería, carnes frescas y elaboradas, lácteos, azúcar y confitería.

Las importaciones de alimentos procesados al septiembre de 2017 registró un valor CIF de USD 437 millones.

Las principales zonas o regiones de consumo son Santa Cruz, La Paz y Cochabamba.

Entre las actividades económicas con mayor desempeño se encuentran las industrias vinícolas y otras bebidas fermentadas, productos lácteos, de alimentos para animales, productos de molinería, preparaciones de carne, de aceites y grasas vegetales y animales, bebidas no alcohólicas, aguas y gaseosas, entre otros.

Análisis comercial del sector alimentos procesados



Canales de distribución

- Importadores, distribuidores y mayoristas
- Cadenas de Autoservicio (supermercados, hipermercados y tiendas en estaciones de servicios)
- Tiendas tradicionales especializadas
- Pequeñas tiendas independientes (tiendas de barrio).



Fuente: Hipermaxi, supermercado líder en Bolivia



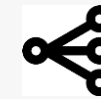
Principales grupos

- Nestlé Bolivia S.A.
- Minoil S.A.
- PIL Andina S.A.
- Ajinomoto del Perú
- Wiloc S.R.L.
- Naturex S.R.L.
- SIGMA
- Alimentos canuelas Bolivia S.R.L.
- Importaciones Quemafex S.R.L
- Masivos R & A Importaciones S.R.L.
- Arcor Alimentos Bolivia S.A.
- Mondelez de Alimentos Bolivia S.R.L.



Tendencias del mercado

- Los bolivianos incluyen en su dieta diaria cada vez más productos ultra procesados.
- La comida empaquetada continuó presentando un fuerte crecimiento en términos de demanda, este crecimiento se influye primordialmente por categorías emergentes de productos y por los esfuerzos en innovación de empresas.



Segmento de mercado

- Las familias en Bolivia destinan un 63 % de su presupuesto a la compra de alimentos (procesados y frescos).
- La estructura de gasto de los hogares, éstos compran alimentos y bebidas para su consumo dentro (la compra de legumbres, hortalizas, tubérculos, lácteos, carnes, frutas y otros) y fuera (restaurantes, pensiones, cafés y establecimientos similares) del hogar.

Análisis comercial del sector alimentos frescos



Datos del sector

La demanda boliviana por alimentos frescos destacan los cereales, leche, frutas, semillas y frutos oleaginosos, pescados, café, té, hierba mate y especias, y hortalizas.

Las importaciones de alimentos frescos al septiembre de 2017 registró un valor CIF de USD 285 millones.

Bolivia no logra abastecer la demanda interna y la oportunidad se encuentra en complementarse con los países vecinos, en este caso con el Perú, del cual ya se importa cantidades importantes en frutas, hortalizas y papa.

Además de proveer al importador/distribuidor/mayorista, se recomienda realizar visitas comerciales a supermercados de Bolivia y llevar muestras, ya que los mismos suelen comprar productos importados directamente, siempre que el producto sea de consumo masivo para sus clientes finales.

Análisis comercial del sector alimentos procesados



Canales de distribución

- Importadores, distribuidores y mayoristas
- Cadenas de Autoservicio (supermercados, hipermercados y tiendas en estaciones de servicios)
- Tiendas tradicionales especializadas
- Pequeñas tiendas independientes (tiendas de barrio).



Fuente: Hipermaxi, supermercado líder en Bolivia



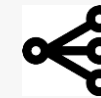
Principales grupos

- Nexolider
- Comercial Bater forte
- Aidisa
- Companex
- Proesa
- Minoil
- Madisa
- Masivos R&A Importaciones SRL
- Fidalga
- Ketal
- Hipermaxi



Tendencias del mercado

- Los principales canales de venta para los compradores bolivianos son las tiendas de barrio tradicionales y los mercados tradicionales. Para los productos frescos tradicionales, como frutas, hortalizas y pescados suelen visitar los mercados de abasto cercanos al menos una vez a la semana.



Segmento de mercado

- El 70% de los bolivianos se encuentran en los NSE C y D.
- El ingreso promedio mensual por hogar de la clase C es de USD 492 y de la clase D de USD 332. El segundo grupo, lo conforman la clase A y B con ingresos de 2 563 USD y USD 872

Análisis comercial del sector textil y confecciones



Datos del sector

Se caracteriza por ser un sector importador más que productor, tanto de telas como prendas de vestir, pasando de fabricante a comercializador.

Las importaciones de textiles y confecciones en el 2017 fue de USD 229 millones, destacando fibras sintéticas, tejidos de algodón, tejidos de punto, prendas de vestir de punto, prendas de vestir, excepto de punto.

Actualmente, el 90% de la industria textil en Bolivia se concentra en el eje central del país: 60% en La Paz, 17% en Cochabamba y el 13% en Santa Cruz.

La industria textil boliviana se divide en fabricación masiva, y en diseño y moda.

Análisis comercial del sector textil y confecciones



Canales de distribución

- Importadores/distribuidores directos
- Distribuidores/representantes de marca
- Tiendas por departamentos
- Mercados locales
- Otras tiendas minoristas / boutiques (independientes)



Fuente: D'Rossell, Cochabamba



Principales grupos

- Fair Play S.R.L. (t-shirts, chompas, sacos, chaquetas, medias, vestidos)
- Azzorti S.R.L. (camisas y blusas de punto)
- RyQ Inversiones (blusas de punto)
- Benbol Ltda (chompas)
- Megadeporte S.R.L. (trajes, sacos, chaquetas).
- Pecor S.R.L. (trajes, sacos, chaquetas)
- Remotexbo S.A. (representante de la marca Benetton)



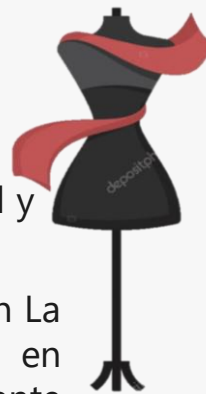
Tendencias del mercado

- A pesar que los consumidores de Bolivia compran las prendas más en mercados locales que en centros comerciales y supermercados, se prevé que continúen abarcando mayor cuota de mercado.
- La región de mayor consumo es Santa Cruz, adquieren productos de mayor calidad, adecuados al clima húmedo y caliente. En La Paz y Cochabamba compran basados en la relación precio-calidad. En el caso de la paz prevalecen las chaquetas, chompas, pantalones de tela, calzas y botas.



Segmento de mercado

- Los consumidores del NSE A valoran la calidad, NSE B la calidad y precio.
- En Bolivia existen 4 grandes centros comerciales: Megacenter en La Paz, Ventura Mall y las Brisas en Santa Cruz y Hupper Mall en Cochabamba. En cuanto a los supermercados existen actualmente cerca de 60 locales centralizados, principalmente en las ciudades de Santa Cruz, Cochabamba y La Paz.



Productos priorizados

T-shirts de algodón



Camisas y blusas



Ropa para bebé de algodón



Tejidos de punto de algodón



Mariscos congelados



Pescados congelados



Productos priorizados

Conservas de pescado



Pollos a la brasa



Servicios de ingeniería en geotecnia



Fast food (peruano)



Oportunidades comerciales

Galletas dulces



Formas de presentación



Producto: Wafer / obleas
 Precio: USD 1,17
 180 gramos
 Origen: Brasil



Producto: Galleta y obleas de vainilla
 Precio: USD 0,64
 92 gramos
 Origen: Argentina



Producto: Galletas de chocolate
 Precio: USD 2,51
 396 gramos
 Origen: Colombia



Producto: Galleta cubierto de chocolate
 Precio: USD 1,15
 201 g
 Origen: Perú



Producto: Galletas especiales
 Precio: USD 1,79
 400 gramos
 Origen: Bolivia



Producto: Mix de galletas
 Precio: USD 2,60
 400 gramos
 Origen: Argentina



Estadística

2018

Importaciones en CIF
 PA 1905.31.00.00

USD 10 millones



Tendencias del mercado



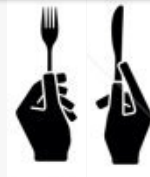
Galletas dulces, cuyo consumo se encuentra en ascenso, especialmente los surtidos (de distintos sabores) de 1 kg.



Posee una industria consolidada. Existen más de 500 empresas entre fabricantes y comercializadoras de galletas.



Los principales son los centros comerciales, supermercados y tiendas de confitería.



Formas de consumo y usos

Consumo per cápita promedio anual de galletas es de 5 kg

- La presentación más vendida es el 6 pack, la temporada de mayor demanda es en época navideña
- Principales galletas dulces: "galletas wafer y rellenas", consumidos mayormente "en el desayuno y meriendas de manera complementaria."

Fuente: Kantar Worldpanel



Factores competitivos

Demanda insatisfecha



Buena relación calidad y precio



Factor distancia
 Principal proveedor



Principales competidores de Sudamérica



Oportunidades comerciales

Condimentos y sazonadores



Formas de presentación



Producto: Sazonador para arroz y carnes
 Precio: USD 5,31
 Caja con 3 sobres de 12 gramos
 Origen: España



Producto: Preparado para empanizar carnes
 Precio: USD 0,99
 Sobre de 60 g
 Origen: El Salvador



Producto: Salsas y aderezos (guisos) molidos
 Precio: USD 4,2 – USD 6,0
 10 sobres de 5 gramos
 Origen: Brasil



Producto: Sazonador de ají
 Precio: USD 1,58
 Sobre de 28 gramos
 Origen: Estados Unidos



Producto: Caja de 6 sobres de 7 gramos cada uno
 Precio: USD 0,43 – 0,50
 Unidad



Estadística

2018

Importaciones en CIF
 PA 2103.90.20.00



USD 8,9 millones



Tendencias del mercado

Incremento de la compra de condimentos, aderezos y sazonadores preparados (en polvo y molido).
 Entre 2012 y 2017 la importación aumentó en un 70%.
 Producto de consumo masivo, especialmente en los departamentos del eje troncal de Bolivia. Se prevé el crecimiento de las salsas preparadas.



Formas de consumo y usos

Como ingrediente en:

- Fiambres (embutidos)
- Carnes (pollo, res y pescado)
- Entradas (ensaladas)
- Arroz
- Platos culinarios

Principales condimentos: orégano, ajo molido, ají amarillo y rojo.

Producto de consumo diario (7 g) en las cocinas bolivianas.



Factores competitivos

Cercanía, precio competitivo, reconocimiento del sabor de los condimentos peruanos, posicionamiento consolidado



Principal proveedor



Principales competidores de Sudamérica

Oportunidades comerciales

Botellas de plástico



Formas de presentación



Estadística

2017

Importaciones en CIF
PA 3923.30.20.00

USD 3,1 millones



Tendencias del mercado



Crecimiento en el consumo de bebidas en botella de plástico, afianza la proveeduría de envases de este material para agua, yogurt, gaseosas, entre otros. Empacar, principal fabricante de botellas PET moviliza 30 mil toneladas. Siete de cada diez botellas de plástico son producidas por esta empresa.



Formas de consumo y usos

Los principales consumidores intermedios de este tipo de productos son las industrias.

Utilización de botellas de plástico es cada vez más grande, sobre todo botellas individuales de 620 ml y de 1 l. El consumo de refrescos familiares ha incrementado las presentaciones de 3 l.

Existe una tendencia del consumo de jugos de frutas naturales en envases del tetra pack, la presentación en botellas de 1,5 l y 2 l



Factores competitivos



Ubicación cercana

Costos de materiales, insumos y presentaciones competitivas



Certificación ISO 9000 y BPM



2do principal proveedor



Principales competidores