

CÓMO HACER NEGOCIOS CON BOLIVIA 2018

1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

Acuerdo de Complementación Económica entre Chile y Bolivia (ACE 22): Con el ánimo de incrementar su relacionamiento comercial, Chile y Bolivia suscribieron el 06 de abril de 1993 el Acuerdo de Complementación Económica N° 22 (ACE N° 22). En síntesis, este Acuerdo tiene entre otros objetivos, sentar las bases para una creciente y progresiva integración de las economías de Chile y Bolivia.

En materia de Protocolos, a la fecha se han incorporado 16 Protocolos Adicionales donde a nivel comercial el más importante es el 15º Protocolo Adicional, que entró en vigor el 8 de diciembre del año 2006, donde Chile otorgó el 100% de preferencia arancelaria a las importaciones de cualquier producto originario de Bolivia, excepto los productos contenidos en el Sistema de Bandas de Precios de Chile (azúcar, trigo y harina de trigo). Adicionalmente, en el VII Protocolo Adicional (30/07/97) se ampliaron las preferencias arancelarias concedidas por Bolivia a 306 ítems.

Desde la entrada en vigencia del Acuerdo de Complementación Económica Chile – Bolivia ACE 22 (año 1993), Chile ha mantenido una balanza comercial superavitaria. El comercio bilateral al año 2017 sumó US\$1.321 millones, donde Chile exportó a Bolivia US\$1.212 millones e importó desde Bolivia US\$119 millones, según el Banco Central de Chile.

Las exportaciones a Bolivia presentan una serie de características específicas, que las hacen diferentes a las exportaciones totales de Chile. Si bien es cierto son relativamente pequeñas, se encuentran menos concentradas en productos y empresas y presentan un mayor componente de valor agregado. Es más, Bolivia es el país de destino que presenta la mayor proporción de bienes industriales y productos no cobre.

La posición de Chile en el ranking importador de Bolivia ha variado en los últimos 12 años entre la 4ª y la 8ª posición. Por otra parte, la posición de Bolivia en el ranking exportador chileno, en el mismo periodo señalado, ha variado entre el 7º y el 26º lugar.

Acuerdo Para La Promoción Y Protección Recíproca De Inversiones: El 4 de abril de 2014, el Gobierno Boliviano promulgó la Ley N° 516 de Promoción de Inversiones, la cual tiene el objetivo de establecer el marco jurídico e institucional general para la promoción de las inversiones en el Estado, a fin de contribuir

al crecimiento y desarrollo económico y social del país. La norma se aplica para las inversiones bolivianas y extranjeras que se realicen en el territorio.

Esta ley tiene los siguientes rasgos distintivos: otorga un rol preponderante al Estado en la economía y en el desarrollo económico y social, así como en la planificación y la dirección de los sectores estratégicos. Al mismo tiempo promueve la inversión (privada y estatal) orientada al desarrollo de sectores productivos no tradicionales y señala que las relaciones jurídicas entre el Estado y los inversionistas se basan en la seguridad jurídica, esto es en reglas claras, precisas y determinadas.

Hay que tener presente que la Constitución Política del Estado Plurinacional (promulgada el 7 de febrero de 2009) señala a su turno que el Estado “reconoce, respeta y protege la iniciativa privada, para que contribuya al desarrollo económico y social, y fortalezca la independencia económica del país”, establece las bases de la economía plural sobre la que se orienta la actual organización económica de Bolivia y que comprende, entre otros aspectos, “el respeto a la iniciativa empresarial y la seguridad jurídica” y la priorización de la inversión boliviana frente a la inversión extranjera, debiendo ésta “someterse a la jurisdicción, leyes y autoridades bolivianas, no pudiendo invocarse situación de excepción ni apelar a reclamaciones diplomáticas para obtener un tratamiento más favorable”.

De acuerdo a información del Departamento de Inversiones en el Exterior (DIRECON), el stock de IED chilena en Bolivia en la gestión 2016 alcanzó la suma de US\$ 141,7 millones. Por sectores, servicios fue el principal destino de las inversiones directas generadas en Chile con una participación del 53%, seguido de industria y energía. Prácticamente, la totalidad de las inversiones se materializó en el período 1992-1999, de manera que en los años posteriores sólo se han registrado inversiones menores. Cabe mencionar que no se cuentan con montos oficiales sobre las inversiones de bolivianas en Chile.

Para Chile, las oportunidades de inversión en Bolivia se concentran en servicios, como: transporte (principalmente terrestre), financieros, audiovisuales y comercio, además de la industria de alimentos y bebidas, los sectores de la construcción, el sector manufacturero y el metalmecánico.

2. COMERCIO CON CHILE

Comercio Bilateral					
MM US\$					
	2014	2015	2016	2017	Var 15/14
Exportaciones según Banco Central (incluye zona franca)	1.702	1.286	1.208	1.202	-1%
Exportaciones Chile base Aduanas	532	441	374	338	-10%
Importaciones desde Bolivia	161	109	115	119	4%

Fuente: Inteligencia Comercial en base a cifras del Servicio Nacional de Aduanas y Banco Central

Durante el año 2017 las exportaciones se redujeron en un 1% respecto al mismo periodo anterior pasando de US\$1.208 MM la gestión 2016 a US\$ 1.202 MM.

Es importante explicar que Bolivia es el principal mercado extranjero para la Zona franca, (53% de las ventas extranjeras) y dentro de estas los principales rubros son: automotriz, menaje, prendas de vestir y textil.

Exportaciones Chilenas 2014-2015 según su origen					
MM US\$					
	2014	2015	2016	2017	Var 15/14
Exportaciones					
Productos y servicios chilenos (Aduana)	262	257	272	221	-19%
Exportaciones productos no chilenos (Región 20 Aduana)	270	184	102	117	14%

Fuente: Inteligencia Comercial en base a cifras del Servicio Nacional de Aduanas y Banco Central

Chile exportó MMUS\$ 338 en 2017, según base de Aduanas, de los cuales MM US\$221 corresponden a productos y servicios de origen chileno, y MM US\$117 a productos que son de origen extranjero, que son nacionalizados y finalmente exportados a Bolivia. Las exportaciones de productos de origen chileno, disminuyeron -19%, mientras que las importaciones totales de Bolivia se incrementaron en 4%.

Durante el año 2017, los principales productos exportados chilenos a Bolivia fueron: Vehículos automóviles, camionetas, automóviles de turismo, volquetas, preparaciones compuestas no alcohólicas, los demás calzados con suela de caucho, aceites combustibles destilados, gasolina, los demás tejidos de fibras artificiales discontinuas, entre otros. (Ver cuadro).

En cuanto a las importaciones desde Bolivia, los principales productos que componen la oferta son minerales de cobre y sus concentrados, harinas de tortas de aceite de soja, tortas de la extracción de aceite de soja, los demás. (Ver cuadro).

Partidas Del Comercio Bilateral Chile- Bolivia 2017
(En Millones De US\$)

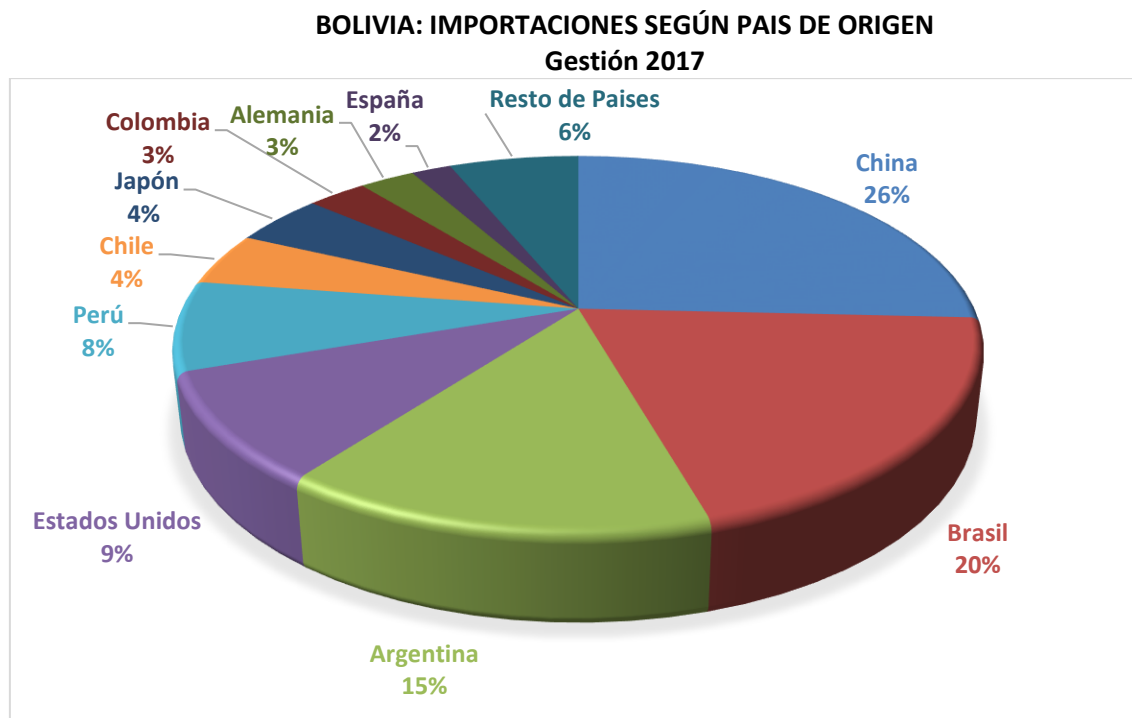
SACH	Descripción	PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS	MMUS\$
87021091	Vehículos automóviles para transporte de diez o más personas, incluido el conductor, con motor de émbolo (pistón), de encendido por compresión (Diesel o semi-Diesel), de cilindrada superior a 2.500 cm ³		116
87043121	Camionetas para el transporte de mercancías, con motor de émbolo (pistón), de encendido por chispa, de peso total con carga máxima inferior o igual a 5 t, con capacidad de carga útil superior a 500 kilos, pero inferior o igual a 2.000 kilos		66
87032391	Automóviles de turismo, con motor de émbolo (pistón) alternativo, de encendido por chispa, de cilindrada superior a 1.500 cm ³ , pero inferior o igual a 3.000 cm ³		57

87041090	Las demás volquetas automotores concebidos para utilizarlos fuera de la red de carreteras	41
21069020	Preparaciones compuestas no alcohólicas para la fabricación de bebidas	38
64041900	Los demás calzados con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil	24
27101940	Aceites combustibles destilados (gasoil, diesel oil)	24
87032491	Automóviles de turismo, con motor de émbolo (pistón) alternativo, de encendido por chispa, de cilindrada superior a 3.000 cm ³	20
27101222	Gasolina para vehículos terrestres, sin plomo, de 93 octanos	19
55169400	Los demás tejidos de fibras artificiales discontinuas, estampados	16
SACH	Descripción	PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS
26030000	Minerales de cobre y sus concentrados	21
23040020	Harinas de tortas de la extracción del aceite de soja (soya)	19
23040010	Tortas de la extracción del aceite de soja (soya)	19
15079090	Los demás aceites de soya (soja) y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente	17
22071000	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual a 80% vol.	11
20089100	Palmitos preparados o conservados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol	3,2
10079010	Sorgo de grano (granífero), para consumo	2,9
23063010	Tortas de semillas de girasol	2,6
15071000	Aceite de soya (soja) en bruto, incluso desgomado	2,5
12079900	Las demás semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrantados	2,0

Fuente: Departamento de Estudios, DIRECON, sobre cifras del Banco Central de Chile

3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A BOLIVIA:

Chile ocupa el sexto lugar en el ranking como proveedor de Bolivia:



Fuente: Oficina Comercial, según estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS (POR SECTOR)

Se consideran oportunidades para los siguientes productos chilenos de acuerdo con el análisis de las importaciones de Bolivia de la gestión 2017 con fuente del Instituto Nacional de Estadística de Bolivia-INE:

Alimentos Y Bebidas: Las carnes de bovino, porcino y otras carnes registraron US\$3,9 millones la gestión 2017, teniendo una baja del 58% respecto de la gestión 2016, en el caso de carne de porcino y pollo, donde Chile es el mayor proveedor, sufrió una baja del 51%.

Dentro los productos alimenticios más importados por Bolivia y que han registrado un incremento en la gestión 2017, respecto a 2016, están: cereales y preparados de cereales con un 7%, pasando de US\$ 237MM a US\$ 253MM respectivamente, Chile es el cuarto proveedor con 4% de cuota de mercado, le anteceden Argentina (77%), Perú (8%) y Brasil (5%). Los productos exportados por Chile en este rubro son: los demás productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado, galletas y demás productos de panadería o pastelería.

Bolivia importó US\$ 50,6 MM de Legumbres y frutas, Chile es el segundo proveedor con 28% de cuota de mercado, precedido por Argentina (35%); se considera potencial para el mercado boliviano; manzanas, kiwi, uvas, siendo los productos más importados por Bolivia desde Chile.

En relación con productos azúcares preparados, los productos con potencial para Chile son: chicles y gomas de mascar, los demás bombones y artículos de confitería, las exportaciones chilenas de estos productos ascienden a 5,6 MM siendo el tercer proveedor. Dentro de los productos comestibles diversos, Chile es el segundo proveedor con US\$ 38,6 MM, los productos chilenos más relevantes son aceitunas preparados o conservados maíz dulce, duraznos en conserva, los demás condimentos y preparaciones para salsas; preparaciones para sopas, potajes o caldos, aceite de oliva virgen y sus fracciones, entre otros.

Un punto que se debe tomar en cuenta es el de vinos, Chile tuvo un descenso de un 17% respecto al tercer trimestre de 2016, siendo Argentina el primer proveedor con un incremento de un 100% en el mismo periodo.

Servicios: Las importaciones de servicios en Bolivia en la gestión 2017 provenientes desde Chile ascendieron a US\$ 100 MM, los se incrementaron en 4% respecto del año 2016.

Las proyecciones en el sector servicios para la minería, tienen oportunidades sobre todo con las empresas privadas que son generadoras del 70% de las exportaciones de minerales en Bolivia. Por el lado público las proyecciones 2016 - 2020 se ven prometedoras por parte del gobierno con proyectos de industrialización de la minería.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (INE), el sector de la construcción creció en promedio cerca de un 7% en los últimos 5 años, impulsado principalmente por Santa Cruz, Cochabamba y La Paz.

Los servicios para la salud también tienen buenas perspectivas de crecimiento en los siguientes años en Bolivia, debido a la inversión que realizará el Gobierno en proyectos de construcción, ampliación y equipamiento de hospitales y centros de salud. Por el lado privado, también el escenario es promisorio, toda vez que existe una carencia de servicios y profesionales especializados que puedan atender a pacientes con diagnósticos complejos.

El mercado de los servicios financieros en Bolivia representa un nicho de mercado, las entidades financieras del sistema boliviano, en los últimos años, han potenciado su banca por internet y han desarrollado aplicaciones para la banca móvil con la prestación de cada vez de más servicios. Casi todos los bancos y compañías aseguradoras hablan de innovación tecnológica y se nota una competencia cada vez mayor por ocupar los primeros puestos y así alcanzar mayor diferenciación

El uso de la tecnología para realizar transacciones financieras es cada vez mayor, las transacciones a través de los servicios de billetera móvil en Bolivia crecen aceleradamente. En 2017 las empresas de servicios de pago procesaron un importe de Bs943 millones (US\$ 135,2 MM) en 69 millones de operaciones. Los incrementos registrados fueron del orden del 48% y 20%, respectivamente, con relación a 2016. Este 2018 ofrece oportunidades para seguir expandiendo ese servicio según anticipan las

empresas telefónicas Tigo y Viva, mientras Entel se alista para incursionar también en este terreno con una ambiciosa propuesta.

Industrias: Para el sector de industrias, esta gestión hubo un incremento en casi todos los rubros, en términos absolutos podemos decir que las importaciones para este sector sumaron US\$9.162 MM, hubo un incremento respecto a la gestión 2016 de 9%. Ver cuadro.

Bolivia: Importaciones según Categoría de Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU Rev. 3)
Gestiones 2016-2017
(Expresado en dólares estadounidenses)

Categoría de Tabulación CIIU Rev.3	2016	Participación %	2017	Participación %	Variación	
					Absoluta	Relativa
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	125.200.795	1,47%	129.529.902	1,39%	4.329.107	3%
Pesca	51.692	0,00%	76.534	0,00%	24.842	48%
Explotación de minas y canteras	16.078.513	0,19%	12.474.634	0,13%	-3.603.879	-22%
Industrias Manufactureras	8.367.913.563	98,27%	9.162.049.864	98,43%	794.136.301	9%
Actividades Inmobiliarias, empresariales y de alquiler	178.652	0,00%	124.843	0,00%	-53.809	-30%
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	86.932	0,00%	173.041	0,00%	86.109	99%
Efectos Personales	5.572.111	0,07%	4.057.189	0,04%	-1.514.922	-27%
TOTAL	8.515.082.258	100%	9.308.486.007	100%	793.403.749	9%

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Dado el hecho que el sector de industria abarca muchos ítems, daremos a conocer los de mayor crecimiento para la gestión 2017; en Productos químicos orgánicos Bolivia importó US\$ 69 MM, de los cuales Chile provee con US\$3,8 MM un 48% más que en la gestión 2016. Respecto a abonos, Bolivia importó la suma de US\$ 55MM el 2017, Chile sumo importaciones por US\$7,8 MM siendo el segundo proveedor de estos productos. En el ítem Vehículos de carretera Bolivia compró US\$1.144 MM registrando un incremento del 3% respecto a la gestión 2016.

Maquinaria y equipo industrial en general, partes y piezas, total importado en el 2017, US\$625,3 MM un incremento de 20%, respecto a similar periodo 2016. Chile cuenta con participación en el ítem: Refrigeradores, congeladores y otros equipos de refrigeración congelación (eléctricos o de otro tipo), excepto refrigeradores y congeladores de tipo doméstico.

Las importaciones de productos farmacéuticos en la gestión 2017 sumaron US\$206,8 MM con un 5% de incremento respecto al 2016, Chile suma sus importaciones a US\$24 MM y representa el 13% de participación en el mercado.

Por otro lado, el sector de la construcción ha mantenido un crecimiento de aproximado al 7%, existen varios proyectos privados por desarrollar por lo que los productos relacionados a este sector se mantendrán constantes.

Mayores detalles en el siguiente cuadro:

Principales Productos Importados por Bolivia desde Chile según clasificación - CUCI2017-2016
(Expresado en millones de US\$)

Capítulo CUCI Rev.3	Importaciones totales Bolivia		Importaciones desde Chile		Part. % de Chile en M de Bolivia	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos	810,32	980,09	122,39	148,52	15,1%	15,2%
Productos y preparados comestibles diversos	156,30	169,20	57,48	38,57	36,8%	22,8%
Productos medicinales y farmacéutico	197,35	206,84	23,73	26,00	12,0%	12,6%
Legumbres y frutas	50,11	50,66	12,33	14,22	24,6%	28,1%
Aceites esenciales y resinoideos y productos de perfumería; preparados de tocador para pulir y limpiar	190,21	204,12	12,46	13,28	6,6%	6,5%
Manufacturas de metales, N.E.P.	316,93	347,04	11,50	10,27	3,6%	3,0%
Abonos (excepto los del grupo 272)	43,16	55,26	10,42	9,71	24,1%	17,6%
Artículos manufacturados diversos, N.E.P.	302,77	306,14	9,88	9,67	3,3%	3,2%
Cereales y preparados de cereales	236,85	252,98	7,11	8,86	3,0%	3,5%
Papel, cartón y artículos de pasta de papel, de papel o de cartón	199,47	207,37	11,78	7,64	5,9%	3,7%
Maquinaria y equipo industrial en general, N.E.P., y partes y piezas de máquinas N.E.P.	519,07	625,34	8,48	7,60	1,6%	1,2%
Plásticos en formas no primarias	116,37	101,95	7,56	6,54	6,5%	6,4%
Materias y productos químicos, N.E.P	321,07	377,65	5,75	6,37	1,8%	1,7%
Azúcares, preparados de azúcar y miel	33,14	39,30	5,22	5,59	15,8%	14,2%
Productos químicos orgánicos	67,22	69,10	2,56	3,79	3,8%	5,5%
Maquinarias especiales para determinadas industrias	591,40	727,61	4,03	3,70	0,7%	0,5%
Café, té, cacao, especias y sus preparados	49,21	52,72	4,36	3,54	8,9%	6,7%
Pienso para animales (excepto cereales sin moler)	36,37	39,73	2,75	3,32	7,6%	8,4%
Maquinaria, aparatos y artefactos eléctricos N.E.P. y sus partes y piezas eléctricas (incluso las contrapartes no eléctricas, N.E.P., del equipo eléctrico de uso doméstico)	413,43	468,16	1,61	3,30	0,4%	0,7%
Productos químicos inorgánicos	69,47	75,96	3,19	3,28	4,6%	4,3%
Manufacturas de minerales no metálicos, N.E.P.	170,85	150,73	2,09	2,17	1,2%	1,4%
Manufacturas de corcho y de madera (excepto muebles)	32,63	37,80	2,21	2,07	6,8%	5,5%
Resto de productos	3.591,40	3.762,73	20,64	19,14	0,6%	0,5%

Total	8.515,08	9.308,49	349,52	357,14	4,1%	3,8%
--------------	-----------------	-----------------	---------------	---------------	-------------	-------------

Fuente: Sistema de Consultas Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE).

2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

A partir de la promulgación del Decreto Supremo N.º 125, dictado el 13 de mayo de 2009, Bolivia cuenta con un arancel diferenciado cuyas alícuotas van desde “0”, “5”, “10”, “20” y “35” % sobre el valor CIF. Este arancel diferenciado, afecta principalmente a productos terminados y no los insumos ni materias primas.

La pasada gestión (2015), el gobierno de Bolivia promulgó el Decreto Supremo 2522, el cual eleva el gravamen arancelario para la importación de 35 productos, entre ellos calzados, vinos, uvas, lácteos y sus derivados, hortalizas, café en todas sus diversidades y otros que son de consumo habitual. El alza es de un 100% de los aranceles generales de 35 productos, quedando en tasas de 20%, 30% y 40%.

<http://www.aduana.gob.bo/aduana7/sites/default/files/kcfinder/files/circulares/circular1912015.pdf>

Así mismo, el DS 2657 eleva al 40% el gravamen arancelario de un grupo de 26 bebidas alcohólicas, dentro de ellas el vino y pisco.

<http://www.aduana.gob.bo/aduana7/sites/default/files/kcfinder/files/circulares/circular0212016.pdf>

El Ejecutivo y los sectores empresariales han señalado que el propósito de estas disposiciones de carácter impositivo es el de “proteger la producción nacional”, y evitar que el contrabando siga campeando en los mercados y centros de abasto del país.

PRODUCTOS QUE SE IMPORTAN DESDE CHILE Y QUE SON AFECTADOS POR LOS ARANCELES

Estos productos verían aumentados los aranceles de importación, a pesar de que en el caso de las Uvas frescas se encuentran negociadas en el Acuerdo de Alcance Parcial Regional PAR N°4.

NANDINA	DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO	ARANCEL 2016 A PAGAR
0806100000	Uvas frescas	17,6% (PAR N°4)
0402991000	Leche condensada	20%
0402919000	Las demás, leches y natas(crema); sin adición de azúcar, ni otro edulcorante	20%

0403100000	Yogur	20%
0402999000	Las demás leches y natas (crema), concentradas, o con adición de azúcar u otro edulcorante	20%
0402291100	Las demás, leches y natas (crema), en polvo, gránulos o demás formas solidas con un cont. De materias grasas sup. al 26%, sobre producto seco, en envases inmediatos de cont. neto inferior o igual a 2,5 kg	20%
2204100000	Vino espumoso	40%
2204210000	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l.	40%
2204299000	Los demás vinos, mosto de uva en los que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol	40%
2205100000	Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros	35,2% (PAR N°4)
2208202100	Pisco	35,2% (PAR N°4)

Siguiendo el trámite de importación, de acuerdo con el Reglamento N.º 25870 (Artículo 20° BASE IMPONIBLE). - La base imponible sobre la cual se liquida el gravamen arancelario está constituido por el valor de transacción de la mercancía. Este es determinado por los métodos de valoración establecidos por el Título Octavo de la Ley N° 1990 de este reglamento, más los gastos de carga y descarga, más el costo de transporte y seguro hasta la aduana de frontera, entendiéndose ésta como aduana de ingreso al país. Cuando el medio de transporte sea aéreo, la determinación del valor CIF Aduana considerará el costo del flete aéreo en un veinticinco por ciento (25%) del importe efectivamente pagado por este concepto.

A falta de la documentación comercial que respalde el costo de transporte, éste se presumirá en el equivalente al 5% del valor FOB de la mercancía.

Cuando la operación de transporte se realice sin seguro, se presumirá en concepto de la prima, el importe equivalente al 2% del valor FOB de la mercancía. La póliza de seguro nacional únicamente será admitida cuando se haya obtenido, fehacientemente, con anterioridad al embarque de la mercancía en el país de origen o país de procedencia.

Para la liquidación del Impuesto al Valor Agregado “IVA” 14,94% y la aplicación de la alícuota porcentual del Impuesto a los Consumos Específicos “ICE” en el caso de importaciones, la base imponible estará constituido por el Valor CIF frontera, más el Gravamen Arancelario efectivamente pagado, “GA” y otras erogaciones no facturadas necesarias para efectuar el despacho aduanero.

Para efectos aduaneros y cálculo de la base imponible, los valores expresados en moneda extranjera deberán ser convertidos en moneda nacional al tipo de cambio oficial de venta en el Banco Central de Bolivia, vigente al último día hábil de la semana anterior de la fecha de aceptación de la declaración de mercancías por la Administración Aduanera.

El pago de los tributos Aduaneros debe efectuarse en los bancos autorizados por la Aduana Nacional, ubicados en la jurisdicción aduanera donde se encuentre la mercancía. El plazo es de tres días, computables a partir del día siguiente hábil de la aceptación de la Declaración de Mercancías.

Finalmente, informamos que el Impuesto al Consumo Específico (ICE), sólo se aplica a los productos indicados en la Ley 2.152, entre los que se mencionan los cigarrillos, vehículos, gasolina especial, aceites y bebidas alcohólicas. Mayor información:

<http://www.aduana.gob.bo/aduana7/sites/default/files/kcfinder/files/circulares/circular0092016.pdf>

2. NORMATIVAS

Bolivia cuenta una política arancelaria uniforme, sin embargo, el Art. 117 del Reglamento a la Ley General de Aduanas, D.S: 25870 de agosto de 2000 prohíbe las siguientes importaciones de mercancías:

- a. Productos farmacéuticos, medicamentos de composición y fórmulas no registradas ante el Ministerio de Salud, de acuerdo con Ley del Medicamento N° 1737.
- b. Productos comestibles y preparaciones alimenticias diversas, bebidas, líquidos alcohólicos en estado de descomposición, adulterados o que contengan sustancias nocivas a la salud. Animales vivos afectados por enfermedades.
- c. Plantas, frutos comestibles, semillas y otros productos vegetales que contengan gérmenes o parásitos perjudiciales o que sean declarados nocivos por las autoridades del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- d. Billetes de lotería extranjera, imitaciones de monedas y material monetario, sellos de correo u otros valores fiscales, excepto los catálogos numismáticos y filatélicos de cualquier naturaleza.
- e. Prendería vieja, como ser: ropa íntima, de cama y de tocador; zapatos, trapos, cordeles, cuerdas y cordajes de materias textiles, en desperdicio o desecho.
- f. Substancias tóxicas, cáusticas; radioactivas y desechos mineralógicos, y otros residuos o desechos peligrosos que afecten el medio ambiente.
- g. Desperdicios y desechos (chatarra) de fundición, hierro o hacer, partes y accesorios de vehículos automóviles usados, utilizados para el ensamblaje de vehículos.
- h. Excluyéndose las partes y accesorios de vehículos automóviles usados destinados a una zona franca. (Esto último según D.S. 27340 de enero de 2004).

3. CERTIFICACIONES

El **Art. 119 del Reglamento de la Ley de Aduanas** indica que para efectos del despacho aduanero las mercancías que requieren certificados son las siguientes:

1. Los **productos alimenticios, las bebidas y los líquidos alcohólicos**, requieren la presentación de certificado sanitario (bromatológico, toxicológico, microbiológico y/o radiológico) según corresponda, emitido en el país de origen, según normas internacionales vigentes y del certificado otorgado por el Ministerio de Salud, que acredite la inocuidad para el consumo humano.
2. Los **productos farmacéuticos** regulados por Ley específica requieren certificado de registro nacional y autorización para el despacho aduanero, otorgado por el Ministerio de Salud de acuerdo con Ley medicamento N. 1737.
3. **Las semillas o frutos para la siembra; plantas vivas y productos para la floricultura, y fruticultura**, requieren la presentación del Certificado fitosanitario de sanidad vegetal de la autoridad competente del país de procedencia, y del Certificado otorgado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.
4. **El ganado y animales vivos** están sujetos a la presentación del certificado zoosanitario de la autoridad competente del país de procedencia, así como del Certificado de sanidad animal otorgado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.
5. **Los recipientes de fundición de hierro o acero para gases comprimidos o licuados del petróleo** requieren certificado de calidad otorgado por el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, IBNORCA, y de los certificados de calidad del país de origen.
6. **Los equipos de refrigeración doméstica, comercial e industrial y de climatización y /o aire acondicionado** deberán contar con el certificado expedido por el fabricante o proveedor en el exterior, certificando que dichos productos no contienen como sustancia refrigerante, carga de clorodifluoruro metano, sustancia agotadora de la capa de ozono.
7. **Los carburantes, lubricantes y demás subproductos derivados del petróleo**, deberán contar con autorización expresa y certificación de la Superintendencia de Hidrocarburos que acredite que estos productos cumplen con especificaciones de calidad para las marcas y proveedores, conforme con lo establecido en disposiciones vigentes sobre la materia.

Art. 118 Autorizaciones Previas:

1. Armas y municiones y material bélico, Pólvora y explosivos requieren autorización del Ministerio de Defensa Nacional.
2. Productos químicos y sustancias controladas sujetas a la Ley N. 1008.
3. Máquinas y aparatos para acuñar monedas, monedas y billetes, sellos de correo (estampillas), formularios para valores fiscales, títulos de acciones u obligaciones importados exclusivamente por entidades para su propio uso. Del Ministerio de Hacienda.
4. Aparatos emisores y emisores receptores para el servicio de radio difusión o para televisión social, aparatos de radiodetección y radio sondeo (radares). Autorización de la Superintendencia de Telecomunicaciones.
5. Aeronaves: helicópteros, aviones. Del Ministerio de Desarrollo Económico.

6. Sustancias, productos o mercancías que causen o amenacen causar efectos nocivos en la salud humana o medio ambiente o sustancias agotadoras de la capa de ozono. Del Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación.
7. Elementos químicos halogenados nocivos para la capa de ozono. Estupefacientes, sicotrópicos, alcaloides en general y sus derivados farmacéuticos, sólo para establecimientos autorizados y en las condiciones previstas por la Ley N. 1008. Del Ministerio de Salud y Previsión Social.

Autorizaciones previas para importar alimentos

La Resolución Administrativa 31 del 1 de marzo del 2016 emitida por el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), aprueba el procedimiento aplicable a la emisión de permiso de importación, el mismo que consta de cuatro títulos y un anexo:

Título I.- Requisitos Generales previos para la emisión de los permisos de importación emitido por la Unidad de Inocuidad Alimentaria.

Título II.- Procedimientos aplicables para la Emisión del permiso de Inocuidad Alimentaria de Importación.

Título III.- Formatos de formularios que Solicitud de Permiso de Inocuidad Alimentaria para Importación y modelos de permisos de importación de la Unidad de Inocuidad Alimentaria.

Título VI. - Multas y Sanciones.

Anexo Nº I.- Lista de Productos que deben obtener permiso de importación de las Unidades de Inocuidad Alimentaria y Sanidad Animal.

Para mayor detalle de la norma: <http://www.senasag.gob.bo/resoluciones/category/5307-2016.html>

Autorizaciones previas para importar productos de origen vegetal

La entidad encargada de aprobar los permisos de importación de origen vegetal es el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG) las normas aplicables a este sector son:

- Manual de procedimiento de verificación de productos inspección y certificación de productos de importación de competencia de la unidad de sanidad vegetal.
- Resolución administrativa 036/2016 aprobación del manual de procedimiento para la emisión de permisos de importación de insumos agrícolas en línea.
- Procedimiento para la certificación sanitaria para la importación de manzana (Malus Doméstica) y pera (Pyrus Communis).

Para mayor detalle de las normas:

http://www.senasag.gob.bo/marco_legal/resoluciones-administrativas/category/5238-sanidad-vegetal.html

Autorizaciones previas para importar medicamentos y similares

La Encargada de emitir los permisos de importación para medicamentos y La Agencia Estatal de Medicamentos y Tecnología en Salud (AGEMED), dependiente del Ministerio de Salud de Bolivia, es la encargada de regular y garantizar el uso de medicamentos seguros, eficaces y de calidad. UNIMED regula la importación de medicamentos, reactivos de diagnóstico, vacunas, cosméticos, dispositivos médicos, entre otros. Para ver más a detalle más normas y procedimientos para el registro sanitario de estos productos visite el siguiente link:

<http://agemed.minsalud.gob.bo/>

4. ETIQUETADOS

En Bolivia las normas de calidad y etiquetado están avaladas por el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA) y el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria “SENASAG”, éste último para el etiquetado obligatorio de productos “pre envasados” que se comercialicen en el mercado nacional, sean producidos en mercado interno o importados.

Los requerimientos de etiquetado en Bolivia están establecidos en el Decreto Supremo Nº 26510, del 1 de marzo de 2002 <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/buscarFecha/2002-01-02/2002-12-31/page:3> y por la Resolución Administrativa 072 “Reglamentos de Etiqueta” del SENASAG. <http://www.senasag.gob.bo/registros-unia/etiquetado/normativa.html>.

La etiqueta de los alimentos envasados debe señalar la siguiente información obligatoria:

- Nombre del alimento.
- Naturaleza y condición física
- Contenido neto expresado adecuadamente
- Composición del alimento: ingredientes y aditivos
- Fecha de elaboración y fecha de vencimiento
- Nº de identificación del lote.
- Instrucciones para su conservación
- Marca del producto
- Declarar si tiene ingredientes o aditivos causales de hipersensibilidad
- Identificación, Domicilio legal y Nº de NIT de la empresa
- Registro Sanitario SENASAG 04-03-03-10-0004

Entre otros datos, las etiquetas deben contener el número de identificación del importador o distribuidor (RUT), número de registro sanitario y la traducción de los ingredientes que componen el producto. Por lo general, los productos conservan sus etiquetas originales, pero deben complementarla con lo indicado anteriormente.

También hay que indicar que, el 15 de julio de 2015, el Gobierno aprobó Decreto Supremo 2452, esta norma establece que todos los productos destinados al consumo, de manera directa o indirecta, y que

contengan o deriven de organismos genéticamente modificados deben estar etiquetados. A partir de enero de 2016 debía entrar en vigor esta norma, sin embargo, el gobierno está en proceso de modificarla.

Para más información, puede descargarse el Decreto Supremo 2452 del siguiente link:

<http://anterior.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/edicions/view/777NEC>

En enero de 2016 el presidente Evo Morales promulgó la Ley 775 de Promoción de alimentación saludable exige para información de los consumidores, que los productos envasados estén etiquetados con información sobre el alimento. La Ley facilitará al consumidor identificar en sus envases y etiquetas, los alimentos que presenten alto contenido de sodio, azúcar, grasas saturadas y grasas trans. La etiqueta está compuesta por líneas horizontales de colores de acuerdo con su nivel de contenido: Será de color rojo cuando sea de contenido muy alto, contenido medio de color amarillo y si es bajo tendrá color verde.

El reglamento para la aplicación de esta ley aun esta en elaboración, sin embargo, para mayor detalle de la misma, puede acceder al documento en el siguiente link:

<http://www.boliviarrural.org/images/documentos/LEY%20775%20.pdf>

5. TRÁMITES ADUANEROS

Según fuente de la Aduana Nacional de Bolivia, para realizar una importación debe seguir los siguientes pasos:

A. Registro y Empadronamiento del Importador

Toda persona que desea realizar una importación está en la obligación de registrarse ante la Aduana Nacional, en la Unidad de Servicio a Operadores (USO) - en planta baja de la Oficina Central, Gerencias Regionales o administraciones aduaneras - como **Importador Habitual o No habitual**, debiendo presentar el **Formulario de Registro de Importadores - Formulario N° 170** (disponible en la página web: www.aduana.gob.bo) debidamente llenado y firmado.

B. Despacho Aduanero de Importación

- 1) El importador previo al embarque de la mercancía, en virtud de su naturaleza, composición y uso de la misma; debe verificar si requiere de una autorización previa a la importación, aspecto que debe ser verificado en el Decreto Supremo N° 572 de 14/07/2010 que en su Anexo **detalla la nómina de mercancías sujetas a autorizaciones previas y certificaciones**. Esta autorización previa, de corresponder, deber ser tramitada ante la entidad competente en nuestro país, antes del embarque de la mercancía en el país de origen o procedencia.
- 2) La importación se inicia con el embarque de la mercancía en el país de origen o procedencia, para su transporte por vía marítima, aérea, carretera, férrea o fluvial, con base a los establecido en el **documento de embarque** emitido según el modo de transporte:
 - a. Conocimiento de embarque marítimo
 - b. (Bill of Lading - BL),
 - c. Guía aérea de carga (Air Way Bill -AWB),
 - d. Carta de porte carretera (CRT),

- e. Conocimiento de embarque Fluvial.
- 3) Adquirida la mercancía, **el propietario de la misma contratará los servicios de un transportador internacional**, el cual con base en la documentación soporte (Documento de embarque, factura comercial, lista de empaque -packing list- y otros) elaborará el **manifiesto internacional de carga** que corresponda:
- a. Manifiesto Marítimo de Carga,
 - b. Manifiesto Aéreo de Carga,
 - c. Manifiesto Internacional de Carga / Declaración de Tránsito Aduanero (MIC/DTA carretero)
 - d. Boletín de Tren, Manifiesto Internacional de Carga / Declaración de Tránsito Aduanero (MIC/DTA fluvial).

- 4) El **tránsito aduanero** desde el extranjero hasta una aduana de destino ubicada en territorio boliviano (aduanas de frontera, aduana interior, aduana de aeropuerto o aduana de zona franca) debe ser realizado por un transportador internacional autorizado, al amparo del manifiesto internacional de carga utilizado según el modo de transporte, respaldado por el documento de embarque y los documentos soporte requeridos. Si la aduana de destino correspondiere a una zona franca, el importador debe estar habilitado por la Aduana Nacional como usuario de dicha zona franca.

El tránsito aduanero concluye con la entrega de la mercancía por parte del transportador internacional autorizado en la aduana de destino y con la emisión del **Parte de Recepción** por parte del concesionario de depósito aduanero o de zona franca (según corresponda al tipo de aduana de destino), a partir de lo cual se puede iniciar el trámite de despacho aduanero de la mercancía.

- 5) Para el despacho aduanero, el consignatario de la mercancía (importador) puede contratar los servicios de una Agencia Despachante de Aduana o realizar el despacho personalmente (lo último una vez habilitada dicha opción), requiriéndose contar con la siguiente **documentación soporte**.
- a. Original de la Factura Comercial o documento equivalente, según corresponda.
 - b. Original o copia del documento de embarque: Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading – BL), Guía aérea de carga (Air Way Bill - AWB) Carta de porte carretera (CRT), Carta de porte ferroviaria (TIF), Conocimiento de embarque fluvial) según corresponda al modo de transporte).
 - c. Original de la Declaración Andina de Valor (Cuando el valor de la mercancía es mayor a \$US 5.000).
 - d. Original del Parte de Recepción emitido por el concesionario de depósito aduanero o de Aduana o Zona Franca, según corresponda.
 - e. Copia de la Póliza de Seguro de Transporte.
 - f. Original del documento de gastos portuarios.
 - g. Copia de la Factura de transporte internacional.
 - h. Original del Certificado de Origen, para mercancías sujetas a preferencias arancelarias.
 - i. Original de Certificaciones o Autorizaciones
 - j. Previa, según la naturaleza de la mercancía.
 - k. Otros documentos requeridos según el caso específico.

- 6) El Declarante (Despachante de aduana o importador, según corresponda), antes de solicitar el despacho aduanero, está obligado a obtener los documentos señalados en el punto anterior y verificar la consistencia de los datos consignados en los mismos, y posteriormente elaborar la **Declaración Única de Importación (DUI)** a través del sistema informático SIDUNEA, mediante el cual se asigna un número a dicha Declaración en señal de aceptación del trámite.

Aceptada la Declaración Única de Importación (DUI), en el plazo de tres (3) días hábiles administrativos debe realizar el **pago de tributos aduaneros** en el Banco Unión como entidad financiera autorizada.

- 7) Pagados los tributos aduaneros, mediante el sistema informático SIDUNEA se asigna automáticamente un **canal de control** a la Declaración Única de Importación (DUI), pudiendo tratarse de:
- **Canal Verde:** Se autoriza el levante (retiro de la mercancía) del depósito aduanero o de la zona franca, sin que la mercancía ni la documentación sean verificadas por la aduana,
 - **Canal Amarillo:** Se realiza el examen de la documentación que respalda el despacho aduanero, a fin de verificar que se presenten todos los documentos requeridos y que los datos consignados en los mismos sean consistentes,
 - **Canal Rojo:** Se realiza el examen de la documentación y el reconocimiento físico de la mercancía, a fin de verificar que dicha mercancía corresponde a la declarada. Cabe destacar que, por instrucción de Aduana Boliviana, toda importación proveniente de Zona Franca de Iquique aplica canal rojo.
- 8) El Declarante (Despachante de aduana o importador, según corresponda) **imprime** la Declaración Única de Importación (DUI) en tres ejemplares, **los cuales firma y sella, y presenta la misma**, más los documentos soporte, a la administración aduanera.

En los casos de canal amarillo o canal rojo, mediante el sistema informático SIDUNEA se realiza la **asignación de un Técnico Aduanero** que realizará las tareas de control según el canal asignado.

- 9) En los casos de canal amarillo o canal rojo, el Técnico Aduanero realiza el **examen documental y el reconocimiento físico**, según corresponda. Si en la aplicación del canal amarillo o del canal rojo no existen observaciones, se autoriza **el levante (retiro) de la mercancía**; si existen observaciones, se realizan los ajustes y, de corresponder, reintegros pertinentes previamente al levante (retiro) de la mercancía. Firma y sella la Declaración Única de Importación (DUI) y desglosa la documentación.
- 10) El importador o declarante solicita el retiro de las mercancías al concesionario de Depósito de Aduana o Zona Franca presentando una fotocopia simple de la DUI y fotocopia del documento de identidad de la persona que retirará la mercancía. El concesionario emitirá la **“Constancia de Entrega de Mercancías”**, a partir de ese momento la mercancía es de libre circulación.
- 11) Previo al retiro de la mercancía, el importador debe pagar al concesionario de depósito aduanero o al concesionario de zona franca, el importe que corresponda por concepto de servicios logísticos y de almacenaje prestados.
- 12) Después de obtenida la autorización de levante, en el plazo de 2 días deberá retirar la mercancía del depósito aduanero o de zona franca, vencido este plazo y en los sub siguientes 10 días podrá retirar

la mercancía previo pago del 1% sobre el Valor CIF, vencido este segundo plazo la mercancía se declarará en abandono y será adjudicada al Ministerio de la Presidencia o al Ministerio de Salud y Deportes.

Operadores Económicos Autorizados (OEA)

Bolivia desde el año 2015 estuvo preparando su programa de Operador Económico Autorizado (OEA) para implantarlo a este año 2016 y de esta forma contar con operadores confiables y seguros en las exportaciones e importaciones.

El Operador Económico Autorizado está definido como un operador económico confiable y seguro, cuya acreditación y certificación es otorgada por una administración de aduana tras un proceso de auditoría de su organización, procesos, administración y estados financieros y el cumplimiento de una serie de estándares de seguridad.

El OEA se encuentra actualmente en funcionamiento en 72 países (27 de la Unión Europea), y en América Latina la mayoría de los países ya cuentan con esta figura y en los restantes se está en proceso de implementación.

La Aduana Nacional de Bolivia (ANB) otorgó el 26 de enero en Santa Cruz la primera certificación como Operador Económico Autorizado (OEA) a la Industria Boliviana de Sacos (Inbolsa), dedicada a fabricación y exportación de envases tejidos de polipropileno. Este aval da a la empresa varios beneficios para sus operaciones de comercio que contribuyen a reducir sus tiempos de despacho y costos, lo que implica un incremento de su competitividad internacional. El Operador Económico Autorizado es considerado un agente de comercio exterior seguro y confiable para el país.

Son cuatro empresas que serán certificadas próximamente además de Inbolsa. Los ingenios azucareros Guabirá y Unagro en Santa Cruz, la minera San Cristóbal en Potosí y PIL en Cochabamba¹. En la actualidad, existen más de 500 empresas certificadas como OEA en la región.

3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

En Bolivia se está llevando adelante un Modelo Económico Nacional Productivo, que define como esencial la participación del Estado para la producción de alimentos, la industrialización de los recursos naturales y el suministro al mercado interno y la exportación de productos.

Es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Es miembro pleno de la Comunidad Andina (CAN) y ha suscrito acuerdos con MERCOSUR, Chile, México, Cuba, Venezuela entre los más relevantes.

¹ http://m.la-razon.com/suplementos/financiero/entrevista-marlene_ardaya_0_2436956355.html

Los principales puntos de ventas son:

- **Los mercados.** Mercados semanales que agrupan gran cantidad de vendedores en todo el país y proponen productos de primera necesidad.
- **Los supermercados.** Bolivia cuenta con más de 56 supermercados situados principalmente en las principales ciudades capitales de Bolivia: La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Sucre, Tarija, Oruro, El Alto, entre otras. Entre ellos podemos citar Hipermaxi, Fidalga, IC Norte y Ketal Hipermercados.
- **Las tiendas de barrio.** Son consideradas como el canal más importante en el sistema de distribución de diversos productos de consumo masivo. Venden gran variedad de productos y se encuentran en gran número en todo el país. Los precios pueden llegar a ser más convenientes, sin embargo, las condiciones de almacenamiento (de los productos perecederos principalmente) podrían ser débiles. Se estima que en las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz existen aproximadamente 30.000 tiendas de barrio que abastecen diariamente de productos y servicios a más de 300.000 hogares, constituyéndose por su atención personalizada, tradición y cobertura en el canal minorista más importante de Bolivia.
- **Las tiendas especializadas.** Bolivia cuenta con numerosos puntos de venta de estas características. Proponen diversos productos (zapatos, prendas de vestir, productos manufacturados, entre otros).
- **Los centros comerciales.** Existen algunos centros comerciales en las principales ciudades de Bolivia, tales como MegaCenter, Shopping Sur y Shopping Norte en La Paz.

Segmentación del mercado

En Bolivia la clase media suma hoy un 36% de los hogares (en 2010, representaban el 33%) y concentran el 55% del consumo, según datos del eje central que arroja esta encuesta realizada por Captura Consulting. En el 65% de los casos hay más de un aportante en casa, por lo que llegan a ingresos mensuales de Bs10.000. Un 62% puede ahorrar una media del 5%. Así lo revela la tercera medición del estudio de Niveles Socioeconómicos (NSE), realizado por Captura Consulting en el eje central de Bolivia (Santa Cruz, Cochabamba, La Paz y El Alto) mediante 1.542 entrevistas y 20 inmersiones etnográficas. De acuerdo con esa investigación, la sociedad boliviana ya no es representada por una pirámide sino por un rombo².

Además, se observa que un 58% tiene una casa propia de 2,5 baños y 3,5 dormitorios. En el 61% de los casos, el jefe de hogar (principal aportante) es un hombre con 38 años en promedio, progresista y orientado a metas, mayormente con un título universitario (65%) y asalariado de rango medio (52%).

En cuanto al uso de servicios financieros, el 67% está bancarizado y el 47%, endeudado. Pagan principalmente créditos de vivienda (39%), de consumo (28%), de negocios (22%) y de vehículos (10%). Por otro lado, el 77% cuenta con TV por cable, el 55% con una línea fija, el 50% con acceso a internet y el 45% con seguro de salud.

² El Deber. La clase media se fortalece; ya suma el 36% de hogares del eje central de Bolivia.

<https://www.eldeber.com.bo/dinero/La-clase-media-crece-en-el-eje-central-y-llega-al-36-20171218-0109.html>

En cuanto a sus hábitos de compra, más de dos tercios de la clase media hacen sus compras de alimentos, bebidas, abarrotes y artículos de limpieza de forma semanal. El 80% de esas compras se hacen en ferias y mercados. Sus criterios de compra son: variedad, precio, calidad y cercanía. Se dejan llevar por impulsos, son intuitivos, se dan sus gustos, cuidan su apariencia y les preocupa proyectar buena imagen.

En el 64% de los hogares de clase media la mujer trabaja y solo en el 20% de ellos se recibe apoyo de un servicio doméstico, por tanto, es donde más se verifica el estrés que produce ser una 'mujer multitarea' y donde más se valoran productos y marcas que faciliten la administración del hogar.

Descripción de los estratos socioeconómicos

ALTO (ABC1): Son el 5% de los encuestados (57.039 hogares). Ingreso/mes: Bs 36.179 (US\$ 5.190). Gasto/mes: Bs 32.416(US\$ 4.650). Ahorro medio: 10%. El 90% tiene casa propia.

Medio típico (C2): Significan el 11% (131.035 hogares). Ingreso/mes: Bs 13.034 (US\$ 1.870). Gasto/mes: Bs 12.262 (US\$ 1.759). Ahorro medio: 6%.

Medio bajo (C3): Representa el 25% de la población (303.571 hogares). Su ingreso mensual: Bs 6.982 (US\$ 1.002). Su gasto/mes: Bs 6.677 (US\$ 958). Su ahorro medio: 4%.

Bajo ascendente (D1): Son el 34% de la población (415.818 hogares). Su ingreso mensual: Bs 4.512 (US\$ 647) y su gasto al mes: Bs 4.357 (US\$ 625). Su ahorro medio: 3%.

Bajo popular (D2E): Son el 26% (316.776 hogares). Su ingreso mensual: Bs 2.790 (US\$ 400). Su gasto mensual: Bs 2.740 (US\$ 393). Su ahorro medio: 2%. Solo el 40% tiene casa propia.

Datos globales de la clase media: Con todos sus aportantes ganan Bs 10.008/mes (US\$ 1.436). El 58% tiene casa propia y el 25% la paga con un crédito. Su ahorro medio es un 5%. El 70% realiza compras semanales.

Acotando a lo anterior, el Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, informó que las ciudades de Santa Cruz (34,25%), La Paz (32,295) y Cochabamba (16,05%), concentran el 82,6% de las ponderaciones del gasto de los hogares (IPC).

Por otro lado, se considera también importante dar a conocer el sector de las Franquicias que se han posicionado en el mercado boliviano durante los últimos años:



Según la Cámara Boliviana de Franquicias (Cafran), la ciudad de Santa Cruz concentra alrededor de un 80% de las marcas asentadas en el país. Predominan las que provienen de Estados Unidos, Argentina y Brasil. Las franquicias gastronómicas han ganado un terreno importante en el mercado local, principalmente aquellas de comida rápida, debido a una tendencia global de inversiones bajas con alta rentabilidad, el crecimiento de la demanda interna y la expansión de la clase media.

La tendencia de la población boliviana se torna más consumista y exigente, en este contexto y dada la tendencia mundial en Bolivia se han abierto varios restaurantes gourmet, con énfasis en consumir productos orgánicos. Dada la creciente demanda los supermercados ha incorporado productos gourmet, tal es así el caso de Supermercados Ketal en la ciudad de La Paz, ICE Norte en Santa Cruz, e Hipermaxi que cuenta con sucursales en La Paz y Santa Cruz. Hipermaxi hace poco previendo el crecimiento en la demanda de este tipo de productos es que ha abierto un Hipermaxi Gourmet en Santa Cruz ubicado en el Mall las Brisas. Otras tiendas especializadas se encuentran también en Santa Cruz, es el caso de Supermercados Tía que abrió hace poco un supermercado gourmet en el Ventura Mall y la tienda Todo Gourmet que es un referencial en cuanto a este tipo productos.

Por último, se percibe un nicho de mercado en tiendas que comercializan productos naturales tales como Irupana, Súper Ecológico, Naturalia, entre otras, las cuales comercializan productos gourmet a base de quinua, amaranto, frutas secas, cereales naturales, panadería, sábila, chocolates, entre otros.

La promoción

Tradicionalmente la Feria Internacional de Santa Cruz (ExpoCruz) y la de Cochabamba (Feicobol), son los dos eventos comerciales de mayor importancia en Bolivia y se constituyen como un buen modo de promoción para productos extranjeros, ya que además de poder exponer y promocionar productos y servicios, cuentan con ruedas de negocios altamente concurridas.

La televisión es el vector de publicidad más importante del país, representando más de dos tercios de los gastos de publicidad. Asimismo, la prensa cuenta con un importante lugar en la estrategia de promoción, con cinco periódicos en La Paz (La Prensa, La Razón, El Diario, Cambio y Página Siete, tres en Santa Cruz (El Mundo, el Deber y el Nuevo Día) y dos en Cochabamba (Los Tiempos y Opinión de Cochabamba).

La radio es muy popular en Bolivia; se encuentran más de 300 emisoras, de las cuales 190 emiten desde La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. El número de receptores está evaluado en 3,5 millones y la audiencia en 4,5 millones de personas.

2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

El consumidor boliviano ha desarrollado a través del tiempo, una relación dinámica con diferentes países proveedores, en particular, Estados Unidos, Brasil, Perú, Argentina, Chile, China, Japón, entre otros.

La influencia de las zonas francas comerciales en Bolivia es importante y por ello, el consumidor nacional ha ido creando una necesidad por la variedad y nivel de precios de la oferta.

IPSOS, a través de una investigación revela una nueva realidad de gustos y actividades propios de la clase media. Claramente, la actividad preferida es ir a centros comerciales (50%). En los últimos años, gracias a la creación del Cine Center en Santa Cruz y Cochabamba; y del Megacenter y Multicine en La Paz, se puede ver un incremento en la asistencia y consumo en estos lugares es mayor³.

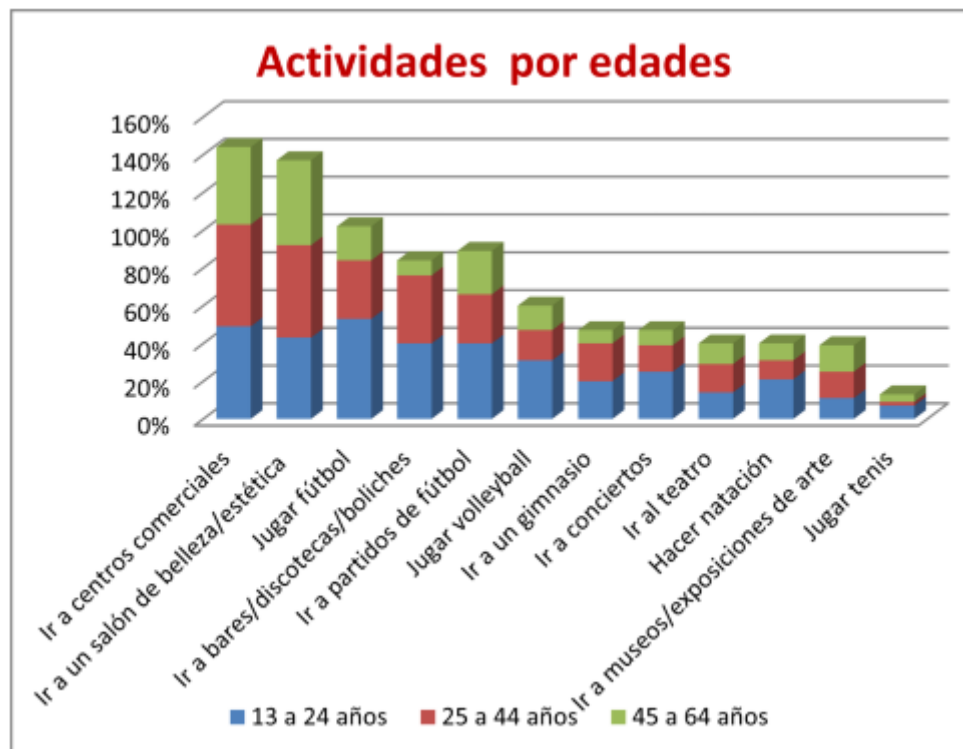
Asimismo, cabe destacar que los hobbies de estas personas no se limitan a los centros comerciales, también frecuentan constantemente salones de belleza y sitios donde cuidan del factor estético.

Sin embargo, no todas las actividades están dirigidas al ocio, varias de ellas promueven la actividad física a través del deporte. Por ejemplo, el 36% de esas personas tiene como actividad principal el fútbol, aunque no es la única. Jugar volleyball, ir al gimnasio, hacer natación y jugar tenis son otras de las prácticas preferidas. Cabe recalcar que cada actividad presenta diferencias, de acuerdo con las características poblacionales: sexo y edad.

Por ejemplo, un 54% de las personas, entre 25 a 44 años, prefiere ir a centros comerciales, frente a un 49% y 41% de personas entre 13 a 24 y 45 a 64 años respectivamente. Por otro lado, es importante resaltar que son las mujeres las que mayormente optan por realizar estas actividades.

³ Nueva Economía. La nueva clase media.

<http://nuevaeconomia.com.bo/gne.com.bo/wp-content/uploads/2014/08/CLASE-MEDIA-FINAL-3.pdf>



Fuente: Nueva Economía. La nueva clase media.

Por otro lado, la bonanza económica y el aumento de la población económicamente activa (jóvenes entre 18 y 24 años) han transformado los hábitos de consumo de los ciudadanos bolivianos. Entre los nuevos patrones que ahora surgen emerge con fuerza un perfil al que los empresarios, psicólogos y publicistas han colgado la etiqueta de “más exigente”⁴.

Pablo Sánchez, director de Insights e Innovación en Captura Consulting, asegura que en encuestas realizadas para clientes privados se evidencia que el peso de las marcas y la calidad percibida en los productos tendió a aumentar disminuyendo la influencia del precio en los procesos de compra.

Cuando se estudia a la población de Bolivia, según el máster en Comportamiento del Consumidor por la Universidad Adolfo Ibáñez, resulta evidente que hay múltiples perfiles de consumidores que conforman el mosaico multicultural del país. El comprador tiene diferentes características de acuerdo con la región. El consumidor de La Paz y Cochabamba es más cauteloso, se informa antes de adquirir un bien o contratar un servicio, pero el cruceño (originario de Santa Cruz), tiene una presión social enorme por lo que sus tendencias de compra son más ostentosas y tiene a buscar productos de marca o imitaciones.

Hoy, con un mayor poder adquisitivo, el consumidor boliviano exige más a la hora de comprar, pero opta por los canales tradicionales. El 71% de la población prefiere los mercados populares, de acuerdo con el

⁴ Periódico El Deber, 24 de febrero de 2015
<http://www.eldeber.com.bo/economia/comercio-enfrenta-comprador-mas-exigente.html>

estudio encargado por Kimberly-Clark Bolivia. (La medición es comparativa en los meses de julio, agosto y septiembre de 2012, 2013 y 2014).

Este porcentaje es mayor al de los países vecinos. En Perú, este mismo canal está representado con el 63%, en Argentina con 39% y en Chile con 26%. “El consumidor boliviano aún asocia la compra en el mercado al precio bajo”, revela la firma.

3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

Los Empresarios bolivianos tienden a ser formales socialmente, y más aún cuando se trata de realizar negocios. Su etiqueta de negocios, la conducta y la vestimenta son conservadoras e importantes, especialmente en ciudades como La Paz y Cochabamba. Debido a su clima más húmedo y caluroso, algunos empresarios de la ciudad de Santa Cruz tienden a vestir de manera menos conservadora.

La puntualidad no se observa terminantemente. El recibimiento a través de una comida es una buena práctica empresarial, así como los presentes entregados al momento de la bienvenida. Después de establecer una relación comercial, los empresarios bolivianos esperan con agrado poder conocer las instalaciones y/u oficinas de su contraparte extranjera.

4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

En este aspecto, cabe mencionar que los contactos personales son esenciales en Bolivia, como en toda América Latina. Permiten acelerar considerablemente los trámites. Adicionalmente, se sugiere considerar que los bolivianos no son comercialmente agresivos y podría estar presente en la negociación, una postura de prometer fácilmente por amabilidad y no decepcionar a su interlocutor.

Aunque el inglés es hablado por una parte importante de los interlocutores comerciales, la comunicación es en idioma español, lo cual conlleva a un acercamiento más rápido y duradero.

Si se prospecta el mercado para productos de consumo, es naturalmente indispensable, llevar muestras y documentación en idioma español. Si bien, la economía no es dolarizada, el dólar sigue siendo una referencia comercial muy utilizada en las negociaciones comerciales.

Por otra parte, una estrategia importante de negocios en Bolivia es que los bolivianos prefieren hacer negocios con personas conocidas y confiables, y con frecuencia mantienen sus relaciones comerciales dentro de una familia muy unida y círculo social. Debido a la interacción social que existe en Bolivia, los empresarios tienden a cerrar negocios en un ambiente de familiaridad y en almuerzos ejecutivos.

Algunas sugerencias puntuales que tomar en cuenta en la estrategia de negociación:

- Si conoce el título profesional de la contraparte boliviana se recomienda llamarlo por éste (Ej. Doctor Álvarez, Ingeniero González). De lo contrario los títulos de Señor y Señora, son los indicados.
- Las tarjetas de presentación se intercambian en los primeros encuentros.

- Las reuniones sociales no son vistas como una oportunidad para discutir temas de negocios, se deben enfocar en conocer a los socios a nivel personal.
- En Bolivia es importante establecer una relación a nivel personal, es por esto que los primeros encuentros se deben destinar a crear confianza y a conocer un poco acerca de la contraparte.
- A pesar de que las reuniones se llevan a cabo en un ambiente relajado, siempre existe una cuota de formalidad.
- Más de una reunión son necesarias para negociar y cerrar un trato. Planee hacer más de un viaje para completar la transacción de negocios.
- El ritmo de las negociaciones comerciales es generalmente más extenso que en otros países.
- Se sugiere contar con un contacto local para que lo ayude a hacer negocios en Bolivia.
- El contrato no está terminado hasta que se alcance un acuerdo de todas las partes involucradas.

5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

Definir una estrategia para ingresar al mercado boliviano será de gran importancia. Lo anterior se podrá concretar inicialmente a través de una misión comercial, la que mediante una agenda de reuniones permitirá conocer los actores públicos y privados relacionados al segmento de mercado al cual se desean dirigir los esfuerzos de una empresa chilena.

Algunos inversionistas consideran que muchas multinacionales fracasaron en Bolivia al aplicar la misma estrategia que diseñaron en países vecinos para vender un producto o servicio. En este sentido, expertos señalan que no es recomendable que las firmas diseñen estrategias para que funcionen con la misma eficacia para todos. Es imprescindible segmentar y adaptar las campañas en función al segmento al que una marca desea llegar.

Durante el proceso de validación de una empresa chilena en el mercado boliviano, será necesario evaluar la posibilidad de contar con un representante legal en Bolivia. Al respecto, cabe mencionar que la mayoría de las licitaciones publicadas señalan que éstas se encuentran dirigidas a empresas legalmente establecidas en Bolivia.

Posteriormente y tomando en consideración la legislación local en estas materias, también se podrá evaluar la posibilidad de la utilización de un agente o distribuidor local, establecer una oficina, generar una franquicia o asociarse con una empresa local, entre otras alternativas.

6. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

Los bolivianos son gente amable y gentil, que se preocupa por el bienestar del otro. La amistad es un valor muy importante, así como la educación. En la sociedad boliviana el machismo está presente y la familia es el elemento central en el sistema social.

Algunas normas sugeridas:

- El saludo habitual es un apretón de manos. De la mano al encuentro y la despedida.
- Los amigos íntimos masculinos pueden abrazar. Hombres amigos se abrazan y tocan las mejillas.

- Se le considera poco fiable si no mantienen el contacto visual directo.
- La postura correcta al estar sentado y de pie es signo de seguridad y respeto.
- Es de buena educación comer todo lo que está en su plato.
- Manténgase por lo menos 30 minutos a una hora después de que la cena ha terminado.
- Para los varones, use especialmente en La Paz, trajes oscuros. Un traje ligero es más común en Santa Cruz. Para las damas, se sugieren trajes, vestidos, faldas y blusas.
- Un presente será apreciado sinceramente, en particular si su origen proviene de Chile.

Consejos útiles

- Hable lento y modulado, evitando utilizar modismos.
- Saber algo acerca de los deportes de Bolivia. Se apreciará.
- No hable de pobreza o religión.
- Absténgase de dar opiniones políticas.
- Si Ud. es una mujer de negocios que visita Bolivia con dicho fin, se sugiere manifestar amistosamente su experiencia y preparación.
- No se acostumbra llegar a tiempo a una ocasión social. Los huéspedes comienzan la ocasión entre 15 a 30 minutos más tarde.
- Los bolivianos aprecian a las personas que son cálidas y amistosas.

4. INFORMACIÓN ADICIONAL

1. ORGANISMOS RELEVANTES

Ministerio de Relaciones Exteriores: Establece como su principal misión el preservar y resguardar la soberanía e intereses de Bolivia ante la comunidad internacional, así como analizar, planificar, coordinar, centralizar y ejecutar la Política Exterior del Estado Plurinacional. www.rree.gob.bo

Aduana Nacional de Bolivia: La Aduana de Bolivia establece como su principal misión, facilitar y controlar el flujo internacional de mercancías y recaudar los tributos dentro de una política de Estado para el desarrollo productivo y social de Bolivia. www.aduana.gob.bo

Banco Central de Bolivia: Esta institución tiene como finalidad, mantener la estabilidad del poder adquisitivo interno de la moneda para contribuir al desarrollo económico y social. www.bcb.gob.bo

Instituto Nacional de Estadísticas (INE): El INE es la entidad encargada de producir, analizar y difundir información estadística oficial y de calidad, así como normar, coordinar y promover el sistema nacional estadístico para el desarrollo del país. www.ine.gob.bo.

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas: Su mandato político y social es contribuir a la construcción del Nuevo Modelo Económico Social Comunitario Productivo, basado en la concepción del Vivir Bien, formulando e implementando políticas macroeconómicas soberanas que preserven la estabilidad como

patrimonio de la población boliviana, y promuevan la equidad económica y social; en el marco de una gestión pública acorde con los principios y valores del nuevo Estado plurinacional. www.economiayfinanzas.gob.bo

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural: Su mandato político y social es impulsar con los actores sociales el proceso del cambio de la matriz productiva, fortaleciendo la economía plural a través de la producción artesanal, manufacturera, industrial y agroindustrial, en armonía con la naturaleza, agregando valor, generando capacidades productivas y democratizando el acceso a los mercados interno y externo, para contribuir a la soberanía alimentaria y a la diversificación de la producción con empleo digno. www.produccion.gob.bo

Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG): Su misión es mejorar y proteger la condición sanitaria del patrimonio productivo agropecuario y forestal, así como garantizar la inocuidad alimentaria. www.senasag.gob.bo

Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA): Entidad encargada de las Normas Técnicas Bolivianas, certificar sistemas, productos y servicios de acuerdo con las normas nacionales e internacionales, entre otras atribuciones. www.ibnorca.org

Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI): El SENAPI administra el régimen de propiedad intelectual, aplicando las normas establecidas para tal efecto en materias de propiedad intelectual y derechos de autor, siendo la autoridad boliviana competente en ese tema. www.senapi.gob.bo

Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (CAINCO): Asociación gremial que agrupa a las empresas de los sectores industrias, comercio, servicios y turismo, establecidas legalmente, en el departamento de Santa Cruz. www.cainco.org.bo

Cámara Nacional de Industrias: Es una Institución de servicios, de carácter privado y sin fines de lucro, que promueve el desarrollo del sector industrial y de la comunidad empresarial para la generación de recursos, empleo sostenible y el mejoramiento en la calidad de vida de Bolivia. www.bolivia-industry.com

Cámara Nacional de Comercio: Es una institución empresarial privada, sin fines de lucro, con independencia económica y política. Creada para defender los intereses de sus asociados, promoviendo el desarrollo empresarial de los sectores del Comercio y los Servicios, en un marco de sana competencia, en la perspectiva de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido en el ámbito económico y social del país, en el contexto globalizado. www.boliviacomercio.org.bo

Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE): El IBCE es una institución no gubernamental encargada de la promoción del comercio boliviano. Entre los servicios que ofrece, están la elaboración de informes estadísticos, el Centro de Documentación e Información y la asesoría en materia de exportación e importación.

www.ibce.org.bo

2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES POR REALIZARSE EN EL MERCADO

FICAD - Feria Internacional de Construcción, Arquitectura y Diseño

Fecha: 21 al 25 de marzo de 2018
Lugar: Feria Exposición de Santa Cruz
Telf.: (591-3) 333 2699 - 353-3535
Email: ventas@fexpocruz.com.bo
Pag. Web: www.fexpocruz.com.bo
Santa Cruz - Bolivia
Sectores construcción, arquitectura y diseño

FIFBO - Feria Internacional de Franquicias de Bolivia

Fecha: 17 al 18 de abril de 2018
Lugar: Av. Roca y Coronado, Predio ferial de FEXPOCRUZ
Telf.: (591-3) (591-3) 353-3535 Fax: 353-0888
Email: ventas@fexpocruz.com.bo
Pag. Web: www.fexpocruz.com.bo
Santa Cruz - Bolivia

EXPO LOGÍSTICA – Feria Internacional de Productos y Servicios Logísticos

Fecha: 27 al 29 de junio de 2018
Lugar: Av. Roca y Coronado, Predio ferial de FEXPOCRUZ
Telf.: (591-3) 336-1290, 332-6661, (591) 69000282
Email: info@expologistica.com.bo
Pag. Web: <http://www.expologistica.com.bo>
Santa Cruz - Bolivia

FEICOBOL- Feria Internacional de Cochabamba

Fecha: 26 de abril al 6 de mayo de 2018
Lugar: Campo Ferial de la Laguna Alalay
Telf.: (591-4) 4218880 - 4218881
Email: feicobol@feicobol.com.bo
Sitio Web: www.feicobol.com.bo/inicio/index.php/feria-internacional
Rueda Internacional de Negocios, 2 y 3 de mayo en el marco de la Feria Internacional de Cochabamba
Informes e inscripciones: FEICOBOL
Cochabamba - Bolivia
Multisectorial

LA PAZ EXPONE 2016

Fecha: 14 al 23 de julio de 2018
Lugar: Campo Ferial Chuquiago Marka
Telf.: (591-2) 2312358 – 2392319
Email: lapazexpone@gmail.com / empresariosdelapaz@feplp.com.bo
Sitio Web: <http://www.lapazexpone.com.bo/>
Rueda Internacional de Negocios Cámara Nacional de Comercio (CNC)
Del 12 al 13 de julio de 2018, en el marco de La Paz Expone 2018.
Informes e inscripciones: (591-2) 2378606
Email: dalmaraz@cnc.bo;
<http://www.cnc.bo/ruedadenegocios/index.php>

La Paz - Bolivia
Multisectorial

EXPOCRUZ – Feria Internacional de Santa Cruz

Fecha: 21 al 30 de septiembre de 2018
Lugar: Campo Ferial de Fexpocruz
Telf.: (591-3) 3533535 – Fax: (591-3) 3530888
Email: ventas@fexpocruz.com.bo
Pag. Web: www.fexpocruz.com.bo

Rueda de Negocios Internacional Bolivia, organizada por la Cámara de Industria y Comercio de Santa Cruz (CAINCO) se realizará del 26 al 28 de septiembre en el marco de la Feria Internacional de Santa Cruz.

Informes e inscripciones: (591-3) 3383333
Email: ruedas@cainco.org.bo
Email: <http://www.ruedadenegociosbolivia.com/>
Santa Cruz - Bolivia
Multisectorial

FIPAZ – Feria Internacional de La Paz

Fecha: Del 24 de octubre al 4 de noviembre de 2018
Lugar: Campo Ferial Chuquiago Marka La Paz - Bolivia
Telf.: (591) (2) 2141477
Email: info@fipaz.com.bo
Pag. Web: www.fipaz.com.bo

Rueda Internacional de Negocios, se llevará a cabo del 30 y 31 de octubre de 2018 en el marco de la Feria Internacional de La Paz

Informes e inscripciones: FIPAZ
La Paz - Bolivia
Multisectorial