

# FICHA PAÍS: BOLIVIA

## ACCESO A MERCADOS

- El Acuerdo de Libre Comercio Perú – Comunidad Andina vigente desde 1993, permite que el comercio de todos los productos del universo arancelario de nuestro país y de los estados miembro se encuentren liberalizados al 100%. Para mayor información consultar: [ALC Perú - CAN](#)
- Al amparo del "Marco General de Principios y Normas para la liberalización del comercio de servicios en la CAN" ([Decisión N°439](#)), en la Comunidad Andina existe libre comercio de servicios, salvo en los sectores de servicios financieros.
- Cada país miembro de la CAN, incluido Bolivia, reconoce las licencias, certificaciones, títulos profesionales y acreditaciones, otorgadas por otro país miembro, en cualquier actividad de servicios que requiera de tales instrumentos.
- A través de la [Decisión N°578](#), el Perú junto a Bolivia, Ecuador y Colombia

## OPORTUNIDADES COMERCIALES

- Centros de Contacto:** Bolivia es uno de los pocos mercados latinoamericanos con una industria de centros de contacto aún poco desarrollada, lo cual se evidencia en el hecho de que en el Eje Troncal (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz) del país exista apenas 30 contact centers, cantidad insuficiente para cubrir la demanda creciente de bancos, empresas telefónicas y de industria masiva.
  - Franquicias:** El país altiplánico se ha convertido en uno de los mercados más expectantes para las franquicias de gastronomía, las cuales representan el 53% de los negocios de este formato en el mercado boliviano. Asimismo, en 2016, franquicias nacionales como Nitos, La Lucha y Sniff tienen planeado ingresar a este mercado.
  - Arquitectura:** Se espera que el sector construcción continúe con un crecimiento de 4,5% y/o 5% para los próximos años en Bolivia pese a la desaceleración de la economía. El principal polo de desarrollo se encuentra en Santa Cruz, ciudad que concentra 58% de los metros construidos en el país y en la que se invirtió US\$ 2 mil millones en 2015.
  - Marketing Digital:** Bolivia aún se encuentra por detrás de sus vecinos en cuanto a Marketing Digital y hasta hace pocos años este concepto se limitaba únicamente a diseños de sitios web y mailing; sin embargo, las PYMES han comenzado a ver a esta alternativa como una oportunidad para llegar a más consumidores. Es así que el boom de las redes sociales ha generado la aparición de Agencias Digitales que ofrecen en exclusiva la gestión de Facebook.
- Fuente: Euromonitor International / BPO Sur / [www.100franquicias.com.pe](http://www.100franquicias.com.pe)



## TENDENCIAS DE CONSUMO

- Emprendimiento e innovación,** relacionada directamente con la forma de introducir cambios que permiten mejorar la calidad de vida de las personas y desarrollar y/o crear proyectos a través de la identificación de ideas y oportunidades de negocios.
- La sociedad vive bajo estándares más altos en lo que respecta al consumo, ciudadano más informado y que al momento de comprar **exige calidad, originalidad y buenos precios.**
- Los consumidores no renuncian a los productos premium una vez probados, y lo compensan con productos low cost en otras categorías.

Fuente: Euromonitor International



## COMERCIO

- Las importaciones bolivianas de servicios sumaron US\$ 1 004 millones en 2015, lo cual representó un crecimiento medio anual de 12,9% en los últimos cinco años. Los servicios profesionales de negocios - es decir aquellos relacionados a consultorías técnicas, comerciales o de gestión - representan alrededor del 35% de estas importaciones, seguido por los servicios de construcción con una participación de 24%.
- Durante el periodo 2010 – 2014, las importaciones de servicios de construcción, que incluyen consultorías especializadas en ingeniería y arquitectura, mostraron un dinamismo importante al pasar de US\$ 19 millones a US\$ 339 millones, lo cual significó un crecimiento medio anual de 105,8%.

## DATOS GENERALES

Población	: 11 millones
Moneda	: Boliviano / 1 BOB=0,476311 PEN
PBI per cápita	: US\$ 6 465 (2015)
Tasa desempleo	: 4,0%
Tasa inflación	: 4,1%
Capital	: La Paz
Religión	: Católica (77%), Evangélico (8%), protestante (8%)
Idioma	: Español, quechua y aymara

## INTERCAMBIO COMERCIO DE BIENES Y SERVICIOS

### Intercambio de servicios Bolivia - Mundo

En millones de US\$

Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom	Var.% 15/14
Exportaciones	192	248	273	291	332	14,7	14,1
Importaciones	618	749	1 103	1 420	1 004	12,9	-29,3
Balanza Comercial	810	997	1 376	1 711	1 336	-	-
Intercambio Comercial	-426	-501	-830	-1 129	-672	12,1	-40,5

Fuente: UNCTAD. Elaboración: Inteligencia de Mercados

### Intercambio Comercial Perú - Bolivia

En millones de US\$

Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom	Var.% 15/14
Exportaciones	459	560	589	654	593	6,6	-9,4
Importaciones	269	466	525	578	348	6,7	-39,8
Balanza Comercial	190	95	65	76	245	6,5	220,8
Intercambio Comercial	728	1 026	1 114	1 232	940	6,6	-23,7

Fuente: SUNAT. Elaboración Inteligencia de Mercados

## TIPS DE NEGOCIACIÓN

- 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.
- 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.
- Los bolivianos 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.
- En las reuniones sociales se debe evitar tratar temas de negocio; por el contrario, se debe enfocar en la generación de redes de contacto.
- 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.

## COSTOS

- Salario Medio Agente de Call Center**  
US\$ 329,63
- Salario Medio de Diseñadores Gráficos (2 a 3 años de experiencia – US\$ / Mes)**  
US\$ 458,3
- Salario Medio de Arquitectos (2 a 3 años de experiencia – US\$ / Mes)**  
US\$ 895,74

Fuente: Sistema Regional de Información y Armonización Metodológica - BID

## FERIAS INTERNACIONALES

Evento Comercial	Sector	Fecha
COSTRUTEC 2016	Arquitectura / Diseño	14 de abril – 17 de abril de 2016
<a href="#">Expologística 2016</a>	Editoriales	14 de abril – 17 de abril de 2016

## ENLACES DE INTERÉS

[PROBOLIVIA](#)

[Cámara Boliviana de Franquicias - CAFRAN](#)

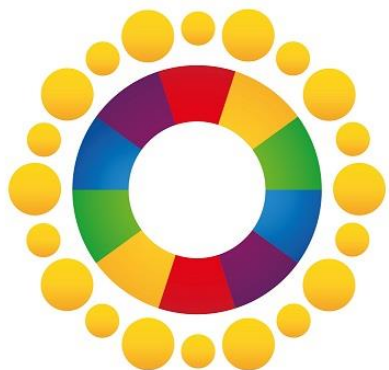
[Cámara de Construcción de Santa Cruz](#)

[Cámara Nacional de Comercio de Bolivia](#)

[Sistema de Contrataciones Estatales](#)

[Ministerio de Economías y Finanzas Públicas](#)

[Comunidad Andina de Naciones](#)



**PerúService**

SUMMIT 2016



## CONTACTOS - PROMPERÚ

### David Ederly

Coordinador del departamento de exportación de servicios: [dedery@promperu.gob.pe](mailto:dedery@promperu.gob.pe)

Líneas: Franquicias y BPO – Centros de contacto

Teléfono: 616-7400 anexo 2504

### Carla Rojas

Especialista línea editorial, imprenta, marketing digital y animación: [ccrojas@promperu.gob.pe](mailto:ccrojas@promperu.gob.pe)

Teléfono: 616-7400 anexo 2628

### Javier Muñoz

Especialista línea software y videojuegos [jmunoz@promperu.gob.pe](mailto:jmunoz@promperu.gob.pe)

Teléfono: 616-7400 anexo 2404

### Cristina Vásquez

Especialista Línea servicios a la minería, consultoría en ingeniería y arquitectura [cvasquez@promperu.gob.pe](mailto:cvasquez@promperu.gob.pe)

Teléfono: 616-7400 anexo 2261

## OFICINA COMERCIAL

### Oficina Comercial del Perú en Bolivia

[Sr. Julio José Polanco Pérez](#)

Email: [jpolanco@mincetur.gob.pe](mailto:jpolanco@mincetur.gob.pe)

Teléfono: 591 – 2 - 2971837

**Dirección:** Avenida Sánchez Bustamante 7977, esquina calle 13 de Calacoto, Edificio Calacoto Business Center, Piso 5, Oficina 2, La Paz, Bolivia.

Elaborado por: Departamento de Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ  
[www.slicex.gob.pe/inteligenciademercados](http://www.slicex.gob.pe/inteligenciademercados)