

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	La Paz	1.2. Fecha	17/12/2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	<a href="#">Juan Carlos Requena Orozco</a>	
	Cargo	Especialista en Comercio e Inversiones	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Marketing digital - Campañas digitales		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	La exportación de servicios tecnológicos no tiene posición arancelaria para Bolivia		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Marketing digital - Campañas digitales		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<b>3.1. Aranceles</b>		
	Aranceles	0%	
	IVA	12.5%	
	ITF	0.30%*	
	Restricciones	Ninguna	
	<p>* El impuesto a la transferencia puede variar según el banco donde se realice, pero es importante tomar en cuenta este costo al momento de realizar la negociación con la empresa interesada.</p> <p>1. La Decisión 578 de la Comunidad Andina es actualmente aplicada en Bolivia. 1</p> <p>2. La norma interna que permite la aplicación de dicha Decisión es la Resolución Normativa de Directorio N° 10170000030 de 29 de diciembre de 2017, modificada por la Resolución Normativa de Directorio N° 10180000037 de 21 de diciembre de 2018. Dicha regulación establece dos procedimientos para evitar doble imposición</p> <p>a) En determinados casos (servicios de consultoría por ejemplo) la empresa boliviana que realiza el pago a favor de una empresa peruana que prestó un servicio procede a la retención de 12,5% y dicho gasto debe ser computado como no imponible en Perú.</p>		

<sup>1</sup> <https://boliviainpuestos.com/decision-578-de-la-can/>

	<p>b) En determinados casos (beneficios de las empresas) la empresa peruana que recibe el pago debe tramitar un certificado de residencia fiscal ante SUNAT y presentarlo a la empresa boliviana para que la misma no realiza ninguna retención.</p> <p>c) Similares procedimientos se aplican en el escenario inverso, en el que la empresa peruana realiza el pago a una empresa de Bolivia.</p> <p>Por ejemplo :</p> <p>La empresa Boliviana se ve obligada a aplicar una retención del 12.5% sobre el monto que tendría que pagar, esta retención es por concepto de impuesto a la renta boliviana. Adicionalmente, en Perú la empresa que vende el servicio lo declara como ventas, por lo cual en principio estaría también sujeto a renta, generando una doble imposición<sup>2</sup>. Frente a esto, en Perú existen dos mecanismos de solución, el primero es mediante la decisión 578 de la CAN, por la cual solo se pagaría renta en Bolivia y en Perú sería un ingreso no gravado; para esto necesitamos que el cliente nos extienda un certificado de domicilio.</p> <p>La segunda manera es declarando la venta como sujeta a renta también en Perú, y descontando la retención aplicada en Bolivia, esto requiere que el cliente envíe su constancia de retención.</p> <p><b>3.6. Certificaciones</b></p> <p>Ninguna.</p> <p><b>3.7. Restricciones</b></p> <p>Ninguna. Sin embargo es importante resaltar que el acceso a la información en Bolivia es muy restringido. Por ejemplo si uno está interesado en conocer los estados financieros de una empresa, estos solo pueden ser solicitados a una entidad (infocred), que a su vez solicita permiso a la empresa o persona natural y si esta le niega, simplemente no se puede obtener la información .</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>La incursión del Marketing digital en Bolivia, específicamente las campañas digitales, ha despertado grandes expectativas en el sector empresarial e industrial, sobre todo en la ciudad de Santa Cruz y específicamente en las empresas agroindustriales y de retail , donde se observa un crecimiento mayor en la utilización de esta importante herramienta.</p>

<sup>2</sup> <https://boliviaimpuestos.com/convenios-de-doble-tributacion-vigentes-en-bolivia/>

	<p>Bolivia, país inmerso en todos estos cambios y adaptándose al mercado actual, va utilizando cada vez más esta herramienta, aplicada dentro del sector empresarial dentro de las grandes, medianas y pequeñas empresas.</p> <p>Es así que el Marketing en Bolivia se convierte en herramienta clave para la diferenciación en la venta de productos y servicios, en el ámbito Nacional y en los diversos rubros de la industria.</p> <p>Se observa un creciente interés por “hacer las cosas bien”, desde el punto de vista de la empresa, llegando a la interiorización y comprensión de sus segmentos a través de la “orientación hacia el mercado”, es decir, identificando las necesidades de los consumidores para producir y comercializar productos y servicios que vayan a cubrir las expectativas, de tal manera que puedan atraer estos clientes por campañas digitales.</p> <p>Es importante destacar el progresivo aumento de las inversiones en estrategias comerciales, comunicacionales y específicamente publicitarias que se observan, sobre todo en el eje troncal del país; Santa Cruz, La Paz y Cochabamba. Las empresas privadas buscan sobre todo tercerizar los servicios de gestión de redes sociales a empresas especializadas que puedan crear mejor contenido, siguiendo la tendencia y según lo solicitado. La utilización de la investigación de mercados como fuente primordial de recolección de información para la toma de decisiones estratégicas, y el análisis del comportamiento del consumidor, van cobrando importancia.</p> <p>Por otro lado, debido a la pandemia, la mayoría de los bolivianos se vieron obligados a tener internet fijo en sus hogares. A raíz de esto, el porcentaje de población digitalizada aumentó de 59% en 2019 <sup>3</sup>a 63% en 2020. En 2019, 58% de los consumidores digitales contaban con internet en sus casas. A finales del 2020, la cantidad de consumidores digitales que accedieron a internet fijo aumentó a un 82%<sup>4</sup>.</p> <p>Las razones que motivan la conexión varían: en primer lugar, se encuentra “Para ver novedades en las redes”, seguido por las siguientes razones : “trabajar”, “estudiar”, “escuchar música”, “ver noticias”, “ver películas o series”, “para ver videos en Youtube”, y para hacer compras o pagos”, entre otros.</p> <p>En ese sentido, el 21% de los usuarios llegó a un producto o servicio por un anuncio en Facebook o Instagram, el 17% fue contactado por WhatsApp, 16%<sup>5</sup></p>
--	---

<sup>3</sup> <https://www.capturaconsulting.com/el-consumidor-digital-en-bolivia-2019/>

<sup>4</sup> <https://www.inforse.com.bo/2021/05/17/estudio-sobre-comportamiento-digital-destaca-3-de-10-bolivianos-confiesan-perder-la-nocion-del-tiempo-al-conectarse/>

<sup>5</sup> <https://fundacionperiodismo.org/medialabfpp/la-pandemia-impulso-el-consumo-digital-en-bolivia/>

	<p>a través de Marketplace, entre otros. A pesar de estos números, los usuarios bolivianos encuestados (58%) manifestaban la necesidad de encontrarse en el mercado: La experiencia física sigue siendo parte fundamental de la cultura, pero hay una fuerte tendencia a seguir el mismo lineamiento mundial y de digitalización de la población.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p><b>5.1. Estacionalidad:</b></p> <p>El uso de marketing digital para las empresas es continuo todo el año. Es importante resaltar que el uso de estos servicios se intensifica en las fiestas más emblemáticas a nivel nacional o por región en el país. Esto puede representar una oportunidad interesante para las empresas del País.</p> <p>Fiestas importantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Año nuevo</li> <li>- Año nuevo aymara ( occidente del país)</li> <li>- Carnavales</li> <li>- San Juan</li> <li>- Corpus Christi</li> <li>- Semana santa</li> <li>- Aniversarios regionales ( sobre todo los del eje troncal)</li> <li>- San valentin</li> <li>- Halloween</li> <li>- Navidad <sup>6</sup></li> </ul> <p><b>5.2. Exhibición:</b></p> <p>Los principales medios que las empresas de marketing digital utilizan para exhibir sus servicios son las redes sociales y cuentan con su propia página web.</p> <p><b>5.3. Principales empresas de marketing digital en Bolivia:</b></p> <p>En Bolivia existen varias empresas de marketing digital que ofrecen sus servicios. Sin embargo el mercado boliviano siempre está latente a conocer nuevas tendencias mundiales que otras empresas puedan ofrecer para el desarrollo de sus actividades.</p>

<sup>6</sup> <https://www.bolivia.com/actualidad/nacionales/feriados-bolivia-para-este-2022-330929>

	<p>Según el sitio “Branch” , medio especializado en analizar el posicionamiento de las empresas más emblemáticas de cada sector, hasta noviembre del 2021, publicó la siguiente lista en la que muestra cuales serían las 10 agencias de marketing digital más importantes en Bolivia.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <sup>7</sup>Ogilvy Bolivia</li> <li>2. Grupo Hemisferios</li> <li>3. Athos</li> <li>4. Consorcio Publicitario Rozenman</li> <li>5. Red PLan</li> <li>6. Monkey Plus</li> <li>7. Drewdev</li> <li>8. Marketing digital Bolivia</li> <li>9. Cappuccino Agencia</li> <li>10. Ideas Creativas</li> </ol>
<p>2.7 Principales servicios de marketing digital solicitados en el mercado boliviano</p>	<p>Las empresas bolivianas, cuando generalmente contratan los servicios de marketing digital, se concentran sobre todo en los siguientes puntos :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Social media management (gestión de campañas por medios digitales)</li> <li>- Marketing de contenidos</li> <li>- Posicionamiento de la marca</li> <li>- SEM PPC</li> </ul>
<p>2.8 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>En caso que se buscará una asociación, los criterios a tomar en cuenta son:</p> <p><b>5.4. Analizar la participación de la empresa tanto en el mercado tradicional como moderno.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Analizar el ámbito de cobertura: En caso que esté interesado en buscar una asociación alguna empresa boliviana, es importante ver si la empresa tiene una cobertura local o nacional. En Bolivia es importante la presencia en el “eje troncal” (La Paz, Santa Cruz y Cochabamba).</li> <li>● Cartera de clientes vigentes y duración de estos contratos</li> </ul> <p><b>5.5. Analizar las particularidades del mercado boliviano de marketing digital:</b></p>

<sup>7</sup> <https://branch.com.co/marketing-digital/top-10-de-agencias-de-marketing-digital-en-bolivia/>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● La mayor demanda de estos servicios se concentra en la ciudad de Santa Cruz, seguida por la de La Paz y finalmente Cochabamba, el denominado eje troncal y donde se concentra más del 70 % de las empresas y 70% de la población<sup>8</sup>.</li> <li>● Es un servicio que cuenta con demanda y oferta durante todo el año. La empresa líder en el mercado es Oglivy</li> <li>● Es importante resaltar que las principales industrias que están apostando por lo digital son principalmente las agroindustriales y de retail.</li> <li>● Las pequeñas empresas y los emprendimientos manejan su mercado casi a la totalidad por instagram y facebook</li> <li>● Market place es una de las principales plataformas donde las empresas ofertan sus productos ( sobre todo las informales), pero con una tendencia a usar sus propias plataformas.</li> <li>● Cada mercado ( regional) tiene su propia idiosincrasia y diferente tipo de cultura ( el occidente tiene una cultura totalmente diferente a la del oriente)</li> <li>● Para la presente ficha mercado producto se tomó en cuenta únicamente el subsector de marketing digital “ Campañas digitales” . Las otras herramientas del marketing digital serán desarrolladas en el futuro. De esta manera se verá todo lo que es el marketing digital en Bolivia y todas sus líneas como data science, que es una herramienta muy poco desarrollada aquí en Bolivia</li> </ul>
<p>2.9 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Actualmente existen algunas empresas de marketing digital que ya trabajan en Bolivia. Estas están principalmente enfocadas en desarrollar su negocio en las ciudades del eje troncal de Bolivia, que son las ciudades de La Paz , Cochabamba y Santa Cruz .</p>

<p>2.10 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>En cuanto a organización de eventos presenciales, las restricciones para reunión de personas se han mantenido vigentes con cierta liberación, por lo cual las ferias y ruedas de negocio con clientes corporativos aún no son recomendables, hasta el 2022. Por tanto, se aconseja :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Promocionar en el Perú la oportunidad de mercado que existe en Bolivia.</li> </ul>
--	---

<sup>8</sup> <https://www.lostiempos.com/actualidad/pais/20210408/proyecciones-poblacion-2021-bolivia-tiene-11842000-habitantes>

	<ul style="list-style-type: none"><li>● Realizar agendas de negocios personalizadas online con apoyo de la OCEX Bolivia.</li><li>● Recomendar a empresarios peruanos la elaboración de presentaciones virtuales de sus servicios. Estás dieron una muy buena respuesta a corto plazo en oportunidades de negocio .</li></ul>
--	--

### ANEXO 1 : COMPARATIVO DE PRECIOS

Es importante resaltar, que, Bolivia, al ser un país en pleno desarrollo económico, cuenta con un nivel de ingresos más bajo que el promedio regional, de hecho, Bolivia se encuentra entre los países con más bajo PIB/ PER de latinoamérica, por lo cual los precios de los servicios y productos son generalmente menores y es por ello que aconsejamos a las empresas peruanas interesadas en este mercado adecuar los precios de sus servicios a los del mercado

#### ANEXO PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Empresa	Precio (US\$ por 1 mes) Bs. incluye IVA *	Precio (US\$ por 3 mes) Bs. incluye IVA	Tamaño de agencia	Web	Características o forma de presentación	Foto
Sandía Creativa	301 U\$D / 2100 Bs	903 U\$D / 6285 Bs	Pequeña	<a href="https://sandiaceutiva.com/">https://sandiaceutiva.com/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de redes</li> <li>- Manejo de publicidad (segmentación y distribución de publicidad, gestión y control de publicidad pagada en Facebook, instagram y google ads)</li> <li>- Equipo dedicado a la cuenta</li> </ul>	
Triton	500 U\$D / 3498 Bs	1500 U\$D / 10 440 Bs.	Mediana	<a href="https://www.tncorptm.com/">https://www.tncorptm.com/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de redes</li> <li>- Manejo de publicidad (segmentación y distribución de publicidad, gestión y control de publicidad pagada en Facebook, instagram y google ads)</li> <li>- Equipo dedicado a la cuenta</li> </ul>	
Vertice Comunicaciones	550 U\$D / 3828 Bs	1350 U\$D / 9396 Bs	Mediana	<a href="https://www.verticecomunicacion.com/quienes-somos/">https://www.verticecomunicacion.com/quienes-somos/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de redes</li> <li>- Manejo de publicidad (segmentación y distribución de publicidad, gestión y control de publicidad pagada en Facebook, instagram y google ads)</li> <li>- Equipo dedicado a la cuenta</li> </ul>	
Move Group	575 U\$D / 4000 BS	1725U\$D /	Grande	<a href="https://www.move.co">https://www.move.co</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de redes</li> </ul>	



		12006 .BS		m.bo/?fbclid=IwAR18P4wZ0NTnqiwJmegZKABqsFCTbzI9JdRJfpgB9DqCZhH3yDt4A92KOeA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo de publicidad (segmentación y distribución de publicidad, gestión y control de publicidad pagada en Facebook , instagram y google ads)</li> <li>- Equipo dedicado a la cuenta</li> </ul>	
--	--	--------------	--	--	--	--

\* Estos servicios generalmente consisten en la gestión de redes sociales y manejo de publicidad. Es importante resaltar que el precio no contempla el gasto que se tiene que realizar para la inversión de anuncios.

\* Algunas empresas alcanzan un precio que puede llegar hasta los 1000 \$ por mes( generalmente estas empresas son conocidas en el mercado, tienen un amplio recorrido y experiencia).