

El mercado del aceite de oliva en Bolivia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Paz

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

13 de diciembre de 2021
La Paz

Este estudio ha sido realizado por
Juan Bernabé Lang

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Paz

<http://Bolivia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-21-009-9



El principal objetivo que queremos alcanzar con este estudio de mercado es analizar el mercado del **aceite de oliva** en Bolivia. El mercado boliviano se considera atractivo para los exportadores de aceite de oliva, ya que se configura como un mercado en **crecimiento**, donde el producto español está muy bien visto por los consumidores y en el que los usuarios aún desconocen gran parte de las propiedades del producto.

El estado plurinacional de Bolivia, al no ser productor de aceite de oliva, depende totalmente de las **importaciones** para su consumo. Los principales países que llevan a cabo la actividad exportadora son España, en primer lugar, como líder indiscutible del sector, representando, desde el año 2012 hasta la actualidad (2020), más del 50 % de la cuota de mercado de dicho producto. Podemos confirmar unas previsiones de futuro positivas para el aceite español, ya que el consumo en el país va aumentando año a año. Todo el aceite de oliva que Bolivia importa tiene como objetivo el consumo interno, es decir, no hay parte de esta mercancía que se utilice para la re-exportación.

Es importante tener en cuenta que el nivel socioeconómico predominante en Bolivia es el calificado como D2, que se caracteriza por ser el segundo segmento con peor calidad de vida y bienestar, carece prácticamente de todos los servicios y bienes satisfactorios y generalmente, suelen ser trabajadores por cuenta propia y asalariados no profesionales, lo que nos permite apreciar, en relación a la demanda, que la mayoría de los consumidores en el país no tienen un fácil acceso al producto, ya que está percibido como un producto **gourmet**. Debido a esto, se puede apreciar que las principales áreas de consumo de aceite de oliva en Bolivia se dan en los núcleos urbanos como son: Santa Cruz, Cochabamba y La Paz.

Como hemos mencionado anteriormente, el aceite de oliva es calificado como un producto de alta calidad. Además de esto, hay que tener en cuenta el gravamen arancelario al que está sujeto el producto (**10 %**) y el IVA que soporta (**14,94 %**), que hacen que el precio del producto sea mayor y, por lo tanto, su consumo aún más exclusivo. Es importante que los exportadores tengan en cuenta las barreras no arancelarias que existen en Bolivia:

- Altos costes de transporte (marítimo y terrestre).
- Tiempo para la recepción del pedido.
- Alta burocratización del sistema de pago de impuestos.
- Retiro de mercancías en aduana.
- Controles sanitarios del producto por el SENASAG (Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria).

Los principales competidores del aceite de oliva español son los aceites producidos en **Argentina, Portugal e Italia**. Desde este punto de vista, es difícil competir con el producto español. En los últimos 5 años ha sido la industria argentina la que ha seguido muy de cerca el potencial español llegando a representar alrededor del 40 % de la cuota de mercado.



El aceite de oliva presente en Bolivia es de calidad alta, sobre todo el producido por España e Italia, aunque también están presentes los producidos en Argentina, Chile y Portugal que se caracterizan por ser de una calidad más standard y un precio más económico. A través de una ponderación de los diferentes precios al que los productores venden sus productos, obtenemos:

- Precio medio del aceite de oliva 1 L = 76,26 BOB
- Precio medio del aceite de oliva 250 ml = 27,12 BOB

Precisamente, el factor que determina al consumidor boliviano a comprar un aceite u otro es el **precio**, ya que, por lo general, no aprecian la diferencia de calidad de uno a otro y como hemos citado antes, todavía desconocen otros posibles usos del producto que podría llevar a tomar una decisión de compra no solo basada en el precio.

icex

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

