

EMBAJADA DEL PERÚ EN BOLIVIA

PROMO'2001

**INFORMACIÓN ESTRATÉGICA PARA ELABORAR
PLANES DE NEGOCIOS EN BOLIVIA**

**GERARDO PRADO APAZA
Consejero Económico Comercial**

Mayo 2001

*LA INFORMACION DE ESTE DOCUMENTO PUEDE SER DIFUNDIDA
SI SE MENCIONA LA FUENTE*

Calle Fernando Guachalla N° 300, Soppoachi, La Paz – Bolivia
Fax: (5411) 4802 5887 E-mail: embbol@caoba.entelnet.bo

ÍNDICE

- I. SITUACIÓN ECONÓMICA
- II. SITUACIÓN DE LAS IMPORTACIONES BOLIVIANAS
- III. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA EN EL MERCADO
 - 1. Demanda potencial
 - 2. Origen de los productos importados
 - 3. Productos peruanos con potencial exportador
 - 4. Competencia de la oferta peruana
- IV. EVOLUCIÓN DEL MERCADO
- V. RECOMENDACIONES PARA EL INGRESO AL MERCADO
 - 1. Promoción Comercial
 - 2. Acciones en Bolivia
 - Mercado
 - Producto
 - Exportador
 - Transporte

I. Situación económica

Durante el año 2000, el desarrollo de la economía boliviana ha confrontado problemas internos y externos, los cuales han impedido alcanzar las metas inicialmente programadas, determinando que la tasa de crecimiento del PBI alcanzara 2.1%. Los factores que han determinado el comportamiento económico del país fueron:

- Culminación del proceso de erradicación de cocales, lo cual habría ocasionado el retiro de la economía de aproximadamente 300 millones de US \$.
- Efectos de la reforma aduanera, disminuyendo la actividad informal del contrabando.
- Contracción del crédito, debido a la alta mora bancaria y los efectos negativos en los pequeños prestatarios.
- Conflictos sociales (abril-setiembre), mediante bloqueos y marchas que afectaron negativamente la actividad productiva y del comercio exterior del país.
- Expectativas negativas de los agentes económicos que adquirieron altos endeudamientos.

Según analistas económicos, el crecimiento registrado por la economía durante el citado año obedece fundamentalmente al desempeño de la exportación de gas natural al Brasil, la recuperación de los precios internacionales de las materias primas y el desarrollo positivo de los sectores asociados a los servicios; las cuales constituyen los principales ítems del comercio exterior boliviano.

En todo caso, existe un ambiente de preocupación gubernamental y crecientes necesidades empresariales respecto a las perspectivas del año 2001, habiéndose llegado a la conclusión concertada de que Bolivia necesita soluciones creativas y no excluyentes para superar la crisis coyuntural, además de diseñar y aplicar una estrategia de largo plazo que le permita enfrentar con solvencia los desafíos futuros, sin afectar al sistema democrático y las condiciones que plantea el modelo de libre mercado.

En este contexto, el sector empresarial ha coincidido en que los principales factores que impiden el franco desarrollo de la economía se refieren básicamente a la falta de liderazgo y gestión por parte del gobierno, así como el avance de la corrupción en todos los estamentos de la sociedad boliviana, lo cual impide que el país pueda alcanzar niveles de desarrollo que permitan superar, la pobreza, consolidar un marco institucional independiente y responder a las actuales exigencias de la economía globalizada.

Indicadores económicos

Al finalizar el año 2000, el comportamiento y las cifras registradas de los principales indicadores económicos son las siguientes:

a) Producto bruto interno.-

El crecimiento del PBI alcanzó 2.1 % durante el año 2001, lo cual significó un menor crecimiento al proyectado inicialmente. Las actividades más dinámicas de la economía fueron:

La minería.- La recuperación de los precios internacionales de los principales minerales, tuvieron efectos positivos sobre la producción del sector, aunque en el segundo semestre, nuevamente declinaron los mismos precios internacionales

La agricultura.- Se manifestó una recuperación en la producción agrícola del trigo, maíz y la papa, así como buenas cotizaciones internacionales de la soya y algunos derivados de la misma (harinas y aceites)

La construcción.- Registro un crecimiento de 2.2% durante el primer semestre del 2000, recuperando la caída del 15 % del año 1999. La construcción pública-capitalizada mostró señales de recuperación aunque la construcción privada aun no recupera los niveles de años anteriores.

Petróleo y gas.- Actualmente constituye un sector fundamental para el desarrollo de la economía del país. Durante el primer semestre 2000, tuvo un desempeño negativo, al decrecer 13 % respecto a igual periodo del año anterior. Sin embargo, durante el segundo semestre la producción y exportación de gas natural aumento significativamente, gracias al contrato de exportación del producto a Brasil (86 %)

b) Inflación.-

La evolución del proceso inflacionario fue determinada principalmente por la continua elevación de los precios del petróleo, derivando en un constante incremento de los precios de los hidrocarburos y el gas licuado de petróleo (GLP), los cuales mantienen un efecto multiplicador sobre la canasta familiar. La tasa inflacionaria al finalizar el año 2001 fue de 3.41 %. Índice similar al registrado el año anterior.

c) Devaluación.-

El tipo de cambio oficial alcanzo una cotización de 6.40 bolivianos por US \$ dólar, lo cual represento una tasa de devaluación de la moneda de 6.7 %, ligeramente superior a la registrada el año 1999 (6.2%)

La dinámica de la política cambiaria y la baja inflación interna, permitieron revertir, en parte, la situación problemática del año 1999.

d) Déficit fiscal.-

El costo de la reforma del sistema de pensiones constituyo una fuerte influencia en las cuentas fiscales, determinando que el déficit fiscal alcanzara a 4.1 % del PBI en el año 2000, el mismo que fue cubierto con financiamiento externo concesional.

e) Deuda externa.-

El monto de la deuda externa pública de mediano plazo, registrada al 31.12.2000, fue de 4.460.4 millones de US \$ dólares. La composición de la misma muestra la participación creciente del financiamiento multilateral en el total de la deuda en relación al financiamiento bilateral.

Los desembolsos por concepto de la deuda durante el año 2000 fueron de US \$ 304.4 millones de US \$ y el pago del servicio de la deuda alcanzó 266.8 millones de US \$, mayor en 17.4 al mismo concepto registrado el año 1999.

Indicadores económicos

<u>Rubros</u>	<u>1999</u>	<u>2000</u>
PBI (mill/US \$)	8.351	8.500
PBI (per cápita US \$)	1.070	1.026
Tasa crecimiento (%)	0.61	2.13
Inflación (%)	3.13	3.41
Índice de precios (%)	3.13	4.21
PEA (miles hab.)	--	5.224
Ingreso mínimo (privado US \$)	62.50	69.20
Ingreso mínimo (público US \$)	54.60	62.00
Tipo de cambio promedio (MN x US\$)	6.00	6.40
Devaluación (%)	6.20	6.70
Costo del crédito		
Tasa interés activa (%)	18.84	18.33
Tasa interés pasiva (%)	12.22	11.34
R.I.N. (miles dólares)	1,113.65	1.084.80
Comercio exterior (miles dólares)	2.944.00	3.188.60
Exportaciones	1.139.00	1.242.00
Importaciones	<u>1,855.00</u>	<u>1,976.60</u>
Balance	(-) 716.00	(-) 734.00
Balanza comercial / PBI (%)	36.00	37.00

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

II. SITUACIÓN DE LAS IMPORTACIONES BOLIVIANAS

La evolución de las importaciones durante el año 2000 fue relativamente positiva y con tendencia a recuperar los niveles de los años 1997-98. Sin embargo, aun continúan los efectos de la crisis internacional, por lo que se estima que la demanda externa lograría su plena recuperación a partir del año 2002.

El comportamiento de las importaciones tuvo una fuerte influencia de la caída de las importaciones de bienes de capital (28 %), debido a las menores importaciones de las empresa capitalizadas y de las importaciones relacionadas con la construcción del gasoducto Bolivia-Brasil. En cambio las importaciones de materias primas y bienes intermedios crecieron en 12 % y las importaciones de bienes de consumo en 4 %.

Por otro lado, de acuerdo a los montos importados durante el año 2000, podemos afirmar que seis (6) países comercializaron el 70 % del valor total de las importaciones registradas. En este contexto, destaca nuevamente Estados Unidos como el principal proveedor del mercado (430.5 mill/dls), seguido de Argentina (302.7 mill/dls), Brasil (278.8 mill/dls), Chile (163.1 mill/dls), Japón (103.2 mill/dls) y el Perú (98.8 mill/dls).

Asimismo, cabe señalar que solo 24 países comercializan el 95 % del valor total de la importación de bienes a este mercado. La posición comercial de la oferta de los países sudamericanos es importante y se constituye en la principal competencia de la oferta peruana, además de Estados Unidos, Japón y España. La situación puede graficarse de la siguiente manera:

Principales Países Sudamericanos Exportadores a Bolivia

<u>País</u>	<u>Participación Relativa</u>
Argentina	15 %
Brasil	14 %
Chile	8 %
Perú	5 %
Colombia	2.4 %
Venezuela	1.0 %
Ecuador	0.4 %
México	2.3 %

Fuente: INE-Bolivia

Según el análisis, la oferta americana, excluyendo a Estados Unidos. Abasteció el 43 % de la demanda externa boliviana durante el año 2000.

Importaciones según País de origen

Valor US \$

Mayores de 100 millones de US \$

Estados Unidos	430.590.170
Argentina	302.708.900
Brasil	278.764.178
Chile	163.077.440
Japón	103.244.724

De 20 a 100 millones de US \$

Perú	98.762.914
China	62.858.605
España	51.530.214
Colombia	46.965.580
México	45.719.144
Italia	42.706.583
Alemania	39.515.926
Taiwan	35.976.799
Paraguay	26.755.442
Corea Del Sur	24.386.186
Suecia	24.005.090

	<u>De 8 a 20 millones de US \$</u>
Finlandia	18.442.038
Venezuela	14.315.391
Canadá	14.015.436
Francia	13.193.135
Reino Unido	10.443.214
Suiza	10.841.403
Holanda	9.858.232
Ecuador	8.161.017
No Declarado	42.575.457

Fuente: INE-Bolivia

Los valores registrados de las importaciones según las grandes categorías económicas, muestra la siguiente composición:

<u>CAPITULO NANDINA</u>	<u>US \$ CIF</u>
• Calderas, maquinas y artefactos mecánicos Partes de estas maquinas o aparatos	285.458.175
• Máquinas aparatos y material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido	174.050.468
• Vehículos, automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	146.939.146
• Combustibles minerales y aceites minerales	106.825.771
• Navegación aérea y espacial	100.002.447
• Manufacturas de fundición de hierro o acero	88.004.952
• Materias plásticas y sus manufacturas	86.684.714
• Papel y cartón, manufacturas de pasta de Celulosa de papel o cartón	60.947.420
• Productos diversos de las industrias químicas	54.574.779
• Semillas y frutos oleaginosos y diversos; plantas Industriales o medicinales; paja y forrajes	54.062.372
• Fundición hierro y acero	52.919.366

Fuente : INE-Bolivia

III. EVALUACION DE LA DEMANDA EN EL MERCADO

La demanda externa de este país, se desarrolla en el marco de la apertura de mercados y de las negociaciones bilaterales y multilaterales que ha concretado Bolivia. Esta característica, determina la vigencia de dos aranceles menores para las compras externas de bienes de capital e insumos, y preferencias arancelarias para la importación de productos negociados.

En este sentido, el régimen de importaciones establece la vigencia del gravamen arancelario consolidado (GAC), que se aplica en dos niveles:

Bienes de capital	5 % ad valorem CIF
Resto de productos	10 % ad valorem CIF

Asimismo, las importaciones de origen peruano al mercado boliviano, se benefician de la aplicación del “arancel cero”, en razón a la vigencia del acuerdo de libre comercio entre Bolivia y el Perú.

Igualmente, debe considerarse que las ofertas de terceros países, particularmente de aquellos con los cuales Bolivia es signatario de acuerdos de integración (Comunidad Andina de Naciones y Mercado Común del Sur) o Acuerdos bilaterales (caso Chile y México); también se benefician parcialmente de preferencias arancelarias, particularmente los productos negociados.

1.- Demanda potencial

Con la finalidad de evaluar el potencial de la demanda externa de los principales productos peruanos que se comercializaron durante los años 1999 y 2000, en el mercado boliviano, a continuación se presenta el siguiente cuadro, que detalla los valores de las importaciones provenientes del Perú y del Mundo, a nivel de capítulos de las Nandina:

<u>Capítulos</u>	<u>Concepto</u>	<u>Importaciones (US \$)</u>	
		<u>Totales</u>	<u>Perú</u>
01	Animales Vivos	1.837.137	544.500
02	Carnes Y Despojos	1.465.592	---
03	Pescados, crustáceos, moluscos	1.545.019	76.281
04	Productos Lácteos	17.878.298	470.651
10	Cereales	40.970.970	---
11	Productos de la molinería/malta	41.124.222	31.686
12	Semillas de frutas oleaginosas	57.902.971	39.663
16	Preparaciones carne pescado	9.994.986	2.733.086
19	Prepar. a base cereales, harinas	11.305.366	1.091.017
20	Prepar. legumbres, hortalizas	5.980.275	328.874
21	Prepar. Alimenticias Diversas	22.219.517	1.477.926
22	Bebidas, líquidos alcohólicos	7.540.734	205.319
23	Residuos/Desperdicios ind. aliment.	3.707.401	411.560
25	Yesos, cales, cementos	5.568.939	125.547
27	Combustibles, aceites lubricantes	106.825.771	1.425.073
28	Productos químicos inorgánicos	21.016.175	1.805.410
29	Productos químicos orgánicos	15.718.571	1.130.857
30	Productos farmacéuticos	32.794.548	622.266
31	Abonos	6.974.077	70.624
32	Extractos Curtientes y tintóreos	23.050.563	480.303
33	Productos de perfumeria y tocador	33.001.625	2.472.532
34	Jabones, prod. org. tensoactivos	23.915.227	10.227.455
36	Pólvora, explosivos, pirotecnia	5.771.233	1.334.558
38	Productos de las Ind. químicas	54.574.779	872.850
39	Materias plásticas y manufacturas	86.684.714	6.333.259
40	Caucho y sus manufacturas	36.085.097	1.518.232
48	Papel, cartón y manufacturas	60.947.420	2.686.244
51	Lana y pelos finos	2.596.160	1.157.495
52	Algodón	18.054.918	8.930.217
54	Filamentos sintéticos y artificiales	9.154.567	630.368
55	Fibras sintéticas y artificiales	29.978.715	3.677.352
61	Prendas y complementos de punto	12.208.878	703.764
62	Prendas de vestir excp. de punto	14.530.821	875.197
63	Los demás art. textiles	15.314.921	232.964
64	Calzados, Botines, Polainas	23.736.603	280.437
70	Manufacturas De Vidrio	11.423.140	54.829
71	Perlas finas, piedras Preciosas	14.204.689	448.918
72	Fundición hierro y acero	52.919.366	8.815.806
73	Manuf. Fundicion hierro y acero	88.004.952	6.791.710
82	Herramientas, art. cuchilleria	23.029.894	25.448
83	Manuf. Diversas de metales comunes	8.278.734	284.314
84	Calderas, máquinas, art. mecánicos	285.458.175	1.805.590
85	Maq., aparatos y mat. eléctrico	174.050.468	2.798.570
87	Vehiculos, Automoviles, Demas	146.939.146	146.160
90	Inst. de óptica, fotografía, control	33.705.435	196.958
94	Muebles Med. quirúrgicos	16.660.372	430.592
95	Juguetes, juegos, art. recreo	13.014.429	53.373
96	Manufacturas Diversas	8.439.615	176.934

Fuente: INE - Bolivia

2.- Origen de los productos importados

Al respecto, se ha tomado una muestra de 50 productos de la oferta exportable peruana, particularmente aquellos cuyos valores de venta son los mas altos en relación a toda la canasta de productos que se viene exportando a este país. Para el efecto, se ha considerado el año 1999, en razón a la disponibilidad de las estadísticas definitivas en el INE y para el caso de los valores de las exportaciones peruanas se considero las estadísticas elaboradas por PROMPEX.

Bolivia: Importación de los principales productos peruanos **(año 1999)**

VALORES US\$ CIF				
Partida	Productos/principales proveedores	Mundo	Perú	%
0105.11.0000	Gallos y gallinas (Brasil –Chile)	1.029.116	561.920	54.60
0402.91.1000	Leche evaporada (Canadá, Holanda, Panamá)	1.937.808	380.416	20.00
1517.90.0000	Preparaciones alimenticias de grasa o aceites (Argentina, Brasil, Colombia)	524.133	382.985	73.00
2835.25.0000	Fosfato "dicalcico" (Brasil, USA)	1.374.443	1.031.173	75.00
2922.42.1000	Glutamato monosódico (Ghana)	881.789	770.835	87.00
2104.101000	Preparaciones para sopas, potajes o caldos (Chile)	1.016.979	763.506	75.00
1604.200000	Preparaciones y conservas de pescado (Chile)	230.373	215.080	93.00
1806.900000	Chocolates y preparaciones que contienen cacao (Argentina, Brasil, Chile, USA, Reino Unido)	2.942.726	158.648	5.38
3305.90.0000	Las demás preparaciones capilares (Alemania, Argentina, Brasil, Colombia, Chile)	1.085.930	115.716	79.00
3405.10.0000	Betunes, cremas y preparaciones similares (Chile)	146.357	109.736	75.00
3402.20.0000	Preparaciones tensoactivas para lavar (Chile, USA, México)	8.511.365	8.006.867	94.00
3401.19.1000	Los demás jabones y preparaciones tensoactivas (Argentina)	1.629.414	1.276.402	78.00
4011.20.0000	Neumáticos de caucho (Brasil, Chile, Corea de Sur, Ecuador, China)	3.541.649	100.427	3.00
3923.30.9000	Las demás bombonas, botellas, frascos, de plástico (Chile, USA, México)	6.745.485	3.575.438	53.00
3923.50.0000	Tapones, tapas, cápsulas de plástico (Colombia, Chile, Francia)	2.449.672	925.215	64.00
4818.40.0000	Compresas y tampones higiénicos, pañales y similares (Colombia, Chile)	5.500.312	1.304.456	24.00
4901.99.0000	Los demás libros, folletos e impresos (Argentina, Colombia, USA, España, México, Uruguay, Panamá)	7.519.416	316.155	4.00
5108.20.0000	Hilados de lana o pelos finos	5.484.00	5.484.00	100.00
1517.10.0000	Margarina excepto liquida (Brasil)	660.250	592.771	90.00
1902.190000	Las demás pastas alimenticias (Argentina, Chile)	1.129.812	733.294	65.00
1905.30.0000	Galletas y dulces (Argentina, Brasil, Colombia)	2.707.392	250.250	9.00
2715.00.9000	Las demás mezclas bituminosas a base de asfalto (Argentina, Chile)	2.734.662	7.362	0.30
2815.11.0000	Soda caústica (Argentina, USA)	1.841.433	563.059	30.50

2309.90.2000	Preparaciones para alimentación de animales (Chile, USA, Venezuela)	1.688.380	727.773	43.10
3305.10.0000	Champúes (Brasil, Colombia, Chile, USA, México)	4.908.891	309.227	6.30
3602.00.1100	Explosivos (Argentina)	397.238	175.258	44.10
3906.90.9000	Los demás polímeros acrílicos (Brasil, Colombia, USA)	2.036.536	479.112	23.50
4818.10.0000	Papel higiénico (Colombia)	1.965.711	872.556	44.40
4819.30.1000	Sacos de papel o cartón (Austria, Brasil)	1.249.230	1.004.788	80.40
5205.22.0000	Hilados de algodón (Chile)	4.519.051	4.326.785	95.70
5402.33.0000	Hilados texturados de poliéster (Ecuador, Taiwán, México)	1.350.577	200.222	14.80
5506.30.0000	Fibras sintéticas discontinuas (México)	3.125.643	710.563	22.70
5501.30.0000	Cables de filamentos sintéticos acrílicos (México, Alemania)	3.425.737	308.850	9.00
7117.19.0000	La demás bisutería de metal con oro y plata (Colombia, Argentina)	849.497	628.773	74.00
7214.20.0000	Barras de hierro o acero sin alear (Argentina, Brasil, Turquía, Venezuela)	17.403.348	5.414.128	31.10
7214.30.0000	Las demás barras de hierro o acero (Argentina)	249.396	165.989	66.50
7216.21.0000	Perfiles de hierro o acero (Argentina, Brasil)	1.975.469	1.086.564	55.00
7217.10.0000	Alambres de hierro o acero sin alear (Brasil)	561.336	297.928	53.00
7306.30.0000	Los demás tubos y perfiles huecos (Argentina, Brasil, Chile, USA)	3.500.662	99.194	2.80
7317.00.0000	Puntas, clavos, grapas y los demás (Brasil, China, USA)	618.264	363.488	59.00
7326.11.0000	Bolas y artículos similares para molinos (Chile, España)	5.793.304	5.074.175	87.50
7326.90.0090	Las demás manufacturas de hierro o acero (Argentina, Brasil, España, USA)	1.277.558	83.717	6-50
7320.10.0000	Ballestas y sus hojas (Brasil, Colombia)	819.166	723.602	88.30
7408.19.0000	Los demás alambres de cobre (Alemania)	903.027	766.478	85.00
7314.41.0000	Las demás telas, redes y rejillas metálicas (Brasil)	101.347	63.205	62.30
8544.49.1000	Los demás conductores eléctricos de cobre (Corea del sur, Brasil)	3.906.449	2.339.507	60.00
8544.59.1000	Los demás conductores eléctricos para tensión superior (Argentina, Brasil, Colombia)	658.766	73.671	11.20

Fuentes: INE-BOLIVIA y PROMPEX

Según los datos consignados, la mayor competencia para nuestras exportaciones a este país provienen particularmente de Chile, Brasil, Argentina, México, Estados Unidos, Colombia, Alemania, entre otros.

Nuestra fortaleza exportadora se manifiesta en sectores como los productos de mar (recuperación paulatina de nuestra hegemonía comercial), algodón y derivados, productos tensoactivos, productos plásticos, entre otros.

3.- Productos peruanos con potencial exportador

Habiendo analizado y evaluado los diferentes productos que exporto el Perú, durante los últimos tres años (1998-2000), al mercado de Bolivia, se ha comprobado que el mayor valor se concentra en un número reducido de productos. Esta particularidad nos demuestra que la mayoría de los productos comercializados a Bolivia registran valores marginales, por lo que es necesario desarrollar una estrategia que permita potenciar la comercialización de los mismos.

En tal sentido, existe una importante variedad de productos de nuestra oferta exportable que requieren mayor atención por parte de los organismos de promoción y los propios exportadores para incrementar ventas, en función de la demanda de este mercado.

Perú: productos exportables por consolidar en Bolivia

03- Pescados y crustáceos

Pescado congelado, pescado ahumado, colas de langostino y camarón, conchas de abanico, pulpos congelados, demás pescados y mariscos congelados.

07 Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios

Espárragos refrigerados, aceitunas frescas o refrigeradas,

08 Frutas y frutos comestibles

Uvas frescas, manzanas.

09 Mate y especias

Pimienta, canela.

16 Preparaciones de carne, pescado o crustáceos

Conservas de sardinas y conservas de ancho y conservas de mariscos en general.

17 Azúcares y artículos de confitería

Jarabe de glucosa

20 Preparaciones de hortalizas y frutas

Conservas de espárrago, aceitunas conservadas, confituras, jaleas y mermeladas, los demás jugos de frutas.

21 Preparaciones alimenticias diversas

Extractos y esencias de café, salsas de tomate, demás preparaciones alimenticias.

25 Cales y cementos

Grafito, caolín, baritina, esteatita

27 Combustibles, aceites minerales

Aceites lubricantes, grasas lubricantes, aceites para transmisiones

28 Productos químicos

Carbono, ácido sulfúrico, dióxido de carbono, óxido de zinc, sulfato de zinc, sulfato de aluminio, sulfato de cobre, "fosfato dicalcico", silicato de sodio.

29 Productos químicos orgánicos

Derivados sulfonados, alcohol metílico, propano (1,2-diol), eter metílico, peróxido de alcoholes, acetona, amidas cíclicas y sus sales, isopropilxantato de sodio, ditiocarbomatos, antibióticos.

30 Productos farmacéuticos

Medicamentos de productos mezclados, medicamentos para uso veterinario, medicamentos para uso humano que contengan antibióticos, esparadrapos y vendas, algodón hidrófilo, vendas, gasas, suturas quirúrgicas.

31 Abonos

Abonos de origen animal (urea), nitrato de amonio grado-anfo (recuperar mercado), cloruro de potasio para uso agrícola, abonos minerales químicos.

32 Extractos curtientes o tintóreos

Curtientes orgánicos sintéticos, harina de marigold, colorantes orgánicos sintéticos, tintas de imprenta.

33 Aceites esenciales, perfumería, cosméticos

Mezclas de sustancias odoríferas, perfumes y aguas de tocador, preparaciones para maquillaje, preparaciones para manicuras y pedicuros, polvos, champúes, lacas para cabello, dentríficos, hilo dental, cremas para afeitar, desodorantes.

34 Preparaciones para lavar, lubricantes, ceras artificiales

Jabón de tocador, jabón en barras, detergentes industriales, preparaciones para el tratamiento de textiles y cueros, pastas para modelar.

- 35 Materias albuminoideas, colas, enzimas**
Adhesivos para la venta al por menor.
- 36 Pólvoras y explosivos, materias inflamables**
Inflamadores, detonadores eléctricos.
- 37 Productos fotográficos o cinematográficos**
Películas sin perforar, placas y películas fotográficas
- 38 Productos diversos de la industria química**
Insecticidas, fungicidas, herbicidas, desinfectantes, líquidos para frenos.
- 39 Manufacturas de plástico**
Policloruro de vinilo, polímeros de acetato de vinilo, resinas epóxicas y fenólicas, tubos de plástico, revestimientos para suelos, placas y láminas de polímeros, cajas, cajones, jaulas y similares, sacos y bolsas, vajilla y demás artículos, artículos de oficina y escolares, las demás manufacturas de plástico.
- 40 Manufacturas de caucho**
Perfiles para recauchutar, placas, hojas y tiras de caucho, juntas y empaquetaduras de caucho, cámaras de caucho (vehículos), neumáticos de caucho, gomas de borrar de caucho.
- 42 Manufacturas de cuero**
Baúles, maletas, maletines, bolsas de mano, fundas estuches, cintas, cinturones, bandoleras de cuero.
- 48 Papel y cartón, manufacturas de pasta de celulosa**
Papel de seguridad, papeles y cartones, papel semi-químico, sacos y bolsas multipliegos, formularios continuos, libros de registro y contabilidad.
- 49 Productos de la industria gráfica**
Diarios y publicaciones periódicas, álbum y cuadernos para dibujar, tarjetas y postales impresas, impresos publicitarios.
- 51 Lana y pelo fino, hilado y tejido**
Hilados de lana, tejidos de pelo fino, tejidos de lana peinada.
- 52 Algodón**
Hilo de coser de algodón, hilados sencillos de algodón.
- 55 Fibras sintéticas**
Hilados de coser de fibra sintética, hilados retorcidos y cableados de fibra sintética, tejidos poliéster sintéticos.
- 56 Hilados especiales, cordeles**
Redes para pesca.
- 59 Telas recubiertas, impregnadas y revestidas**
Telas recubiertas e impregnadas
- 60 Tejidos de punto**
Tejidos de punto de algodón
- 61 Prendas de vestir de punto**
Confecciones: pantalones, vestidos, camisas, polos, "t-shirt" , camisetas, buzos de deporte, ropa interior para hombre de algodón, calcetines.
- 62 Prendas y complementos de vestir**
Anoraks-cazadoras, impermeables, pantalones "denim", conjuntos para mujeres, camisas, chales, mantillas.
- 63 Los demás artículos textiles confeccionados**
Mantas de fibras sintéticas, mantas de lana, ropa de cama, carpas de fibra sintética.
- 64 Calzado**
Calzado de seguridad, calzado de deporte, calzado con parte superior de materia textil, suelas y tacos.
- 68 Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto.**
Planchas de amianto-cemento, abrasivos, guarniciones para frenos.
- 69 Productos cerámicos**

Ladrillos cerámicos, fregadoras, lavadoras, pedestales de lavado de porcelana cerámica, vajilla de cerámica.

70 Manufacturas de vidrio

Vidrio de seguridad, recipientes de vidrio, vidrio para construcción y decoración, artículos de vidrio para servicio de mesa.

71 Piedras preciosas, perlas finas.

Artículos de orfebrería de plata, bisutería fina de plata y oro, bisutería de metales comunes

72 Fundición hierro y acero

Productos de hierro o acero laminados en caliente y/o frío, laminados planos de hierro, alambro de hierro o acero, barras de hierro o acero, alambre de hierro o acero.

73 Manufacturas de fundición hierro o acero

Tubos de hierro o acero, perfiles de hierro o acero, puertas-ventanas hierro o acero, chapas, barras, perfiles, tubos de construcción, recipientes de gases comprimidos, alambre de púas, telas metálicas, puntas-clavos-chinchas, tornillos-escarpas, ballestas y sus hojas.

74 Cobres refinados

Accesorios de tubería de cobre

76 Manufacturas de aluminio

Hojas y tiras de aluminio, envases tubulares, demás artículos de uso doméstico.

82 Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y mesa.

Trépanos y coronas, brocas y barrenos, cuchillos y hojas cortantes, herramientas en general.

83 Manufacturas diversas de metales comunes

Cerraduras-cerros, llaves de metales comunes, cofres-cajas de seguridad, cierres de metal, electrodos para soldadura, tapas corona.

84 Máquinas, aparatos y artefactos

Válvulas - émbolos - inyectores para motores, ruedas hidráulicas, bombas para motores de encendido, bombas centrífugas y sus partes, compresoras, hornos industriales, refrigeradoras - congeladoras, aparatos para filtrar lubricantes, filtros para motores, máquinas-aparatos para llenar y cerrar, extintores, polipastos, gatos hidráulicos, aparatos elevadores, palas mecánicas-excavadoras, máquinas para sondeo y perforación, máquinas y aparatos para avicultura, máquinas y aparatos para panadería, tornos-sierras-fresadoras, taladradoras-perforadoras, herramientas neumáticas, máquinas y aparatos para soldar, máquinas para calculadoras, máquinas y aparatos para envolturas, unidades de proceso digitales, impresoras-unidades de memoria, válvulas, "árboles de navidad".

85 Máquinas, aparatos y material eléctrico

Generadores, grupos electrógenos, transformadores, acumuladores eléctricos, placas de acumuladores eléctricos, hornos microondas, discos de lectura laser, cintas magnéticas para grabar, interruptores-seccionadores-conmutadores, clavijas y tomas de corriente, consolas y demás soportes para control de energía, conductores eléctricos, cables.

87 Vehículos y automóviles

Vehículos de transporte hasta 16 pasajeros, cinturones de seguridad, guarniciones de frenos, ruedas y sus partes, radiadores, partes de embragues, remolques, semiremolques.

90 Instrumentos y aparatos de óptica y fotografía

Lentes de vidrio para gafas, estuches de dibujo, reglas, círculos y cilindros de cálculo, instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología.

91 Aparatos de relojería y sus partes

Relojes de pulsera, pared, eléctricos y no eléctricos.

94 Muebles, mobiliario médico-quirúrgico

Muebles de plástico, lámparas de alumbrado de hogar, aparatos eléctricos de alumbrado, construcciones pre-fabricadas.

95 Juguetes, juegos y artículos para recreación

Juguetes - rompecabezas, juguetes para entretenimiento, artículos para fiestas de navidad.

96 Manufacturas diversas

Cepillos de dientes, brochas de afeitar, cepillos para cabello, bolígrafos, lápices, botones, pasteles-carboncillos y tizas, cintas para máquinas de escribir, tampones.

4. Competencia de la oferta peruana

El mercado de importación y demanda del país se desenvuelve en un ambiente de dinámica competencia no solo entre los bienes de la oferta externa sino también en franca competencia con la producción nacional y el comercio ilícito del contrabando.

Sin embargo, la experiencia e las exportaciones realizadas por las empresas peruanas durante los últimos años, nos demuestra que además de la competencia de terceros países, existen otros factores que constituyen un reto para el desarrollo de mayores ventas hacia este país. Al respecto, podemos señalar lo siguiente:

- La oferta externa, particularmente de Chile, Argentina y Brasil (principales competidores de la oferta peruana), ofrecen regularmente el servicio post-venta a sus exportaciones, lo cual no ocurre con los exportadores peruanos.
- Igualmente, los ofertas de estos países van acompañadas de facilidades financieras para el repago de las transacciones por parte de los importadores.
- Los niveles de precios, que usualmente tienden a mejorar la oferta, constituye un factor fundamental para garantizar y facilitar las ventas, por lo que la competencia sacrifica mayores ingresos presentes, en función a recuperaciones en el mediano y largo plazo. Esta situación difícilmente se opera con los exportadores peruanos.
- La oportunidad de entrega y cumplimiento de plazos comprometidos, también constituyen factores positivos de negociación que determinan continuidad en las operaciones de venta hacia este país.
- La ventaja del “arancel cero” en favor de las exportaciones peruanas, muchas veces no se traduce en beneficio compartido con los importadores, sino que beneficia directamente al exportador, en desventaja para una mayor competitividad en el mercado.
- La promoción comercial directa del producto en el mercado, por parte de los proveedores de terceros países, es una opción que dinamiza sus exportaciones, a diferencia del exportador peruano, quien aun realiza promoción comercial a “control remoto” o por acción de terceros.

De acuerdo a las estadísticas de importación de los últimos tres años, los niveles de las compras externas se han mantenido sin variaciones significativas, contabilizándose en promedio 1,800 millones de US \$ anuales. La oferta peruana ha mantenido la misma secuencia con un promedio de ventas de 100 millones de US \$ anuales.

Igualmente, el contrabando continua como un competidor potencial del comercio de exportación-importación legalmente establecido, a pesar de los esfuerzos del gobierno

para su erradicación. Según cifras del sector privado (Cámara Nacional de Comercio), el contrabando moviliza alrededor de 800 millones de US \$ anuales.

Como es de conocimiento general, el contrabando de bienes hacia este mercado se genera principalmente desde los países vecinos, de tal manera que los mayores volúmenes y valores provienen de Chile, Brasil, Argentina y el Perú. Las rutas utilizadas son varias y las modalidades diferentes, dependiendo de las características de los productos comercializados. En general, el contrabando utiliza la vía terrestre y el transporte ferroviario que proviene de Brasil, Argentina y Chile.

Los productos de mayor movilización a través del contrabando son: alimentos, confecciones, productos farmacéuticos, bebidas alcohólicas, cigarrillos, electrodomésticos, calzados, partes y piezas automotrices, entre otros.

Al respecto, cabe señalar que algunos países obtienen resultados positivos del contrabando, ya que el mismo se utiliza como vía de ingreso de productos nuevos, manteniendo la atención del consumidor sobre la oferta exportable formal del país que da origen al contrabando hacia Bolivia.

IV. EVALUACIÓN DEL MERCADO

El potencial de importaciones del mercado boliviano se estima en 2,700 millones de US \$, considerando 1,976 millones en importaciones registradas y 800 millones por la vía del contrabando, asimismo, abarca alrededor de 6 mil productos que se comercializan y consumen anualmente.

En este contexto, los sectores que comercializan los mayores valores en productos importados, durante el año 2000, fueron los siguientes:

<u>Importaciones según grandes categorías</u>	
<u>(año 2000)</u>	
<u>Productos</u>	<u>US \$ CIF Frontera</u>
Calderas, maquinas y artefactos mecánicos y sus partes	285.458.175
Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus Partes, aparatos de grabación o de reproducción y sonido	174.050.468
Vehículos, automóviles, tractores, ciclos y demás Vehículos terrestres, sus partes y accesorios	146.939.146
Combustibles y aceites minerales	106.825.771
Navegación aérea y espacial	100.002.47
Manufacturas de fundición de hierro o acero	88.004.952
Materias plásticas y sus manufacturas	86.684.714
Papel, cartón y sus manufacturas de pasta de celulosa de papel o cartón	60.947.420
Productos diversos de las industrias químicas	54.574.779
Semillas y frutos oleaginosos y diversos; Plantas industriales o medicinales, forrajes	54.062.372
Fundición de hierro o acero	52.919.366
Otros	
Total	----- 1.976.610.649

Fuente: INE-Bolivia

V. RECOMENDACIONES PARA EL INGRESO AL MERCADO

Se ha analizado ampliamente las características, el potencial y la competencia comercial vigente en el mercado boliviano, respecto a las importaciones registradas durante los últimos tres años.

En tal sentido, Bolivia se considera como un mercado potencial y de desarrollo para la oferta exportable peruana de bienes y servicios. Sin embargo, la posición que ocupan las ventas peruanas aun se considera marginal y no responde adecuadamente a las necesidades y exigencias de este mercado.

Igualmente, cabe señalar que la comercialización de los productos peruanos, en la mayoría de casos, no ha despertado interés creciente, debido a la falta de una política de desarrollo de nuestras exportaciones por parte de los propios exportadores peruanos.

Por otro lado, es importante señalar que durante los últimos años se han concretado determinadas obras que, a no dudarlo, van a facilitar la promoción y venta de nuestros productos, lo cual debe ser aprovechado convenientemente por nuestros empresarios exportadores:

1. Habilitación de la carretera asfaltada La Paz - Desaguadero - Moquegua, lo cual permitirá un abaratamiento de los costos y fletes del transporte internacional de carga por carretera.
2. Reorganización de la aduana nacional de Bolivia, la cual desarrolla una lucha frontal contra el contrabando y la corrupción. Los primeros resultados son positivos, lo cual abre una importante opción para incrementar y diversificar nuestras ventas hacia este mercado, especialmente de aquellos productos que tradicionalmente maneja el contrabando.
3. Plena vigencia el "arancel cero" para las importaciones de los productos de origen peruano, lo cual beneficia con una ventaja arancelaria a las exportaciones peruanas, frente a la competencia de terceros países.

Asimismo, es necesario señalar que la situación y posición de las exportaciones peruanas en Bolivia, en el marco del acuerdo de libre comercio bilateral y las circunstancias de la competencia con productos de terceros países, no es la mejor, debido fundamentalmente a la falta de seriedad y cumplimiento por parte de los exportadores. Al respecto, cabe puntualizar las siguientes apreciaciones:

1. Aún prevalece una imagen distorsionada sobre la seriedad y cumplimiento de obligaciones de los exportadores peruanos, en razón a la actividad de algunos "malos empresarios", que aun mantienen vigencia en el ámbito del comercio bilateral.
2. Continúa la operatividad de exportadores peruanos en el mercado internacional, sin haber alcanzado condiciones mínimas en cuanto a la capacidad de oferta exportable, capacidad financiera y capacidad gerencial. La reciente feria internacional de Cochabamba fue testigo de la presencia de exportadores sin la debida capacidad de negociación, lo cual proyecta una imagen negativa del exportador peruano en general.

3. El exportador peruano aun no evalúa el mercado boliviano en su verdadera dimensión, vale decir, como la conjunción de tres “nichos” definidos para la comercialización. Se trata de La Paz, Santa Cruz y Cochabamba, los cuales en conjunto representan el 80 por ciento del potencial económico y comercial del país.

En cuanto a la competencia existente en el mercado, sea esta de carácter externo o interno, se puede afirmar que esta es muy dinámica y con la aplicación de estrategias de promoción y ventas, reforzada y facilitada por el financiamientos y los servicios post-venta.

En tales circunstancias, a continuación se señalan sugerencias y recomendaciones, con la finalidad de incrementar y diversificar nuestras ventas de bienes y servicios en Bolivia.

1.- Promoción comercial

Propender a una acción conjunta mas continua, entre el estado y la empresa privada, con la finalidad de facilitar la promoción y las ventas de nuestros productos, dando énfasis al seguimiento de las acciones realizadas.

El empresario exportador, mas aun si recién inicia su acción en el mercado externo, debe buscar permanentemente el apoyo de los organismos técnicos que ha implementado el estado y la propia empresa privada: PROMPEX, SENASA, SECUREX, Cámaras de Comercio y de Exportadores, entre otros.

Considerando la cercanía geográfica de este mercado, se sugiere que al inicio de las actividades de exportación, se visite personalmente el mismo, a fin de tomar conocimiento directo sobre las características y condiciones del mercado de importación, distribución y consumo. En este sentido, el contacto directo acorta y define los plazos de promoción de un determinado producto o servicio.

Igualmente, el exportador debe requerir el apoyo oportuno y constante de la sección comercial y económica de la embajada, a fin de brindarle la asistencia técnica e información comercial necesarios en forma oportuna, para lograr el objetivo propuesto.

2.- Acciones en Bolivia

Comercialmente se considera a Bolivia como un mercado natural del Perú, debido a las características similares que califican a ambos mercados. En estas circunstancias, sugerimos considerar las siguientes recomendaciones:

➤ Mercado

Considerando el tamaño del mercado de importación y consumo, los exportadores deben desarrollar sus acciones de mercadeo en las tres ciudades mas importantes: La Paz, Santa Cruz y Cochabamba.

Santa cruz, principal centro económico del país, es la región donde se genera la mayor oferta exportable con destino al mercado peruano (80 %). Sin embargo, es el departamento que registra menores compras de productos peruanos. Por tanto el citado mercado debe merecer mayor atención de los exportadores peruanos a fin de iniciar y/o incrementar sus ventas en el mismo.

El tamaño del mercado no ha permitido desarrollar cadenas de distribución a nivel nacional, por tanto, es necesario que los exportadores realicen campañas de ventas a nivel de cada una de las principales ciudades del país.

El mecanismo de las zonas francas comerciales que tienen vigencia en el país, es una alternativa importante y efectiva para aquellos exportadores que se inician en la actividad, debido a que estas funcionan como recinto aduanero ampliado, sin pago de impuestos, hasta que se nacionalice la mercadería. Actualmente existen zonas francas comerciales en Desaguadero (frontera peruano-boliviana), La Paz , Oruro y Santa Cruz.

➤ **Producto**

Considerando que la imagen de nuestros productos y de los propios exportadores esta venida a menos, en este mercado, debe promoverse una campaña para “levantar” el producto del “suelo” con destino a la “vitrina”, a fin de reforzar la imagen exportadora peruana.

Debido a problemas suscitados en el registro de marca de determinados productos peruanos en Bolivia, es necesario que los exportadores de productos nuevos, consideren esta situación para garantizar las ventas futuras de sus productos en este mercado.

Igualmente, debe considerarse la vigencia del contrabando como un factor negativo para el desarrollo de las exportaciones, por lo que debe establecerse una estrategia para hacer frente al mismo, con la finalidad de proteger y garantizar el desarrollo de las ventas futuras.

➤ **Exportador**

Debido a la dinámica competencia existente en el mercado, es necesario un mayor y continuo contacto del exportador con el mercado, a fin de tener un conocimiento actualizado y familiarizado, para fortalecer y ampliar la relación comercial.

El exportador debe planificar, en el plan de exportaciones al mercado de este país, el desarrollo de un programa de servicios post-venta, como una forma de mantener activa la relación proveedor-cliente, que facilite incrementar las ventas.

Si bien el mercado del occidente boliviano (La Paz, Oruro, Cochabamba), tiene gran similitud con la Macro-Región Sur del Perú (Cusco, Puno, Moquegua, Tacna y Arequipa), los exportadores peruanos deben desarrollar las actividades de promoción y ventas en el marco del comercio internacional, es decir, deben cumplirse todos los pasos que exige una exportación e importación.

➤ **Transporte**

Es uno de los servicios de mayor influencia en el comercio exterior entre el Perú y Bolivia. Tiempo atrás, el transporte era el “talón de Aquiles” del comercio bilateral por los altos costos existentes. Sin embargo, en la actualidad se ha facilitado el tránsito internacional por carretera, debido a la puesta en operaciones de la carretera asfaltada La Paz-Desaguadero-Moquegua.

También se viene desarrollado el transporte de “carga consolidada”, lo cual facilita la disponibilidad de bodega para cargas menores que no requieren utilizar unidades completas de carga.

Con la finalidad de garantizar un servicio eficiente de carga internacional, el exportador debe utilizar unidades de transporte de empresas autorizadas por las autoridades competentes de ambos países.

A partir del año 1999, se ha puesto en vigencia el transporte bimodal utilizando el transporte terrestre y el transporte ferroviario en territorio peruano. Este servicio es ofrecido por la empresa Perú Rail, administradora del ferrocarril del sur (Matarani-Arequipa-Juliaca-Puno, Puno-Cusco).

3.- Ingreso al mercado

En el caso de una empresa que por primera vez pretende ingresar al mercado boliviano, sería oportuno que considere las siguientes sugerencias:

- En principio el exportador debe asegurar y garantizar la capacidad operativa de la empresa, para incursionar en el mercado exterior (léase Bolivia), particularmente, sobre la capacidad de oferta exportable, capacidad financiera y la capacidad gerencial en comercio internacional.
- Seguidamente deberá realizar un estudio de mercado, que determine las posibilidades reales de su producto en el mercado objetivo.
- Cumplidos los antecedentes expuestos y siendo el resultado positivo, se recomienda realizar un viaje de promoción comercial, para lo cual cuenta con el apoyo, en el Perú, de PROMPEX y los gremios empresariales; y en Bolivia, con la embajada del Perú y la red de consulados.
- En este punto del camino, es importante destacar que se debe establecer con claridad si la intención es desarrollar la exportación de su producto, o simplemente se trata de exportar por una coyuntura especial y ocasional.
- En el primer caso, se recomienda planificar el desarrollo de la comercialización de su producto, para lo cual puede optar por diferentes opciones de mercadeo:
 1. Crear su propia unidad de ventas en el mercado–destino, lo cual es permitido por tratarse de una economía de libre mercado
 2. Definir el sistema de representación comercial para la comercialización de su producto, a través de un operador con experiencia en el mercado.
 3. Iniciar las operaciones mediante exportaciones directas a clientes definidos.

La opción a elegir dependerá de la capacidad del mercado importador y la importancia que le otorgue para sus operaciones de mercadeo externo en Bolivia.

ANEXOS

PAGINAS WEB DE INTERES REALCIONADOS A BOLIVIA

SITES INSTITUCIONALES

- 1) Centro de promoción Bolivia C-Probol
http://www.mcei.gov.bo/web_mcei/c-probol/default.htm
- 2) Ministerio de Comercio Exterior e Inversión
http://www.mcei.gov.bo/web_mcei/welcome.htm
- 3) Ministerio de Relaciones Exteriores de Bolivia
<http://www.rree.gov.bo/>
- 4) Banco Central de Bolivia
www.bcb.gov.bo/portada.html
- 5) Instituto Nacional de Estadística
www.ine.gov.bo

ASUNTOS DE INTERES

- 6) Bolivia en Internet - Comunidad Virtual
<http://www.bolivia-internet.com/>
- 7) Bolivia Web
<http://www.boliviaweb.com/>
- 8) Régimen Nacional de Exportaciones Zonas Francas Arancel Aduanero de Importaciones Arancel Externo Común:
http://www.mcei.gov.bo/web_mcei/Vinvest/Guia/regimen_de_comercio_exterior.htm

CONTACTOS INSTITUCIONALES DE INTERES COMERCIAL

Cámara Peruano-Boliviana de Integración Económica y Promoción de las Exportaciones

Presidente : Ing. Carlos Lazarte Hoyle
Directora Ejecutiva : María Teresa Villena
Dirección : Av. Paseo de la República 3557 - 3565 Of. 701,
San Isidro
Teléfono : 222 1772, 222 1773
Fax : 440 0987
E-mail : capebol@terra.com.pe