

***Identificación de oportunidades comerciales
para productos bolivianos en el norte
chileno (1ra. Región)***

***Publicación N° 20/05
Departamento de Apoyo a los PMDER***

PRESENTACION

La Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), presenta el estudio "Identificación de oportunidades comerciales para productos bolivianos en el norte chileno (1era Región)". Dicho proyecto fue desarrollado de acuerdo al Programa de Actividades de la Secretaría General de la ALADI, en el marco del Sistema de Apoyo a los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER), por la consultora KUHN CONSULTING GROUP, bajo la supervisión del Departamento de Apoyo a los PMDER.

El análisis de la participación de Bolivia en el comercio intrarregional ha sido un tema abordado por la Secretaría General bajo diferentes metodologías y puntos de vista. El interés en conocer los resultados que ha generado el proceso de integración regional y las oportunidades que el mismo brinda, constituyen temas de gran interés y plantean expectativas hacia el futuro, en función de un mejor aprovechamiento de las oportunidades que brindan los acuerdos y, por ende, de la mayor intensidad en el vínculo de Bolivia con los demás países de la región.

En el marco de la búsqueda de nuevas posibilidades para la inserción comercial externa de Bolivia, el tratamiento de las relaciones económicas y comerciales con los Departamentos, Estados, Regiones y Provincias situados en su macro-frontera, adquieren una singular trascendencia. En tal sentido, la consolidación de las oportunidades comerciales y alianzas productivas puede favorecer la complementariedad, particularmente de las micro y pequeñas empresas.

El mercado macro-fronterizo, por la relación de vecindad, posee rasgos culturales y sociales que determinan comportamientos y pautas de consumo y de cooperación que propiciarían interesantes oportunidades para Bolivia.

En tal sentido, el objeto del estudio es el de identificar el potencial de las relaciones económicas y comerciales a nivel de la macro-frontera de Bolivia, considerando, entre otros, acciones de inteligencia de mercado y emprendimientos comerciales, alianzas productivas, facilitación del comercio, transporte, logística.

La Secretaría General de la ALADI, espera que este estudio provea la información necesaria para la realización de emprendimientos en aquellos rubros en los que se considera que Bolivia posee una ventaja competitiva en las regiones de frontera.

Montevideo, agosto de 2006

INDICE

Página

PRESENTACION.....	3
RESUMEN EJECUTIVO.....	7
INTRODUCCIÓN.....	22
1. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE PRODUCTOS BOLIVIANOS.....	23
1.1. El sector forestal y las manufacturas de madera.....	25
1.2. Cuero curtido y manufacturas de cuero.....	34
1.3. Textiles.....	40
1.4. Productos agropecuarios.....	43
1.5. Joyería y artesanías.....	58
1.6. Artesanías.....	61
2. ANALISIS DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS BOLIVIANOS EN CHILE.....	62
2.1. Palmito.....	66
2.2. Madera y sus manufacturas: (muebles y partes de madera).....	69
2.3. Cueros y sus manufacturas.....	72
2.4. Cerveza de Malta.....	74
2.5. Textiles.....	75
2.6. Oleaginosas (Girasol, Soya).....	77
2.7. Bananos, plátanos, mangos, piñas y otros productos frutales.....	78
2.8. Café en grano o para destilar.....	95
2.9. Quinoa.....	99
2.10. Cacao.....	103
3. REUNIONES CON INSTITUCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS EN LAS 4 CIUDADES.....	108
4. CONDICIONES DE COMPETENCIA EN LOS MERCADOS CHILENOS PARA LOS PRODUCTOS BOLIVIANOS.....	112
4.1 Competidores.....	112
4.2 Precios.....	123
4.3 Canales de comercialización.....	124
4.4 Condiciones de acceso.....	132
4.5 Medidas para-arancelarias.....	134
4.6 Normas no arancelarias.....	136
4.7 Otras.....	137
4.8 Imagen de los productos bolivianos.....	137
4.9 Datos de los potenciales compradores.....	140
5. ANALISIS DE LAS CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE.....	140
5.1 Carretero.....	140
5.2 Transporte Ferroviario.....	148
5.3 Transporte Aéreo.....	150
6. LOGISTICA DE LA COMERCIALIZACION.....	152
6.1 Sistemas logísticos utilizados actualmente y las posibilidades de mejoramiento.....	152
6.2 Pasos de frontera.....	153
7. IDENTIFICACION DE POSIBLES ALIANZAS EMPRESARIALES ENTRE PRODUCTORES BOLIVIANOS Y EMPRESARIOS CHILENOS.....	158
8. CRUCE DE OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS CON POTENCIAL EXPORTADOR A LA PRIMERA REGION DE CHILE.....	159
8.1 Sector Forestal.....	160
8.2 Sector Cuero.....	163
8.3 Sector Agropecuario.....	163

8.4 Sector Textil.....	170
8.5 Joyería y Artesanías.....	171
8.6 Minería.....	172
9 ALGUNOS COMENTARIOS GENERALES.....	173
ANEXOS.....	177
ANEXO I	179
ANEXO II.....	180
ANEXO III.....	241
ANEXO IV.....	247



RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio analiza la conveniencia de propiciar el incremento del intercambio comercial con las macroregiones o áreas fronterizas, entre ellas el norte de Chile; más específicamente, la 1ra Región (Arica e Iquique), como una de las zonas importantes para ofertar los productos producidos en los departamentos de La Paz y Oruro.

Este trabajo se realizó en el marco del proyecto de apoyo y asistencia técnica de la ALADI a la República de Bolivia, BO/05/05, con el principal objetivo de identificar el potencial de negocios vinculado a las relaciones económicas y comerciales mencionadas: acciones de inteligencia de mercado y emprendimientos comerciales, alianzas productivas, facilitación del comercio, transporte y logística, entre otros.

El mismo pretende convertirse en una guía de información práctica, que sirva para orientar acciones concretas de exportadores bolivianos e importadores chilenos de las áreas comprendidas en el mismo; asimismo, que las autoridades de ambos países, cuenten con bases para desarrollar acciones orientadas a apoyar a estos sectores y facilitar el tránsito, internación e intercambio de productos, a través de las fronteras y canales existentes.

En cuanto al tránsito de mercaderías, se ha comprobado el funcionamiento de las oficinas de aduana en las fronteras de ambos países (Tambo Quemado / Chungará y Pisiga / Colchane) sin evidenciar mayores obstáculos; por el contrario, la facilidad operativa y la simpleza de los trámites para comercializar productos bolivianos en el mercado objetivo son bastante alentadoras; no obstante, la disposición física de las oficinas bolivianas, en Tambo Quemado, no facilitan el tránsito lógico y fluido de personas y mercaderías (el “lay out” no es el más adecuado).

Las aduanas en las zonas fronterizas poseen las instalaciones mínimas necesarias y existe una relación positiva de mutua colaboración entre las autoridades fronterizas, aspecto que se ha incrementado con los recientes convenios sucritos, para dinamizar el comercio bilateral y profundizar la integración física (Proyecto de Control Aduanero Integrado) que favorece los pasos de frontera mencionados, al utilizar procedimientos compatibles y similares de forma secuencial. Es digno de mencionar que el Comité respectivo que se reúne regularmente está rindiendo frutos.

Se constató además, que este tipo de actividades (“Complejos Integrados Binacionales”) para centralizar, organizar y agilizar el flujo de personas y carga permite, sin lugar a dudas, un mayor control en las fronteras, mayor coordinación y garantizan, el avance efectivo del proceso de integración comercial, generando así mayores flujos y posibilidades de intercambio comercial.

Los aranceles no son obstáculos que frenen las relaciones comerciales entre ambos países; particularmente, las exportaciones bolivianas no se ven frenadas por este aspecto. Gracias a los avances en el proceso de desgravación arancelaria, (producto del Acuerdo de Complementación Económica N° 22 -ACE 22-), Bolivia cuenta, dentro de su actual oferta

exportable, con una gran cantidad de productos que tiene arancel "0"; por lo tanto, no es un tema en el cual se ahondará.

Entre los obstáculos que podrían obstaculizar el incremento del comercio bilateral, se mencionan: las bandas de precios para ciertos productos (trigo, harina de trigo y azúcar), así como los derechos aumentados temporalmente (aceites vegetales puros). Sin embargo, las medidas no arancelarias que inciden más significativamente en las exportación de productos del occidente boliviano son los requerimientos en cuanto a las certificaciones y autorizaciones sanitarias, como sucedió con las exportaciones de carne bovina y los que actualmente se exigen para la internación de cueros procesados y manufacturas de cuero, que sobrepasarían los requisitos necesarios, podrían convertirse en una traba.

En cuanto a las condiciones de infraestructura de transporte, se puede mencionar que el transporte aéreo, es muy costoso para los productos bolivianos dirigidos a la 1ra Región de Chile. Para que sea un medio rentable o atractivo, se requiere de grandes inversiones en infraestructura aeroportuaria y tarifas comerciales adecuadas para el transporte de carga.

El transporte carretero, descansa en una infraestructura caminera boliviana que se encuentra en buenas condiciones de utilización, por lo menos a partir de la red troncal asfaltada, que pasa por las tres principales ciudades: Santa Cruz, Cochabamba y La Paz. Con Chile, particularmente con la 1ra Región, existen dos vías carreteras, a través de los puntos fronterizos de aduana: Tambo Quemado / Chungará y Pisiga / Colchane, se ha podido comprobar los siguientes datos relevantes:

- En Bolivia: El tramo Patacamaya / Tambo Quemado se encuentra en óptimas condiciones; no así el tramo Pisica / Oruro, en actual construcción y que presenta mucha dificultad para transitar, inclusive en vehículos de doble tracción.
- En Chile: los primeros 25 kms del tramo Chungará / Arica, se encuentran en muy mal estado; no así el tramo Iquique / Colchane cuyo tramo final, de aproximadamente 50 Km. se encuentra en actual reconstrucción; pero en buen estado de transitabilidad.

La mejora de las carreteras para dinamizar el comercio bilateral entre Bolivia y Chile, está estrechamente vinculada a los proyectos que maneja el IIRSA, así como la creación de Zonas de Integración Fronteriza (ZIF) y Centros Binacionales de Atención en Frontera (CEBAF); cabe destacar que estos dos factores, son proyectos existentes para los países miembros de la Comunidad Andina; pero, se ve como esencial la creación de alianzas estratégicas entre exportadores bolivianos e importadores chilenos, para lograr la adopción tanto de las ZIF, como de los CEBAF.

En cuanto al transporte ferroviario Arica / La Paz, actualmente no está en funcionamiento, debido a un desacuerdo en las operaciones con la parte chilena, su rehabilitación estaba prevista para el mes de mayo, sin que este extremo se haya hecho efectivo. Existe también la opción ferroviaria Oruro/Río

Mulato/Uyuni/Estación Avaroa/Ollagüe/Antofagasta, 492 Km. al sur de Iquique. Este tramo es utilizado casi en su integridad para el transporte de minerales.

A objeto de compensar la ausencia de información estadística desagregada de la 1ra. Región de Chile, se realizó una encuesta, en las localidades de Iquique y Arica, tomando como base la población total del área urbana (226.462 y 175.441 respectivamente)¹, con un margen de precisión de más menos 5%.

Asimismo, de acuerdo a estadísticas oficiales de ambos países, y en experiencias personales de especialistas en el área, tanto chilenos como bolivianos y líderes de opinión, se han identificado una serie de sectores económicos bolivianos con potencial exportador para la 1ra. Región de Chile los que se detallan a continuación de manera resumida y en un cuadro resumen.

- a) Para el **sector forestal y de manufacturas de madera** de Bolivia, la 1ra. Región de Chile constituye una importante posibilidad de generar volúmenes de comercio significativos; más aún siendo que Bolivia es poseedora de más de 1.5 millones de hectáreas de bosques certificados, de los cuales son aprovechadas cerca de 200 especies, la mayoría inexistentes en Chile.

Chile importó durante la gestión 2005 más de 3,5 millones de dólares en madera boliviana, 55% de los cuales correspondió a manufacturas de madera, principalmente madera aglomerada, puertas y ventanas, con sus respectivos marcos. Asimismo, se ha podido comprobar que los productos de madera boliviana que más conoce el poblador de la 1ra. Región, son los muebles de madera, por el tipo de materia prima y el acabado de los mismos.

En caso de no prorrogarse, antes de fin de 2006, las preferencias arancelarias de los Estados Unidos de América (EUA) para más de 6.000 productos bolivianos, comprendidos en la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Lucha Contra el Narcotráfico, conocida por sus siglas en inglés "ATPDEA", este sector económico boliviano que exporta a los EUA se verá afectado; y al igual que otros considerará con más detenimiento, la alternativa de generar emprendimientos conjuntos en Arica² y desde allí exportar a los EE.UU. aprovechando el Tratado de Libre Comercio (TLC) suscrito recientemente entre Chile y los EUA.

Una de las alternativas para penetrar el mercado de la 1ra. Región de Chile es alquilar un espacio en la Zona Franca de Iquique (ZOFRI), de donde se abastece gran parte del mercado local, así como usuarios y clientes individuales. Asimismo, el tomar contacto con representantes comerciales de tiendas locales especializadas significaría una buena opción.

Recientemente, la CORFO y la ZOFRI, tomaron contacto con empresarios forestales bolivianos para organizar reuniones con industriales chilenos de manufacturas de madera, entre quienes se pueden lograr acuerdos

¹ Según datos del Instituto Nacional de Estadística de Chile.

² Estos emprendimientos se podrían generar en el parque industrial de Chacayuta, en el parque Industrial Puerta de las Américas o en cualquier lugar de Arica, donde previo registro, de acuerdo a la legislación chilena puede considerarse zona franca industrial.

comerciales para lograr alianzas estratégicas de producción y comercialización que beneficiarían a estos sectores a ambos lados de la frontera.

- b) En el caso del **cuero curtido y sus manufacturas**, la mayor parte del cuero procesado en Bolivia es utilizado en la fabricación de calzados, confección de prendas de vestir y marroquinería. Las zonas de La Paz, Oruro y Potosí benefician el 13.5% del total de cuero bovino del país y el 71% del total del cuero de ovinos y camélidos³; estos cueros, por las características propias de estos animales y por la calidad de la curtiembre son muy cotizados para manufacturas de artículos finos.

La cadena productiva del cuero en Bolivia es otro de los sectores en los que Bolivia viene trabajando para el desarrollo de ventajas competitivas, habiendo certificado grandes extensiones de crianza de ganado bovino como “zona libre de aftosa; sin embargo las medidas no arancelarias, como los requerimientos del SAG por certificados zoo-sanitarios para el cuero procesado, obstaculizan el incremento del comercio bilateral de estos productos.

La producción boliviana, principalmente la elaborada en la ciudad de El Alto de La Paz, se ajusta a las necesidades y requerimientos de Arica e Iquique, por su acabado, calidad y precio. El comercio de manufacturas de cuero bolivianas en la 1ra Región es una probabilidad cierta, en la medida que los productores bolivianos simplemente cumplan con las certificaciones solicitadas por al SAG de Chile.

- c) Los **textiles** bolivianos caracterizados por la utilización de algodón y pelos finos de alpaca y llama, son recursos que se encuentran en el país en cantidades considerables (2.4 millones de llamas y quinientas mil alpacas). La gran mayoría de las manufacturas de algodón se exportan bajo la modalidad de “etiqueta privada” para conocidas marcas mundiales, en prendas como: poleras (T-Shirts), camisas, pantalones y ropa interior. La cadena de producción de prendas confeccionadas con hilados de alpaca y llama, cuenta con procesos industriales de avanzada en el descercado, producción de los tops, hilados y confección, además de los diseños creativos y de alta calidad.

La producción de estos artículos en Bolivia, se orienta en gran parte al mercado de los EUA y, al igual que las manufacturas de madera, podría convertirse en un atractivo rubro para ingresar comercialmente al mercado de la 1ra. Región, generando alianzas estratégicas con empresarios chilenos y, cubrir parte de la demanda del resto de Chile, así como exportar desde allí a otros países.

Una de las estrategias aplicables, con mayor garantía de éxito, para la penetración de este mercado, constituye el tomar contacto con las cadenas de tiendas existentes en la región (“Falabela”, “Jonson`s” y “Corona”), donde compra la mayor cantidad de chilenos; y trabajar con ellas usando la modalidad de “etiqueta privada”, en la cual las empresas bolivianas tienen experiencia internacional.

Un posible y efectivo canal de comercialización para ingresar al mercado chileno de la 1ra. Región, sería la asociación de varios pequeños productores

³ Los departamentos de La Paz, Oruro y Potosí, al occidente de país, concentran el 71% de 8,752.000 camélidos, entre llamas y alpacas, según el censo de 2001, elaborado por la FAO.

de ropa en Bolivia, para alquilar un local comercial en la ZOFRI o en la misma ciudad de Iquique, desde donde bien podrían no sólo ingresar al mercado local; sino también distribuir pequeñas cantidades para otras ciudades chilenas.

- d) La actividad agropecuaria ha tenido un importante crecimiento durante los últimos años, debido al incremento de la superficie cultivada en el país, en especial en la producción de soya, arroz y maíz, entre otros. Entre los principales productos de exportación, en este rubro, además de los mencionados, se encuentran:

- d.1) **Café** boliviano, que crece básicamente a una altitud aproximada de 1.600 metros sobre el nivel del mar (msnm) se exporta actualmente con las denominaciones de: “café de altura”, “café orgánico” y “café especial” o “café gourmet” - El valor agregado que se le da a este café; hace que sea competitivo para su exportación por sus características de calidad.

A pesar que los mercados de Arica e Iquique no son mercados muy desarrollados para la forma en que se consume este producto (tostado, molido y filtrado o café express) puede ser internado en pequeñas cantidades y de allí al resto de Chile. A diferencia de Santiago, donde existe gran cantidad de locales de expendio de comida rápida y particularmente de café, en Arica e Iquique, no son muchos estos locales; sin embargo, el desarrollo de estas urbes augura que en breve este tipo de lugares significará un importante segmento consumidor.

Existen intenciones y emprendimientos para montar en Arica una planta procesadora de café boliviano, con la idea de cubrir el mercado chileno y poder abordar en un futuro cercano mercados asiáticos.

- d.2) La **quinua** es uno de los cereales de mayor difusión en el altiplano boliviano. La variedad denominada “quinua real” es la más cotizada en los mercados internacionales y cuya producción es exclusiva del occidente boliviano. La exportación de quinua y derivados, reúne los requisitos necesarios, en términos de calidad y cantidad, para satisfacer las expectativas más exigentes de los potenciales importadores chilenos.

Las exportaciones de quinua boliviana a Chile se han incrementado durante el año 2005 en un 12% respecto al 2004, USD 5.582.395 - aspecto que evidencia un mercado potencial atractivo.

Una parte de la quinua que se comercializa en la 1ra. Región es producida en las serranías chilenas, frontera con Bolivia; sin embargo, por la aridez de esos lugares y la falta de agua, es poca la cantidad que se produce por hectárea, siendo cultivada la variedad que se denomina “quinua dulce”.

La frecuencia y volúmenes de compra del habitante de la 1ra. Región son importantes en comparación con otros cereales y la mayoría de las personas compran este producto a granel y sin marca. Estos aspectos pueden orientar estrategias de penetración de mercado correspondientes.

- d.3) La zona tropical de La Paz y de Cochabamba puede perfectamente abastecer la demanda de **banano** y cítricos, como la **naranja**, **toronja** o **pomelo**, **mandarina**, **lima** y **piñas** de la 1ra Región de Chile.

La calidad de la producción, el proceso de beneficiado y las facilidades de transportación, en términos de distancia, hacen de este rubro una interesante oportunidad de generar negocios entre empresarios de ambos países, como desarrollar emprendimientos individuales o conjuntos para la producción de frutas deshidratadas, concentrados y mermeladas.

El consumo de fruta fresca es muy importante en la 1ra Región de Chile, pues sus habitantes los han incorporado como una parte sustantiva de sus hábitos alimenticios; prueba de ello es que el 76% y 67%, de los habitantes de Arica y de Iquique, respectivamente, compran fruta fresca semanalmente, en volúmenes entre 3 y 6 kilos.

- d.3.1) La producción de **banano** boliviano, cuenta con una serie de técnicas de cultivo, beneficiado, embalaje y conservación para la exportación⁴, que podría incrementarse significativamente al ingresar sosteniblemente al mercado chileno.

Existe en Arica e Iquique sólo dos importadores directos de fruta, que una vez recibida la redistribuyen a detallistas (Ver anexo correspondiente). La mayoría de los plátanos que se consumen en Arica e Iquique son ecuatorianos; sin embargo, los importadores de la región nos comentaron que "...en alguna oportunidad importaron plátanos del Chapare Cochabambino, pero a raíz de problemas de bloqueos de carreteras o interrupciones de las vías de comunicación, no pudieron cumplir con sus compromisos y el estado de la mercadería se deterioró...".

- d.3.2) La **naranja** es una de las frutas más cotizadas y más consumidas en la 1ra Región de Chile, el 90.31% de la población encuestada en Iquique y el 85.71% en Arica, consume naranja. La naranja muestra un potencial de mercado importante para la producción boliviana.

El precio de las naranjas comercializadas en estas dos localidades es significativamente mayor al precio del producto boliviano. Es importante que exportadores bolivianos de este producto consideren el cumplimiento estricto de las certificaciones fitosanitarias chilenas para su internación, así como una depurada selección del producto en origen.

- d.3.3) En el caso de la **toronja** o pomelo, en Arica e Iquique se ha observado la ausencia de oferta. Son muy pocos los comercios que distribuyen y venden esta fruta, principalmente por lo poco regular de la oferta. Esta información ha sido recogida de los propios

⁴ La industrialización del banano cochabambino se inició hace aproximadamente 12 años, con la incorporación de tecnología centroamericana y las experiencias y asesoramiento de la multinacional bananera "Chiquita Brand".

comerciantes de fruta de la región y luego corroborada al analizar las encuestas.

- d.3.4) Al igual que con el pomelo, la **mandarina** es una fruta muy cotizada en Arica e Iquique, pero la oferta existente no llega a cubrir la demanda. De la población encuestada, en la ciudad de Arica el 89.52% consume mandarina, mientras que en la ciudad de Iquique, el 83.16%, lo que demuestra que existe una interesante posibilidad.
- d.3.5) La **lima** es una fruta prácticamente desconocida en Arica e Iquique. A pesar de ser una fruta cítrica que a diferencia de la naranja, mandarina y pomelo, su temporada de cosecha es más larga, aparentemente nunca se comercializó en la 1ra. Región.
- d.3.6) La demanda de **piñas** en la 1ra. Región es significativa y la oferta existente no llega a cubrirla, ni satisface las expectativas de los consumidores. Se ha comprobado que las piñas comercializadas en Arica e Iquique son de una variedad pequeña de sabor un tanto ácido, que no se pueden comer frescas, necesariamente se las tienen que hacer hervir para consumirla en compota, como jugo o mermelada, características que favorecen la posible incursión de piña boliviana a estos mercados. Asimismo, la **piña** boliviana, de la variedad “Cayena lisa”, por su gran tamaño y sabor dulce, tiene excelente aceptación para el consumo humano y su utilización industrial en la elaboración de concentrados de fruta para jugo, mermeladas y otros.
- d.4) La producción de **frutilla**, que por el momento es escasa, se presenta como una interesante oportunidad de emprendimientos conjuntos para su industrialización en la elaboración de mermeladas o jaleas o para la elaboración y enlatados de frutillas al jugo.

Actualmente, en la 1ra. Región de Chile se produce frutilla en la localidad de Pica, próxima a la ciudad de Iquique (valle interandino), su producción es artesanal y obviamente no cubre los requerimientos de los mercados de las ciudades de esta Región. Luego de la encuesta realizada en la 1ra. Región, se puede concluir que existe una efectiva demanda en ambas localidades; y que, de existir una mayor oferta, los consumidores potenciales realizarían compras con mayor frecuencia.

- d.5) El **mango**, fruta de temporada, que crece generalmente en climas tropicales, en la 1ra. Región de Chile, es importado del Perú. Aparentemente, y por las conversaciones sostenidas con los comerciantes y distribuidores de esta fruta... “ni bien llega es distribuida a muchos puntos de venta, que revenden muy rápidamente el producto”... Su precio varía año tras año y es generalmente elevado, por las pocas cantidades importadas y la gran demanda existente.
- d.6) El **amaranto**, grano que se utiliza básicamente como cereal, con propiedades altamente nutritivas y alimenticias, no es conocido en la 1ra. Región de Chile y su ingreso a este mercado podría significar elevados costos de promoción, convirtiéndose en un proyecto poco recomendable, por el momento.

- d.7) El **cacao** boliviano, posee características de certificación orgánica internacional y sus productos terminados poseen excelente calidad. Las exportaciones de cacao boliviano a Chile han mostrado algunas experiencias recientes, presumiblemente de prueba.

Producto de la encuesta realizada, se puede afirmar que en Arica e Iquique, el consumo de cacao no está desarrollado; las formas más comunes de consumir este producto son: en barras y de fabricación chilena.

Existe un interesante mercado potencial en la 1ra. Región de Chile para este producto; no sólo para su comercialización en sus diferentes formas (barra o chocolate o para derretir y servir en taza) sino también para desarrollar emprendimientos conjuntos de industrialización.

A lo mencionado en el acápite anterior se suma el hecho que no existe un producto posicionado como líder en este sector así como la fabricación de chocolates que no requiere tecnología muy sofisticada, ni inversiones millonarias, son razones por las cuales un emprendimiento como el anotado, podría ser interesante para un inversionista visionario.

- d.8) La **maca**, como excelente suplemento vitamínico o “revitalizante” al igual que el amaranto es muy poco conocida en la 1ra. Región; sin embargo, las características de su producción de altura y los volúmenes producidos actualmente en Bolivia, permiten pensar en posibles emprendimientos conjuntos para su procesamiento industrial, con miras a su exportación a mercados: americanos, europeos y fundamentalmente asiáticos.
- d.9) Aunque la 1ra. Región de Chile, no representa un mercado muy grande, la **miel** que se produce en Bolivia satisface ampliamente los requerimientos de este mercado y permite pensar en emprendimientos futuros, a nivel de empresas medianas y pequeñas.
- d.10) Los frutos de mar y el **locoto** combinan muy bien en el paladar chileno; su empleo es un gusto adquirido y se relaciona fundamentalmente con su tradición culinaria. En Chile existen pequeñas fábricas de sazonadores, elaborados en base a este producto agrícola, que bien podrían incrementar significativamente su producción y comercialización nacional e internacional utilizando locoto deshidratado de origen boliviano, que recientemente ha registrado una producción a 20.000 toneladas anuales.
- d.11) Al igual que la maca, la **uña de gato** producida en Bolivia, por su calidad y volúmenes de producción, se convierte en una interesante posibilidad de industrialización en la 1ra. Región. El reconocimiento internacional de las bondades de este producto, como estimulante del sistema inmunológico permite pensar, visionariamente, en proyectos de industrialización para abordar mercados de ultramar.
- d.12) Los mercados asiáticos tienen una importante demanda de **sésamo**; este producto se está cultivando en los llanos bolivianos, en más de 50 mil hectáreas y se está exportando a razón de 9.000 toneladas

anuales, sin añadirle valor; es decir, simplemente en grano; razón que permite pensar en la posibilidad de generar emprendimientos en la 1ra. Región, para su transformación en aceite, vitaminas, harina o esencias, entre otras.

- d.13) La **cebolla dulce** es un producto orgánico y certificado⁵ que recientemente Bolivia está exportando a los EUA y que podría perfectamente cubrir la demanda de la 1ra Región, como producto final o como insumo para la elaboración de cebolla en polvo para condimentar comidas.
- d.14) Al igual que la cebolla dulce, el **ajo**, de la variedad “Colorado Mendocino”, es cultivado extensivamente en Bolivia; cerca al 80% del total producido en el país, va al consumo en estado fresco para el mercado nacional y menos de un 1% es destinado a la industria, mostrando así una interesante posibilidad para su procesamiento y exportación a terceros países.
- d.15) Otro de los productos agropecuarios con muy buenas perspectivas de industrialización y exportación es el **achiote**, también conocido como “Urucú” o “Achiwete”, cuyo nombre científico es “Bixa Orellana”; esta semilla, de la cual se extrae la bixina,- colorante natural muy cotizado en la elaboración de aceites comestibles, lácteos y cosméticos, se produce en Bolivia, en cantidades suficientes para su industrialización.
- d.16) Chile importa **palmito** boliviano desde Santiago, principalmente para sus cadenas de supermercados en todo el país. Chile registró durante la gestión 2005 importaciones por valor de USD 1.563.413,54 habiendo incrementado esta cifra en 17% respecto al año 2004 y 24% respecto a la gestión 2003. Bolivia es el segundo proveedor de palmito a Chile, después del Ecuador. Parte de estas importaciones ha ido a los supermercados de Arica e Iquique, donde el consumidor lo compra habitualmente cada mes y lo consume, principalmente en ensaladas.

Considerando que la mayoría de las empresas que comercializan este producto son supermercados y grandes almacenes, la forma más recomendable de ingresar a estos mercados es distribuir el producto en la 1ra. Región con las marcas propias de exportación o con la marca de alguna de las cadenas de supermercados existentes, puesto que a la fecha no existe ninguna marca líder en el mercado en cuestión.

- d.17) El **arroz** boliviano es cultivado principalmente en la región de Santa Cruz, posee un interesante potencial en los mercados chilenos. Tomando en cuenta que el arroz es uno de los productos más importantes en la canasta familiar del chileno y que la variedad de oferta que se encuentra en el mercado, en términos de calidad y precio es bastante variada, el ingreso del arroz boliviano a este

⁵ Certificación otorgada por la empresa IMO de Control Suizo bajo la norma del Programa Nacional Orgánico del Departamento de Agricultura de EE.UU.

mercado deberá hacerse con una marca conocida y un buen sistema logístico para su distribución. Se considera aconsejable que productores y exportadores bolivianos logren acuerdos comerciales con empresarios chilenos, a fin de garantizar el mercado chileno para su comercialización, de manera segura y sostenida.

- d.18) Según los administradores de supermercados, la **cerveza de malta** boliviana posee una demanda significativa. A objeto de incrementar su consumo se recomienda, en colaboración con los distribuidores locales, prestar mayor apoyo publicitario y promocional en los puntos de venta, por lo menos, inicialmente en época de verano, cuando el consumo se incrementa.
- d.19) Para el caso de las **oleaginosas** (Girasol, Soya) la demanda de soya boliviana en Chile, se orienta básicamente a los productos derivados, como la harina y el aceite de soya para uso comestible doméstico y en este sector los exportadores bolivianos y los importadores chilenos están muy bien definidos y relacionados.
- e) Existe un mercado poco desarrollado en cuanto a **joyas** en Arica e Iquique; sin embargo, las condiciones de esta región para producir con materia prima boliviana, “*know how*” y clientes extranjeros cautivos, puede servir para ampliar las perspectivas de empresarios de ambas regiones. La posibilidad de negocios conjuntos entre empresarios chilenos y bolivianos en este sector, podría generar otros similares, con sectores complementarios y subsidiarios, como es el de procesamiento de piedras semipreciosas como: Bolivianitas⁶, Aguamarinas, Amatistas, y otras gemas de gran valor en mercados internacionales.

Además de la joyería, como potencial para exportar a la 1ra. Región, existe una gran variedad de **artesanías**, en lo que respecta a los rubros de: tallado de madera, manufacturas de estaño, marroquinería artesanal, entre otros. Estas piezas, son elaboradas a partir de técnicas tradicionales, transmitidas de una generación a otra. Bolivia cuenta con artesanos que tienen una excelente destreza manual; además que sus raíces culturales y folklóricas son fuentes inagotables de diseños en todo tipo de materiales, de los que existen gran variedad para los distintos tipos de artesanías.

- f) La **minería** no ha sido considerada en este trabajo, por cuanto en Iquique y Arica no existen industrias de transformación minera que representen un cliente potencial significativo para esta industria extractiva boliviana.

Con la finalidad que el lector pueda tener una idea rápida, lo más completa posible, de los productos analizados en este trabajo y de los aspectos de mercado que sobre cada uno de ellos se ha observado, en cuanto a su capacidad y características de oferta, así como la demanda del mercado objetivo; es decir, la 1ra. Región de Chile, en cuanto a sus características y perspectivas, se presenta a continuación un cuadro- resumen, en el que se destacan algunos elementos que hacen a la competitividad de estos productos y sus posibilidades en el mercado meta.

⁶ La piedra conocida como la “Bolivianita” es una piedra de dos colores: violáceo y ámbar, combinación de Amatista y Citrino y cuyo nombre científico a dado en llamarse por tanto “Ametrino”.

Las variables anotadas en el cuadro siguiente, corresponden a la realidad observada en el mercado objetivo analizado, a sus características y a las de los productos comentados; asimismo, cabe destacar que consideran sólo algunos de los aspectos que deberán ser tomados en cuenta al momento de realizar cualquier análisis o proyecto exportador serio destinado al mercado chileno.

Variables consideradas en el cuadro resumen:

a) Volumen de Oferta exportable boliviana

1. Insuficiente
2. Poca
3. Suficiente
4. Abundante
5. Sobreabundante

b) Capacidad logística para su exportación

1. Mala
2. Inadecuada
3. Regular
4. Adecuada
5. Excelente

c) Calidad del producto

1. Pésima
2. Mala
3. Regular
4. Buena
5. Excelente

d) Calidad del packing y packaging

1. Pésima
2. Mala
3. Regular
4. Buena
5. Excelente

e) Cumplimiento de requerimientos fitosanitarios y zoonosanitarios

1. Dificultoso
2. Complejo
3. Accesible
4. Normal
5. Sencillo

f) Conocimiento local (1ra. Región) del producto

1. Nulo
2. Bajo
3. Regular
4. Alto
5. Amplio

g) Estrategia de comercialización sugerida

- EP** - Etiqueta Privada
- ML** - Mayorista Local
- DP** - Distribución Propia
- AE** - Alianza Estratégica (Empresarios bolivianos y chilenos)
- MS** - Mayorista en Santiago
- EC** - Emprendimientos Conjuntos (Empresarios locales)
- TC** - Trading Company

h) Volumen de demanda en la 1ra. Región

1. Inexistente
2. Poca
3. Suficiente
4. Abundante
5. Sobreabundante

i) Margen posible de rentabilidad (estimado).

1. $\leq 5\%$
2. $5\% \geq x \leq 10\%$
3. $10\% \geq x \leq 15\%$
4. $15\% \geq x \leq 25\%$
5. $25\% \geq$

CUADRO RESUMEN

Variable Producto	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)
SECTOR FORESTAL									
Manufacturas de madera	5	5	5	5	5	4	ML / AE / TC / DP	4	5
CUERO CURTIDO Y MANUFACTURAS									
Manufacturas de cuero	4	4	4	5	4	2	EP / ML / DP / AE	4	5
TEXTILES	4	5	5	5	5	1	EP / ML / DP / MS	4	4
SECTOR AGROPECUARIO									
Café	4	5	5	4	5	2	EP / ML / AE / MS	3	5
Quinoa	4	4	5	4	5	3	EP / ML / AE	4	5
Amaranto	4	4	5	4	4	1	AE / MS	1	5
Cacao	4	4	5	4	5	3	EP / AE / MS / TC	3	5
Miel	3	4	5	4	4	2	EP / ML / AE / EC	3	5
Locoto	4	4	5	4	4	3	EP / ML / AE / EC	3	4
Maca	3	4	5	4	4	1	DP / EC / AE	1	5
Uña de gato	3	4	5	4	4	1	DP / EC / AE	1	5
Sésamo	4	4	5	4	4	1	DP / MS / TC	2	5
Cebolla dulce	3	4	5	4	5	2	ML / DP / AE / EC	4	4
Ajo	3	4	5	4	4	2	ML / DP / AE / EC	3	4
Achiote	4	4	5	4	4	1	ML / TC / AE / EC	1	5
Palmito	5	5	5	5	5	3	EP / ML / MS / TC	4	4
Arroz	4	4	5	5	5	3	EP / AE / MS / TC	4	3
Cerveza de malta	4	5	5	5	5	4	ML / DP / MS / EC	3	3
Oleaginosas (Soya, girasol)	5	5	5	5	5	4	EP / ML / AE / MS / EC / TC	4	3
FRUTAS FRESCAS									

Banano	4	5	5	5	5	3	ML / DP / AE / TC	5	5
Naranja	3	4	4	4	4	2	ML / DP / AE / TC	5	5
Toronja	3	4	5	4	4	2	ML / DP / AE / TC	2	5
Lima	4	4	5	4	4	1	ML / DP / AE / TC	1	5
Piña	4	4	5	4	4	3	ML / DP / AE / TC	4	5
Frutilla	1	4	4	4	4	2	ML / DP / AE / TC	3	4
Mango	3	4	5	4	4	2	ML / DP / AE / TC	4	5
JOYERÍA	5	5	5	5		2	AE / MS / TC	3	3
ARTESANÍAS	4	5	5	4		3	ML / DP / AE / EC	3	5

En el Anexo se presenta una lista de potenciales compradores de productos bolivianos, así como una lista de los potenciales exportadores bolivianos.

En términos generales, los habitantes de la 1ra. Región de Chile reconocen su mercado como una interesante oportunidad para comercializar productos bolivianos, pero muchos de ellos no los conocen, coinciden en la necesidad de publicitarlos, y asignan una particular importancia al tema de las relaciones entre ambos países, ligando directamente las relaciones oficiales entre los gobiernos con el movimiento comercial.

INTRODUCCIÓN

En el marco de la integración entre los países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), se determinó la conveniencia de analizar las posibilidades de incrementar el intercambio comercial de Bolivia con las macroregiones o áreas fronterizas, por considerarlas importantes zonas para desarrollar mercados para sus productos, entre ellas el norte de Chile; más específicamente, la 1ra. Región (Arica e Iquique), como una de las zonas importantes para ofertar los productos de exportación de Bolivia, y particularmente, los producidos en los departamentos de La Paz y Oruro.

Para lograr una efectiva consolidación de las oportunidades comerciales y de integración existentes, en el marco de las macrofronteras de Bolivia, y particularmente la zona occidental norte de Bolivia (Oruro y La Paz), con la 1ra. Región de Chile se plantea la necesidad de orientar las exportaciones de estas zonas de Bolivia, acorde a las necesidades y potencialidades de demanda de estos mercados chilenos; aprovechando así los mercados naturales existentes en esta macrofrontera.

Es importante entender la forma en que el logro del objetivo de este trabajo incidirá en el desarrollo económico de los departamentos de Oruro y La Paz, al considerar que la interacción entre oferta y demanda agregada determina el nivel de precios de la economía de la zona geográfica establecida; en este caso, el movimiento de la demanda agregada de productos, por parte de la 1ra. región de Chile, elevará el gasto del consumidor de los pobladores de las ciudades capitales de esta región, y con ello se elevará el nivel de demanda de producción, por parte de los proveedores bolivianos, principalmente de La Paz y Oruro, incrementando así la demanda de trabajo y reduciendo el desempleo.

Este trabajo se realiza en el marco del proyecto de apoyo y asistencia técnica de la ALADI a la República de Bolivia, (BO/05/05), con el interés fundamental de conocer el avance y los resultados efectivos que ha provocado el proceso de integración regional y las oportunidades que éste haya podido generar, particularmente entre países vecinos, como Bolivia y Chile y en el área de sus poblaciones fronterizas más próximas y dinámicas.

El principal objetivo de este trabajo, es identificar el potencial de negocios vinculado a las relaciones económicas y comerciales de Bolivia con la 1ra. Región de Chile, considerando: acciones de inteligencia de mercado y emprendimientos comerciales, alianzas productivas, facilitación del comercio, transporte y logística, entre otros.

Los resultados deben medirse por la información concreta que aporte efectivamente el estudio a lograr expandir las posibilidades reales de integración económica y comercial, y que permita facilitar de manera efectiva, el incremento de los intercambios comerciales propuestos. En ese entendido, el estudio pretende convertirse en una guía de información práctica, que servirá efectivamente para orientar acciones concretas de exportadores bolivianos e importadores chilenos de las áreas comprendidas en el trabajo.

Asimismo, se pretende que las conclusiones y recomendaciones del trabajo permitan a las autoridades de ambos países, desarrollar acciones orientadas a

facilitar el tránsito, internación e intercambio de productos, a través de las fronteras y canales existentes; así como a las asociaciones gremiales empresariales de ambos países, organizar acciones concretas que faciliten el proceso de integración efectivo entre empresarios de ambas regiones.

1. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE PRODUCTOS BOLIVIANOS

A continuación se presenta un cuadro con los principales productos exportados desde la región de La Paz y Oruro.

Cuadro N° 1

PRODUCTOS EXPORTADOS DESDE LA PAZ Y ORURO GESTIÓN 2005 (DATOS PRELIMINARES) (En toneladas y miles de dólares americanos)			
NANDINA	PRODUCTO	VOLUMEN	VALOR
2608000000	Mineral de zinc y sus concentrados	336.303	198.696
8001100000	Estaño sin alear	13.238	99.573
2616100000	Minerales de plata y sus concentrados	3.557	88.222
7108120000	Las demás formas en bruto de oro	6.5	77.656
801220000	Nueces del brasil sin cáscara, frescos o secos	16.983	73.733
7113190000	Artículos de joyería de los demás metales preciosos	19.6	63.858
2609000000	Mineral de estaño y sus concentrados	6.566	23.794
4418200000	Puertas y sus marcos contramarcos y umbrales de madera	6.656	18.761
4407990000	Las demás madera aserrada o desbastada longitudinal...	34.628	14.220
6105100000	Camisas de algodón de punto para hombres o niños	688	14.063
2207100000	Alcohol etílico sin desnaturalizar...	41.357	11.897
901119000	Los demás café sin tostar sin descafeinar	4.981	11.138
4104110000	Cueros y pieles curtidos o "crust", de bovino...	5.694	10.892
6109100000	"T-shirts" y camisetas de algodón de punto	507	10.450
2607000000	Minerales de plomo y sus concentrados	37.717	10.389
6106100000	Camisas, blusas y blusas camisetas de algodón de punto...	385	9.673
2825800000	Oxidos de antimonio	3.474	8.359
4407240000	Madera aserrada o desbastada...	5.497	8.316
2617100000	Minerales de antimonio y sus concentrados	4.007	7.838
2611000000	Minerales de volframio (tungsteno) y sus concentrados	940	7.427
9403600000	Los demás muebles de madera	2.136	6.966
1008901900	Las demás quinua (chenopodium quinoa)	4.871	5.553
2528900000	Los demás boratos naturales y sus concentrados...	55.919	5.065
4407290000	Las demás maderas aserradas o desbastada...	7.544	4.998
2810001000	Acido tobórico	13.933	4.552
9403900000	Partes de los demás muebles	1.226	4.181
402211900	Las demás, leche y nata (crema) en polvo, gránulos y	1.864	4.134

	demás...		
6110110000	Sueteres (jerseys) "pullovers" cardiganes, chalecos...	78	3.793
7106911000	Plata (incluida la plata dorada y la platinada) en bruto...	14	3.009
9401690000	Los demás asientos con armazón de madera	1.009	2.887
8007000000	Las demás manufacturas de estaño	351	2.832
4104190000	Los demás cueros y pieles curtidos o "crust", de bovino...	1.299	2.800
4409201000	Tablillas y frisos para parques sin ensamblar de madera...	4.854	2.789
7113110000	Artículos de joyería de plata, incluso revestida o chapada...	5.7	2.360
3923509000	Los demás tapones, tapas... de cierre de plástico	942	2.099
2203000000	Cerveza de malta	4.912	2.056
5105391000	Los demás pelo fino cardado o peinado: de alpaca o de llama	237	2.031
4409101000	Tablillas y frisas para parques sin ensamblar de coníferas	592	1.980
4407910000	Las demás maderas aserradas o desbastada...	3.599	1.968
7404000000	Desperdicios y desechos de cobre	684	1.962
7103109000	Las demás piedras preciosas y semipreciosas naturales...	92	1.878
4409209000	Las demás maderas perfiladas longitudinalmente...	1.742	1.603
3915900000	Desechos, desperdicios y recortes de los demás plásticos	2.851	1.528
7204490000	Los demás desperdicios y desechos	20.034	1.485
6203430000	Pantalones largos... Y "shorts" de fibras sintéticas...	842	1.284
3402909000	Las demás preparaciones tensoactivas... para lavar...	1.682	1.257
4412140000	Las demás madera contrachapada, chapada y estratificada...	1.429	1.183
6403990000	Los demás calzados con suela de caucho, plástico, cuero...	136	1.177
7602000000	Desperdicios y desechos, de aluminio	925	1.161
9607190000	Los demás cierres de cremallera (cierres relámpago)	493	1.152
4403990000	Las demás madera en bruto, incluso descortezada...	6.222	1.102
6111200000	Prendas y complementos de vestir, para bebe, de algodón...	41	1.086
4106400000	Cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles...	10	1.074
7106912000	Plata (incluida la plata dorada y la platinada) en bruto...	5.6	1.054
6813100000	Guarniciones para freno a base de amianto (asbesto)...	599	1.053
4051000000	Mantequilla (manteca)	441	1.049
7010902000	Los demás envases tubulares... De vidrio...	2.274	996
2528100000	Boratos de sodio naturales y sus concentrados...	6.735	986
8110100000	Antimonio en bruto, polvo	323	984
4105100000	Pieles curtidas o "crust", de ovino, depiladas...	220	981
6110200000	Sueteres (jerseys) "pullovers".. De algodón de punto...	29	918
4418909000	Las demás obras y piezas de carpintería para Construcciones	692	912
7112910000	Desperdicios y desechos de metal precioso o de chapado...	2	911
6203420000	Pantalones largos, con peto, pantalones cortos...algodón...	165	895

	Otros productos	94.928	56.868
TOTAL EXPORTADO		17.145.415	921.547

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE

Elaboración: Propia

Algunos de los productos que figuran en la lista precedente provienen de otras regiones de Bolivia; sin embargo, en su gran mayoría son exportados desde La Paz y Oruro, con mayor o menor grado de valor agregado generado en estas localidades.

Entre los productos de esta lista, que inicialmente se han detectado potencial para incrementar sus exportaciones a la 1ra. Región de Chile, y que se desarrollará a continuación, se mencionan los siguientes:

1.1 El sector forestal y las manufacturas de madera

En la economía boliviana, un sector con excelente potencial para el crecimiento, en materia de exportaciones es el forestal, pues, a través de éste, se puede generar mayor cantidad de empleo y reducir el constante déficit existente en la balanza comercial entre Bolivia y Chile.

El sector forestal boliviano ha generado 37 millones de USD durante los últimos 7 años, por concepto de divisas para el país; además de significar alrededor de 50 mil empleos directos. Existe la posibilidad real de incrementar significativamente la cantidad de empleos en este sector, de incrementarse las exportaciones forestales bolivianas a estos mercados y en general al mercado chileno, a través de la 1ra. Región.

Bolivia cuenta con una gran extensión de bosques naturales 53 millones de hectáreas (has). Esta superficie representa el 10% del total de los bosques tropicales de América del Sur. Es importante destacar que Cimar-Smarwood y Forest Stewardship Council han certificado 980 mil has. Tienen un manejo responsable y sostenido del bosque, de los cuales son aprovechadas comercialmente cerca de 200 especies tropicales, la mayoría inexistente en territorio chileno, por las características topográficas propias del oriente boliviano.

Bolivia es el primer país del mundo, que ha obtenido la certificación forestal voluntaria para 1.5 millones de hectáreas de bosques que actualmente son manejados de manera ecológica, sostenible y responsable; gracias a esta certificación, es que Bolivia es el exportador más grande de castaña (producto forestal no maderable).

Durante los últimos meses, ante el temor de no poder exportar más manufacturas de madera a los Estados Unidos de Norteamérica - principal mercado para estos productos - aprovechando las ventajas arancelarias de La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Lucha Contra el Narcotráfico, más conocido por sus siglas en inglés "ATPDEA", que culmina el 31 de diciembre de este año 2006, algunos empresarios bolivianos están llevando a cabo reuniones con sus similares chilenos, a objeto de analizar la posibilidad de

generar emprendimientos conjuntos en la localidad de Arica⁷ y desde allí exportar a EUA aprovechando el Tratado de Libre Comercio (TLC) suscrito recientemente entre Chile y a EUA.

De generarse este tipo de emprendimientos conjuntos en la industria manufacturera de madera en la 1ra. Región, en los cuales se podría agregar valor a la madera boliviana en Chile, ensamblando o terminando la confección de artículos, el beneficio sería considerablemente mayor para ambos países, avanzando de esta manera en forma efectiva en un proceso de integración económico armónico, que generaría otras formas de integración subsidiarias y de manera sostenible.

Entre las 200 especies bolivianas aprovechables para su uso industrial, comercialización y exportación se han podido identificar las siguientes, como las principales variedades:

Cuadro N° 2

ESPECIES EXISTENTES PRODUCIDAS EN BOLIVIA Y SUS USOS	
ESPECIE NOMBRE COMÚN	USOS
Aguai	Construcción, parquet y pisos.
Aguai Chico	Construcción, parquet y pisos.
Ajo	Construcción.
Ajunau	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general
Algarrobo	Construcción, Muebles rústicos
Aliso	Puertas, Ventanas, Alma de multilaminado, Tableros de madera reconstituida, Muebles
Almendrillo	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Torneados, Embarcaciones
Almendrillo Amarillo	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general, Durmientes, Embarcaciones.
Almendrillo Macho	Parquet y pisos, Construcción – Estructuras
Amargo	Construcción, Alma de multilaminado, Cajas, Muebles y carpintería en general
Amarillo	Construcción, Parquet y pisos
Azucaro	Alma de multilaminado, Madera para embalaje, Muebles, Construcción - elementos decorativos
Balata	Construcción
Balsa	Elaboración de juguetes, especialmente en modelos a escala
Bi	Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general
Bibosi	Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general.
Bitumbo	Alma de multilaminado, Muebles, Construcción y elementos decorativos.

⁷ Estos emprendimientos se podrían generar en el parque industrial de Chacayuta, en el parque Industrial Puerta de las Américas o en cualquier lugar de Arica, donde previo registro, de acuerdo a la legislación chilena puede considerarse zona franca industrial.

Cabeza de mono / erizo	Alma de multilaminado, Material de embalaje
Cachichira	Construcción, Láminas de enchape, Muebles en general
Cambará	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Muebles en general, Marcos de puertas y ventanas
Cambará macho	Construcción, Láminas de enchape, Muebles en general, Pisos.
Canelón	Construcción, Muebles en general, Torneados
Capinuri	Muebles en general, Alma de multilaminado, Madera para embalaje
Caqui	Carpintería en general, Ebanistería y Mueblería
Carapari	Construcción, Algunos artículos de carpintería de muebles rústicos
Cari cari	Construcción, Muebles, Construcción, Muebles
Caripé	Construcción
Castaña	Construcción, Láminas de enchape, Muebles, Ebanistería en general
Cedro	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Muebles en general, Marcos de puertas y ventanas
Cari - vilcarán	Construcción, Pisos
Chepereque	Muebles en general, Alma de multilaminado, Madera para embalaje
Coco	Construcción, Muebles en general, Material de embalaje
Coloradillo	Construcción, Parquet y pisos
Coloradillo del monte	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos
Copaibo	Construcción, Puertas, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Láminas decorativas
Copal	Láminas de enchape, Muebles en general, Embalaje, Molduras
Coquino	Construcción, Parquet y pisos
Corazón púrpura	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general
Cuchi	Construcción, Durmientes, Horcones
Caqui	Construcción, Láminas de enchape, Muebles en general
Curupaú / cebil	Construcción, Parquet y pisos, Marcos de puertas y ventanas, Durmientes
Cuta	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos
Cuta del bajo paragua	Parquet y pisos, Construcción (estructuras y de barcos), Carrocerías
Enchoque	Construcción, Puertas, Muebles en general
Eucalipto	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general, Madera para embalaje
Guayabo	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Madera para embalaje
Guayabochi	Parquet y pisos, Durmientes, Construcción - elementos estructurales, Partes de muebles
Guitarrero	Construcción, Láminas de enchape, Cajas de embalaje
Ichisojo	Construcción, Pisos, Parquet, Madera de construcción
Isigo	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Embarcaciones
Isigo blanco	Láminas de enchape, Muebles en general

Isigo colorado	Construcción, Láminas de enchape, Muebles
Itauba Amarilla	Construcción, Parquet y pisos, Marcos de puertas y ventanas
Jichituriqui	Construcción, Puertas, Ventanas, Algunos muebles de exterior
Jorori	Madera para embalaje, Construcción - elementos no estructurales
Lagunero	Construcción, Láminas de enchape, Muebles en general
Lanza / Lanza blanca	Construcción, Muebles en general
Lapacho	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos
Laurel	Construcción, Muebles en general, Marcos de puertas y ventanas
Laurel amarillo	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Madera para embalaje
Laurel Negro	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos
Leche Leche	Alma de multilaminado, Muebles, Molduras
Mapajo	Puertas, Alma de multilaminado, Madera para embalaje, Construcción - elementos no estructurales
Mara o Caoba	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Marcos, Muebles y en general los productos de ebanistería
Mara macho	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Muebles
Mara macho / Amargo	Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Muebles en general
Masaranduba	Construcción, Parquet y pisos, Muebles
Momoqui	Construcción, Parquet y pisos, Muebles
Mora	Construcción, Muebles en general
Mora / palo amarillo	Pisos en general
Morado	Construcción, Láminas de enchape, Muebles, Marcos de puertas y ventanas
Mururé	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Torneados, Embarcaciones
Negrillo	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general, Marcos de puertas y ventanas, Durmientes
Nogal	Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles
Nui	Construcción, Parquet y pisos
Ochoó	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Muebles en general, Madera para embalaje
Pacay	Láminas de enchape, Muebles en general, Madera para embalaje
Palo barroso	Parquet y pisos, Marcos de puertas
Palo blanco	Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general
Palo maría	Construcción, Puertas, Ventanas, Enchapes, Parquet y pisos, Muebles, Marcos
Palo santo negro	Láminas de enchape, Muebles en general, Madera para embalaje
Palo zapallo	Madera para embalaje, Construcción no estructural
Paquino	Ventanas, Parquet y pisos, Embarcaciones, Construcción - elementos no estructurales, Muebles de exterior

Paraíso	Láminas de enchape, Madera para embalaje, Carpintería en general, Construcción en elementos no estructurales
Peine de mono	Alma de multilaminado, Madera para embalaje, Construcción - elementos decorativos
Pequi / peloto	Alma de multilaminado, Madera para embalaje
Picana negra	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general
Pino del cerro	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Madera para embalaje, Muebles
Pitón	Construcción
Plumero	Construcción, Láminas de enchape, Muebles en general
Quebracho blanco	Construcción, Parquet y pisos, Durmientes
Quebracho colorado	Construcción, Durmientes
Quecho	Construcción, Láminas de enchape, Muebles en general
Quecho, mururé	Construcción, Parquet y pisos, Muebles en general, Madera para embalaje
Quina bálsamo	Construcción, Parquet y pisos, Muebles en general
Quina blanca	Construcción, Muebles en general
Quina colorada	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos
Roble	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general, Marcos de puertas y ventanas
Sangre de Toro	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Muebles en general
Sangre de Toro – Chocolatillo	Construcción, Puertas, Láminas de enchape, Muebles
Sangre de Toro – gabun	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general, Marcos de puertas y ventanas, Durmientes
Sauco	Construcción, Láminas de enchape, Muebles en general, Puertas y ventanas
Serebó	Láminas de enchape, Madera para embalaje, Construcción - elementos decorativos no estructurales
Sirari	Construcción, Parquet y pisos, Muebles en general, Marcos de puertas y ventanas
Siringa	Puede utilizarse en muebles en general, láminas de enchape, tableros, aglomerados, embalajes
Soto	Construcción, Parquet y pisos, Durmientes, Muebles rústicos
Sujo	Construcción, Láminas de enchape, Madera para embalaje
Tachori	Construcción, Láminas de enchape, Madera para embalaje
Tajibo	Láminas de enchape, Parquet y pisos, Durmientes, Construcción (uso estructural y decorativo), Muebles de jardín, Muebles especiales
Tajibo amarillo	Láminas de enchape, Parquet y pisos, Construcción - elementos estructurales, Muebles de exterior
Tamamosi	Construcción, Ventanas, Láminas de enchape, Parquet y pisos
Tamarindo	Torneados, Construcciones exteriores

Tarara	Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general
Tarara colorada	Muebles en general, Pisos, Parquet
Taruma	Láminas de enchape, Muebles en general
Tejeyeque	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles
Timboy - toco	Muebles en general, Alma de multilaminado, Madera para embalaje
Tinto	Construcción, Pisos, Parquet
Tipa	Muebles en general, Carpintería fina, Contrachapados
Toborocho	Alma de multilaminado, Madera para embalaje
Toco colorado	Construcción, Láminas de enchape, Muebles en general, Embarcaciones
Trompillo	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Muebles en general, Marcos de puertas y ventanas
Umiri	Construcción, Láminas de enchape, Pisos en general
Uva del monte	Construcción, Láminas de enchape, Madera para embalaje
Verdolago	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles
Verdolago blanco	Construcción, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Muebles en general
Verdolago chico	Construcción, Puertas, Ventanas, Muebles en general
Vivaro	Muebles en general, Marcos de puertas y ventanas
Yesquero negro	Construcción, Puertas, Ventanas, Láminas de enchape, Parquet y pisos, Marcos de puertas y ventanas, Muebles
Yesquero rosa	Construcción, Puertas, Pisos, Parquet
Yuruma	Construcción, Marcos de puertas y ventanas

Fuente: Cámara Forestal de Bolivia

Elaboración: Propia

Las especies más cotizadas en los mercados internacionales, incluida la región de Tarapacá en Chile, son: la caoba (mara), el cedro y el roble; asimismo, existe una gran variedad de especies alternativas con características técnicas propias que las hace recomendadas para cierto tipo de manufacturas aún no explotadas comercialmente.

Cabe resaltar que se exportan más de 50 tipos de productos maderables y no maderables manufacturados; 20 productos semi-manufacturados, de los cuales durante los últimos 5 años se han exportado alrededor de 700 millones de USD, de los cuales 200 millones de USD han sido de productos certificados⁸.

Las exportaciones de madera perfilada, durante los últimos años han ido en decremento, debido a que solamente se ha buscado exportar al mercado estadounidense, siendo que por el volumen producido en Bolivia y su capacidad instalada, el mercado chileno es un mercado tremendamente atractivo, en cuanto a precios y volúmenes requeridos.

Las exportaciones de madera boliviana hacia Chile, de acuerdo a los datos proporcionados por la Cámara Forestal de Bolivia, han aumentado en el año 2004, respecto del año 2003 -en valor- en un 73,22%, debido a que el volumen

⁸ Fuente: Proyecto Bolivia es Forestal (BOLFOR)

demandado por Chile ha crecido de manera importante, especialmente en cuanto a productos manufacturados, que tienen un mayor valor agregado.

Cuadro N° 3

País	Año 2003			Año 2004		
	Volumen (m³)	Valor (USD)	Participación (%)	Volumen (m³)	Valor (USD)	Participación (%)
Chile	5.159,91	4.383.253,46	3,97%	11.607,18	7.593.014	5,23%
Totales	79.558,97	110.410.366,95	100%	118.240,75	145.150.594,64	100%

Fuente: Cámara Forestal de Bolivia

Elaboración Propia

Las exportaciones de productos forestales bolivianos constituyen un potencial importante, no sólo como elemento generador de divisas, sino también como un elemento de integración económica, que en el caso de Bolivia y Chile podría generar importantes emprendimientos conjuntos, con los consiguientes beneficios para ambas economías y pueblos.

A continuación se presenta una lista de los 10 principales productos de exportación forestal de Bolivia.

Cuadro N° 4

Producto	Año 2004		
	Volumen (m³)	Valor (USD)	Participación (%)
Castañas sin cáscara	0	60.075.663,55	41,39%
Madera Aserrada	54.078,40	26.895.561,37	18,53%
Puertas	10.638,92	16.458.121,79	11,34%
Palmitos en conserva	0	4.805.816,87	3,31%
Muebles en General	2.726,62	4.514.124,27	3,11%
Tableros de Fibra de madera	21.080,94	3.602.987,27	2,48%
Partes y Piezas de Muebles	2.891,94	3.199.788,44	2,20%
Sofás	868,73	2.954.044,60	2,04%
Sillas	1.002,53	2.932.807,14	2,02%
Perfiles	2.148,74	2.896.215,08	2%
Otros	22.803,92	16.815.464,26	11,58
Totales	118.240,75	145.150.594,64	100%

Fuente: Cámara Forestal de Bolivia

Las exportaciones totales registradas en este sector, durante la gestión 2005 muestran como Bolivia ha exportado 6.222 toneladas de madera en bruto, equivalente a 1,10 millones de USD; 51.278 toneladas de madera simplemente aserrada, equivalente a 29,5 millones de USD; y 20.336 toneladas de productos manufacturados de madera, cuya exportación equivale a 44,26 millones de USD.

Las cifras mencionadas, muestran que Bolivia actualmente está exportando, a diferencia del pasado, cada vez mayor valor agregado en este rubro. Como se muestra en el cuadro que se presenta a continuación, el 59.12% del valor de sus exportaciones de madera son manufacturas; sin embargo, la exportación de madera simplemente aserrada es aún significativa.

Cuadro N° 5

Exportaciones de madera boliviana durante 2005				
Producto de exportación	Toneladas	%	Millones de USD	%
Madera en bruto	6.222	7,99	1,10	1,47
Madera simplemente aserrada	51.278	65,88	29,50	39,41
Manufacturas de madera	20.336	26,13	44,26	59,12
Totales	77.836	100,00	74,86	100,00

Fuente: INE

Elaboración: Propia

Es importante destacar que la mayoría y las más grandes industrias manufactureras de madera están ubicadas en el departamento de La Paz, y que muchas de las empresas exportadoras de madera simplemente aserrada se ubican también en este departamento, además de los departamentos de Santa Cruz, Cochabamba y Oruro, de acuerdo a sus volúmenes tradicionales de exportación.

Entre los principales productos elaborados en base a las maderas bolivianas (no coníferas o maderas preciosas), se mencionan los siguientes:

- *Pisos* de madera de tablón, laminados, dirigidos, pisos flotantes, parquet laminado o finger block y pisos entarugados o deckings.
- *Puertas* de madera sólida o maciza.
- *Sillas* de madera de diversos estilos, armadas o para armar.
- *Partes y piezas de muebles* de madera para interiores o para jardín.
- *Manufacturas de construcción*, como ser: zócalos, jambas, molduras, ventanas y puertas, con sus respectivos marcos, entre otros.

Es digno de destacar, que actualmente Bolivia cuenta con una inversión de 100 millones de USD, exclusivos para la explotación legal de madera y 35 millones de USD en la producción de castaña⁹; cifras que van mejorando gracias a que se está incrementando el valor agregado en las manufacturas de madera que son certificadas.

Asimismo, es importante destacar que el aprovechamiento de la capacidad instalada en este sector es, en términos generales, del 57%, teniendo el resto como capacidad ociosa; la que puede ser perfectamente aprovechada para

⁹ Estas cifras, van incrementando paulatinamente, debido a la demanda que se obtiene por los productos madereros bolivianos, y que podría incrementarse aún más con las negociaciones entre exportadores bolivianos e importadores chilenos.

cubrir la demanda de la 1ra. Región Chilena y desde allí redistribuir a las otras regiones de Chile.

Por la importancia que reviste este sector y la potencialidad que representa para el incremento del flujo comercial con Chile, es importante mencionar brevemente la relación de participantes que forman parte de la estructura de esta **cadena productiva** en Bolivia.

En el sector del **bosque** se destacan como principales actores a: las empresas concesionarias, los pequeños y grandes propietarios de bosque, las asociaciones sociales de lugar, los territorios comunitarios de origen, las áreas de reserva forestal, los parques nacionales, programas y proyectos nacionales y de organizaciones internacionales vinculadas con el bosque, ONG's, cámaras forestales, Superintendencia Forestal, profesionales forestales, centros de investigación, consultoras especializadas, así como el Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente y el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

En el sector de **procesamiento primario** intervienen, en este eslabón, las empresas concesionarias, los pequeños y grandes propietarios de bosque, asociaciones sociales de lugar, territorios comunitarios de origen, aserraderos, prestadores de servicios, transportistas de troncas, transportistas de larga distancia, proveedores de insumos, importadores de maquinaria y equipo, programas y proyectos nacionales y de organizaciones internacionales vinculados con el bosque y su aprovechamiento, ONG's, cámaras forestales, cámaras de industria y comercio, Superintendencia Forestal, profesionales forestales, centros de investigación y capacitación de técnicos y guardias forestales, consultoras especializadas, Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente, Ministerio de Agricultura y Ganadería, de Industria, de Exportaciones.

De igual forma, en el **procesamiento secundario o manufactura**, una vez que la materia prima está disponible, participan de esta actividad: las empresas concesionarias, grandes propietarios de bosque, los aserraderos grandes, pequeños, medianos y grandes manufactureros, las carpinterías, talleres artesanales, prestadores de servicios (secado), proveedores de insumos, importadores de maquinaria y equipo, ferreterías, programas y proyectos nacionales y de organizaciones internacionales vinculados con la industrialización y manufactura de la madera y sus derivados, ONG's, cámaras forestales, cámaras de industria y comercio, Superintendencia Forestal, profesionales forestales, centros de investigación y capacitación de mano de obra, técnicos, consultoras especializadas, así como el Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente, y el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Un buen porcentaje de los productos provenientes de esta cadena, son exportados ya sea a Chile, que año tras año incrementa su demanda, o a otros mercados que aprecian un producto de buena calidad, con las certificaciones respectivas que acreditan su procedencia, manejo y características particulares.

1.2. Cuero curtido y manufacturas de cuero

La diversidad de pisos ecológicos del territorio boliviano, permite la crianza de gran variedad de especies animales, aprovechables en carne, cueros y pieles; entre los más destacables están el ganado bovino del oriente boliviano y los camélidos en el occidente.

El cuero que se procesa en Bolivia posee características óptimas de espesor, color, textura y acabado, por lo que puede ser utilizado en la confección de productos destinados al uso de las personas más exigentes en cualquier mercado internacional.

La mayor parte del cuero procesado en Bolivia proviene de la zona oriental y es utilizado en aproximadamente un 50% para la fabricación de calzados, 30% para la confección de prendas de vestir y el restante 20% para la producción de marroquinería.

Las zonas de La Paz, Oruro y Potosí benefician el 13.5% del total de cuero bovino del país y el 71% del total de cuero de ovinos y camélidos¹⁰; estos cueros, por las características propias de los animales y por la calidad de la curtiembre son cada vez más cotizados para manufacturas de artículos finos; es decir, confecciones y marroquinería.

No obstante lo mencionado, la cantidad de cabezas de ganado vacuno existentes puede abastecer perfectamente la producción de curtiembres de los departamentos de La Paz y Oruro, que cuentan con la infraestructura necesaria, a nivel de cantidad y capacidad instalada, para proveer de cueros de bovinos y artículos de cuero a todo el norte chileno.

Cuadro N° 6

EXISTENCIAS DE CABEZA DE GANADO EN BOLIVIA		
	2003	2004
Bovino	6.930.815,00	7.117.585,00
Ovino	8.415.562,00	8.623.018,00
Caprino	1.821.903,00	1.861.116,00
Camélidos	2.259.860,00	2.324.764,00
TOTAL	19.428.140,00	19.926.483,00

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Elaboración: Propia

En La Paz, se encuentran instaladas 8 de las 26 curtiembres que existen en toda Bolivia y 26 de las 52 industrias manufactureras de cuero de relativa magnitud: Asimismo, existen 145 (de 243 a nivel nacional) pequeños y medianos establecimientos de fabricación de calzado.

¹⁰ Los departamentos de La Paz, Oruro y Potosí, al occidente de país, concentran el 71% de 8,752.000 camélidos, entre llamas y alpacas, según el censo de 2001, elaborado por la FAO.

Los bajos costos de producción, la buena calificación de la mano de obra, así como los precios razonables de materias primas, hacen de este sector uno de los más promisorios para el logro de los objetivos del presente informe.

La **cadena productiva** del cuero en Bolivia es otro de los sectores en los cuales se viene trabajando, desde hace varios años para el desarrollo de ventajas competitivas. Es así que los actores que intervienen en esta cadena productiva se encuentran bien identificados con la misma y se agrupan en las áreas de: transformación, comercialización y distribución.

En materia de **ganadería**, el cuero es un subproducto de la carne y, en el caso de Bolivia de la lana; su oferta está estrechamente ligada al desarrollo de las actividades ganaderas en bovinos, ovinos y camélidos.

El país cuenta con cuatro principales regiones naturales divididas en 11 regiones agro-ecológicas. La población total de cabezas de ganado en Bolivia es de 18 Millones, distribuida entre ganado caprino, bovino, camélido y ovino.

El país cuenta con diversidad de razas bovinas distribuidas en las diferentes regiones del país; pero, es la ganadería en el altiplano, la que se caracteriza por sus cualidades y atractivos para el curtido dentro de esta cadena.

El eslabón del **sacrificio y desuello**, es una etapa de mucho cuidado y es realizada por gente capacitada; la calidad del cuero curtido de estos animales depende de brindar a los animales las mejores condiciones; que va desde el nacimiento de los animales, la alimentación, hasta el proceso del curtido.

Es por esta razón que el ganado del altiplano brinda mayor calidad de pieles, debido a su clima, que impide algunas enfermedades que atacan al ganado, así como la inexistencia de alambrados en la región arriba mencionada, por lo que las pieles no presentan ralladuras, ni están marcadas, y se nota, en su procesamiento, que el ganado bovino está protegido por un pelo alto.

Una vez que el ganado es maduro y se encuentra listo para ser sacrificado, se toma en cuenta el cuidado necesario para no deteriorar la piel, por lo que se cuenta con equipamiento especial en los mataderos, pues cada una de estas instalaciones cuenta con personal capacitado en el desuello y en utilizar herramientas modernas que permiten mantener la calidad del producto; es decir que los cueros y pieles lleguen a las curtiembres en inmejorables condiciones.

De igual forma, existe la suficiente cantidad de lugares apropiados para el almacenaje de los cueros y mantener, en todo momento la cadena de frío.

En cuanto a los aspectos de **transformación**, el proceso de curtido puede dividirse en tres etapas principales: a) *Ribera*, que comprende el almacenamiento y recorte de pieles, el remojo y lavado, la pelambre y encalado, el descarnado, depilado y dividido; b) el *Curtido*, que comprende el desencalado, rendido, piquelado, desengrasado, curtido, engrase, recurtido y teñido; y c) la *Terminación*, existiendo algunas variaciones, según el tipo de piel, tecnología disponible y las características finales requeridas del producto.

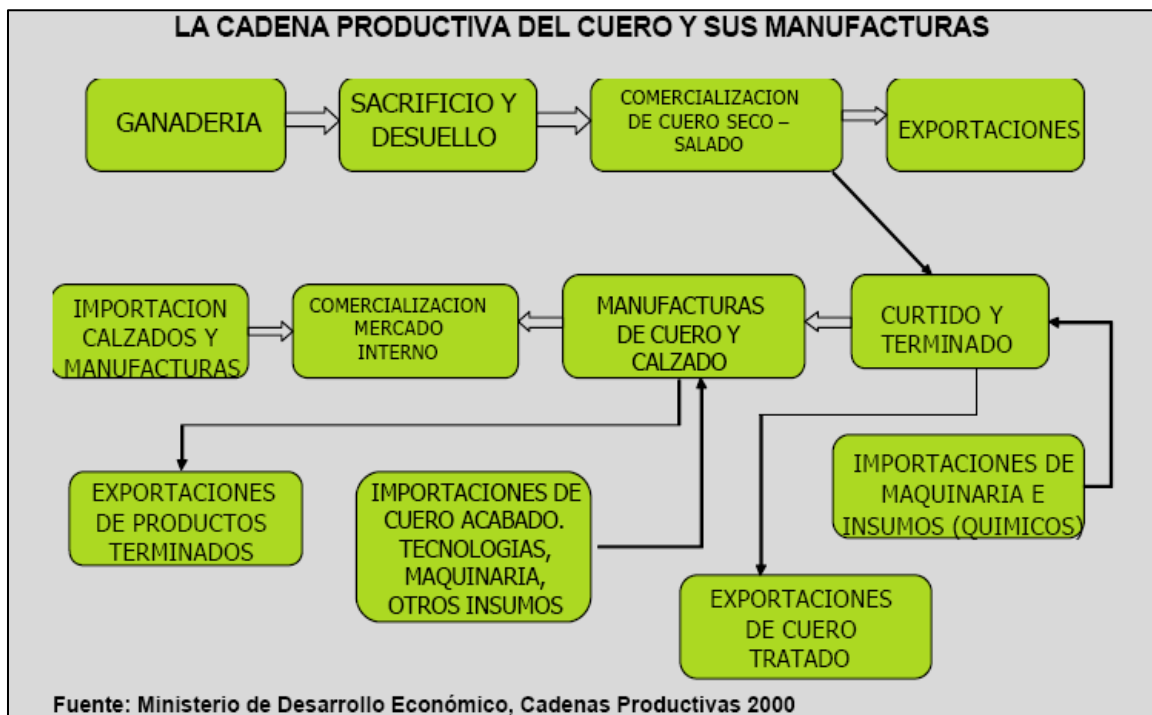
También se puede clasificar a las curtiembres en dos tipos: las primeras, en la que se utilizan sales de cromo para elaborar productos como ser: la napa, la escaria, la gamuza y el nobuck; estos productos, son elaborados actualmente en Bolivia con características muy superiores a las de hace algunos años, pudiendo satisfacer las exigencias de las industrias manufactureras de mejor calidad del continente. El segundo tipo, es el de la curtiembre vegetal, aquellas que utilizan mordientes e insumos naturales; de estas curtiembres la producción abundante de suela y vaqueta de muy buena calidad, al igual que la anterior, puede perfectamente satisfacer los requerimientos del mercado chileno y particularmente el de la 1ra. Región.

Aspectos comerciales. El comportamiento alimenticio en el mundo está cambiando; en los países desarrollados, la alimentación ecológica, ha hecho que estos países demanden menor cantidad de carne; asimismo, los países en vías de desarrollo, han incrementado su demanda, debido a que la crianza de ganado, significa para estos países mayor cantidad de fuentes laborales, no sólo para la comercialización de la carne, sino también de la piel de los animales.

En Bolivia se cuenta con la información necesaria sobre el desarrollo del sector, particularmente sobre la infraestructura existente y la distribución de productos de cuero; aspectos que se van desarrollando notoriamente. Existen enormes cantidades de hatos de ganado bovino, ovino, camélido y caprino; se dispone de centros de sacrificio de animales y desuello de sus cueros y pieles, un gran número de curtiembres, y se observa un desarrollo significativo de la manufactura de cuero en general, especialmente en las principales urbes del país (La Paz, Santa Cruz y Cochabamba), además que, tanto la distribución, como la comercialización interna y externa son actividades cada vez más activas.

Recientemente han sido certificadas grandes extensiones de crianza de ganado bovino como “zona libre de aftosa”, aspecto que favorece la apertura de nuevos mercados, con este tipo de garantías, al margen de la realización de las fumigaciones necesarias y las certificaciones correspondientes, inclusive, excediendo los requisitos internacionales, como lo veremos más adelante, en el capítulo sobre medidas para-arancelarias.

Gráfico N° 1



Es importante anotar que las exportaciones de manufacturas de cuero hacia Chile han ido aumentando durante los últimos años, como se puede ver en el cuadro N° 7 que se presenta a continuación, en el que se demuestra esta aseveración, de acuerdo a las cifras oficiales obtenidas del Ministerio de Desarrollo Económico.

Cuadro N° 7

EXPORTACIONES DE CUERO			
	2003	2004	2005
	USD	USD	USD
PIELES (EXCEPTO PELETERIA) Y CUEROS	1.089.273,39	984.904,45	1.327.386,39
Cueros y pieles en bruto de ovino piquelados sin lana (depilados)	2.000,00	0,00	0,00
Cueros caprinos en bruto	0,00	0,00	0,00
Cueros y pieles curtidos o crust", de bovino"	172.874,56	66.190,50	204.902,00
Cueros y pieles curtidos o crust", de bovino(incluido el wet-blue)"	345.338,79	180.386,81	124.004,07

Cueros y pieles curtidos o crust, de bovino, depilados, en estado seco (crust)	409.659,90	417.117,10	449.264,55
Cueros de equino, depilados, en estado seco (crust), los demás	0,00	0,00	103,71
Pieles curtidas o crust, de ovino, en estado húmedo (incluido el wet-blue)	91.439,00	90.082,00	45.813,22
Cueros y pieles depilados de los demás animales de caprino (incluido el wet-blue)	31.164,00	21.170,40	3.240,00
Cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles de animales sin pelo, curtidos o crust, incluso divididos pero sin otra preparación En estado húmedo (incluido el wet-blue), los demás	12.384,00	14.400,00	0,00
Cueros y pieles depilados de los demás animales curtidos o crust	0,00	2.400,00	0,00
Cueros y pieles enteros, los demás	15.500,00	36.900,00	40.800,00
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de bovino	0,00	15.768,94	196.946,15
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de bovino, los demás	0,00	0,00	2.645,53
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de ovino	0,00	0,00	660,00
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de caprino	2.274,15	7.480,54	0,00
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de reptil	0,00	0,00	0,00
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de los demás animales, los demás	544,00	720,00	0,00
Cueros y pieles agamuzados (incluido el agamuzado combinado al aceite)	0,00	1.775,59	7.041,78
Cueros y pieles charolados y sus imitaciones de cueros o pieles chapados; cueros y pieles metalizados	4.916,89	112.445,07	227.315,38
Cuero regenerado, a base de cuero o	0,00	15.840,00	20.240,00

de fibras de cuero			
Baúles, maletas y maletines, incluidos los de aseo; con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	1.178,10	2.227,50	4.410,00
MANUFACTURAS DE CUERO: ARTICULOS DE GUARNICIONERIA Y TALABARTERIA	40.683,38	58.292,52	78.366,95
Porta documentos de cuero	40,00	470,00	0,00
Carteras de cuero	100,00	2.201,06	15,00
Carteras de cuero con aguayo	1.102,27	4.120,78	175,20
Carteras	768,51	441,00	599,50
Billeteras de cuero	567,70	698,55	1,00
Billeteras de cuero con aguayo (textil)	247,02	557,30	203,50
Billeteras y estuches de cuero	118,00	717,07	165,00
Mochilas de cuero	668,50	4.016,00	850,00
Mochilas de cuero con aguayo	58,00	0,00	0,00
Bolsos de viaje y mochilas de cuero	467,98	1.365,66	723,85
Estuches y fundas de cuero	0,00	17,00	15,00
Prendas de vestir de cuero	13,50	30,00	0,00
Guantes, mitones y manoplas de cuero natural o regenerado	35.874,50	39.059,00	63.576,00
Cinturones de cuero	62,52	76,50	14,00
Accesorios de vestir, de cuero	0,00	1.387,00	0,00
Los demás artículos para usos técnicos, de cuero natural o cuero regenerado	0,00	11,50	0,00
Artesanías de cuero	386,38	3.124,10	12.028,90
Otras prendas de vestir y accesorios, de peletería	208,50	0,00	0,00

Fuente Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Como se puede apreciar, el cuero boliviano se comercializa de diferentes formas, siendo los principales productos:

1. Cueros y pieles sin curtir
2. Cueros curtidos y acabados
3. Manufacturas de Cuero: prendas de vestir, calzado, marroquinería y peletería.

En suma, la actividad industrial manufacturera del cuero está experimentando un crecimiento sostenido y ofrece oportunidades interesantes para la inversión con miras al desarrollo de sus exportaciones.

1.3. Textiles

La industria textil boliviana tuvo sus inicios a principios del siglo XX, como producto del desarrollo vertiginoso que registró en ese entonces la producción algodонера nacional. La industria textil boliviana, está caracterizada por la utilización de algodón y pelos finos de alpaca y llama. Ambos recursos se encuentran en el país en cantidades considerables (2.4 millones de llamas y quinientas mil alpacas).

En los últimos años, la industria textil ha crecido considerablemente, por lo que actualmente se ofertan grandes volúmenes y variedades de productos de alta calidad, aspecto que se posibilita gracias al desarrollo de industrias manufactureras de calidad mundial, que trabajan bajo la modalidad de “etiqueta privada” para conocidas marcas mundiales en la producción y exportación de prendas como: poleras (T-Shirts), camisas, pantalones y ropa interior.

La industria textil boliviana, que a pesar de ser pequeña, goza de reconocimiento internacional, no sólo por la oferta en sus productos en los volúmenes requeridos por los importadores de otros países, sino que cuenta con la calidad y regularidad en sus despachos, de manera que los importadores pueden ser grandes, o pequeños nichos de mercado, como ser: pequeñas cadenas de tiendas o boutiques, con volúmenes de producción menores, sin que por ello exista una disminución de la calidad.

Este sector cuenta con un alto prestigio, entre otras razones, por los materiales utilizados para la confección de las prendas, las telas que utiliza de alpaca y llama, cuentan con procesos industriales de avanzada en el descercado, la producción de tops, así como el hilado y la confección, además de los diseños creativos y de alta calidad.

El **algodón** boliviano se produce en el departamento de Santa Cruz de la Sierra en una superficie de aproximadamente 200.000 hectáreas habilitadas para el cultivo, con suelos ricos, clima adecuado, baja infestación de plagas y cultivo mecanizado. Durante la última década, el cultivo de algodón en Bolivia ha generado fuentes de empleo para más de 50.000 familias.

Dentro de las labores de investigación y desarrollo que se han ejecutado en Bolivia, en materia de producción algodонера, se ha logrado obtener, resultado del desarrollo de variedades de semilla, la variedad de algodón boliviano llamado “Algodón Blanco” que se adapta a los requerimientos de las diferentes regiones geográficas productoras del país.

Los principales productos de exportación de algodón de Bolivia son:

- *Semi-manufacturados*: Algodón sin cardar, ni peinar e hilados de algodón sin peinar y peinados.
- *Manufacturadas*: Camisas y blusas, poleras (T-Shirts), suéteres y jeans, entre otros.-

Pelos finos: Bolivia cuenta con gran cantidad de pelos finos de alpaca y llama.

Esto se debe a que es el país que cuenta con el mayor número de llamas en el mundo, como lo muestra el censo de camélidos del año 2000:

Cuadro N° 8

POBLACIÓN TOTAL DE ANIMALES	2.815.572
Población de llamas	2.398.572
Población de alpacas	416.952

Fuente: Sistema Boliviano de Productividad y Competitividad

Elaboración: Sistema Boliviano de Productividad y Competitividad

Son dos los principales tipos de llamas existentes en el país:

- “Kára”, también llamada por el tipo de su lana, de “lana suave”, que son utilizadas fundamentalmente como animales de carga y para el beneficio de su cuero y carne.
- “Cháki”, también llamadas de “Lana Pesada”, las cuales proveen de fibra para la manufactura de hilados, alfombras, sogas, sombreros, bolsones y otros productos.

Bolivia, y particularmente el departamento de La Paz, es muy competitiva en la elaboración de prendas de vestir, debido al bajo costo de su mano de obra, la capacidad y rápido aprendizaje de sus operarios, así como la alta calidad de sus materias primas.

Aprovechando la producción de géneros nacionales, algunas compañías extranjeras están produciendo y adquiriendo los siguientes tipos de prendas:

- Tejidos de punto en diferentes calibres o títulos.
- Prendas tejidas a mano.
- Prendas hechas con fibras especiales puras y mezclas de alpaca, angora, oveja y llama.

Como se expuso anteriormente, la industria de textiles en Bolivia, se basa en manufacturas, tanto de algodón, como de lana de llama y alpaca, significando una fortaleza el bajo costo de la mano de obra boliviana, además que, a nivel internacional se advierte un alto interés por las fibras naturales, ecológicas y nuevas mezclas de productos en este tipo de textura.

La gama de productos textiles que ofrece Bolivia, incluyendo las materias primas, productos intermedios y productos terminados, ha generado que las exportaciones a Chile hayan aumentado durante los últimos años; también se puede observar que, los productos que han aumentado en sus exportaciones en forma significativa y que tienen una participación más alta en este rubro son los productos manufacturados.

Cuadro N° 9

EXPORTACIONES DE TEXTILES			
	2003	2004	2005
	USD	USD	USD
Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	17.141,65	10.667,98	75.821,28
Algodón	0,00	88.537,16	69.329,09
Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de....	10,40	0,00	0,00
Filamentos sintéticos o artificiales	0,00	0,00	1.440,60
Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	0,00	550,50	17.493,04
Alfombras y demás revestimientos para el suelo de materias textiles	143,84	54,00	0,00
Tejidos especiales; encajes; tapicería, pasamanería y bordados	0,00	1.752,69	20,00
Tejidos impregnados recubiertos o estratificados; art. Técnicos de materias textiles	0,00	100,00	0,00
Tejidos de punto	921,48	1.234,55	399,00
Prendas y complementos de vestir de punto	747.995,75	1.137.348,20	1.036.026,67
Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	813.067,41	1.507.864,07	1.804.960,68
Los demás art. Textiles confeccionados; conjuntos o curtidos; prendería	11.514,74	3.990,06	19.335,71
Calzados, botines, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos	150,00	12.159,31	208.877,75
Artículos de sombrería y sus partes	20.539,68	96.706,78	111.370,24
TOTAL	1.611.484,95	2.860.965,30	3.345.074,06

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Los productos textiles más vendidos en Bolivia, durante los últimos años han sido:

- Algodón (a pesar de la reducción de la oferta de los últimos años).
- Hilos, hilaturas, cardados, hilos sintéticos, mezclas.
- Telas planas, telas de punto de varias fibras, naturales y sintéticas.
- Cintas, elásticos, cuerdas y cordeles de varios tamaños y tipos.

Los productos textiles terminados más vendidos fueron los siguientes:

- Camisas de fibras acrílicas o modacrílicas, de punto para hombre y mujer.
- Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte de fibras sintéticas.
- Camisones y pijamas de algodón para hombres, mujeres y niñas.
- Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones).
- Guantes, mitones y manoplas de lana o pelo fino de punto.
- Las demás prendas y complementos (accesorios) de vestir.
- Las demás prendas de vestir de lana de oveja o de pelo de conejo de punto.
- Sacos, chaquetas de algodón de punto para mujeres o niñas.
- Calzas, pantimedias, medias, calcetines y demás.
- Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos.
- Sombreros y demás tocados de punto o confeccionados.
- Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y similares.
- Sábanas, toallas y mantillas.

Tradicionalmente, la producción de estos artículos se realiza en pequeñas cantidades – de acuerdo a la demanda de los importadores - con gran variedad de estilos y modelos; una gran parte de esta producción es exportada a los EE.UU. y que, al igual que las manufacturas de madera, podría convertirse en un atractivo rubro para ingresar comercialmente al mercado de la 1ra. Región de Chile, generando alianzas estratégicas con empresarios chilenos y, de manera agresiva, cubrir la demanda del resto de Chile, así como exportar desde allí a otros países.

1.4 Productos agropecuarios

La actividad agropecuaria ha tenido un importante crecimiento durante los últimos años, debido al incremento de la superficie cultivada en el país, en especial en la producción de soya, arroz, maíz y trigo; sumado esto, se explica también por la aplicación de nuevas técnicas de producción, a lo largo de las diferentes etapas de las cadenas productivas de cada producto.

Es por ello, que la oferta exportable agropecuaria boliviana presenta diversas etapas de producción, industrialización y comercialización de sus productos, tanto primarios como semielaborados y procesados. Entre los principales productos de exportación, en este rubro se encuentran el café, cacao, frijoles, quinua, semillas y habas de soya, entre otros.

Los departamentos de Oruro y particularmente La Paz, presentan una gran variedad de pisos ecológicos, los cuales permiten el cultivo y transformación de productos agropecuarios que crecen a altitudes que van desde los 600 mts. sobre el nivel del mar (msnm) hasta los 4.000 msnm.

Entre los principales productos agropecuarios que podrían tener mercado en la 1ra. Región de Chile, se mencionan los siguientes:

1.4.1. Café

Crece básicamente en la zona tropical del departamento de La Paz, a una altitud aproximada de 1.600 msnm. Este producto, por sus características de cultivo ya se está exportando actualmente con las denominaciones de: “café de altura”, “café orgánico” y “café especial” o “café gourmet”.

Se cultiva principalmente la especie arábica, en las variedades: típica, caturra, catimor y mundo novo. La especialización en los procedimientos de cosecha, despepitado, secado, seleccionado y tostado han sido mejorados sustancialmente, durante los últimos 6 años, al punto que actualmente más del 50% de las exportaciones de café se realizan como cafés especiales, por lotes que se cotizan individualmente, previa degustación por profesionales o taza de la partida.

El valor agregado que se le da al café boliviano, hace que sea competitivo para su exportación, particularmente por sus características de calidad. A pesar que los mercados de Arica e Iquique no son mercados muy desarrollados para la forma en la que se consume este producto (tostado, molido y filtrado o café express) puede ser internado en pequeñas cantidades y de allí al resto de Chile.

Como se aprecia en el siguiente cuadro, las exportaciones de café boliviano a Chile se han ido incrementando en los últimos años; sin embargo son cantidades muy pequeñas, en función del tamaño del mercado y del potencial exportador existente.

Cuadro N° 10

EXPORTACIONES DE CAFÉ A CHILE			
	2003	2004	2005
	Kilos	Kilos	Kilos
Café tostado en grano sin descafeinar	160,00	521,70	1.016,79

Fuente: Ministerios de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Como producto se ha comprobado que, hasta las marcas cuyos productos se encuentran internacionalmente más homogeneizados, como es el caso del “Nescafé” (café soluble en polvo), han adecuado el sabor de sus productos al paladar chileno, que tiene características particulares.

Existe un proyecto de inversión de capitales bolivianos que se encuentra bastante avanzado, y se trata de montar una planta procesadora de café boliviano en la 1ra. Región de Chile, más precisamente en el Parque Industrial Chacayuta de la ciudad de Arica, la misma que espera cubrir gran parte del mercado chileno, particularmente aquellas ciudades con mayor concentración poblacional, con miras a que en un futuro próximo, a partir de Chile, se puedan abordar mercados asiáticos.

Como era de esperarse, en este proyecto, los insumos provendrán de la zona oriental del departamento de La Paz; es decir, de la zona de los Yungas y parte de la producción cafetalera del departamento de Santa Cruz de la Sierra. El proyecto está orientado a un público de niveles socio-económicos medio-altos y altos, que están dispuestos a pagar precios más altos que los de un café soluble. Las variedades que piensa producir para el mercado chileno son las siguientes:

- Café tostado molido “gourmet”, para clase alta.
- Café tostado molido “a toda hora”, para clase media alta.
- Café tostado molido “orgánico”, para clase media alta y estratos socioeconómicos superiores.
- Café tostado “expreso” en grano, para hoteles, restaurantes y cafeterías.

Es importante destacar de este proyecto la ubicación seleccionada para montar la planta, pues la ciudad de Arica, por ser una zona fronteriza con dos países, Perú y Bolivia, con conexiones con los tres países por vía carretera y por vía aérea, además de contar con un puerto internacional que mira a la Cuenca del Pacífico, se constituye en una ubicación logística inmejorable para este y otros proyectos similares.

1.4.2. Quinua

Es uno de los cereales de mayor difusión en el altiplano boliviano. La variedad denominada “quinua real” es la más cotizada internacionalmente y cuya producción es exclusiva del occidente boliviano.

Este cereal, que posee inmejorables características nutricionales, está siendo cada vez más cotizado en mercados internacionales y su producción, beneficiado y presentación, están cada vez más a la altura de los requerimientos de los mercados de destino. Actualmente, existe la suficiente oferta de quinua, como para cubrir la potencial demanda chilena de las localidades de Arica, Iquique y el resto de Chile.

La quinua se divide en cinco categorías básicas, en función de la región en la que se cultiva. La mayoría de las regiones del occidente de Bolivia son adecuadas para el cultivo y producción de quinua, debido a la plasticidad de adaptación que tiene esta planta, así como los suelos y el clima apropiado para su cultivo. Tienen estas cinco variedades:

- *Quinua de valles*, que crecen a diferentes alturas, las que van desde los 2.000 hasta los 3.000 msnm. Sus características principales son: tardías (en cuanto a la estacionalidad) y de porte alto.
- *Quinua de altiplano*, que crece alrededor del lago Titicaca, soporta heladas y la relativa escasez de lluvias. Básicamente es de la variedad denominada “Quinua Dulce”, por su tamaño y escasa cantidad de saponina en su recubrimiento.

- *Quinua de terrenos salinos*, que crece en las llanuras del altiplano de Bolivia y se adecuan a este tipo de suelos salinos. Básicamente “Quinua Real”.
- *Quinua del nivel del mar*, encontrada en el sur de Chile, son plantas pequeñas, sin ramas y de granos amargos.
- *Quinuas sub-tropicales*, que crecen en los valles interandinos de Bolivia, presentan granos pequeños blancos o amarillos.

El cultivo de quinua, en Bolivia, es poco mecanizado y la mayoría de los mismos son semi-mecanizados, en ellos se utilizan algunas mejoras, rescatadas de las tradiciones familiares de los agricultores, transmitidas de generación en generación, básicamente orientadas a la prevención de plagas, siembra y cosecha. Recientemente se han desarrollado una serie de mejoras tecnológicas que se empiezan a aplicar paulatinamente en todas las áreas de cultivo existentes. Por estas razones, los expertos pronostican del sector que, la producción de quinua boliviana se duplicará en los próximos tres años.

La quinua real, es la más cotizada, por su tamaño, y cualidades organolépticas, y se produce solamente en el Altiplano Sur debido al clima y la salinidad del suelo que necesita para reunir las características propias de esta variedad, que crece en las proximidades del los salares de Uyuni y Coipasa.

La comercialización nacional e internacional de la quinua, como producto, se realiza de tres maneras: en grano; como harina de quinua y en hojuelas de quinua. Cada una de estas formas es utilizada en el consumo humano de diferentes maneras y de acuerdo a los diferentes gustos y recetas de los consumidores.

Las empresas privadas existentes en Bolivia dedicadas al procesamiento de quinua, su transformación y comercialización en el exterior, tienen, en su mayoría, sus propios campos de cultivo y aquellas que no los poseen, han generado eficientes sistemas de acopio del producto.

La totalidad de las empresas exportadoras de quinua se encuentran en La Paz. Oruro y sus plantas de procesamiento se encuentran en estos departamentos, así como en las localidades de: Challapata y Uyuni, en el departamento de Potosí.

El íntegro de la producción de quinua en Bolivia se da en el Occidente del país, particularmente en las zonas de: La Paz, Oruro y Potosí; convirtiéndose así en el mayor productor mundial, con un área de producción total de más de 38.000 ha. cultivadas.

El incremento en la cantidad de hectáreas cultivadas, por el momento, muestra una tendencia de incremento moderada, que se espera que crezca significativamente, gracias a diferentes programas de cooperación internacional que, durante los últimos años han desarrollado una serie de proyectos y programas de apoyo al sector, así como el desarrollo de tecnología apropiada, recientemente desarrollada.

Cuadro N° 11

AÑO	Superficie Cultivada (has)	Rendimiento (kg/ha)	Producción (Tm)
2002	37.817	639	24.179
2003	38.289	651	24.936
2004	38.649	639	24.688

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: Propia

Además de lo mencionado, se ha podido comprobar que las exportaciones de quinua al mercado chileno, se han ido incrementando durante los últimos años.

Cuadro N° 12

EXPORTACIONES DE QUINUA			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Las demás quinua: procesadas	6.007,00	19.487,54	28.983.91
Harina de quinua	-	186,29	566,87

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Por lo expuesto, la quinua vendría a ser un producto con bastante potencial en la 1ra. Región de Chile. La exportación de quinua y derivados de este cereal, en sus diferentes formas procesadas, reúne los requisitos necesarios, en términos de calidad y cantidad, para satisfacer las expectativas más exigentes de los potenciales importadores chilenos.

1.4.3. Algunos frutales

La misma región de Yungas, que produce café, dentro del departamento de La Paz, produce una serie de especies frutales, como ser: el **banano**; cítricos, como la **naranja**, **toronja** o **pomelo**, **mandarina**, **lima**, y **piñas**, entre otras¹¹, que tampoco son producidas en la 1^{ra} Región de Chile.

La calidad de producción, beneficiado y facilidades para el transporte, en materia de distancia, hacen que este sea un rubro en el que la complementariedad de ambas regiones fronterizas puede representar

¹¹ El banano que actualmente se consume en Arica e Iquique, es importado de empresas como "Quirola" del Ecuador, al igual que las piñas, de empresas como "Dusal" del mismo origen y que son reenviados, en su mayoría, desde Santiago. En el caso de las naranjas, también se importan y son envasadas y distribuidas por empresas santiaguinas, como es el caso de la empresa "Ayapal", ubicada aproximadamente a 2,000 kilómetros de distancia de la 1ra Región.

interesantes formas de crecimiento del comercio bilateral. Han sido detectados una serie de elementos y requisitos a nivel de fumigaciones y certificaciones que serán tratados en el capítulo correspondiente.

La producción de banano en Bolivia, no solamente se realiza en los Yungas de La Paz; sino que también existe y en grandes extensiones, en la zona tropical del departamento de Cochabamba (Chapare), difundida y ampliada gracias a los programas y proyectos de desarrollo de productos alternativos al cultivo de la hoja de coca. Estos cultivos, cuentan con una serie de mejoras en cuanto a técnicas de cultivo, beneficiado embalaje y conservación para la exportación¹², al punto que la producción de banano de la zona del Chapare cochabambino, está atendiendo, desde hace algunos años, un 25% de los requerimientos totales del mercado de banano de la provincia de Buenos Aires, en la República Argentina.

La producción boliviana de banano y plátano es creciente; y en función de una mayor demanda, en caso de ingresar al mercado chileno, ésta podría incrementarse significativamente.

Cuadro N° 13

AÑO	Superficie Cultivada (has)	Rendimiento (kg/ha)	Producción (Tm)
Banano			
2002	17.691	9.616	170.110
2003	18.362	9.419	172.950
2004	18.663	9.482	176.965
Plátano			
2002	41.160	10.038	413.175
2003	41.732	10.151	423.612
2004	41.221	10.500	432.181

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: Propia

Existe también la posibilidad de exportar a Chile otras variedades frutales, así como **frutas secas y deshidratadas**, para su comercialización en supermercados y a través de clientes mayoristas. La exportación de estos productos es interesante, en el caso boliviano, por cuanto contienen un mayor valor agregado que los demás productos frutales frescos.

A continuación se presenta un cuadro, en el que se aprecia el incremento sostenido de la producción y exportación de frutales, particularmente de la **piña**. El desarrollo de la variedad de piña denominada "Cayena lisa", ha permitido entrar a mercados muy exigentes con este producto, como es el caso del mercado argentino. Esta variedad de piña, por su gran tamaño y sabor dulce y jugoso, tiene excelente aceptación para el consumo humano y su

¹² La industrialización del banano cochabambino se inició hace aproximadamente 12 años, con la incorporación de tecnología centroamericana y las experiencias y asesoramiento de la multinacional bananera "Chiquita Brand".

utilización industrial en la elaboración de concentrados de fruta para jugo, mermeladas y otros.

La zona de Yungas en el departamento de La Paz y principalmente el Chapare cochabambino, son las zonas de mayor producción de frutas en Bolivia.

Cuadro N° 14

EXPORTACIONES DE FRUTALES			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Bananas o plátanos frescos (cavedish valery)	219.670,00	178.144,50	183.315,00
Bananas o plátanos, secos	0.00	545,56	245,58
Piñas tropicales, frescos o secos	59.512,00	172.102,00	204.592,30
Mangos frescos	0.00	193,00	574,27
Papayas frescas	0.00	170,00	297,00
Frutas secas	0.00	551,00	0.00
Piñas en conserva	0.00	0.00	12,00
Duraznos en conserva	0.00	0.00	4,00
Frutas en conserva	0.00	0.00	4,00
Jugo de maracuya "(parchita) sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante"	982,20	1,80	0,00
TOTAL	280.164,20	351.707,86	389.044,15

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

1.4.4. Frutilla

La producción de frutilla, por el momento es escasa, principalmente por la falta de desarrollo de proyectos especiales que se orienten a la colocación de la producción en mercados que presenten relativa seguridad para su sostenimiento. Existen a la fecha varios proyectos en diferentes etapas de desarrollo; desde los que están aún en la etapa inicial de estudio de pre-factibilidad, hasta los que están en pleno proceso de implementación.

Sea cual fuere el estado de estos proyectos, se presenta una interesante oportunidad de incluir los mercados de la 1ra. Región de Chile, como una alternativa interesante de las posibilidades reales de mercado, en el breve plazo. Asimismo, este sector podría ser una interesante oportunidad para la generación de emprendimientos coordinados para la industrialización o procesamiento de esta fruta, sea en la elaboración de mermeladas o jaleas o la elaboración y enlatado de frutillas al jugo.

Por las razones anotadas, a continuación se exponen algunas de las características de este producto, como ser las distintas zonas de producción del occidente del país y/o factibilidad para su producción o procesamiento:

- *Zona Alta:* Esta zona tiene excelentes aptitudes para su producción, que es continua a lo largo del año; además, que la calidad de este producto es bastante alta y competitiva para su comercialización y exportación. En esta zona se encuentra abundante mano de obra, compuesta por familias locales.

Algunos de los problemas en la zona alta son: a) no existe suficiente agua para el riego de la frutilla; b) existe una fuerte incidencia de plagas y enfermedades, los envases que se utilizan en esta región para el manejo de la fruta, desde el productor al intermediario o comercializador, generalmente son precarios.

- *Zona Baja:* En esta zona, las condiciones climáticas son más adecuadas para la plantación de la frutilla, además de contar con suelos fértiles, en los cuales crecen plantas de buena calidad; se cuenta con suficiente agua para el riego y mano de obra; así como una mejor infraestructura caminera.

1.4.5. Amaranto

Es un grano que se utiliza básicamente como cereal, debido a sus propiedades altamente nutricionales y alimenticias; este grano es producido en las zonas de Tarija, Cochabamba, Chuquisaca y los Yungas de La Paz, siendo el 70% de su producción certificada como orgánica y ecológica, aspecto que garantiza la calidad del mismo, para satisfacer las necesidades y una posible futura demanda en 1ra. Región de Chile.

A pesar que el conocimiento de este producto es escaso en el mercado chileno, como se demuestra con los resultados de la encuesta practicada en esta región, podría llegar a ser una interesante oportunidad para ingresar posteriormente con nuevos productos no producidos en Chile.

1.4.6. El Cacao

Es otro de los productos que se cultivan en la región oriental norte del departamento de La Paz, con características de certificación orgánica internacional para la producción y beneficiado, y cuyos productos terminados han llegado a adquirir una calidad superior a la de muchos productos similares de la región, calidad que no tiene nada que envidiar a los producidos en los Estados Unidos o Europa.

Las exportaciones de cacao a Chile, podrían ser más efectivas a través de una alianza estratégica entre empresas de ambos países, de manera tal que facilite el ingreso de productos procesados; y no sólo como dulces o chocolates, pues se podría tener una mayor demanda, considerando otras formas, como ser por ejemplo, cacao en polvo o también llamado cocoa, para que se lo consuma de diferentes formas e incluso sea usado como materia prima para la elaboración de otros productos en la 1ra. Región.

A la fecha, las exportaciones a Chile en este rubro no son significativas, como se puede demostrar en el cuadro que se muestra a continuación; sin embargo, el consumo de chocolates es de considerable magnitud en Chile, en Bolivia o en cualquier parte del mundo, principalmente entre la población joven. La fabricación de chocolates no requiere tecnología muy sofisticada, ni inversiones millonarias, razones por las cuales un emprendimiento de industrializar este producto en la 1ra. Región podría ser interesante para un inversionista con visión.

Cuadro N° 15

EXPORTACIONES DE CACAO A CHILE			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Chocolate que contengan cacao sin rellenar en barras	0.00	0.00	1.603,00
Chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	197,69	0.00	0.00

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Del cuadro que antecede, se puede deducir que por los bajos montos exportados, se trata del despacho de muestras o pequeñas cantidades del producto, para comercio minorista o posiblemente para hacer prospecciones o estudios de mercado.

1.4.7. Maca

Este producto, cuyo consumo inicialmente se popularizó en el Perú, actualmente es cultivado en Bolivia en los departamentos de: La Paz, Oruro y Potosí, a 4.500 msnm. Esta es una planta perenne que se utiliza para problemas de salud y también como un suplemento alimenticio, debido a sus excepcionales propiedades.

Este producto puede ser muy bien aprovechado para su comercialización en los mercados de Arica e Iquique, y de allí, luego de su procesamiento, si se generan iniciativas en ese sentido, al resto de Chile, pudiendo generar una comercialización de volúmenes significativos.

Por ser un producto relativamente nuevo, no existen todavía datos estadísticos confiables de la superficie cultivada ni de los volúmenes de producción; sin embargo, son varias las empresas medianas y pequeñas que han incursionado en el sector y que estarían en condiciones de exportar pequeñas cantidades; suficientes como para cubrir el incipiente mercado potencial que podría abrirse en la 1ra. Región de Chile; inclusive, la producción agropecuaria actual cubre

sobradamente la producción de suplementos vitamínicos o “revitalizantes”, elaborados por tres grandes industrias farmacéuticas bolivianas, quienes están comercializando el producto a nivel nacional y exportándolo a otros mercados.

1.4.8. Miel

Las características propias de este producto, que puede ser utilizado en cualquier época del año, que no se deteriora, y cuya industria utiliza una filosofía de producción ecológica para mantener la calidad y sabor agradable del producto, no solamente es utilizado para el consumo netamente alimenticio, sino también, como un producto medicinal, lo convierten en un producto con un potencial importante para su comercialización en la 1ra. Región de Chile.

La producción que se realiza en los Yungas de La Paz podría ser suficiente como para abastecer a los mercados de Arica e Iquique; con mayor razón si se considera el volumen del producto en relación a su costo y la incidencia del transporte en su precio. Si se compara la calidad y el precio de la miel producida en el trópico paceño (Yungas), con la producida en Argentina¹³ al comerciante chileno y particularmente al de la 1ra. Región le convendría sobremanera comprar el producto Boliviano.

1.4.9. Locoto

Es un producto utilizado básicamente para condimentar las comidas, su empleo es un gusto adquirido y se relaciona fundamentalmente con la tradición culinaria de las culturas latinoamericanas. El consumo de este tipo de condimentos, que le dan un gusto picante a las comidas, es muy difundido en los mercados chilenos, fundamentalmente para las preparaciones con productos de mar. Existe un pequeño, pero significativo segmento de mercado.

En Bolivia es cultivado y producido en grandes cantidades en el departamento de Cochabamba, como también en los departamentos de Santa Cruz, Chuquisaca y La Paz. En Chile existen pequeñas fábricas de sazónadores, elaborados en base a este tipo de productos agrícolas, que bien podrían incrementar significativamente su comercialización nacional e internacional utilizando locoto deshidratado de origen boliviano, pudiendo ser complementario a otros condimentos chilenos, como ser: aceite, vinagre, especias, sal y pimienta.

Además de lo mencionado, su producción presenta volúmenes crecientes que permiten satisfacer la cantidad de demanda tanto local como externa, actualmente se ha registrado una producción de 20.000 toneladas anuales, pues por su calidad puede ser un producto que permita generar proyectos de inversión y también logre un crecimiento en las exportaciones hacia y desde la 1ra. Región de Chile.

¹³ Argentina es considerado el mayor productor de miel en Sudamérica, y sus productos son generalmente aceptados por su calidad razonable, pero fundamentalmente por sus bajos precios.

1.4.10. Uña de gato

Es un producto que se produce en los bosques altos bolivianos, utilizado ancestralmente para tratamientos de medicina natural, además de no poseer contraindicaciones médicas conocidas, sirve principalmente para la estimulación del sistema inmunológico, pues inhibe los procesos tumorales, artríticos, además ayuda a evitar los efectos asociados a los tratamientos contra el cáncer, deteniendo, aparentemente, el desarrollo de las células cancerígenas.

Este producto boliviano, al igual que la Maca, es un producto de reciente difusión en mercados internacionales, principalmente por empresarios exportadores peruanos, que han realizado campañas sostenidas de difusión de sus bondades para exportar su producción local.

El desarrollo de su producción agropecuaria en Bolivia tiene excelentes perspectivas para su comercialización internacional, pues durante los últimos años se ha generado una interesante demanda en mercados norteamericanos, a donde se podría exportar, a través de Chile, adicionalmente a la explotación en el mercado chileno.

1.4.11. Sésamo

Este es un producto que se cultiva y produce en los llanos bolivianos, existiendo actualmente un cultivo en más de 50 mil hectáreas de producción; es utilizado principalmente para la preparación de platos orientales, así como en la elaboración de pan; se lo utiliza también en la fabricación de aceite, en sus diversas variedades, como ser: Nevada, Blanca, Namsm y Trébol, que son cultivos convencionales y su producción está certificada como orgánica, aspecto que garantiza la calidad para la exportación.

Contiene enormes cantidades de vitamina "E", razón por la que sirve como antioxidante natural, antiviral, antiinflamatorio, así también como restaurador de la piel y regulador del colesterol, pudiendo ser aprovechado en el mercado de Arica e Iquique, además de generar proyectos de inversión destinado a mercados extranjeros, particularmente los asiáticos, quienes compran anualmente a Bolivia más de 9.000 toneladas. Actualmente Bolivia exporta este producto sin agregarle valor; es decir, simplemente en grano.

1.4.12. Cebolla Dulce

Luego de ser pioneros en la exportación de cebolla dulce orgánica certificada¹⁴ al mercado norteamericano, el producto se presenta con inmejorables perspectivas de ingresar a este y otros mercados con volúmenes superiores y en diferentes formas, incluso envasado como cebolla en polvo para la condimentación de comidas.

¹⁴ Certificación otorgada por la empresa IMO de Control Suizo bajo la norma del Programa Nacional Orgánico del Departamento de Agricultura de EE.UU.

Cabe destacar que Bolivia es el único país que produce este tipo de producto certificado; por lo que es importante señalar que se produce en el departamento de Oruro, a 4.100 msnm. Actualmente participan en su producción y exportación más de 700 familias, disminuyendo sustancialmente los índices de desempleo en una de las regiones más empobrecidas del altiplano boliviano. Para el cultivo de este producto, se están desarrollando proyectos especiales de desarrollo tecnológico, a fin de superar barreras de producción, como ser la escasez de agua para riego¹⁵.

1.4.13. Ajo

Este producto es el condimento natural por excelencia y forma parte de los hábitos alimenticios y terapéuticos, no sólo bolivianos, sino de muchas culturas y lugares por todo el mundo. En la parte sur de Bolivia, más específicamente en los departamentos de Chuquisaca, Potosí y Tarija, se produce la mayor cantidad de ajo a nivel nacional, los departamentos de Cochabamba, Oruro, La Paz y Santa Cruz también lo producen, aunque en menor escala.

El ajo producido en Bolivia es de la variedad denominada comúnmente como el Ajo Colorado Mendocino, que se considera de excelente calidad por su fuerte aroma y sabor. La producción de ajo del sur de Bolivia, cerca al 80% del total producido en el país, va al consumo en estado fresco para el mercado nacional y para la exportación. Un 20% del ajo cultivado en Bolivia es utilizado para semilla y menos de un 1% es destinado a la industria.

Hace aproximadamente 5 años hubo la intención de algunos empresarios bolivianos, de la región de Tarija, por montar una planta deshidratadora de ajo en la costa sur del Perú; el emprendimiento se vio frustrado por intereses de algunos sectores agropecuarios competidores de la región de Arequipa; sin embargo, los volúmenes de producción y la capacidad de incrementar la producción boliviana en este rubro hace pensar en una interesante posibilidad de analizar su posible industrialización (deshidratación y envasado) para su comercialización en la 1ra. Región de Chile y de allí a otras regiones de Chile y del extranjero.

1.4.14. Achiote

También conocido como “Urucú” o “Achiwete”, cuyo nombre científico es “Bixa Orellana”, es semilla que de la cual se extrae la bixina, colorante natural muy cotizado en la elaboración de aceites comestibles, lácteos y cosméticos, entre otros. Al igual que la Castaña¹⁶, se producen en el Nororiente del país y pasa por La Paz, en la mayoría de los casos, para su beneficiado, transformación o simplemente despacho al exterior.

¹⁵ Fuente www.eldiario.net, 08/03/2006. La primera exportación de cebolla dulce orgánica fue realizada a los mercados de Estados Unidos y Brasil.

¹⁶ Bolivia se ha convertido en el primer productor mundial de Castaña (antes llamada Brazilian Nuts), llegando a exportar, durante la gestión 2005, 16.983 toneladas, por un monto aproximado de 73.7 millones de dólares americanos

Este producto no se produce industrialmente en el país; sin embargo, la gran cantidad que existe en estado natural, permite que simplemente cosechando los frutos de las plantas silvestres, pueda acopiar una cantidad interesante para su procesamiento y exportación. Asimismo, es factible su industrialización en territorio chileno para aprovechar los acuerdos de integración que tiene Chile con los mercados de ultramar, y se pueda exportar a otros países, en los cuales es muy cotizado como colorante orgánico y natural.

1.4.15. Palmito

Dentro de los recursos forestales, se presenta un importante movimiento económico en los productos del palmito; tanto para su cultivo, como para la producción y comercialización.

El palmito es un producto que se produce principalmente en áreas tropicales, por poseer buena adaptación a condiciones tropicales cálidas de alta humedad, bajo los 1.000 msnm.

Existe en Bolivia dos especies de palmito:

- *Pejibaye (Bactris gasipaes)*: La producción de este tipo de palmito se da, en plantaciones agroforestales, y su producción se encuentra principalmente en las regiones de Santa Cruz y en el Chapare cochabambino.

En el Chapare, se pueden encontrar pejibayes, tanto con espinas, como sin ellas, en ambos casos el rendimiento de producción es de 0.4 TM/Ha, el cual se pretende mejorar con la plantaciones de 10 mil plantines por hectárea.

Entre las ventajas que presenta esta especie, se constata que su cultivo tiene potencial comercial, donde el control de calidad es exigente y se incurre en un menor costo de transporte así como de industrialización.

- *Asaí (Euterpe precatoria)*: La producción de esta especie se encuentra en los bosques naturales de Bolivia, su producción se encuentra en el norte del departamento de La Paz, y en algunas regiones de los departamentos de Santa Cruz, Beni y Pando.

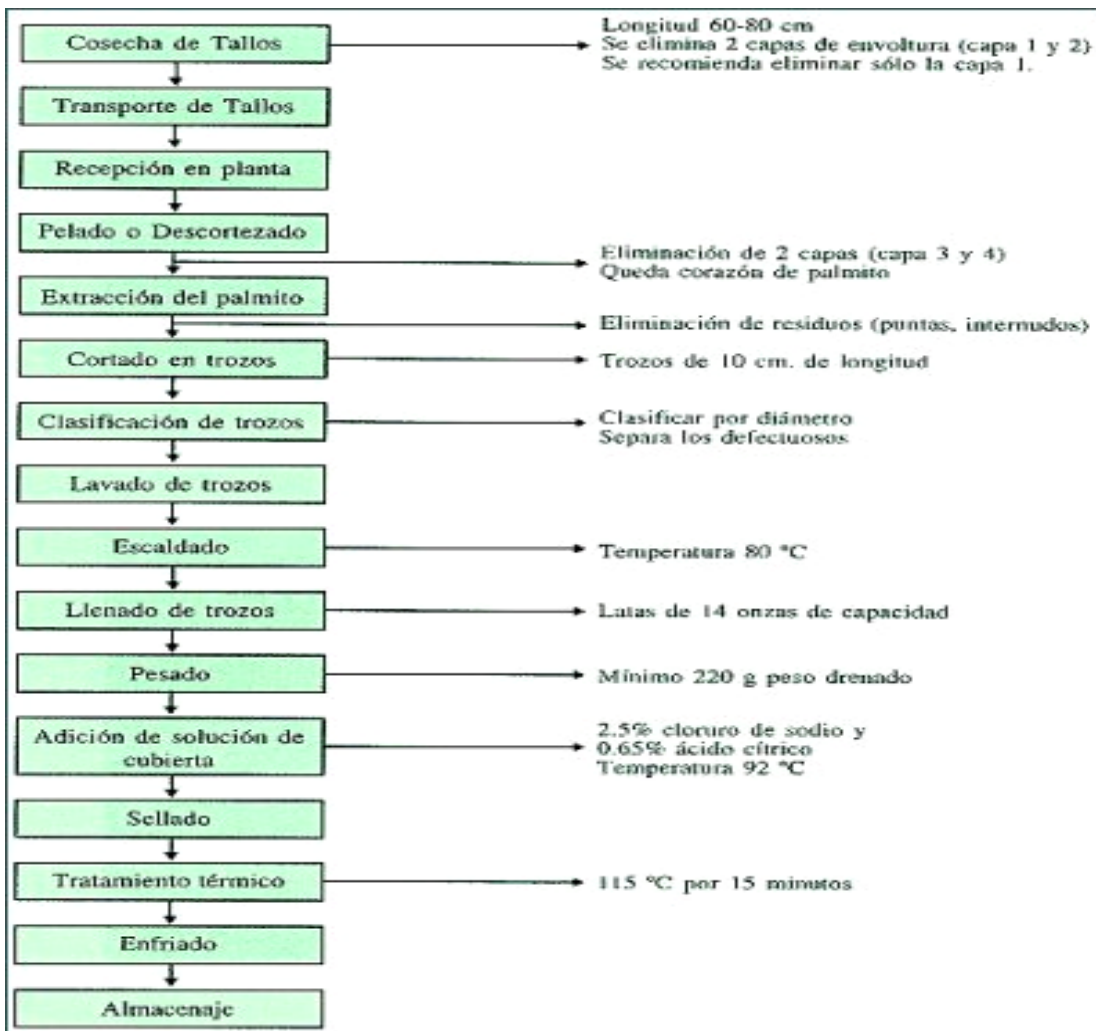
En esta especie no existe un control de calidad, ni siquiera medio, debido a que generalmente es extraído en condiciones silvestres; el comercializar esta especie puede afectar al mercado del palmito Pejibaye, debido a la poca calidad que presenta el Asaí, además el costo de transporte de la especie (Asaí) es elevado, lo que le resta aún mayor competitividad.

Existe un interesante mercado potencial para las exportaciones del palmito Pejibaye; Bolivia tiene una ventaja competitiva en este mercado debido a que, siendo Brasil el mayor consumidor y exportador de este producto, utilizan la especie *Euterpe olearea*, la que requiere mayor tiempo hasta la cosecha.

Sólo se puede producir en zonas tropicales o cálidas, con temperaturas que oscilan entre los 24°C y 28°C, y con una intensidad de luz de por lo menos de

1.000 horas al año. Su crecimiento óptimo se da hasta una altura de 1.200 msnm. requiriendo suelos fértiles que sean bien drenados y con una textura liviana.

A continuación se presenta a modo ilustrativo, las principales etapas de la cadena de transformación y comercialización.



Fuente: Sistema Boliviano de Productividad y Competitividad

1.4.16 Arroz

En Santa Cruz, donde se produce más del 75% de la producción de arroz de Bolivia, se estima que entre 50% y 70% de sus habitantes dependen directa o indirectamente de su producción, y cerca de 70% de los productores involucrados en este cultivo son pequeños agricultores, que tienen a este grano como su principal alimento y el principal producto comercial.

Existen proyectos para incrementar la competitividad de la producción del arroz boliviano, además de mejorar el estilo de vida de los actores de esta cadena de producción. Entre estos proyectos, se mencionan los siguientes:

En ejecución

Proyecto: "Desarrollo de nuevas variedades de semillas de arroz, difusión adopción de variedades del Municipio de San Javier, Beni".

Ubicación: Municipio de San Javier (Beni)

Beneficiarios: 450 familias productoras de la central 16 de Julio

Inversión: USD 97.000,00

Duración: 36 meses (Fecha de inicio: 8/9/2004, Fecha de conclusión: 5/8/2007)

Efecto esperado: Incrementar la productividad del arroz por uso de 3 variedades seleccionadas por su alto potencial. Aplicar técnicas recomendadas de manejo en 70% de los beneficiarios

En ejecución

Proyecto: "Difusión de nuevas variedades y multiplicación de semilla de arroz para secano y riego en los municipios de San Carlos y Mineros del Departamento de Santa Cruz"

Ubicación: Municipios de San Carlos y Mineros (Santa Cruz)

Beneficiarios: 350 agricultores directos y otros 500 indirectos

Inversión: USD 95.000,00

Duración: 24 meses (Fecha de inicio: 10/1/2004, Fecha de conclusión: 9/30/2006)

Efecto esperado: Producir localmente 6TM de semilla de calidad introducidas por el proyecto y mejorar la productividad por disminución de 20% de pérdidas en cosecha y poscosecha de arroz

En ejecución

Proyecto: "Introducción, capacitación y transferencia de tecnología de cosecha y poscosecha para pequeños productores de arroz en sistema de chaqueado, en los Municipios de Santa Rosa y Yapacaní del Dpto. de Santa Cruz".

Ubicación: Provincias Ichilo, Sara, Obispo Santiesteban, Ñuflo de Chávez, Cordillera y Guarayos (Santa Cruz)

Beneficiarios: 250 familias de productores

Inversión: USD 95.053,00

Duración: 18 meses (Fecha de inicio: 10/1/2004, Fecha de

conclusión: 3/30/2006)

Efecto esperado: Mejorar la productividad por disminución en 20% de pérdidas en cosecha y poscosecha de arroz

En negociación

Proyecto: “Introducción de variedades mejoradas de arroz con potencial de mercado incluyendo tecnologías de manejo de cosecha y poscosecha bajo un enfoque de comercialización asociativa”

Ubicación: Santa Cruz, Asención de Guarayos y Urubichá

Beneficiarios: 300 Familias

Inversión: USD 130.000,00

Duración: 17 meses

En Negociación

Proyecto: “Manejo de cosecha y post cosecha de arroz en el Municipio de San Javier del Departamento del Beni”.

Ubicación: Beni, Municipios de Trinidad y San Javier

Beneficiarios: 370 Familias

Inversión: USD 102.000,00

Duración: 17 meses

Fuente: Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario y Forestal Trópico Húmedo, Bolivia

El arroz del Oriente Boliviano es uno de los productos agropecuarios con un interesante potencial exportador a los diferentes mercado chilenos. Es preciso que para su comercialización en el mercado chileno, los productores y exportadores bolivianos logren acuerdos comerciales importantes con empresarios chilenos, a fin de garantizar el mercado chileno para su comercialización, de manera segura y sostenida.

Como se verá más adelante, producto de las encuestas realizadas y la observación del campo, el arroz es uno de los productos más importantes en la canasta familiar del chileno; la variedad de oferta que encuentra en el mercado en términos de calidad y precio, son características asociadas a posicionamientos de marca solidamente establecidos.

1.5. Joyería y artesanías

Bolivia tiene una vasta experiencia en lo que respecta a la exportación de minerales; aún en la actualidad. Bolivia, es un país minero por tradición, cuenta con enormes recursos de materia prima para la industria joyera. Posee grandes

yacimientos auríferos y de plata, que permiten el abastecimiento constante para las labores de producción joyera. Asimismo, produce: cobre, estaño y otros, así como significativos yacimientos de piedras semipreciosas que ofrecen oportunidades interesantes de inversión que aún no han sido explotadas.

Los productos de joyería que actualmente produce y exporta Bolivia, en su mayor parte son los siguientes: cadenas, pulseras, aretes, collares y anillos de oro y plata. En Bolivia existen varias empresas que cuentan con la experiencia y la maquinaria necesaria para la fabricación de joyas, que responden a exigencias internacionales, por este motivo las joyas bolivianas son reconocidas internacionalmente por sus diseños y calidad.

Bolivia tiene una importante producción aurífera y la ubicación de esta minería en Oro y Plata en Bolivia registra los siguientes tipos de yacimientos, todos en actual explotación:

- *Oro Aluvial*: Los yacimientos de oro aluvial más ricos y productivos de Bolivia están ubicados en los ríos Tipuani, Mapiri, Kaka y Challana del Departamento de La Paz, los cuales pertenecen a la Cuenca del Río Amazonas y drenan la parte norte de la cordillera Real, en cuyas partes altas se encuentran ubicados los yacimientos primarios. La segunda zona en importancia poco conocida aún, pero de gran potencial, es la zona del NE, en la frontera con el Brasil, donde desde hace aproximadamente 10 años se han venido explotando oro en los ríos Madera y Madre de Dios.
- *Oro Primario*: Se instaló una operación a cielo abierto y de lixiviación en pilas de Kori Kollo, un yacimiento sub-volcánico masivo de oro y plata.

Plata: En Bolivia proviene de:

- Yacimientos diseminados sub-volcánicos de oro – plata.
- Yacimientos vetiformes y desmontes de estaño – plata – zinc.
- Yacimientos vetiformes de zinc – plomo – plata.

Sin considerar los yacimientos de la Mina San Cristóbal; proyecto que hasta la fecha lleva cerca de mil millones de dólares en inversión, y que se considera como el yacimiento de plata más grande del mundo, empezará a explotar efectivamente el mineral a partir de la gestión 2007.

Anteriormente, la minería en Bolivia se circunscribía a la producción de minerales tradicionales, como por ejemplo, el estaño, el oro, plata, plomo y zinc, entre otros; no obstante, Bolivia, cuenta con una riqueza aún no cuantificada en yacimientos de piedras preciosas; esta cantidad extraordinaria de recursos minerales, ha posicionado a Bolivia como un importante productor de piedras preciosas conocidas y otras que son únicas en el mundo.

La zona precámbrico en el departamento de Santa Cruz, posee ricos yacimientos de: Bolivianita¹⁷, Aguamarina, Amatista, Citrino, Siberiana, Cuarzo Rosado, Topacio, Turmalina, Peridoto, Cristal de Roca, Crisoberilo, Crispacio, y otras gemas de gran valor en el mercado internacional.

¹⁷ La piedra conocida como la “Bolivianita” es una piedra de dos colores: violáceo y ámbar, combinación de Amatista y Citrino y cuyo nombre científico a dado en llamarse por tanto “Ametrino”.

La zona andina de Bolivia, incluyendo los departamentos de La Paz, Oruro y Potosí, es rica en yacimientos de otras gemas, como ser: Granate, Fosfofilita, Azurita, Casiterita Traslúcida, Crisocola, Malaquita, Turquesa, Livianita, y otras gemas de gran valor.

Además, en Bolivia existe abundancia de materias primas para la joyería, también se cuenta con tecnología de punta y fuerza laboral abundante y competitiva; esto representa una fortaleza en este sector industrial, que posiciona a Bolivia como un exportador competitivo en el sector a nivel mundial.

Resultado de lo anteriormente expuesto, las exportaciones de joyería a Chile se han incrementado durante los últimos meses, en especial la joyería de plata; pero, falta explotar la fortaleza y potencialidades mencionada en este rubro y de esta manera ingresar con mayor fuerza a la región objetivo.

Cuadro N° 16

EXPORTACIONES DE JOYERIA			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Joyería de plata	4.591,07	7.426,55	31.101,41
Joyería de oro	805,00	-	-
Artículos de orfebrería de plata, revestida de otro metal precioso	-	13.833,41	-
Artículos de orfebrería y sus partes de chapado de metal precioso (plaque) sobre metal común	-	-	-
Bisuterías en general	482,55	260,50	1.192,50
TOTAL	5.878,62	21.520,46	32.293,91

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Además de la joyería existe una variada artesanía, trabajada por artesanos bolivianos en los rubros de: tallado madera, manufacturas de estaño, marroquinería artesanal, que combina el cuero y los tejidos nativos, únicos en su género. Estas piezas, son elaboradas a partir de técnicas tradicionales, transmitidas de una generación en generación.

1.6 Artesanías

Otro de los sectores importantes es el de la artesanía, que en Bolivia puede clasificarse en las siguientes categorías:

- *Artesanía Originaria*: Proviene de pueblos originarios de Bolivia, es la expresión de la cultura e identidad de las comunidades nativas. Su principal mercado es el internacional y el turismo receptivo dentro del país.
- *Artesanía Urbana*: Fruto del mestizaje cultural; esta categoría ha desarrollado cambios relacionados con el mercado, es la artesanía que se realiza en la actualidad. Su principal mercado, al igual que la anterior, es el turismo receptivo dentro del país.
- *Artesanía Moderna o Neo – Artesanía*: Usa técnicas y materiales adecuados de alta calidad, sin perder el aporte personal del artesano y sin dejar de ser expresión de la cultura e identidad boliviana. El mercado potencial es amplio y diverso, según la estrategia productiva y de promoción que se realice.

Las principales características de la Artesanía son:

- Tejidos de Telar.
- Tejidos a mano en palillo, en lana de alpaca y de oveja.
- Orfebrería.
- Madera tallada.
- Cerámica.
- Trajes típicos.
- Instrumentos musicales.

Con respecto a sus artesanías, Bolivia cuenta con artesanos que tienen una excelente destreza manual; además que en el país, las raíces culturales y folklóricas son fuente inagotable de diseños en todo tipo de materiales, de los que existen gran variedad para los distintos tipos de artesanías.

2. ANALISIS DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS BOLIVIANOS EN CHILE

Cabe destacar que la información presentada en este punto se basa fundamentalmente en las encuestas realizadas, así como sondeos de opinión y entrevistas personales con líderes de opinión en las ciudades de Arica e Iquique, ante la ausencia de información estadística detallada del mercado de la 1ra. Región, en cuanto al consumo de productos y la procedencia de los mismos.

Para hacer el análisis de la demanda actual de productos bolivianos en la 1ra. Región de Chile, primero hay que considerar las estadísticas generales de los productos que actualmente importa Chile de Bolivia, aprovechando las prerrogativas existentes dentro del Acuerdo de Alcance Parcial N° 22 (ACE 22), que existe entre ambos países y por el cual, muchos de los productos en los cuales Bolivia tiene ventajas comparativas y competitivas tiene arancel “cero”, entre los cuales se mencionan los siguientes:

Cuadro N° 17

SITUACIÓN ACTUAL: ARANCELES Y PREFERENCIAS PARA BOLIVIA (ACE 22)				
Ítem. Chile	Descripción	Arancel	Pref. %	Residual
04022118	Leche en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con 26% ó más de materia grasa.	6	100	0.0
04022116	Leche en polvo con más de 18% y menos de 24% de materia grasa.	6	100	0.0
04022117	Leche en polvo con 24% y hasta menos de 26% de materia grasa.	6	100	0.0
07133310	Judía (poroto, alubia, fríjol, fréjol), para siembra.	6	100	0.0
08012200	Nueces del Brasil, sin cáscara.	6	100	0.0
09011100	Café sin tostar, sin descafeinar.	6	100	0.0
12010010	Habas de soja para la siembra.	6	100	0.0
12081000	Harina de habas (porotos, frijoles, fréjoles), de soja.	6	100	0.0
15079010	Los demás aceites de soja, excepto en bruto, a granel.	6	100	0.0
15079090	Los demás aceites de soja, refinados.	6	100	0.0
15121911	Aceite de girasol refinado, a granel.	6	100	0.0
15121919	Las demás aceites de girasol, refinados.	6	100	0.0
15179090	Las demás mezclas o preparaciones alimenticias, de grasas o aceites.	6	100	0.0
20089100	Palmitos.	6	100	0.0
22030000	Cerveza de malta.	6	100	0.0
22071000	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual al 80% vol.	6	100	0.0
23040010	Tortas de soja	6	100	0.0
23063010	Tortas de semilla de girasol.	6	100	0.0
23063020	Harinas de torta de girasol	6	100	0.0

23063030	"Pellets" de semilla de girasol.	6	100	0.0
23063090	Los demás residuos sólidos de la extracción del aceite de girasol.	6	100	0.0
26070000	Minerales de plomo y sus concentrados.	6	100	0.0
28258000	Óxidos de antimonio	6	100	0.0
41012000	Cueros y pieles de bovino o equino enteros, de peso unitario inferior o igual a 8Kg para los secos, a 10Kg para los salados secos y a 16Kg para los frescos, salados verdes (húmedos) o conservados de otro modo.	6	100	0.0
41015000	Cueros y pieles enteros, de peso unitario superior a 16Kg	6	100	0.0
41019000	Los demás, incluidos los crupones, medios crupones y faldas.	6	100	0.0
41041100	Cueros y pieles curtidos, de bovino o equino, en estado húmedo plena flor sin dividir; divididos con la flor.	6	100	0.0
41041900	Los demás cueros y pieles curtidos, de bovino o equino, en estado húmedo.	6	100	0.0
44072400	Virola, Mahogany (Swietenia spp.), Imbuia y Balsa.	6	100	0.0
44072900	Las demás maderas tropicales.	6	100	0.0
44079990	Las demás maderas aserradas o desbastadas.	6	100	0.0
44182010	Puertas	6	100	0.0
44182090	Marcos, contramarcos y umbrales.	6	100	0.0
44189010	Piezas de carpintería	6	100	0.0
44189090	Las demás obras de madera.	6	100	0.0
52010000	Algodón sin cardar ni peinar	6	100	0.0
61051091	Las demás camisas de punto, de algodón, para hombres.	6	100	0.0
61051092	Las demás camisas de punto, de algodón, para niños	6	100	0.0
61091011	"T – Shirts" de punto, de algodón, para hombres y mujeres, con un contenido de algodón superior o igual al 75% en peso.	6	100	0.0
61091012	"T – Shirts" de punto, de algodón, para niños y niñas, con un contenido de algodón superior o igual al 75% en peso.	6	100	0.0
61091091	Las demás "T – Shirts" de punto, de algodón para hombres y mujeres.	6	100	0.0
61091092	Las demás "T – Shirts" de punto, de algodón para niños y niñas.	6	100	0.0
61101100	Suéteres, "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares de punto, de lana.	6	100	0.0
61101200	Suéteres, "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares de punto, de cabra de cachemira.	6	100	0.0
61101900	Suéteres, "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares de punto, de pelo fino.	6	100	0.0
61102000	Suéteres, "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares de punto, de algodón.	6	100	0.0
71131900	Artículos de joyería y sus partes, de los demás metales preciosos, incluso revestidos	6	100	0.0

	o chapados de metal precioso (plaqué)			
71159000	Las demás manufacturas de metal precioso o chapado de metal precioso, excepto catalizadores de platino en forma de tela o enrejado.	6	100	0.0
80011000	Estaño en bruto, sin alear.	6	100	0.0
94016910	Sillas con armazón de madera	6	100	0.0
94036010	Mesas de madera para comedor	6	100	0.0
94036020	Vitrinas de madera	6	100	0.0
94036030	Estantes de madera	6	100	0.0
94036090	Los demás muebles de madera.	6	100	0.0
94039010	Cubiertas para escritorio	6	100	0.0
94039020	Respaldos para camas	6	100	0.0
94039090	Las demás partes de muebles.	6	100	0.0

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de Bolivia

Elaboración: Propia

Al no contar con la información estadística necesaria para analizar la demanda que existe en la 1ra. Región de Chile sobre los productos mencionados, se elaboró un estudio de mercado cuantitativo en Arica e Iquique.

Para la realización de esta investigación cuantitativa, se tomó una muestra representativa del universo analizado. Los resultados de esta investigación permiten medir la factibilidad real de aprovechar el mercado para los productos propuestos.

La muestra seleccionada consistió en determinar un número finito de personas, en base a las estadísticas poblacionales del Instituto Nacional de Estadística de Chile (INE), tomando como base la población total del área urbana en ambas localidades (226.462 y 175.441 respectivamente) y de ella los segmentos etáreos de entre 25 y 50 años, hombres y mujeres indistintamente, de niveles socio económicos de clase media y media-alta.

Del universo seleccionado, se extrajo una muestra representativa de los segmentos que interesan, considerando no sólo su ubicación, sino también su nivel socioeconómico, a los efectos de determinar una supuesta capacidad de compra en el área investigada. Por la cantidad de encuestas realizadas en cada una de estas poblaciones (197 en Iquique y 130 en Arica), la investigación proporciona un margen de precisión de más menos 5%, como se puede apreciar en los cuadros siguientes:

Cuadro N° 18

IQUIQUE		
$N = n (1 - n) (Z)^2 / D^2$		
$N = 0,151 (1 - 0,151) (1,96)^2 / (0,05)^2$		
N = 197 encuestas		
N = Número de encuestas		
N = Proporción de la población	Total de la población	226.462
	Población de 25 - 50 de NSE M y MA	34.198
	N	15,10%
Z = Valor asociado con el nivel de confianza (95%)		1,96
D = Nivel de precisión		0,05

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Chile

Elaboración: Propia

Cuadro N° 19

ARICA		
$N = n (1 - n) (Z)^2 / D^2$		
$N = 0,0931 (1 - 0,0931) (1,96)^2 / (0,05)^2$		
N = 130 encuestas		
N = Número de encuestas		
N = Proporción de la población	Total de la población	175.441
	Población de 25 - 50 de NSE M y MA	16.339
	N	9,31%
Z = Valor asociado con el nivel de confianza (95%)		1,96
D = Nivel de precisión		0,05

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Chile

Elaboración: Propia

Inicialmente se desarrolló una prueba piloto para corregir posibles complicaciones en el trabajo de campo; luego de esta prueba piloto se pudo determinar que no era factible preguntar a los entrevistados su nivel de ingresos, por que éstos se mostraron renuentes.

A objeto de ubicar a los encuestados seleccionados por nivel socioeconómico, se investigó un poco más los hábitos de compra y movilidad de personas en las áreas urbanas seleccionadas y se realizó esta segmentación vinculando la misma a un área geográfica; es decir que, las entrevistas en áreas públicas de comercio y circulación, como ser centros comerciales elegantes y tiendas especializadas y de departamentos, a personas que acababan de realizar compras evidentemente de carácter suntuario.

A continuación se analizan algunos de los productos bolivianos que se exportan actualmente a Chile, así como aquellos con potencial exportador y que han sido tratados en el capítulo correspondiente a la oferta de productos bolivianos.

2.1. Palmito

La demanda de palmito en Chile se ha ido incrementando paulatinamente, aunque de manera no muy significativa, como se demuestra por las cifras que se presentan en el cuadro siguiente. A pesar que mucha gente conoce el producto y alguna vez lo ha probado, evidentemente no forma parte de su canasta familiar, ni de sus hábitos alimenticios.

Cuadro N° 20

EXPORTACIONES DE PALMITO A CHILE						
	2003		2004		2005	
	Kg.	USD	Kg.	USD	Kg.	USD
Palmitos en conserva	813.260,40	1.194.859,30	829.242,00	1.299.234,60	908.789,20	1.563.413,54

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Mediante las encuestas realizadas, además de la observación de campo en los puntos de venta, se ha podido determinar que, tanto en Arica como en Iquique se consume palmito, lo cual demuestra que realmente existe una demanda para este producto en esos mercados y que, con una adecuada estrategia de penetración, se podría incrementar la demanda y posicionar el producto de manera más efectiva.

Gráfico N° 2

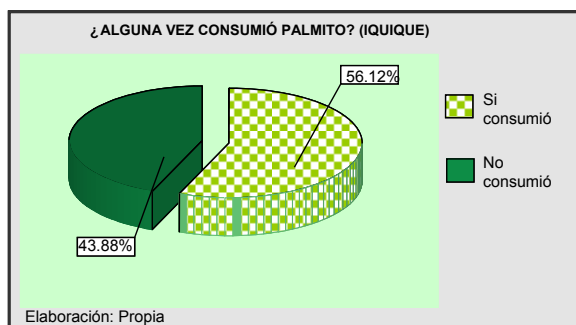
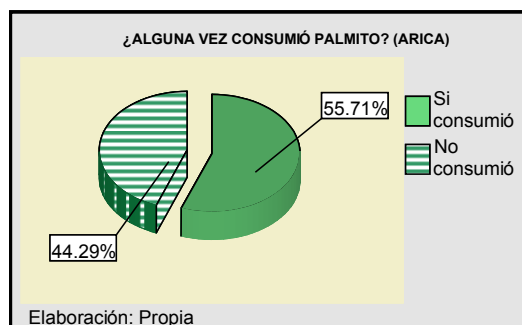


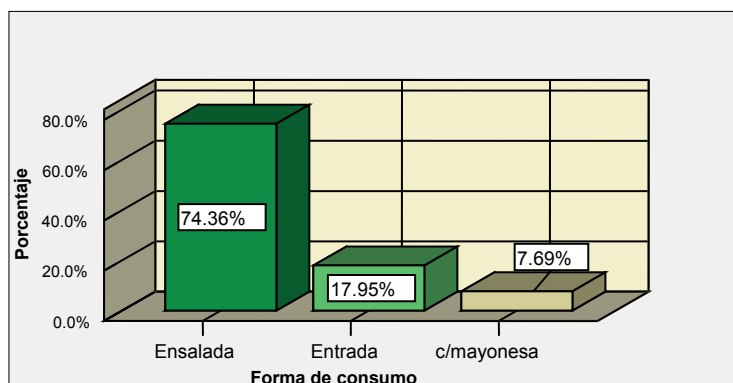
Gráfico N° 3



A continuación se presentan, en forma de gráfico, las respuestas más frecuentes a la pregunta de cómo consume palmitos. Se podrá apreciar, por las respuestas que no se estableció una lista predeterminada de respuestas para que la persona elija una, pues el objetivo fue buscar la mayor espontaneidad en las respuestas, aunque éstas no sean razonablemente lógicas (usos como "cereal" o en "sopa"); no obstante, se puede apreciar que una gran mayoría de los entrevistados conoce el producto, sus usos y aplicaciones.

Gráfico N° 4

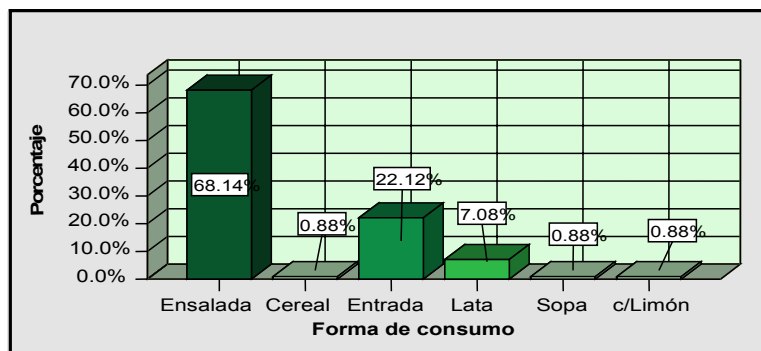
¿DE QUÉ MANERA CONSUME PALMITO? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 5

¿DE QUÉ MANERA CONSUME PALMITO? (IQUIQUE)

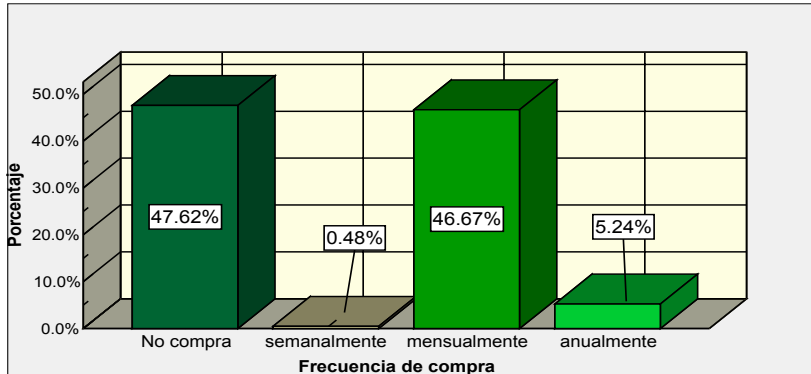


Elaboración: Propia

Como se puede apreciar en los gráficos, en ambas ciudades, más del 50% de la población consumió alguna vez palmitos y sabe como prepararlos. De esta manera se demuestra que existe mercado y una demanda potencial para el producto. Una vez confirmada la existencia de demanda de palmito en la 1ra. Región de Chile, es interesante también analizar los hábitos de compra, en cuanto a la periodicidad de las compras y cantidades de las mismas, aspectos que muestran el flujo potencial dinámico del mercado del producto en particular.

Gráfico N° 6

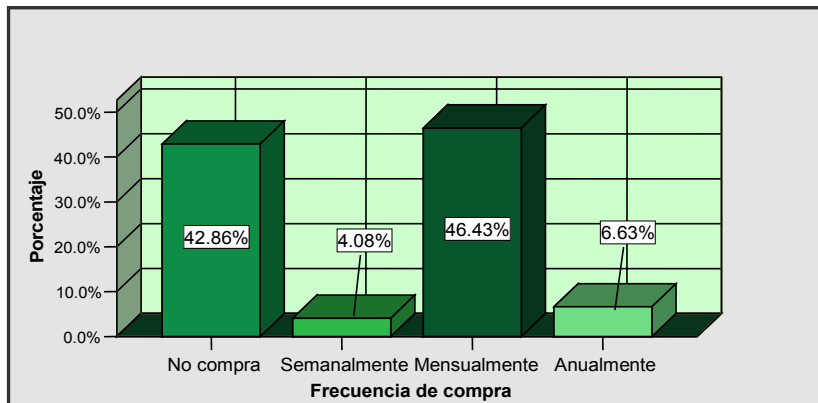
¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA PALMITO? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 7

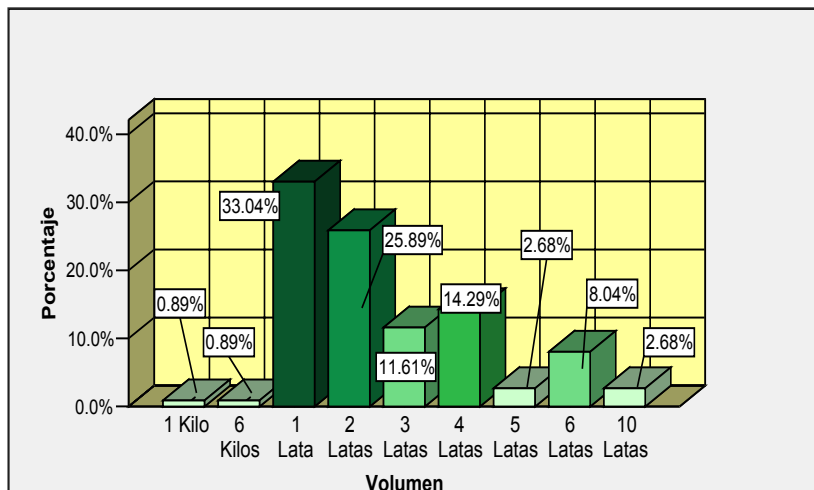
¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA PALMITO? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 8

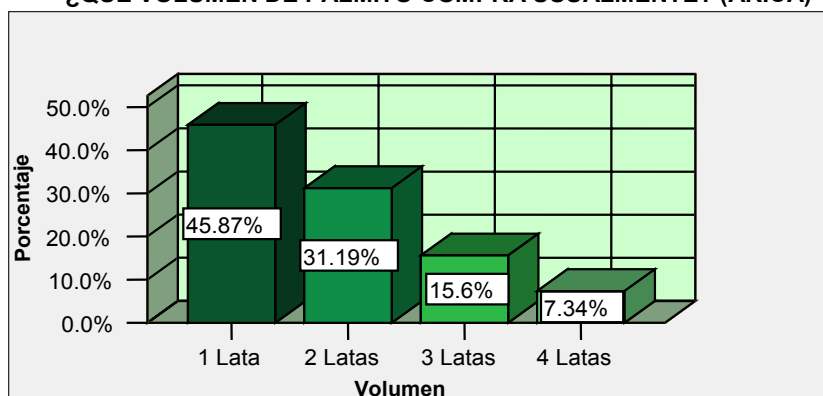
¿QUÉ VOLUMEN DE PALMITO COMPRA USUALMENTE? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 9

¿QUÉ VOLUMEN DE PALMITO COMPRA USUALMENTE? (ARICA)



Elaboración: Propia

La mayoría de las empresas que venden este producto, son supermercados y grandes almacenes. Lo adquieren de empresas comercializadoras de productos importados, con sede en Santiago. No obstante, es factible distribuir el producto en la 1ra. Región a través de pequeñas empresas comercializadoras de productos de consumo masivo, en Arica, o directamente a través de las cadenas de supermercados locales, como la cadena de supermercados “Palмира” que posee 5 locales, o supermercados “Rossi” con 2 locales, ambos en Iquique (ver anexo).

2.2. Madera y sus manufacturas: (muebles y partes de madera)

La demanda de manufacturas de madera se ha mantenido a un ritmo casi constante a lo largo de los últimos años pero, lo que más se importa desde Chile son las puertas y ventanas con sus respectivos marcos; así como los muebles para el hogar, que gracias al acabado y, en muchos casos, el tallado manual, han merecido el elogio y reconocimiento del mercado de la 1ra. Región de Chile.

Recientemente en la localidad de Iquique se registró una pequeña feria de pequeños productores de muebles bolivianos, quienes pudieron mostrar la calidad de sus productos y su materia prima; es decir, la madera, diferente a las existentes en Chile, así como también las características del acabado; y en algunos casos, la originalidad de los diseños.

Las cifras muestran la evolución en las exportaciones de este rubro a Chile, donde la exportación de estos productos al mercado chileno es inclusive más demandada que la madera desbastada o aserrada.

Cuadro N° 21

EXPORTACIONES DE MADERA Y SUS MANUFACTURAS A CHILE			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Carbón vegetal	3.083,19	416,00	-
Madera en bruto	-	100,00	-
Madera descortezada	-	-	910,00
Flejes de madera, rodrigones hendidos, estacas, apuntadas, sin aserrar longitudinalmente	356,00	-	-
Traviesas (durmientes) de madera para vías férreas o similares, sin impregnar	-	-	141.331,87
Láminas de maderas	-	23.785,75	-
Madera aserrada de las maderas tropicales: Virola, Mahogany (Swietenia spp), Imbuía y Balsa	153.516,54	70.556,55	61.273,40
Maderas aserradas, variedades tropicales	689.958,94	878.736,12	769.366,85
Las demás maderas aserradas: de encina, roble, alcornoque y demás belloterios (Quercus spp)	96.896,50	15.798,90	17.669,40
Madera aserrada o desbastada de cedro, de palo trébol, las demás	430.597,66	561.980,14	732.395,35
Las demás hojas chapadas para contrachapado.	1.853,70	7.970,00	-
Parqués de madera de coníferas	360,00	2.000,00	-
Molduras de madera	380,00	-	-
Parqués de coníferas	-	-	-
Machihombre de madera	2.139,80	112.158,80	28.384,59
Zócalos de madera	1.283,03	-	-
Tapajuntas de madera	65.926,94	46.170,62	-
Los demás "Tableros llamados orientedstrandboard",	12.358,50	-	30.610,69
Tableros de partículas y tableros similares, incluidas los aglomeradas con resina	-	-	10.737,69
Madera aglomerada sin recubrir	72.562,68	630.333,07	861.839,34
Madera contrachapada, chapada y estratificada, las demás	3.890,70	-	31.322,53
Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	-	-	217,00
Marcos de madera para cuadros	1.729,40	82,87	2.126,96
Cajones, cajas, jaulas, tambores y envases similares	1.491,15	2.444,00	4.473,39
Ventanas y sus marcos de madera	56.622,65	107.265,56	90.677,69
Puertas y sus marcos de madera	985.582,81	1.357.573,73	726.384,39
Tableros para parques, de madera	42,35	-	2.325,00
Piezas de madera para construcción	68.312,74	29.168,59	7.352,55
Artículos de mesa o de cocina, de madera	-	200,00	-
Estatuillas y adornos de madera	4,00	288,69	2.227,50

Marquetería de madera	54,28	7,00	2.225,00
Manufacturas de madera: perchas para prendas de vestir, de madera	-	-	520,00
Manufacturas de madera	11.321,99	448,09	327,00
TOTAL MADERA Y SUS MANUFACTURAS	2.660.325,55	3.847.484,48	3.524.698,19

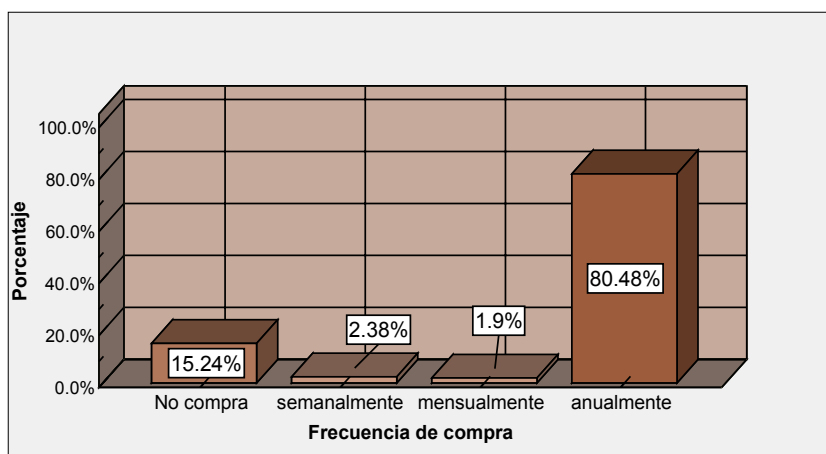
Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Las encuestas realizadas han permitido comprobar que los productos de madera boliviana, en especial los muebles, son los que presentan una demanda interesante en los mercados de Arica e Iquique. A continuación se presentan los gráficos que respaldan la aseveración realizada, mostrando así una demanda potencial sumamente interesante.

Gráfico N° 10

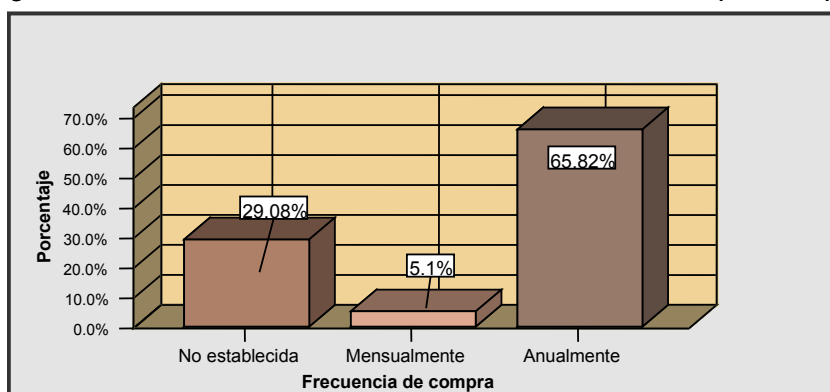
¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA MUEBLES? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N°11

¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA MUEBLES DE MADERA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Como se puede apreciar de los cuadros precedentes, tanto en Arica, como en la compra de muebles es realizada en tiendas, una vez al año, en la mayoría de los casos. Existen también otras opciones de compra (Zofri o la Feria del Agro) que no representan mayor distorsión en la tendencia. Esta tendencia es clara para indicar el rumbo que deberán tomar los interesados en penetrar este mercado.

2.3. Cueros y sus manufacturas

Al igual que en los anteriores productos, la demanda en Chile de cueros y sus manufacturas se está incrementando y no así las formas tradicionales de cuero de exportación: wet blue y seco salado, como se exportaba generalmente hasta hace unos 10 años. Este incremento en las exportaciones de manufacturas se va manteniendo, como tendencia a lo largo de las últimas gestiones, como se aprecia en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 22

EXPORTACIONES DE CUERO Y SUS MANUFACTURAS A CHILE			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Pieles (excepto peletería) y cueros	1.089.273,39	984.904,45	1.327.386,39
Cueros y pieles en bruto de ovino piquelados sin lana (depilados)	2.000,00	0.00	0.00
Cueros caprinos en bruto	0,00	0.00	0.00
Cueros y pieles curtidos o crust, de bovino	172.874,56	66.190,50	204.902,00
Cueros y pieles curtidos o crust", de bovino (incluido el wet-blue)"	345.338,79	180.386,81	124.004,07
Cueros y pieles curtidos o crust, de bovino, depilados, en estado seco (crust)	409.659,90	417.117,10	449.264,55
Cueros de equino, depilados, en estado seco (crust), los demás	0.00	0.00	103,71
Pieles curtidas o crust, de ovino, en estado húmedo (incluido el wet-blue)	91.439,00	90.082,00	45.813,22
Cueros y pieles depilados de los demás animales de caprino (incluido el wet-blue)	31.164,00	21.170,40	3.240,00
Cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles de animales sin pelo, curtidos o crust, incluso divididos pero sin otra preparación En estado húmedo (incluido el wet-blue), los demás	12.384,00	14.400,00	0.00
Cueros y pieles depilados de los demás animales curtidos o crust	0.00	2.400,00	0.00
Cueros y pieles enteros, los demás	15.500,00	36.900,00	40.800,00
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de bovino	0.00	15.768,94	196.946,15
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de bovino, los demás	0.00	0.00	2.645,53
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de ovino	0.00	0.00	660.00

Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de caprino	2.274,15	7.480,54	0.00
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de reptil	0.00	0.00	0.00
Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de los demás animales, los demás	544,00	720,00	0.00
Cueros y pieles agamuzados (incluido el agamuzado combinado al aceite)	0.00	1.775,59	7.041,78
Cueros y pieles charolados y sus imitaciones de cueros o pieles chapados; cueros y pieles metalizados	4.916,89	112.445,07	227.315,38
Cuero regenerado, a base de cuero o de fibras de cuero	0.00	15.840,00	20.240,00
Baúles, maletas y maletines, incluidos los de aseo; con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	1.178,10	2.227,50	4.410,00
MANUFACTURAS DE CUERO: ARTICULOS DE GUARNICIONERIA Y TALABARTERIA	40.683,38	58.292,52	78.366,95
Porta documentos de cuero	40,00	470,00	0,00
Carteras de cuero	100,00	2.201,06	15,00
Carteras de cuero con aguayo	1.102,27	4.120,78	175,20
Carteras	768,51	441,00	599,50
Billeteras de cuero	567,70	698,55	1,00
Billeteras de cuero con aguayo (textil)	247,02	557,30	203,50
Billeteras y estuches de cuero	118,00	717,07	165,00
Mochilas de cuero	668,50	4.016,00	850,00
Mochilas de cuero con aguayo	58,00	0,00	0,00
Bolsos de viaje y mochilas de cuero	467,98	1.365,66	723,85
Estuches y fundas de cuero	0,00	17,00	15,00
Prendas de vestir de cuero	13,50	30,00	0,00
Guantes, mitones y manoplas de cuero natural o regenerado	35.874,50	39.059,00	63.576,00
Cinturones de cuero	62,52	76,50	14,00
Accesorios de vestir, de cuero	0,00	1.387,00	0,00
Los demás artículos para usos técnicos, de cuero natural o cuero regenerado	0,00	11,50	0,00
Artesanías de cuero	386,38	3.124,10	12.028,90
Otras prendas de vestir y accesorios, de peletería	208,50	0,00	0,00

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Se ha realizado un sondeo de la calidad y los precios de zapatos de hombre y mujer en la 1ra. Región de Chile, así como de confecciones de ropa de cuero, que por cierto son escasas, así como de artículos de marroquinería y se observa que la oferta de productos bolivianos es superior a la oferta existente en estos mercados, tanto en materia de calidad como en precio.

Consultados algunos importadores de confecciones en general, sobre la importación de manufacturas de cuero de Bolivia, mencionaron que en alguna oportunidad intentaron traer manufacturas de cuero de Bolivia, pero que las autoridades del SAG de Chile les decomisaron esta mercadería por no tener certificaciones sanitarias que garanticen que estos productos no sean portadores de fiebre aftosa; y los pocos que tuvieron la precaución de obtener algún tipo de certificación, no les fueron reconocidas por estas autoridades. Desde ese momento no pensaron nuevamente en importar ningún tipo de manufacturas de cuero boliviano.

En el capítulo correspondiente a las medidas para-arancelarias existentes se abordará nuevamente este tema en detalle, actualizando los requisitos que piden las autoridades sanitarias chilenas en los puntos fronterizos de aduana.

2.4. Cerveza de Malta

La demanda de la cerveza de malta en Chile se ha ido incrementando a lo largo de los últimos años. Se ha comprobado la existencia de cerveza boliviana en los supermercados de Arica e Iquique.

Por declaraciones de los dependientes en estos puntos de expendio, estos productos tienen una importante demanda, no sólo por los ciudadanos bolivianos que hacen turismo o radican en esas ciudades, sino también por los lugareños, quienes valoran el sabor y características particulares de este producto.

Si bien es cierto que la tradición chilena, en materia de consumo de bebidas alcohólicas, es de preferencia por el vino, la cerveza es muy cotizada, principalmente por la gente joven y en especial durante la temporada de verano, donde la temperatura favorece su consumo.

Cuadro N° 23

EXPORTACIONES DE CERVEZA DE MALTA A CHILE			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Cerveza de malta	698.143,10	416.815,65	740.715,20

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Se comprobó la existencia de marcas de cerveza de muchas regiones y países, a pesar que el chileno no es un gran bebedor de cerveza; sin embargo, el exportador boliviano de cerveza, si pretende ingresar a los mercados de Arica e Iquique con su producto, mismo que ya es conocido, pero aún no goza de la preferencia de los consumidores, tendrá que desarrollar una agresiva campaña publicitaria y promocional, en colaboración con distribuidores locales que participen de manera efectiva en el negocio de ampliar el mercado.

2.5. Textiles

A pesar que Chile es productor en este sector, las prendas bolivianas tienen buena aceptación en este mercado por su calidad y precio. Marcas locales, como "Dunlop" trabajaron ocasionalmente con productores bolivianos de confecciones, bajo la modalidad de "etiqueta privada". Por falta de seguimiento comercial de los exportadores bolivianos se perdieron estos y otros contactos más; sin embargo, existen otras firmas interesadas en comercializar las manufacturas textiles bolivianas, como la empresa productora y comercializadora chilena Trial S.A., que es representante de la marca Cristian Dior para Chile y algunos países de la región, quienes en su momento mostraron interés por abastecerse de proveedores bolivianos de confecciones.

El mercado chileno tiene particular preferencia por el buen acabado de las prendas de vestir; es por esta razón que existiría en Bolivia la cantidad suficiente de empresas capaces de satisfacer esa demanda, en calidad y tiempos de entrega. No obstante que las importaciones legales son aún pequeñas en volumen, se ha podido comprobar que en Arica, existen algunos lugares, en los cuales se expende ropa de confección boliviana, presumiblemente introducida al mercado de manera ilegal, juntamente con otras prendas usadas (americanas y europeas) de bajo precio.

Cuadro N° 24

EXPORTACIONES DE TEXTILES			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	17.141,65	10.667,98	75.821,28
Algodón	0,00	88.537,16	69.329,09
Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de....	10,40	0,00	0,00
Filamentos sintéticos o artificiales	0,00	0,00	1.440,60
Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	0,00	550,50	17.493,04
Alfombras y demás revestimientos para el suelo de materias textiles	143,84	54,00	0,00
Tejidos especiales; encajes; tapicería, pasamanería y bordados	0,00	1.752,69	20,00
Tejidos impregnados recubiertos o estratificados; artículos técnicos de materias textiles	0,00	100,00	0,00
Tejidos de punto	921,48	1.234,55	399,00
Prendas y complementarios de vestir de punto	747.995,75	1.137.348,20	1.036.026,67
Prendas y complementos	813.067,41	1.507.864,07	1.804.960,68

de vestir, excepto los de punto			
Los demás art. textiles confeccionados; conjuntos o curtidos; prendería....	11.514,74	3.990,06	19.335,71
Calzados, botines, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos	150,00	12.159,31	208.877,75
Artículos de sombrerería y sus partes	20.539,68	96.706,78	111.370,24
TOTAL	1.611.484,95	2.860.965,30	3.345.074,06

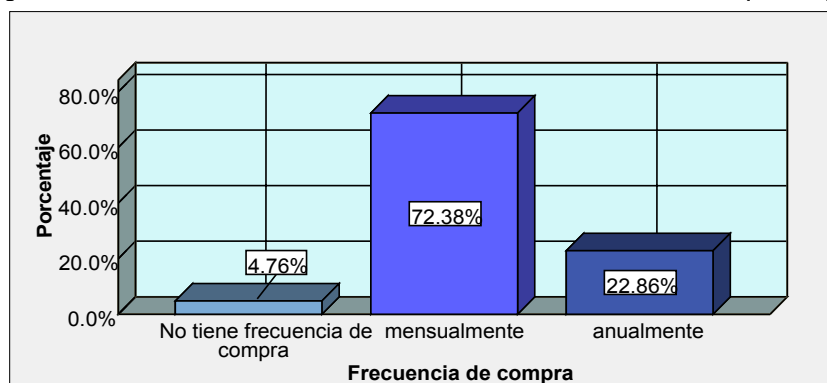
Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

Las confecciones textiles representan un importante rubro en el intercambio bilateral entre Bolivia y Chile, pues en Iquique y Arica, se ha podido establecer que existe un mercado potencial mucho mayor del que se ve a simple vista. La gente compra ropa con mucha frecuencia y tiene una reducida variedad de lugares donde puede realizar sus compras.

Gráfico N° 12

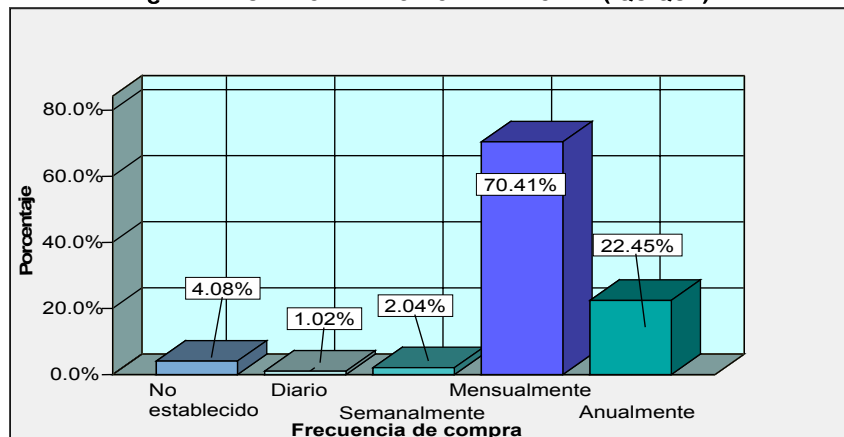
¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA CONFECCIONES TEXTILES? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 13

¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA ROPA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

En ambas ciudades la frecuencia de compra de vestimenta es bastante alta, en comparación con otras ciudades americanas. Se han corroborado estas cifras al encontrar grandes tiendas de venta de ropa, como: “Falabela”, “Jonson`s” y “Corona”, inclusive supermercados que comercializan ropa, como “líder”, abarrotados de clientela en las secciones correspondientes.

2.6. Oleaginosas (Girasol, Soya)

La demanda de soya boliviana en Chile, se orienta básicamente a los productos derivados de la soya, como ser: la harina de soya y el aceite de soya, principalmente para uso comestible doméstico.

No obstante, que éste no es un rubro prioritario para este trabajo, pues es un sector que tiene características muy particulares, a diferencia de la mayoría de los otros que se abordaron, pues en él, los exportadores bolivianos y los importadores chilenos están muy bien definidos y relacionados entre sí; y las variables de incremento o decremento de su comercio difícilmente se verían modificados por lo que se plantea en el presente documento.

En la ciudad de Iquique, se comprobó que un 15.38% de las personas encuestadas, cuando se les preguntó por los productos bolivianos que conocía, manifestaron conocer el aceite boliviano, representando así una oportunidad para los productores bolivianos de aceite, de entrar en un mercado potencial.

Cuadro N° 25

EXPORTACIONES DE OLEAGINOSAS			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Aceite de soya en bruto	0,00	0,00	18.144,00
Aceites de soya (soja), los demás	859.802,84	2.175.964,00	1.800.927,88
Aceite de girasol en bruto	0,00	0,00	0,00
Aceite de girasol refinado	18.125,10	21.198,26	0,00
Aceite de ricino y sus fracciones	16.549,80	19.422,00	0,00
Grasas y aceites vegetales y sus fracciones, parcial o totalmente hidrogenados, interesterificados, reesterificados o elaidinizados	0,00	20,00	0,00
Margarina excepto la margarina líquida	48.600,00	0,00	33.396,24
Aceite refinado de soya y girasol	499.577,52	19.717,04	117.911,11
TOTAL	1.442.655,26	2.236.321,30	1.970.379,23

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Elaboración: Propia

2.7 Bananos, plátanos, mangos, piñas y otros productos frutales.

La demanda de estos productos en el mercado de la 1ra. Región de Chile, se ha ido incrementado paulatinamente y proporcionalmente, de acuerdo al incremento poblacional de esta región, así como a la mejora del ingreso per cápita de los pobladores de estas ciudades; sin embargo, al igual que otros productos similares, los grandes importadores y distribuidores para las diferentes regiones de Chile, se encuentran en Santiago, desde donde, la redistribución encarece los productos, demorándose el despacho y consumo adecuado en tiempo y dinero.

Se comprobó que los importadores santiagueños de estos productos fraccionan sus embarques, añadiendo a cada unidad, sea banano, piña, palta o naranja, su logotipo en papel autoadhesivo, para su identificación y posicionamiento en los diferentes mercados chilenos.

Existen en Arica e Iquique sólo dos importadores directos de fruta, que una vez recibida la redistribuyen a supermercados pequeños, almacenes de barrio e inclusive a los vendedores minoristas de la Feria Agropecuaria o Feria Campesina en ambas localidades. Estos distribuidores son: “Frigorífico Péndola” e “Importadora Kitty”.

Se verá en los gráficos respectivos, el consumo de fruta en la 1ra. Región de Chile es considerable. Entre los hábitos comunes de consumo de alimentos, el consumo de fruta es significativo y la oferta existente en estas dos localidades, en tiendas y supermercados es significativa, en términos de cantidad y variedad; muchas de las cuales son de producción local, generada en pequeños valles interandinos de la región.

Cuadro N° 26

EXPORTACIONES DE FRUTALES A CHILE			
	2003 USD	2004 USD	2005 USD
Bananas o plátanos frescos (cavedish valery)	219.670,00	178.144,50	183.315,00
Bananas o plátanos, secos	-	545,56	245,58
Piñas tropicales, frescos o secos	59.512,00	172.102,00	204.592,30
Mangos frescos	-	193,00	574,27
Papayas frescas	-	170,00	297,00
Frutas secas	-	551,00	-
Piñas en conserva	-	-	12,00
Duraznos en conserva	-	-	4,00
Frutas en conserva	-	-	4,00
Jugo de maracuyá sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	982,20	1,80	-

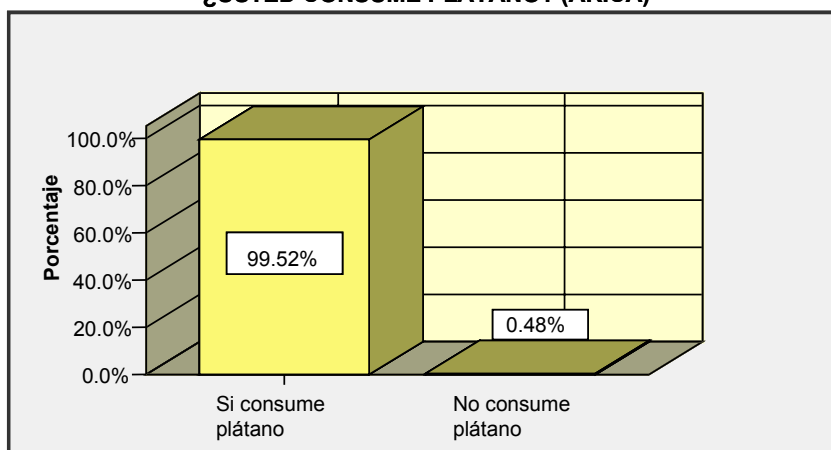
Fuente Ministerio de Desarrollo Económico – Elaboración: Propia

La demanda de la fruta en 1ra. Región de Chile, muestra la existencia de mercados potenciales significativamente importantes para la producción boliviana, que puede abastecer este mercado en condiciones ventajosas, por la proximidad, la calidad y variedad de productos. Los resultados de la encuesta que se realizó evidencian esta potencialidad.

2.7.1. Plátanos

Gráfico N° 14

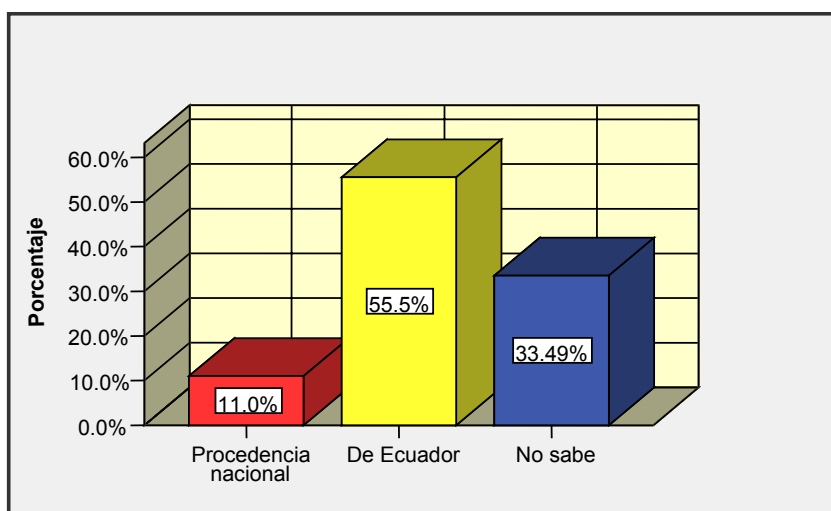
¿USTED CONSUME PLÁTANO? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 15

¿DE DÓNDE PROVIENEN LOS PLÁTANOS QUE COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Evidentemente, se comprobó que la gran mayoría de los plátanos que se consumen en Arica son ecuatorianos; sin embargo, los importadores de la región consultados, indican que en muchas ocasiones importaron plátanos del Chapare Cochabambino, pero a raíz de problemas suscitados en las vías de comunicación) no pudieron cumplir con sus compromisos debido a la demora del arribo de la mercadería y el estado en el que ésta llegó, pues requiere de un tratamiento especial en su transporte y conservación.

Gráfico N° 16

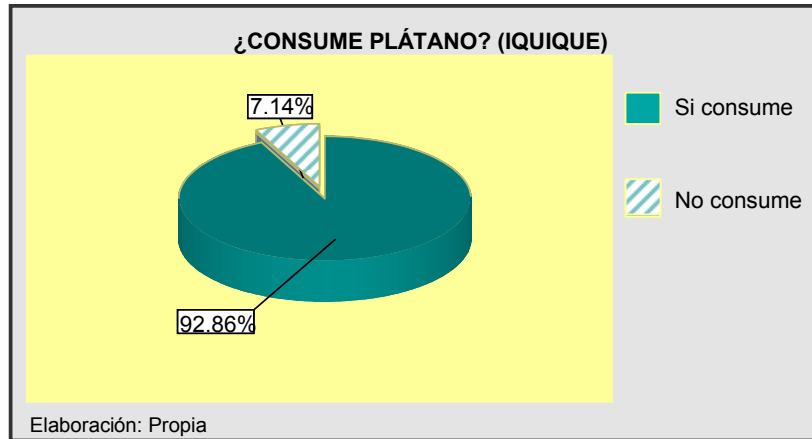
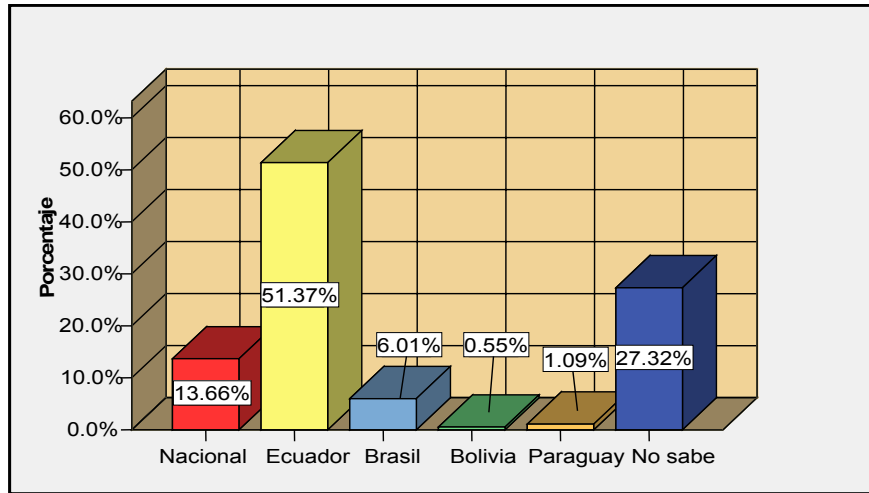


Gráfico N° 17

¿SABE DE DÓNDE PROVIENEN LOS PLATANOS QUE COMPRA? (IQUIQUE)

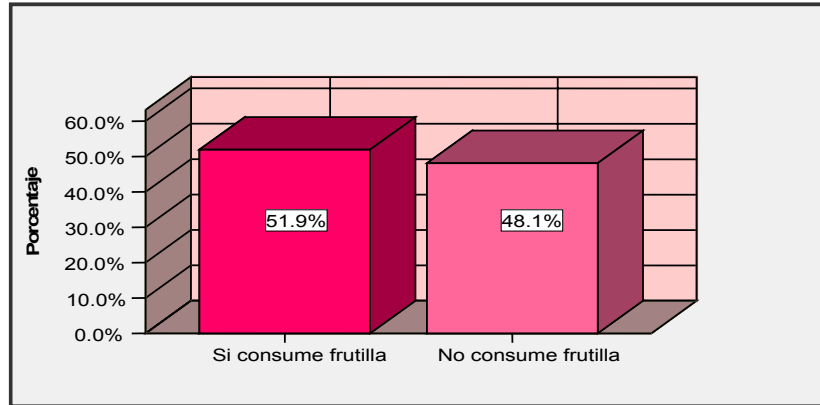


A diferencia de Arica, en Iquique, el desconocimiento de la procedencia de los plátanos que consumen es mucho más marcado, en cuanto a la procedencia de la fruta, los barcos provenientes del Ecuador, con fruta para Chile paran en el puerto de Arica y descargan parte de su cargamento, desde donde, en muchas ocasiones es reembarcado a Iquique, antes de continuar viaje al sur, rumbo a Santiago, cuando la ruta no es en sentido inverso; es decir, de sur a norte.

2.7.2. Frutilla

Gráfico N° 18

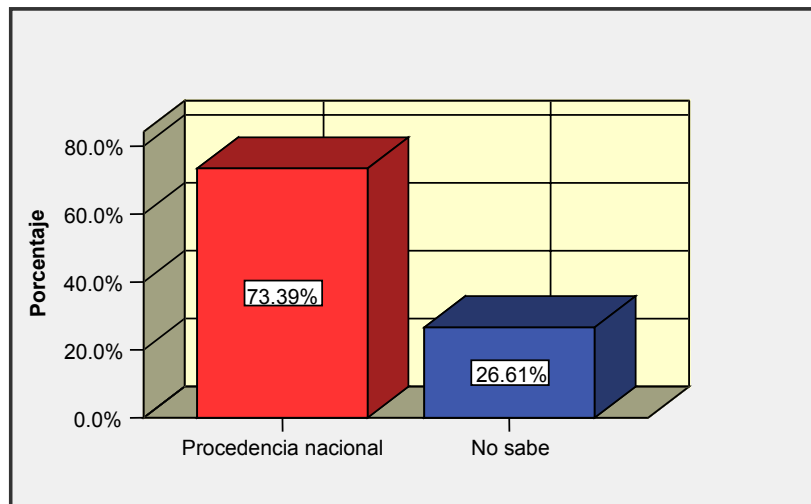
¿USTED CONSUME FRUTILLA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 19

¿DE DÓNDE PROVIENE LA FRUTILLA QUE COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 20

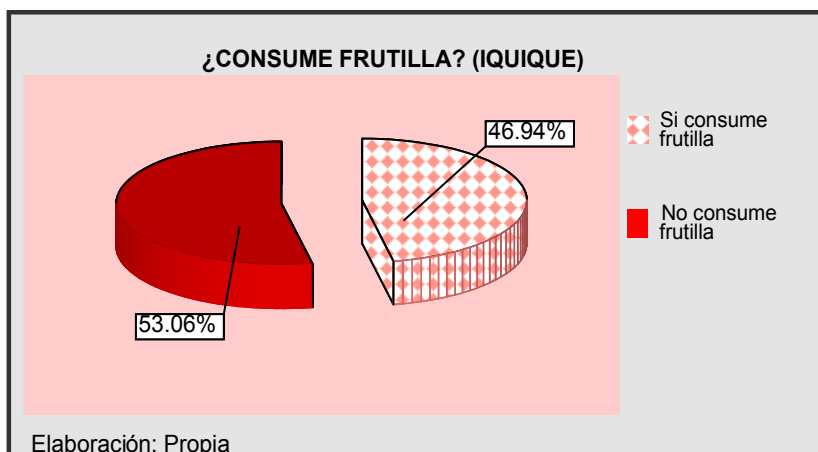
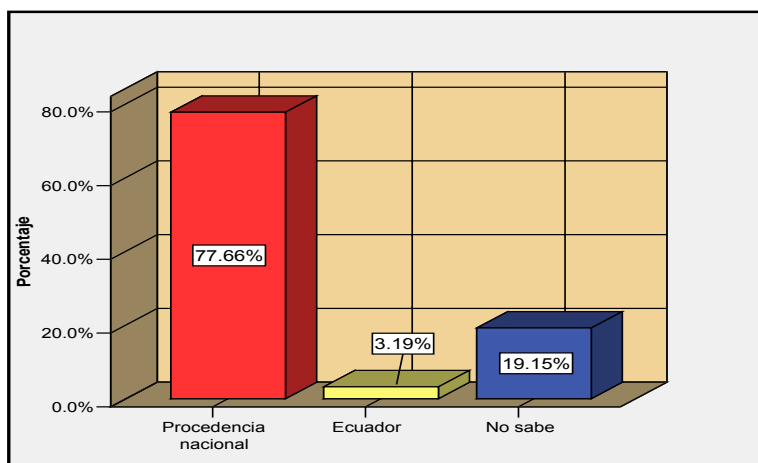


Gráfico N° 21

¿CONOCE DE DÓNDE PROVIENE LA FRUTILLA QUE COMPRA? (IQUIQUE)

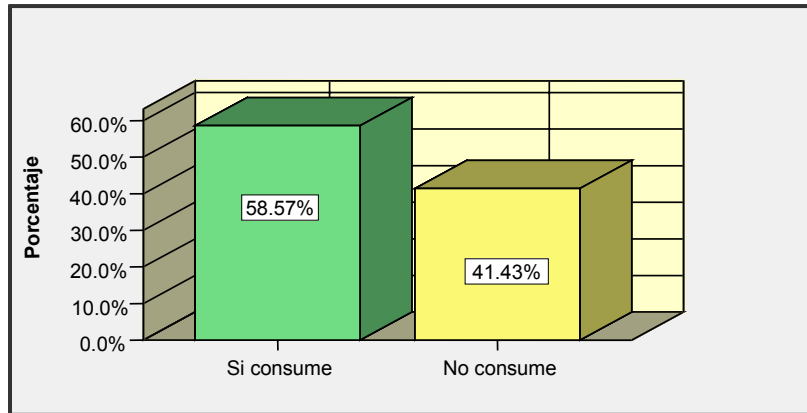


La primera constatación a realizar es que el resultado de las encuestas muestra la existencia efectiva de un mercado consumidor del producto en ambas localidades; asimismo, se determinó que, de existir una mayor oferta del producto, los consumidores potenciales realizarían compras con mayor frecuencia.

Actualmente, en la 1ra. Región de Chile se produce frutilla en la localidad de Pica, próxima a la ciudad de Iquique (valle interandino), su producción es artesanal y obviamente no cubre los requerimientos de los mercados de las ciudades de esta Región.

2.7.3. Piña

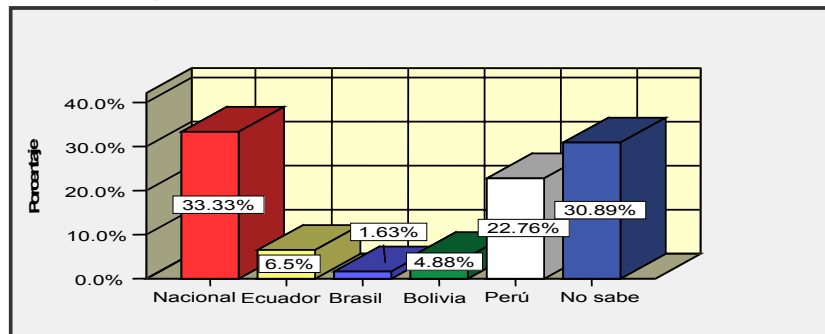
Gráfico N° 22
¿USTED CONSUME PIÑA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 23

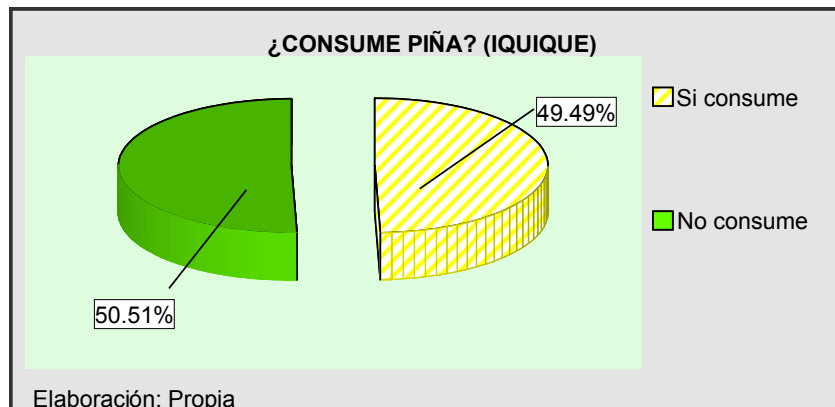
¿DE DONDE PROVIENE LA PIÑA QUE COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 24

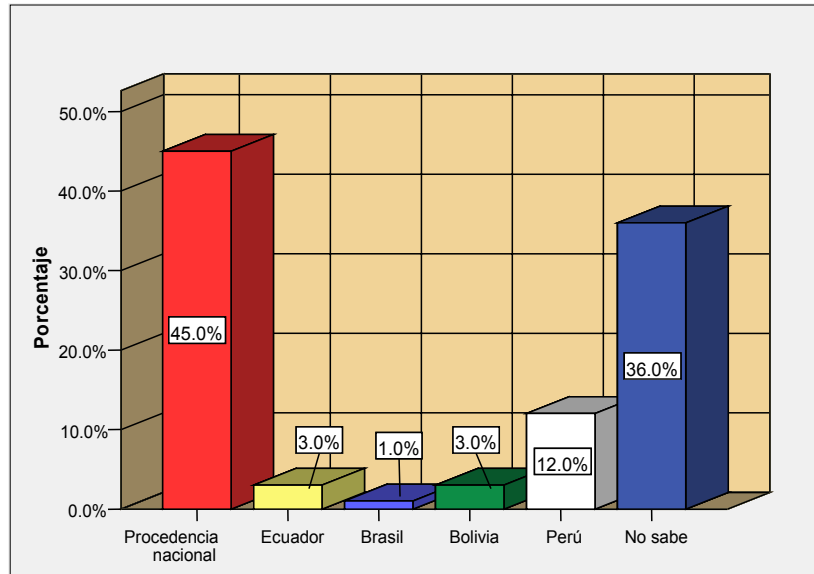
¿CONSUME PIÑA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 25

¿SABE DE DÓNDE PROVIENE LA PIÑA QUE COMPRA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

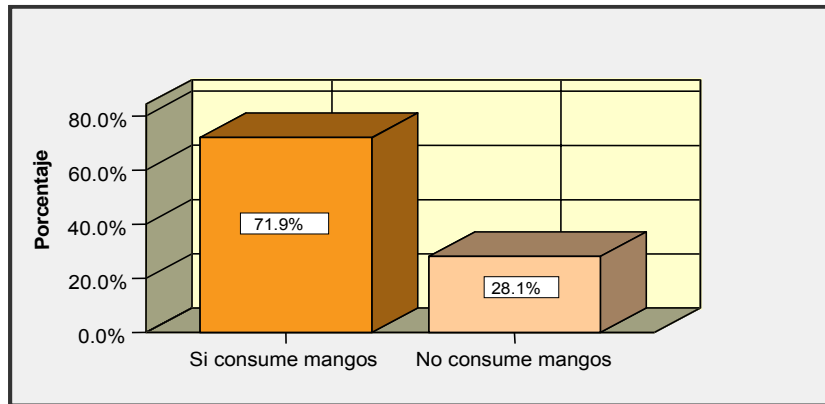
La demanda de piñas en las localidades de Arica e Iquique es similar a la de la frutilla, existe demanda; sin embargo la cantidad de la oferta y la calidad de los productos ofertados no son suficientes, ni llena las expectativas de los consumidores. Se ha podido comprobar que la mayoría de las piñas comercializadas en Arica e Iquique son de procedencia peruana y/o ecuatoriana; la variedad que se comercializa es pequeña de sabor un tanto ácido, pues no se puede comer fresca o cruda, necesariamente se la tiene que hacer hervir para consumirla en compota, como jugo o en mermelada.

Las aseveraciones del capítulo anterior muestran que para las variedades de piña boliviana, principalmente la cultivada en el trópico cochabambino, la Cayena Liza, la 1ra. Región de Chile muestra una excelente oportunidad de generar un mercado sostenido.

2.7.4. Mangos

Gráfico N° 26

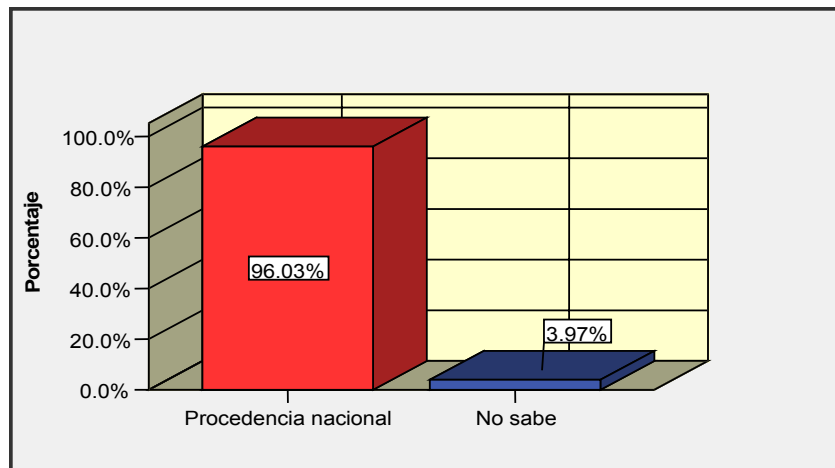
¿USTED CONSUME MANGOS? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 27

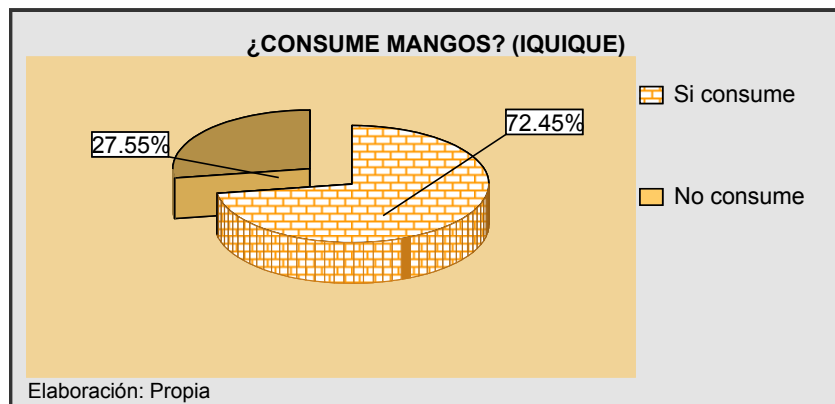
¿DE DÓNDE PROVIENEN LOS MANGOS QUE COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 28

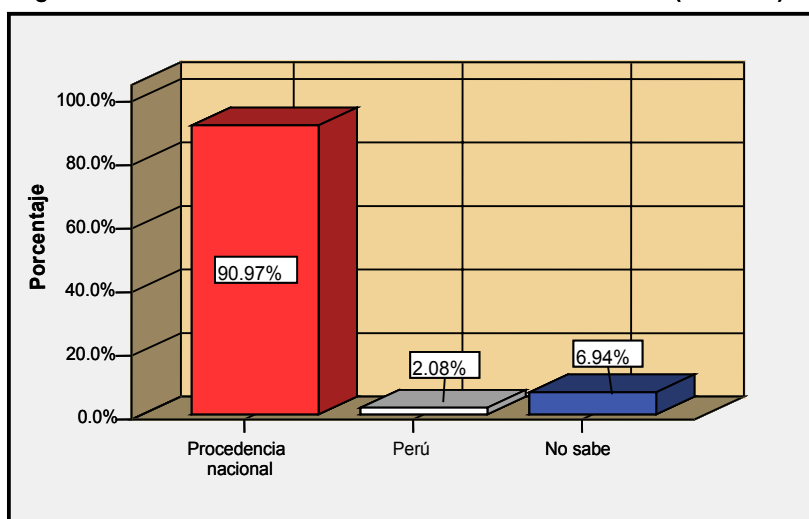
¿CONSUME MANGOS? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 29

¿SABE DE DÓNDE PROVIENE EL MANGO QUE COMPRA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

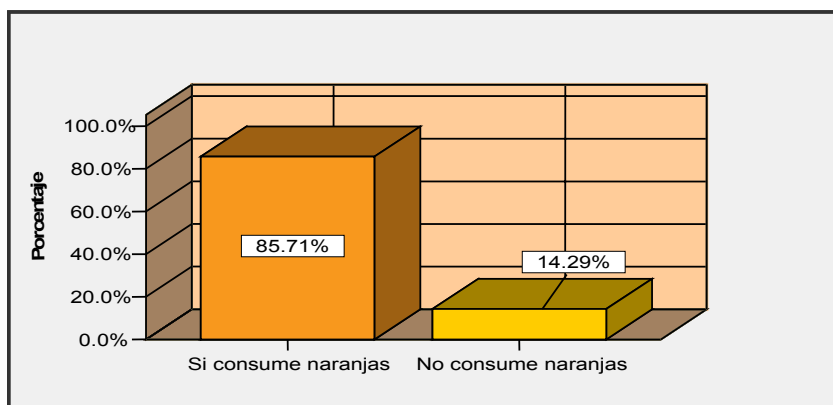
Los mangos, fruta de temporada, crecen generalmente en climas tropicales. Este producto, en la 1ra. Región de Chile, es importado generalmente del Perú; sin embargo, el común denominador del poblador de esta región piensa que es una fruta que se produce en su país. Aparentemente, y por las conversaciones sostenidas con los comerciantes y distribuidores de fruta, este desconocimiento se debe a que es una fruta que ni bien llega es distribuida a muchos puntos de venta, que revenden muy rápidamente el producto.

El precio de este producto varía año tras año y es generalmente elevado, por las pocas cantidades importadas y la gran demanda existente, consistiendo estas razones un argumento importante que hace de estas localidades un interesante mercado para la gran variedad existente en Bolivia en la época de cosecha.

2.7.5. Naranja

Gráfico N° 30

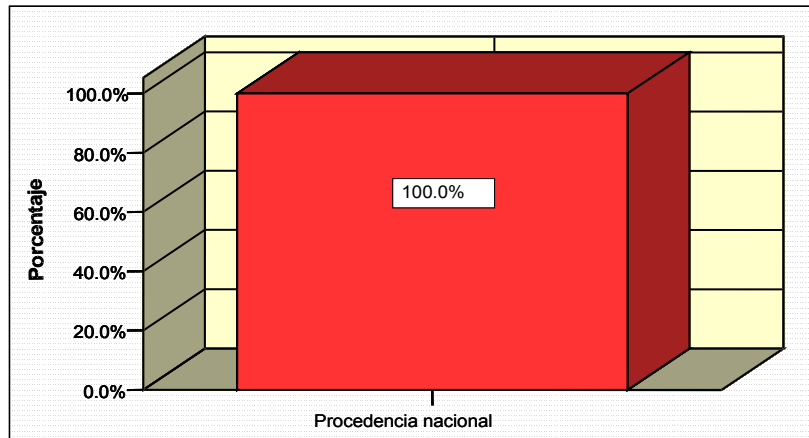
¿USTED CONSUME NARANJA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 31

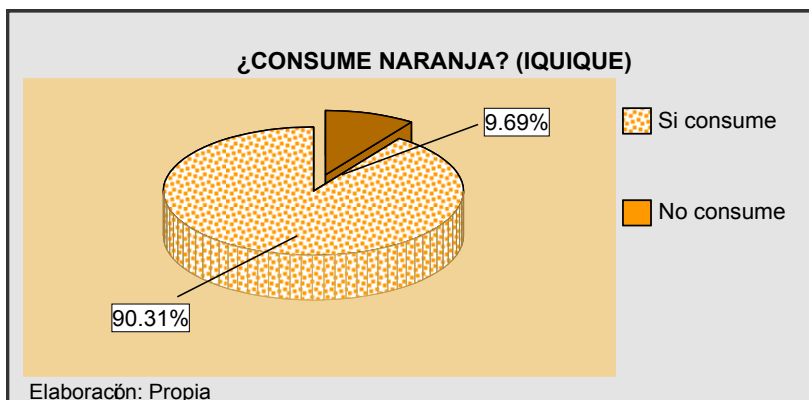
¿DE DÓNDE PROVIENE LA NARANJA QUE COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 32

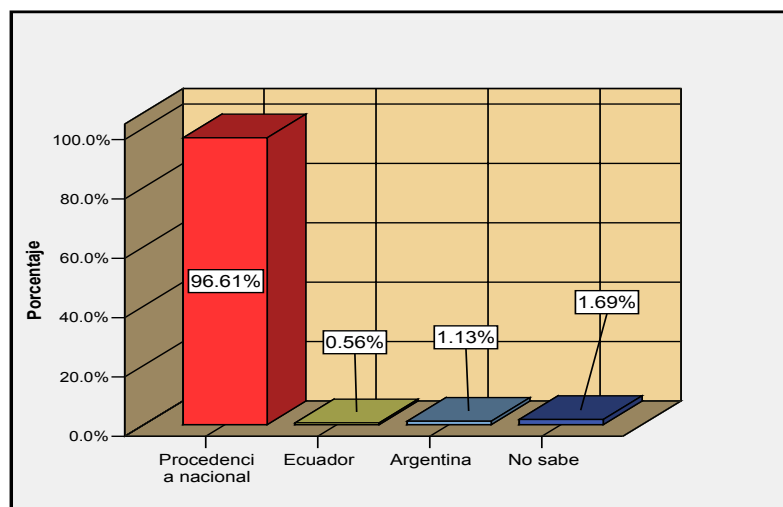
¿CONSUME NARANJA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 33

¿SABE DE DÓNDE PROVIENE LA NARANJA QUE COMPRA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

El 90.31% de la población encuestada en Iquique y el 85.71% en Arica, consume naranja. La naranja muestra un potencial de mercado muy interesante, pues debido al factor climático, el consumo de la misma genera un comercio importante, lo cual se concluye que pueda incrementarse aún más.

El precio de las naranjas comercializadas en estas dos localidades es significativamente mayor al del producto boliviano. La distancia de los centros de producción bolivianos más próximos son considerablemente más cortos que los centros de producción de naranjas más próximos a la 1ra. Región de Chile.

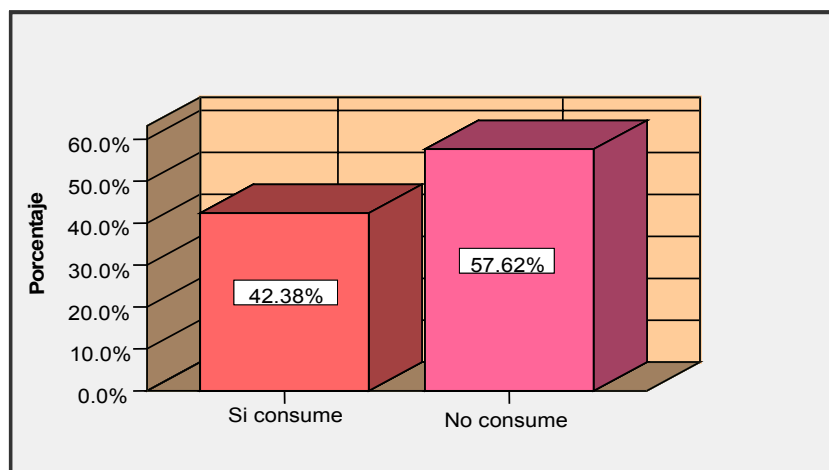
No obstante, lo anotado, es importante considerar las barreras fitosanitarias para la internación de esta fruta en Chile, así como una depurada selección del producto en centros de acopio, principalmente en la región de los Yungas del departamento de La Paz, donde la producción es abundante en variedades y características para comer o para jugo.

Una de las diferencias más notorias, para el consumidor habitual de este producto, es el grado de acidez y el grado de dulzor de la fruta. Las variedades bolivianas de naranjas tienen una combinación favorable en ambos aspectos; aunque su tamaño, en términos generales es pequeño, se compensa con el carácter de orgánico y natural, pues sus variedades son naturales y han sido obtenidas sin ningún tipo de manipulación genética.

2.7.6. Toronja o pomelo

Gráfico N° 34

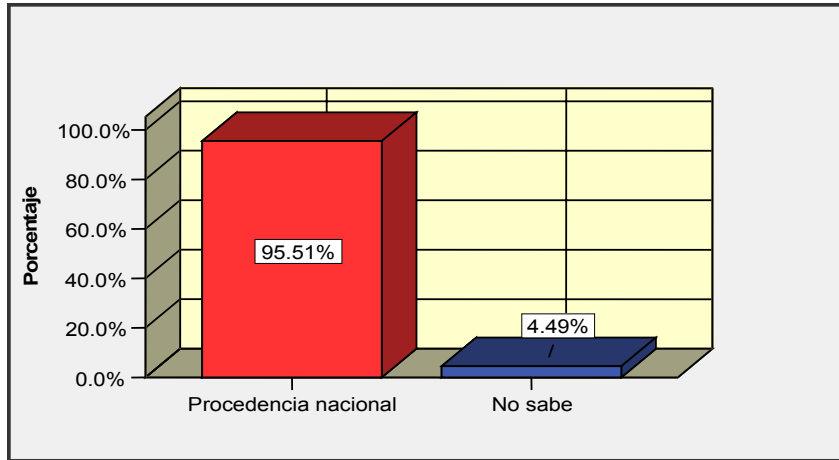
¿USTED CONSUME TORONJA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 35

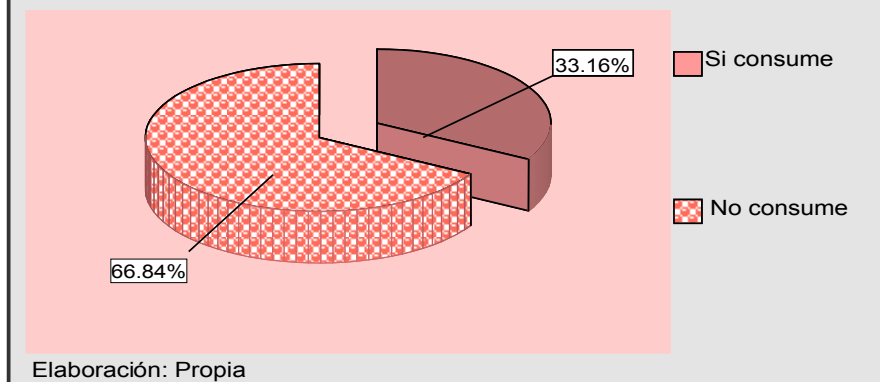
¿QUÉ PROCEDENCIA TIENE LA TORONJA QUE COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 36

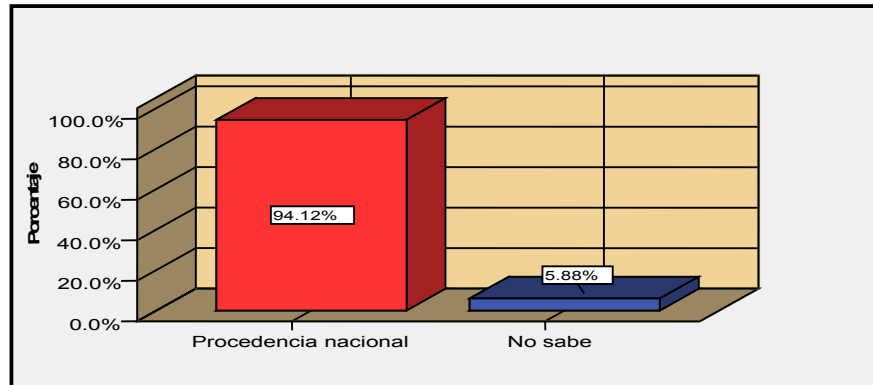
¿CONSUME TORONJA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 37

¿SABE DE DÓNDE PROVIENE LA TORONJA QUE COMPRA? (IQUIQUE)



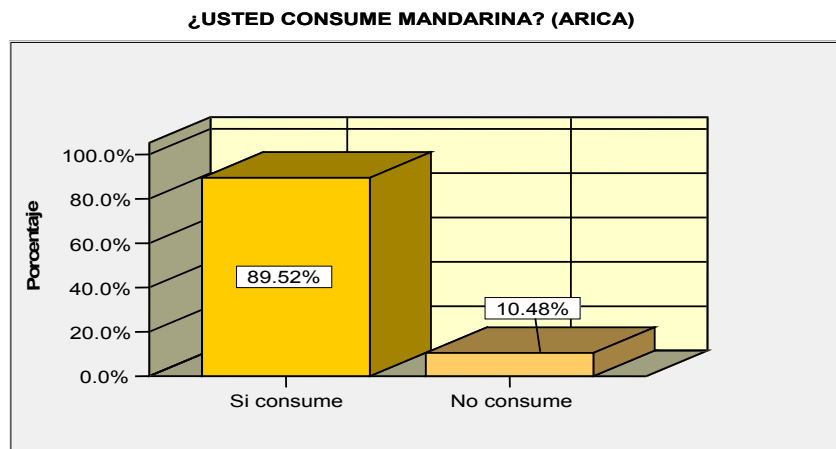
Elaboración: Propia

Tanto en Arica, como en Iquique se observó la ausencia de oferta de esta fruta, a pesar de haber estado durante la época de temporada. Son muy pocos los comercios que distribuyen y venden esta fruta, principalmente por la escasez y poco regular de oferta.

Esta información ha sido recogida de los propios comerciantes de fruta de la región y luego de analizar las encuestas, confirma el hecho que no es por falta de mercado que esta fruta no se vende en Arica e Iquique, pues las cifras demuestran lo contrario.

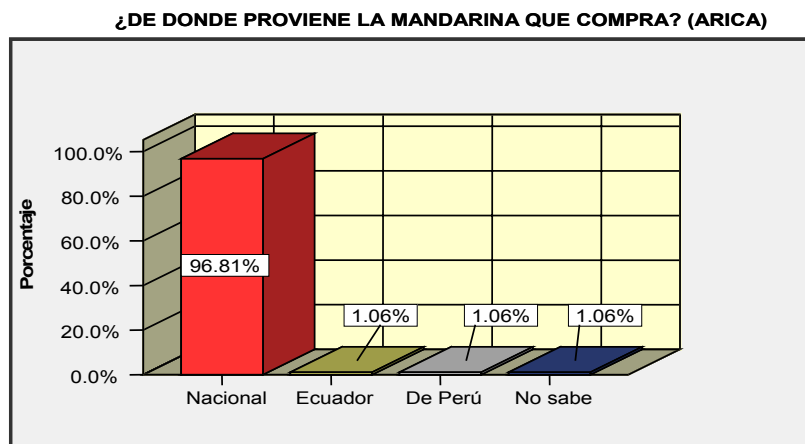
2.7.7. Mandarina

Gráfico N° 38



Elaboración: Propia

Gráfico N° 39



Elaboración: Propia

Gráfico N° 40

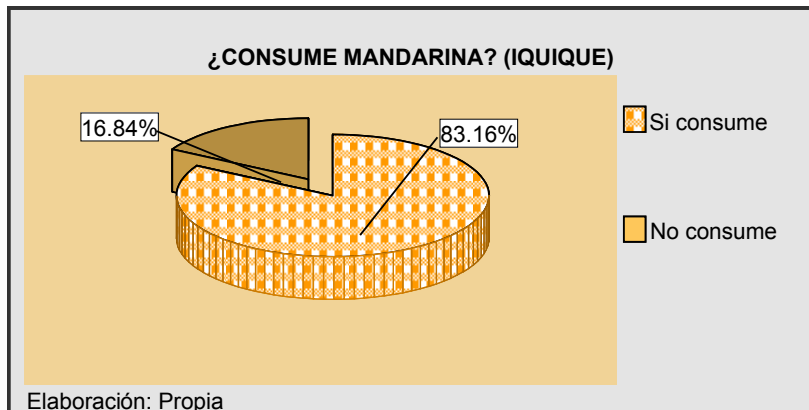
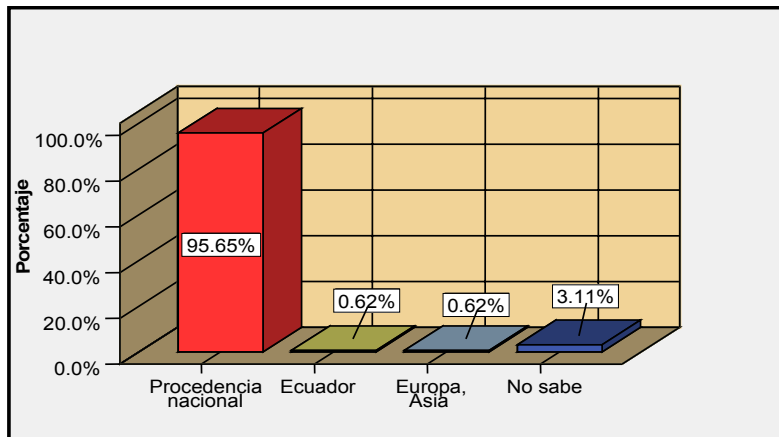


Gráfico N° 41

¿SABE DE DÓNDE PROVIENE LA MANDARINA QUE COMPRA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

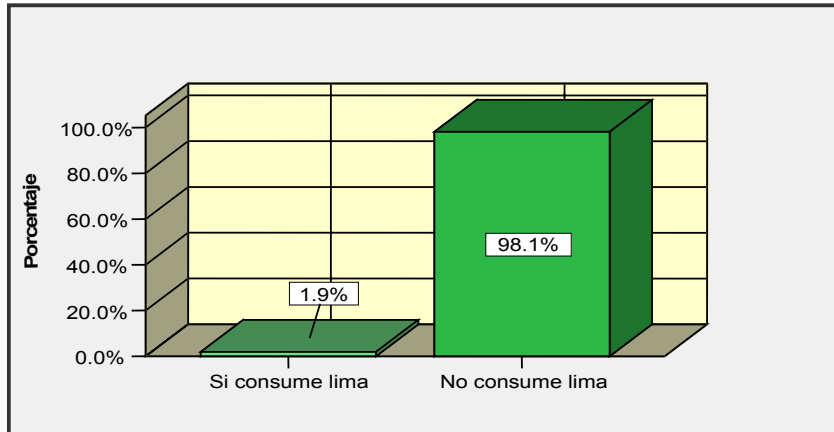
Al igual que con la toronja o pomelo, la mandarina es una fruta muy cotizada en las ciudades de Arica e Iquique, pero la oferta existente no llega a cubrir la demanda.

De la población encuestada, en la ciudad de Arica el 89.52% consume mandarina, mientras que en la ciudad de Iquique consume el 83.16%; lo que demuestra que existe la factibilidad de aprovechar este mercado potencial para la mandarina boliviana.

2.7.8. Lima

Gráfico N° 42

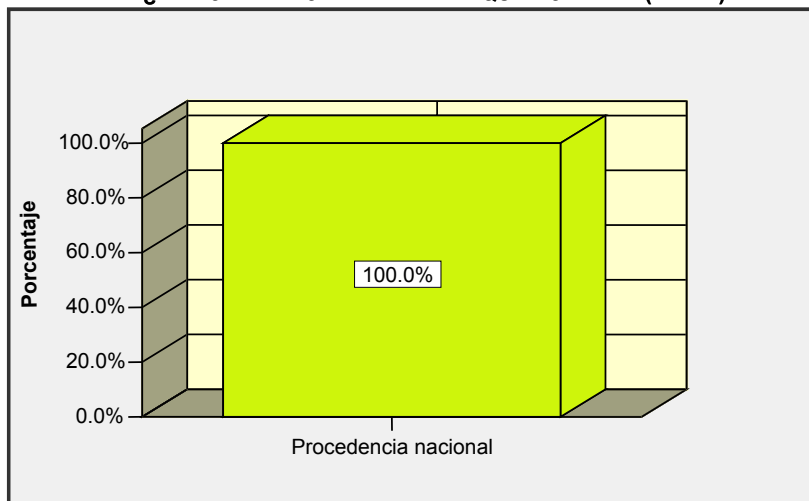
¿USTED CONSUME LIMA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 43

¿DE DÓNDE PROVIENE LA LIMA QUE COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Esta es una fruta prácticamente desconocida en Arica e Iquique. A pesar de ser una fruta cítrica que a diferencia de la naranja, mandarina y pomelo, su temporada de cosecha es mucho más larga a lo largo del año, es digno de asombro el hecho que nunca se haya comercializado fuera de las fronteras de Bolivia.

Inclusive en el Perú es una fruta conocida y tampoco ha sido exportada o comercializada en la 1ra. Región de Chile. Obviamente la fruta no crece en territorio chileno y es atribuible al desconocimiento existente que en ambas localidades hayan respondido que, sin haberla probado, sea de origen nacional.

Gráfico N° 44

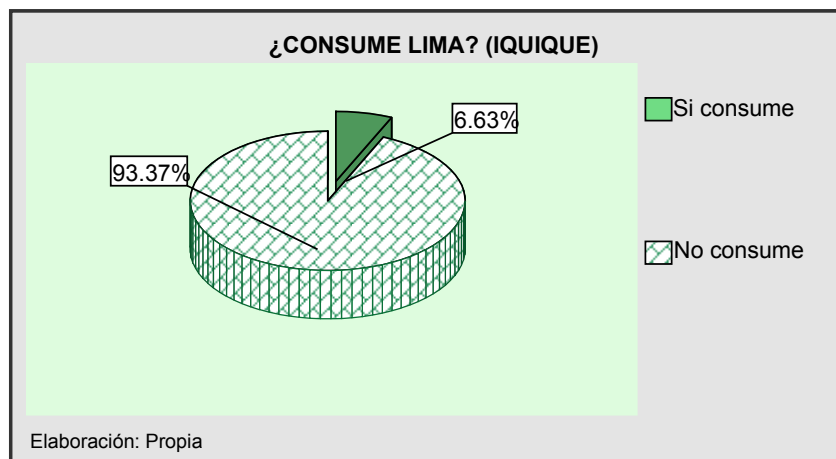
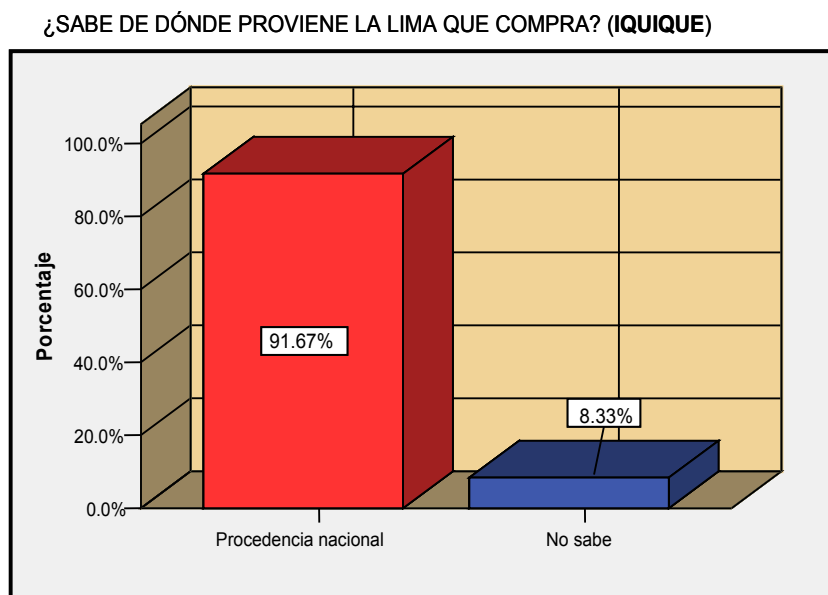


Gráfico N° 45



El consumo de fruta fresca es muy significativo en la 1ra. Región de Chile, donde sus habitantes han incorporado estos alimentos como una parte sustantiva de sus hábitos alimenticios.

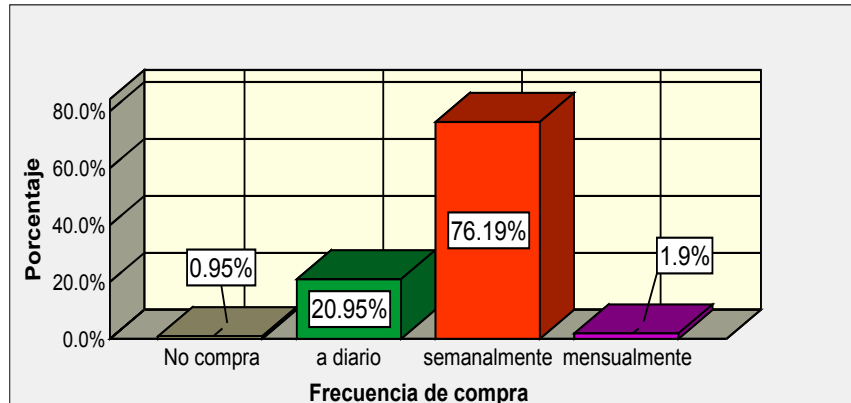
Prueba de lo mencionado en el párrafo anterior es que en la ciudad de Arica, el 76.19% de las personas compran fruta fresca semanalmente; en la ciudad de Iquique, la mayoría de las personas encuestadas (66.84%), compran frutas frescas también semanalmente. Con respecto a los volúmenes adquiridos en cada ocasión, se adquieren mayormente, entre 3 y 6 kilos.

La demanda de fruta, demuestra la magnitud de este mercado, en base no sólo a los volúmenes adquiridos por la población de la 1ra. Región en general, sino,

por la frecuencia de consumo, la cual podría significar un ágil y continuo movimiento de mercadería entre ambos países.

Gráfico N° 46

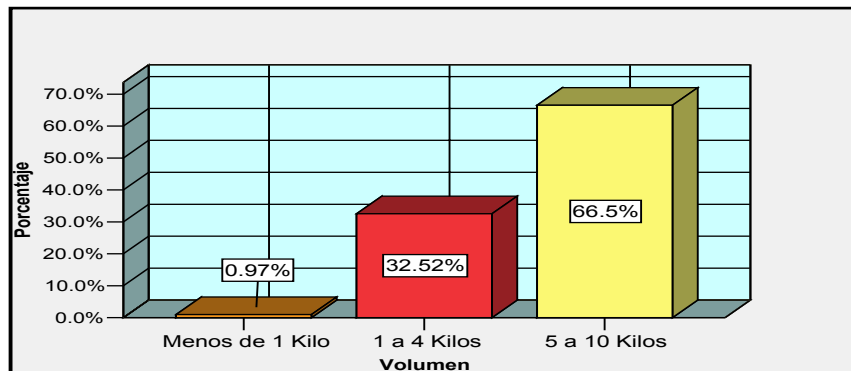
¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA FRUTAS FRESCAS? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 47

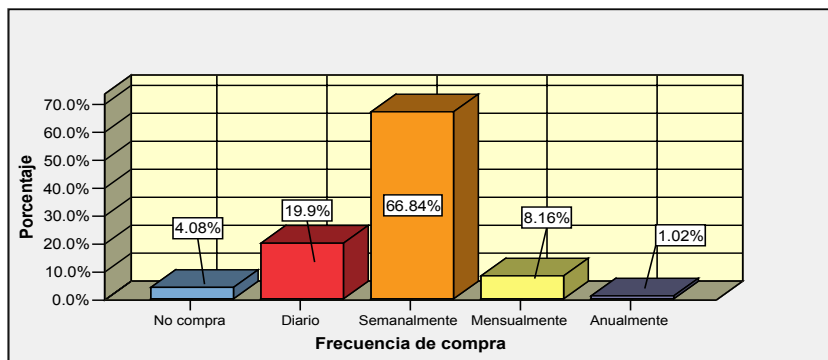
¿QUÉ VOLUMEN DE FRUTAS COMPRA USUALMENTE? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 48

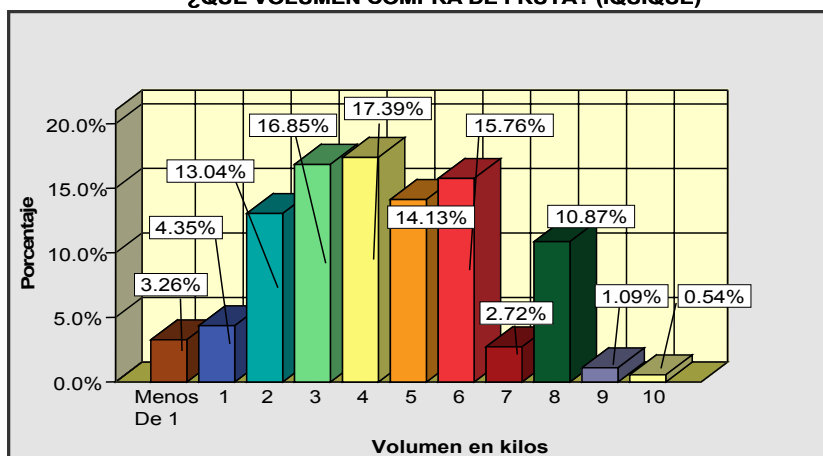
¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA FRUTA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 49

¿QUÉ VOLUMEN COMPRA DE FRUTA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

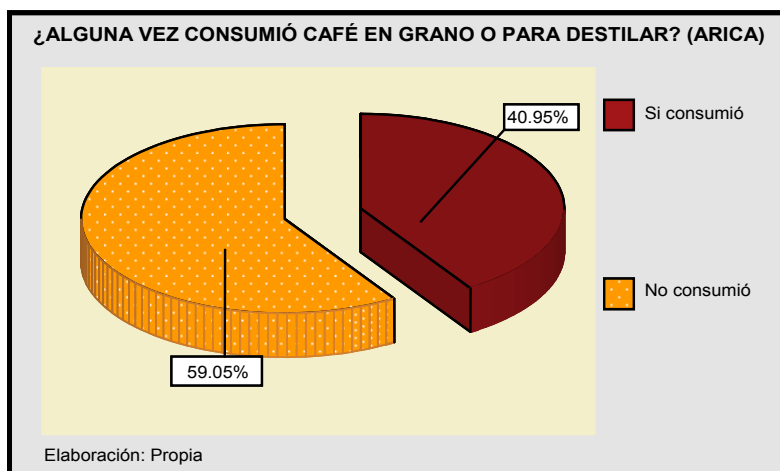
2.8. Café en grano o para destilar

Los gráficos que a continuación se presentan son fruto de la reciente encuesta realizada en las ciudades de Arica e Iquique, en la cual se evidenció una serie de aspectos importantes, que describen el comportamiento de los consumidores de café en esta región y las posibilidades reales de ingresar con el producto boliviano a estos mercados.

Si bien el mercado de consumidores de café es relativamente pequeño, como lo muestran los gráficos 52 y 57, donde se muestra que el café no es un producto que se encuentre de manera frecuente en la canasta familiar, el número de pobladores de esta región y los hábitos y rutinas diarias de la población –típicamente urbana- auguran un mercado incipiente con mucha potencialidad de desarrollo.

Gráfico N° 50

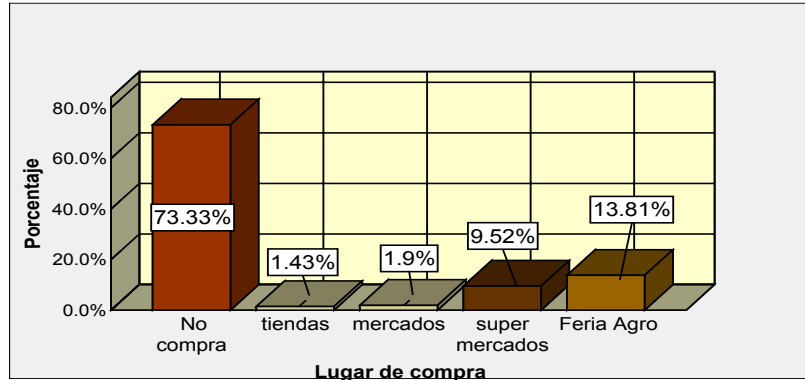
¿ALGUNA VEZ CONSUMIÓ CAFÉ EN GRANO O PARA DESTILAR? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 51

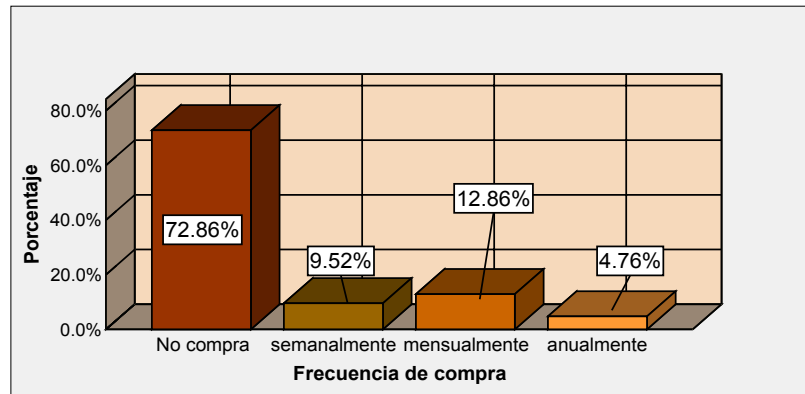
POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA CAFÉ? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 52

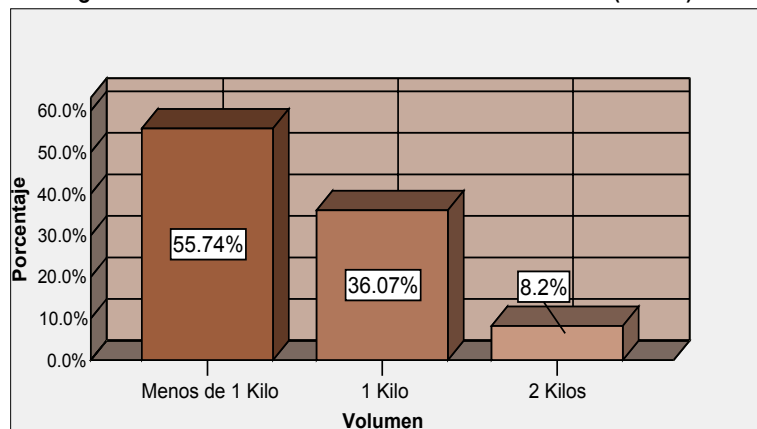
¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA CAFÉ? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 53

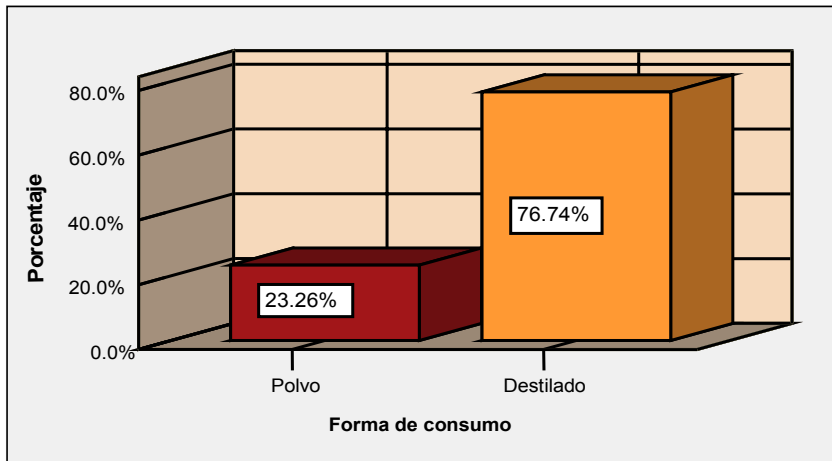
¿QUÉ VOLUMEN DE CAFÉ COMPRA USUALMENTE? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 54

¿DE QUÉ MANERA CONSUME CAFÉ? (ARICA)



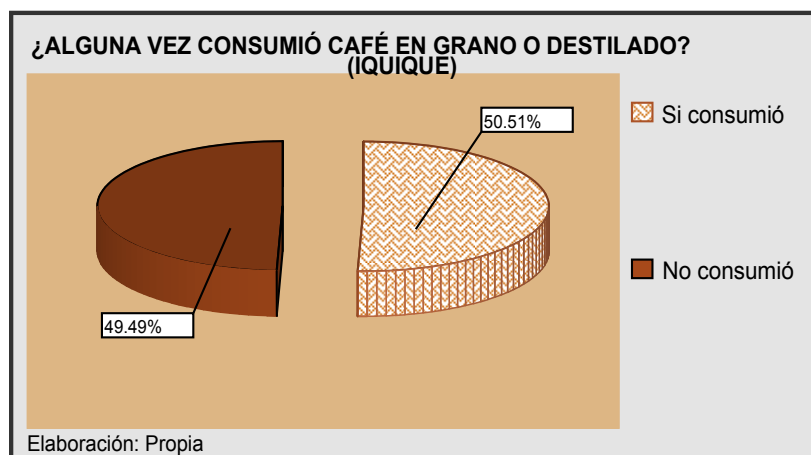
Elaboración: Propia

No obstante las respuestas obtenidas en la encuesta realizada en ambas localidades, las personas están más acostumbradas al café soluble de las marcas Nescafé y Monterrey (marca nacional), pues los comerciantes minoristas y los administradores de supermercados informaron que los usuarios prefieren este tipo de café por la facilidad de su preparación y la poca disponibilidad de tiempo.

A diferencia de otras ciudades chilenas, como Santiago, donde existe gran cantidad de locales comerciales de expendio de comida rápida y particularmente de café, en Arica e Iquique, no son muchos los lugares de expendio de esta “bebida social”; no obstante, el desarrollo de estas urbes augura que en breve este tipo de locales significará un importante segmento consumidor de café destilado en máquina, tipo express, capuchinos o similares.

Gráfico N° 55

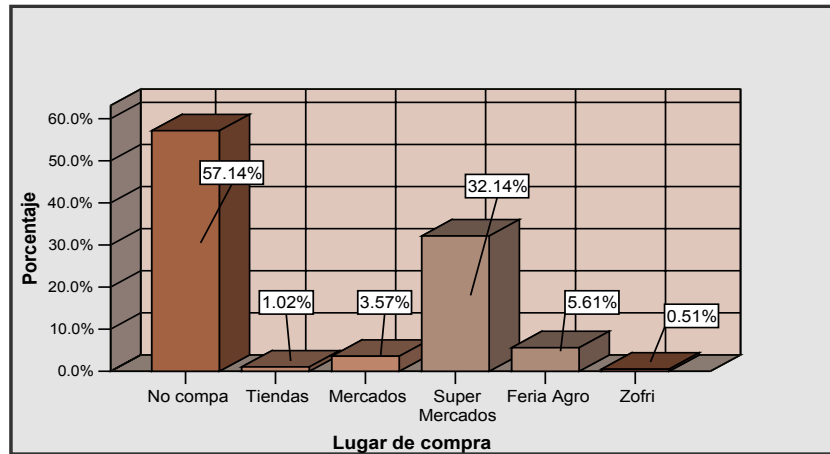
¿ALGUNA VEZ CONSUMIÓ CAFÉ EN GRANO O DESTILADO? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 56

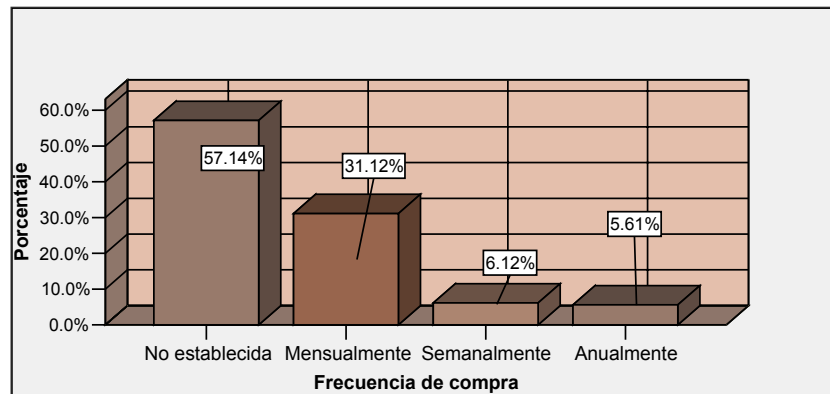
POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA CAFÉ? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 57

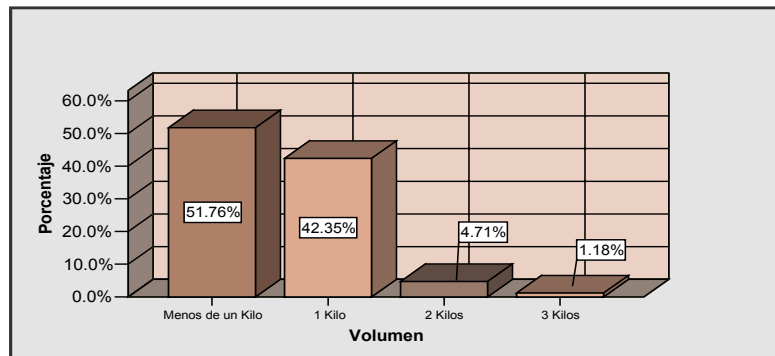
¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA CAFÉ? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 58

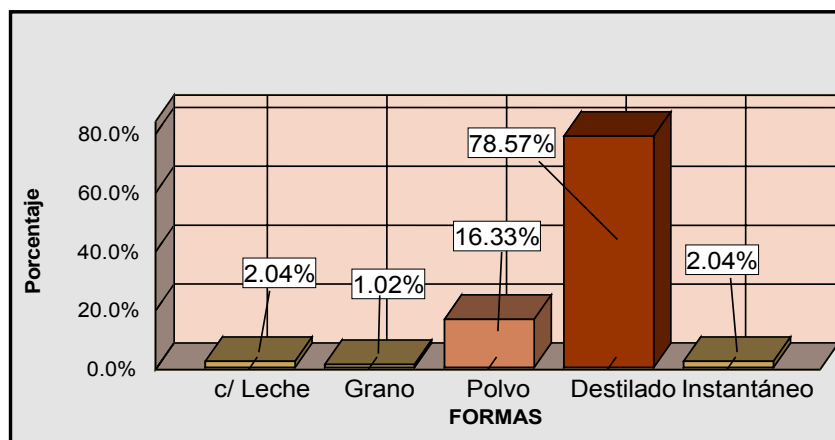
¿QUÉ VOLUMEN COMPRA DE CAFÉ? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 59

¿DE QUÉ MANERA CONSUME CAFÉ? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

En Iquique, al igual que en Arica, los encuestados respondieron que la mayoría consume café destilado; sin embargo, estas respuestas no están en relación con lo manifestado en las entrevistas personales con los administradores de tiendas y supermercados quienes manifiestan que el consumo preferente es el de café soluble o instantáneo.

Por los datos estadísticos de los últimos años, se puede observar que las cifras de las exportaciones de café boliviano en grano a Chile han ido creciendo de manera significativa, razón por la que existen serias intenciones de más de un empresario boliviano en instalar sus plantas de procesamiento de café en la localidad de Arica (parque Industrial de Chacayuta) para desde allí abordar el mercado chileno, a nivel nacional y exportar a terceros países.

Cuadro N° 27

EXPORTACIONES DE CAFÉ DE BOLIVIA A CHILE						
PRODUCTO	2003		2004		2005	
	Kg.	USD	Kg.	USD	Kg.	USD
Los demás Café sin tostar: Sin descafeinar	5.600	6.532,4	2.500	3.500	4.980.655	11.138.016

Fuente: Centro de Promoción Bolivia

Elaboración: Propia

2.9. Quinua

En cuanto a las exportaciones de quinua boliviana a Chile se observó que tanto en volumen, como en valor, durante el año 2005, se ha incrementado de una manera significativa, demostrando así un potencial muy grande de exportación para el producto boliviano.

Cuadro N° 28

EXPORTACIONES DE QUINUA DESDE BOLIVIA HACIA CHILE						
	2003		2004		2005	
	Kg.	USD	Kg.	USD	Kg.	USD
Las demás quinua (chenopodium quinoa)					4.871.395	5.552.845
Las demás quinua	8.100	6.007	20.601	19.487	32.479	28.983
Harina de quinua	0	0	133	187	908	567
TOTAL	8.100	6.007	20.734	19.674	4.904.782	5.582.395

Fuente: Centro de Promoción Bolivia

Elaboración: Propia

Gráfico N° 60

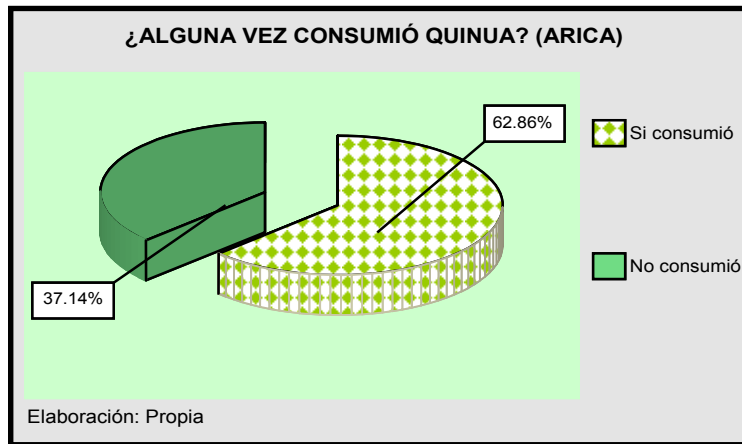


Gráfico N° 61

POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA QUINUA? (ARICA)

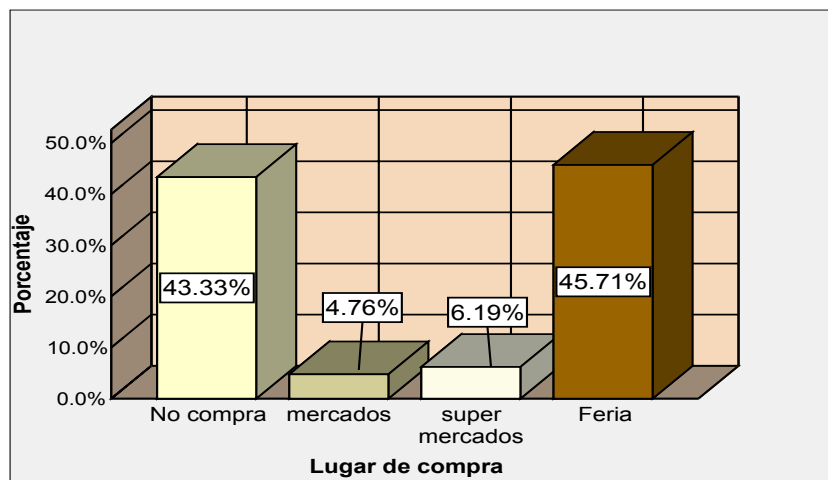
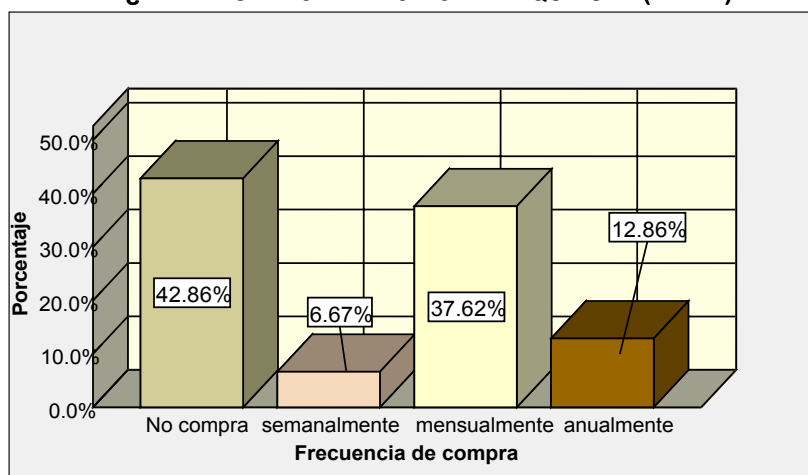


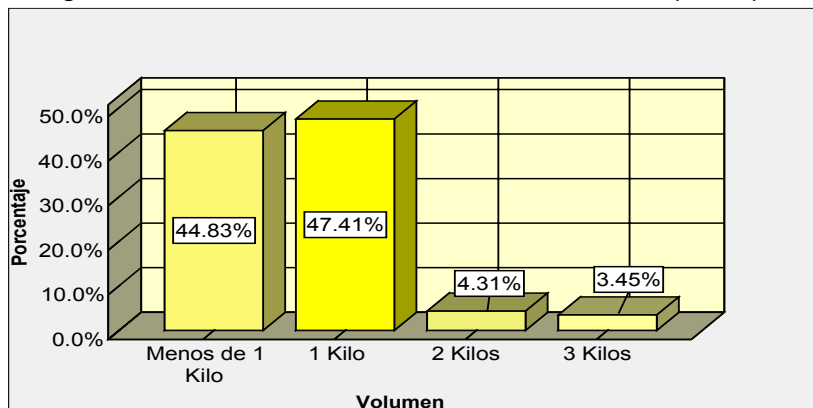
Gráfico N° 62
¿CADA CUÁNTO TIEMPO COMPRA QUINUA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 63

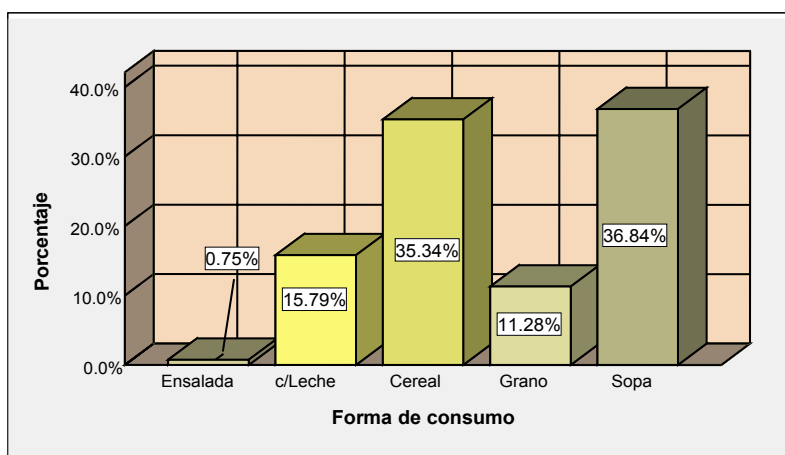
¿QUÉ VOLUMEN DE QUINUA COMPRA USUALMENTE? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 64

¿DE QUÉ MANERA CONSUME QUINUA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Como se habrá podido observar en los gráficos precedentes, el consumo de quinua en Arica es considerable, en relación a la frecuencia de compra, así como los volúmenes de comparación son significativos. La mayoría de las personas compran este cereal en la Feria del Agro o Feria Agropecuaria, lo compran prelavado, a granel, sin marca, y no embolsado.

Una parte de la quinua que se comercializa en la 1ra. Región de Chile es producida en las serranías chilenas, frontera con Bolivia; sin embargo, por la aridez de esos lugares y la falta de agua, es muy poca la cantidad que se produce por hectárea, siendo cultivada la variedad que se denomina “quinua dulce”.

Comportamiento similar al del consumo de quinua en Arica se da en Iquique, se observa en los siguientes gráficos:

Gráfico N° 65

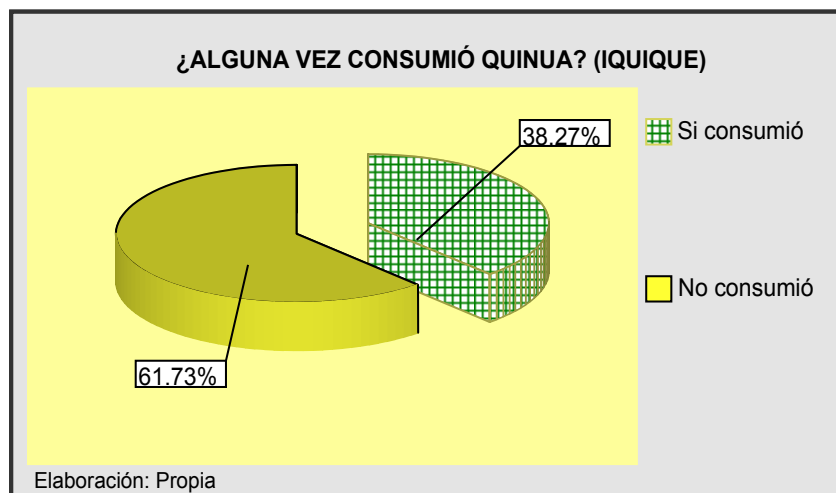


Gráfico N° 66

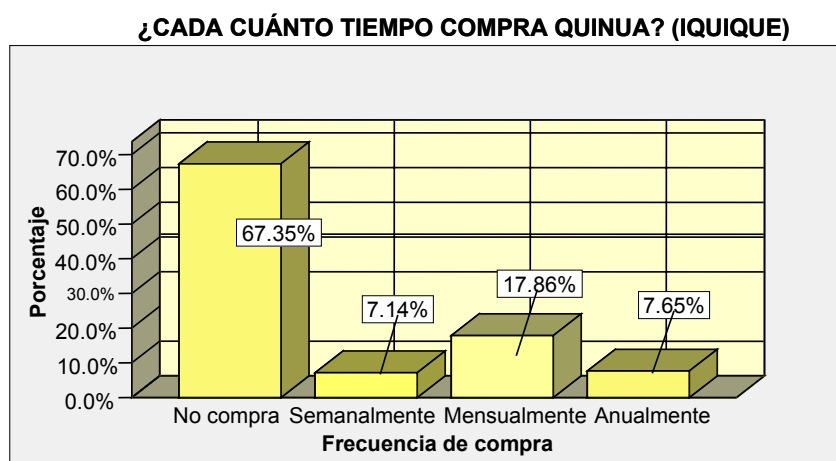
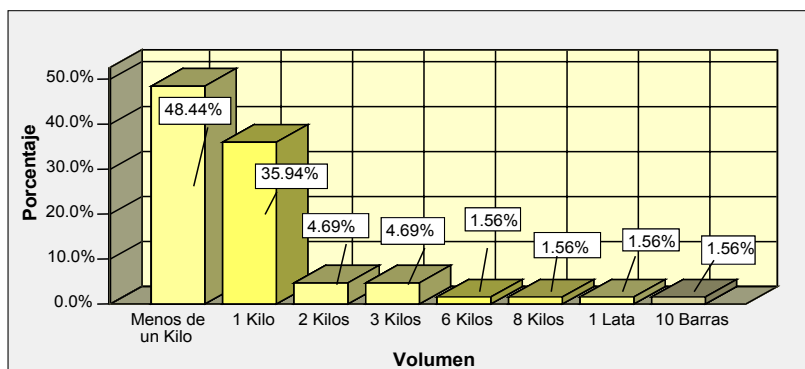


Gráfico N° 67

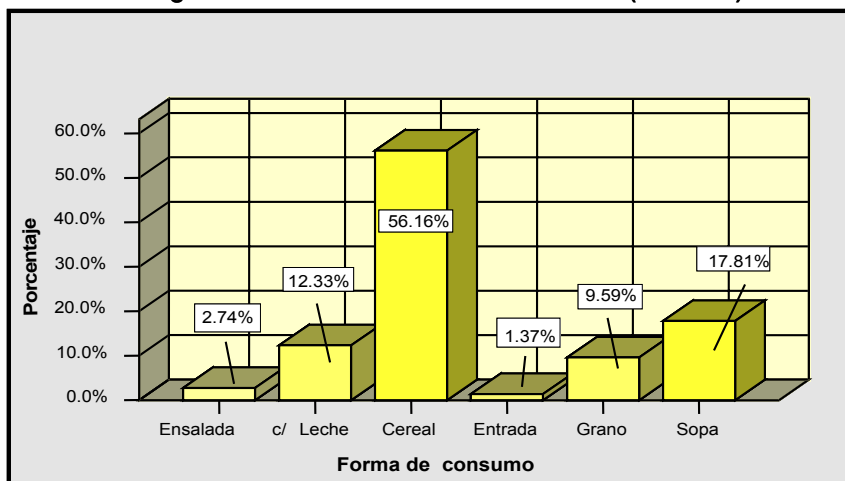
¿QUÉ VOLUMEN DE QUINUA COMPRA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 68

¿DE QUÉ MANERA CONSUME QUINUA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Definitivamente el mercado de la 1ra. Región de Chile para la exportación de quinua boliviana se presenta como una alternativa interesante de comercialización, pues gran parte de la población conoce el producto, lo ha comprado alguna vez y los que compran el mismo, habitualmente lo hacen en condiciones tales que el producto boliviano podría superar fácilmente.

2.10. Cacao

Las exportaciones de cacao boliviano a Chile han mostrado algunas experiencias recientes de cantidades pequeñas, presumiblemente de prueba. Es evidente que el producto necesita introducirse en el mercado; para esto es importante conocer las opiniones de los consumidores, representadas en los gráficos que se muestran a continuación.

Cuadro N° 29

EXPORTACIONES DE CACAO DESDE BOLIVIA HACIA CHILE						
	2003		2004		2005	
	Kg.	USD	Kg.	USD	Kg.	USD
Chocolates que contengan cacao sin rellenar en barras	0	0	0	0	2.168,8	1.603
Chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	14,18	197,69	0	0	0	0

Fuente: Centro de Promoción Bolivia

Elaboración: Propia

Gráfico N° 69

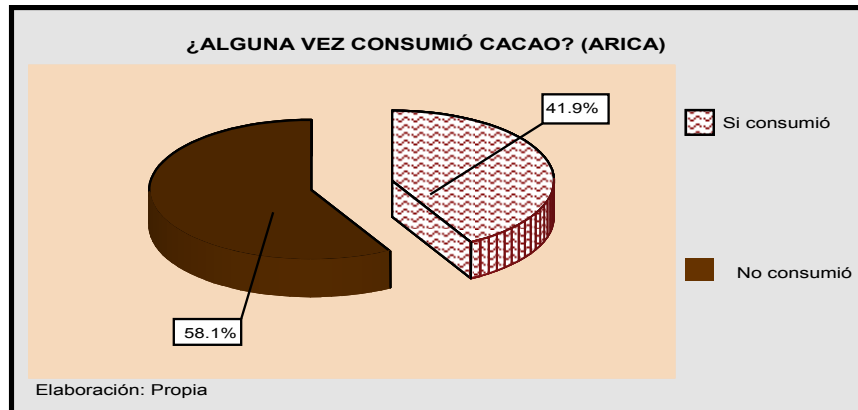


Gráfico N° 70

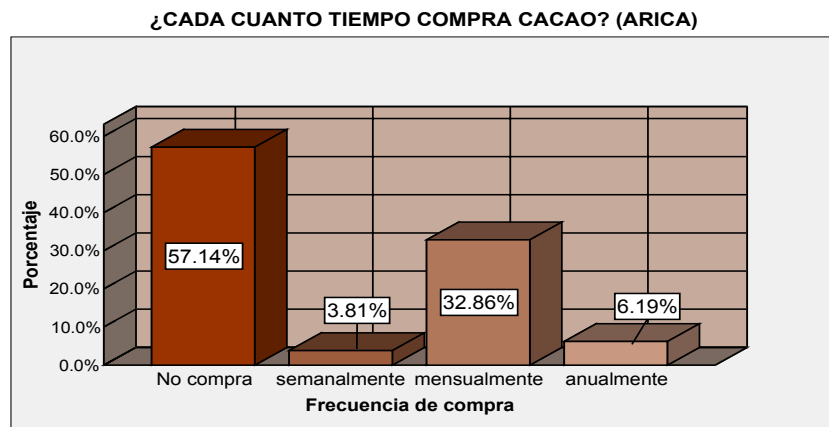
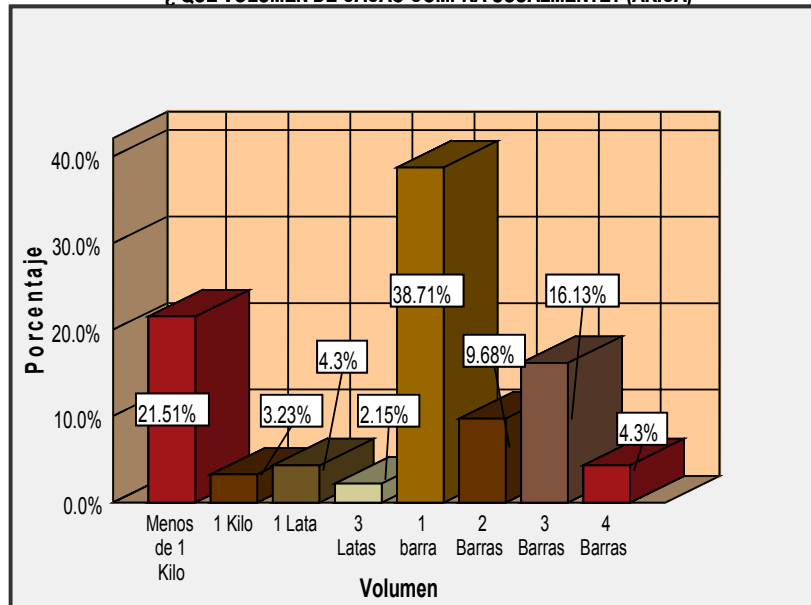


Gráfico No 71

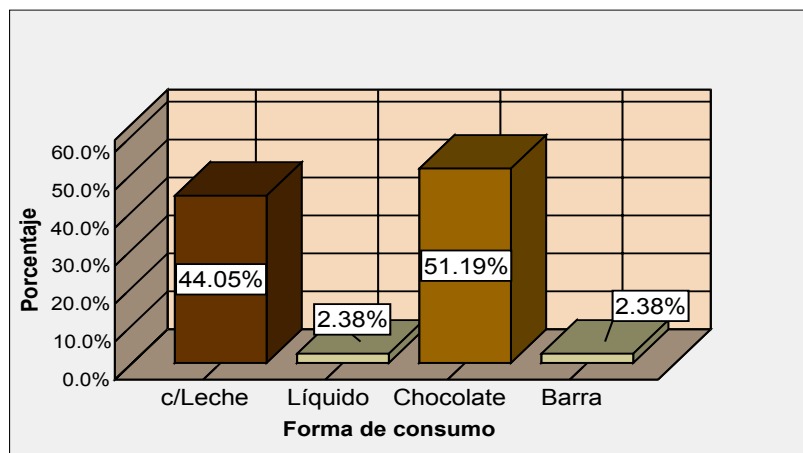
¿ QUÉ VOLUMEN DE CACAO COMPRA USUALMENTE? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 72

¿DE QUÉ MANERA CONSUME EL CACAO? (ARICA)



Elaboración: Propia

Como se podrá apreciar por los gráficos precedentes, tanto en Arica, como en Iquique, el consumo de cacao no está desarrollado; las formas más comunes de consumir este producto son: en barras de chocolate, generalmente de industria chilena, y a la hora del té o del desayuno, derretido y mezclado con leche caliente.

Es evidente que a pesar de ser un producto de consumo masivo, la frecuencia de su consumo en la 1ra. Región de Chile, no es muy elevada. Presumiblemente, al ser un producto agropecuario de producción en áreas tropicales, la escasez y su precio – aspecto que se ha podido evidenciar - no es

lo suficientemente atractivo para su difusión e inclusión en la canasta familiar del ciudadano común, como sucede en Perú o Bolivia.

Gráfico N° 73

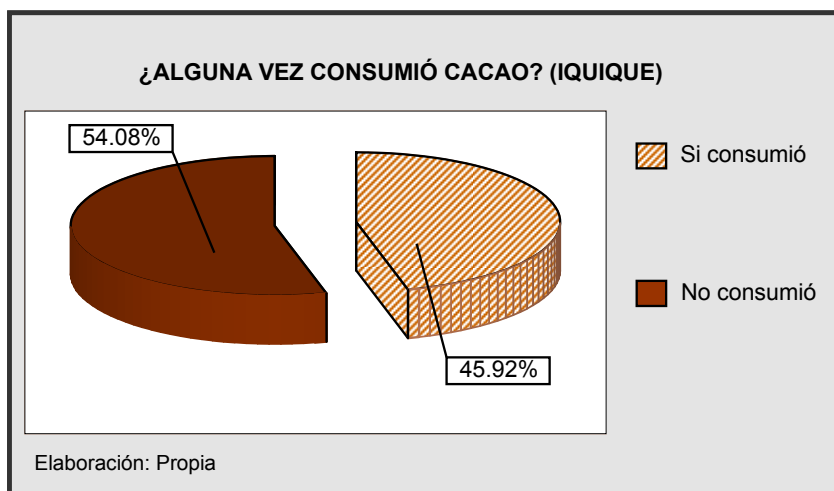


Gráfico N° 74

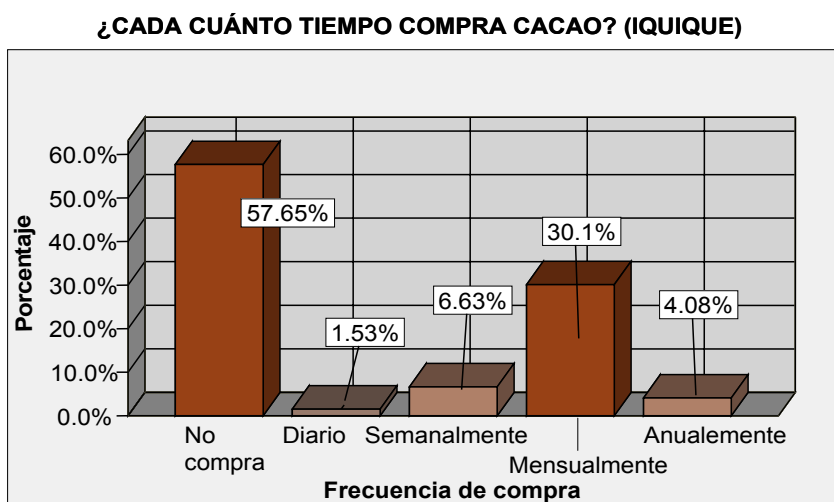
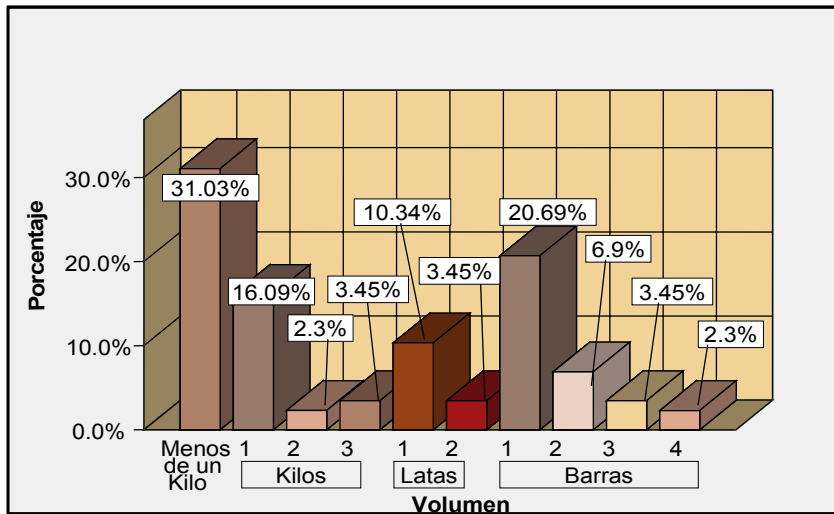


Gráfico N° 75

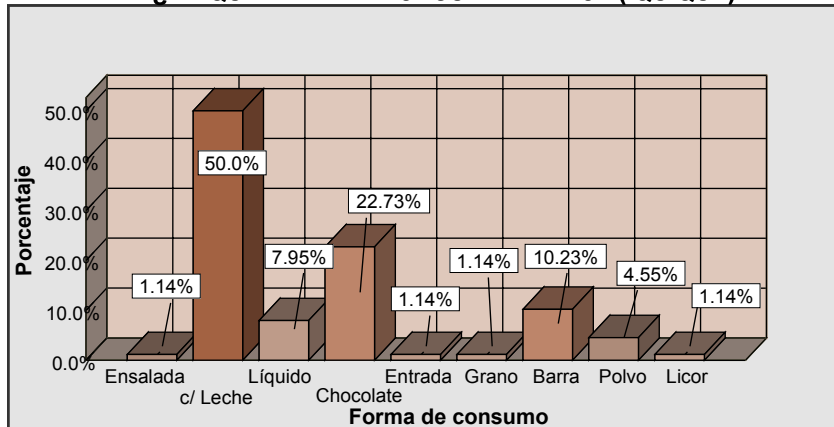
¿QUÉ VOLUMEN DE CACAO COMPRA USUALMENTE? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 76

¿DE QUÉ MANERA CONSUME CACAO? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Existe un mercado potencial en la 1ra. Región de Chile muy interesante para este producto; no sólo para la comercialización de cacao en sus diferentes formas (barra o chocolate, tanto para comer directamente o para derretir y servir en taza, como cocoa o en polvo para tomar con agua o leche), sino también para desarrollar emprendimientos conjuntos de industrialización de la materia prima boliviana, misma que no llega a ser industrializada dentro del país en su integridad y que existe en abundancia.

3. REUNIONES CON INSTITUCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS EN LAS 4 CIUDADES

Se sostuvieron reuniones con representantes de diversas instituciones públicas y privadas en las ciudades de Arica, Iquique y Oruro, y entre las principales, se mencionan las siguientes:

Arica

- El Alcalde, Señor Carlos Valcarce Medina
- El Jefe de Gabinete del Alcalde, Señor Juan Carlos Poli Iglesias.
- Con el Administrador Municipal, Señor Carlos Castillo
- Con la Directora del Centro de Información Empresarial de la Alcaldía, Señora Liliana Quinteros Tagle
- Así como con la Ing. Nicole Vinette, Técnico del mismo Centro.

Se recogió información valiosa de las proyecciones económicas y comerciales de la ciudad de Arica y de algunos requerimientos que bien podrían ser cubiertos por la oferta de productos bolivianos de estas regiones. Asimismo, se logró el compromiso de respaldo oficial y apoyo en cualquier emprendimiento posterior que se desarrolle, con el fin de incrementar el flujo comercial entre ambas regiones, en beneficio mutuo.

Se realizaron también las siguientes reuniones:

- El Administrador de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Turismo de Arica A. G. Señor Fernando Moreno Roldán, quien proporcionó la relación de las empresas asociadas a esta organización gremial, mismas que se encuentran en la página web de de esta organización habiendo seleccionado aquellas que podrían convertirse en potenciales importadores, comercializadores de productos bolivianos o que podrían estar interesados en formar alianzas estratégicas con empresarios bolivianos.
- El Director del Programa Agencia de Promoción de Inversiones, Señor Roberto Herrera Riquelme y con Representante de la Corporación de Fomento (CORFO), para la Región de Tarapacá, Señor Leonel Claros; con quienes se intercambiaron una serie de criterios sobre las posibilidades reales de incrementar el flujo comercial de productos bolivianos a la 1ra. Región de Chile, quienes nos proporcionaron información valiosa para la presente consultoría.
- El Cónsul General Adjunto de Bolivia en Arica, Señor Guillermo Gutiérrez de las Heras, mencionó algunos de los problemas más frecuentes en Arica, para con los empresarios bolivianos que desean hacer negocios en Chile, como por ejemplo, las dificultades para abrir cuentas corrientes en los bancos, entre otros.
- El Señor Renato Beyzaga, Administrador responsable del Parque Industrial de Chacayuta, se analizaron las posibilidades de inversiones

conjuntas entre empresarios de ambos países. Mencionó el interés creciente que existe entre empresarios de Bolivia por estudiar la posibilidad de instalar plantas procesadoras de productos en este Parque Industrial, para desde allí abordar el mercado chileno y principalmente exportar a terceros países, aprovechando las ventajas de la Ley Arica, del Parque Industrial y los convenios de Libre Comercio que tiene Chile con una serie de países.

- Se sostuvieron reuniones con empresarios ariqueños, como ser: Hugo Paco, del sector turismo; Orlando Péndola y José Luís Torres, ambos comerciantes importadores de frutas; Hugo Paco del sector turismo, entre otros; como también con comerciantes minoristas de la Feria Agropecuaria o Feria del Agro y de diversas tiendas pequeñas de diferentes rubros.

Iquique

En la ciudad de Iquique se centró la atención del sector empresarial, puesto que en esta ciudad, la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Turismo de Iquique A. G. representa a la CORFO en calidad de Agente Operador, y aglutina a casi la totalidad de empresas comerciales, que son las que interesan de manera particular para el presente trabajo.

- La Gerente General de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Turismo de Iquique A. G. Señora Jessica Salles; con la Ejecutiva de Fomento y Desarrollo Empresarial, Señora María Claudia Caqueo Carrizo; la Responsable del Área de Integración, Señora María Teresa Martinetti; y con la Vicepresidenta de la Institución, Señora Gloria Delucchi Álvarez, proporcionaron la relación de las empresas chilenas asociadas a esta organización y el compromiso de cooperar en todo lo que esté a su alcance para el logro de los objetivos de este trabajo.
- De igual forma, el Alcalde de Iquique, Señor Jorge Soria Quiroga, con el señor Marcos Pérez, Administrador Municipal y con el Director de Relaciones Internacionales de la Alcaldía, Señor Claudio César González, demostraron su interés en cooperar en cualquier emprendimiento que se genere para incrementar las relaciones comerciales entre Bolivia y la 1ra. Región de Chile, particularmente con Iquique. Prueba de lo cual, durante la segunda quincena del mes de mayo del presente año, generó la visita de un grupo de parlamentarios bolivianos en una caravana que fue a recibir hasta la frontera acompañada de medios de comunicación.
- El Cónsul de Bolivia en Iquique, señor Jorge Oswaldo Rocha, quien mostró su interés en cooperar y tratar de facilitar las gestiones en esa localidad para los emprendimientos bolivianos que deseen impulsar el comercio bilateral en aquel mercado. Comentó sobre la reciente realización de una pequeña muestra de 5 empresas medianas productoras de muebles de madera, quienes realizaron una exposición de sus trabajos en un área abierta de la ZOFRI y que mereció el reconocimiento de los medios de comunicación locales y los

comentarios favorables de una serie de autoridades locales y del público que tuvo la oportunidad de ver estos productos.

- Al igual que en Arica, se mantuvo reunión con el Señor Claudio Buchette Cirano, Director Provincial de CORFO, habiendo intercambiado criterios sobre las posibilidades efectivas de realizar alianzas estratégicas entre empresarios de ambos países y la forma de hacer efectivas estas alianzas en aquellos sectores económicos que se mencionan en este informe.
- Hubo también reuniones con académicos, especialistas en materia de comercio exterior, como el Señor Héctor Varas de la Universidad Arturo Pratt; con Reyes del sector turismo; y una serie de comerciantes minoristas en la Feria Campesina o Feria del Agro y diversas tiendas minoristas de ropa, artesanías y abarrotes, entre otros.

Oruro

En la ciudad de Oruro, se mantuvo reunión con el Gerente General de la Cámara de Exportadores de Oruro (CADEXOR), Señor Ramiro Llanos y con algunos empresarios exportadores de cereales andinos, como el Señor Javier Hurtado, además miembro del Directorio de la Asociación de Productores de Productos Orgánicos de Bolivia (AOPEB); empresarios del sector quinuero, como ser el Presidente de la Cámara de Productores de Quinoa (CADEQUIR), Señor Oscar Mamani, entre otros.

La Paz

En La Paz, se contactaron una serie de instituciones, públicas y privadas.

- El señor Gary Rodríguez, Gerente General del Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) y con la Señora Soraya Fernández, Gerente de la oficina regional del IBCE en la ciudad de La Paz, comprometiéndose a colaborar en la facilitación de encuentros y contactos empresariales entre exportadores bolivianos e importadores chilenos, así como a facilitar la información que cualquier empresario chileno requiera acerca de productos o productores bolivianos poniendo a su disposición sus bases de datos.
- De igual forma, con el señor Clover Paz y la Señora Ana Carola Balcázar, Presidente y Gerente General de la Cámara Nacional de Exportadores (CANEB) respectivamente, quienes, al igual que el IBCE se comprometieron a cooperar con la información y apoyo que esté a su alcance.
- El Señor Mauricio Taborga y Rodolfo Vega, Presidente y Director respectivamente de la Cámara de Comercio Boliviano Chilena, quienes se comprometieron a colaborar en aquellos emprendimientos y eventos que pretendan apoyar el incremento de las relaciones comerciales de ambas regiones.

- De igual manera, con algunas de las autoridades recientemente nombradas por el nuevo Gobierno Boliviano, entre ellas: el Viceministro de Exportaciones, señor Gustavo Barberí y el Viceministro de la Pequeña y Mediana Empresa, señor Ramiro Uchani, con quien desde su anterior cargo de Presidente de la Confederación Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa comparte el criterio de fomentar el desarrollo de la actividad exportadora de la PyMEs bolivianas aprovechando los mercados naturales de las ciudades fronterizas.
- El señor Vladimir Ferrel, Director General de Comercio y Negociaciones Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de Bolivia y representantes del Centro de Promoción Bolivia, demostrando en todo momento su disposición para incentivar y coadyuvar a facilitar un mayor y más fluido flujo de comercio exterior entre ambas regiones.

4. CONDICIONES DE COMPETENCIA EN LOS MERCADOS CHILENOS PARA LOS PRODUCTOS BOLIVIANOS

Una vez identificados con precisión los productos, tanto bolivianos, como la potencialidad chilena en la 1ra. Región serán desarrollados con la amplitud necesaria, los aspectos contenidos en este punto, que son los relacionados con:

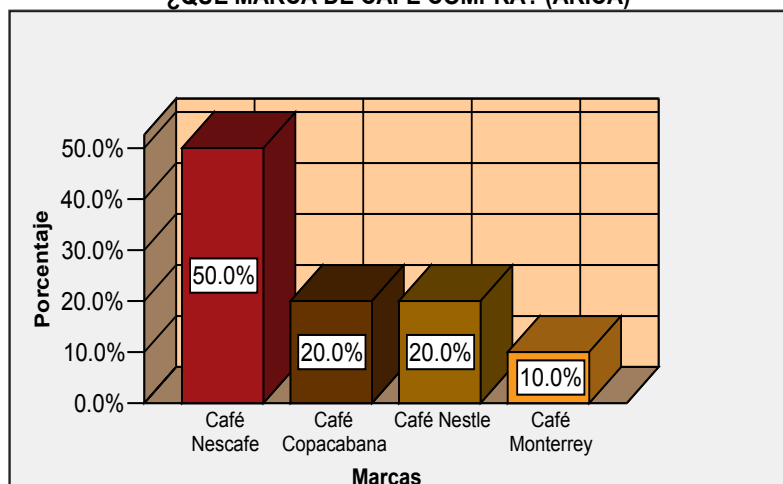
4.1 Competidores

Para aclarar el panorama competitivo existente en las localidades de Arica e Iquique de 1ra. Región chilena respecto de los productos estudiados, se realizó una encuesta a los habitantes de estas localidades, entre 25 y 50 años, con el fin de identificar las marcas más conocidas y consumidas de los productos de interés para el presente informe.

4.1.1 Café en grano o para destilar.

Gráfico N° 77

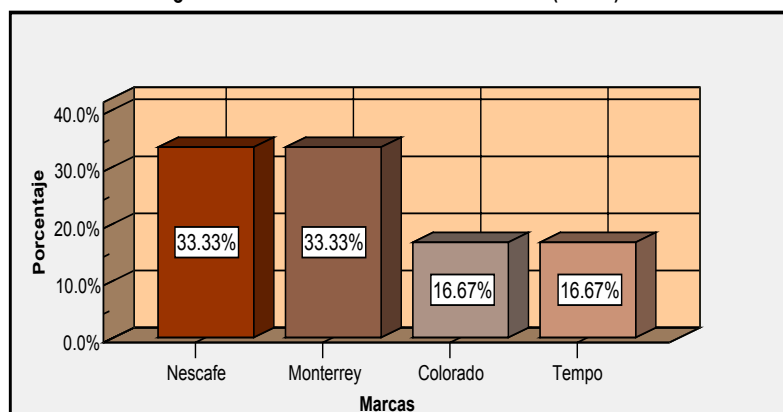
¿QUÉ MARCA DE CAFÉ COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 78

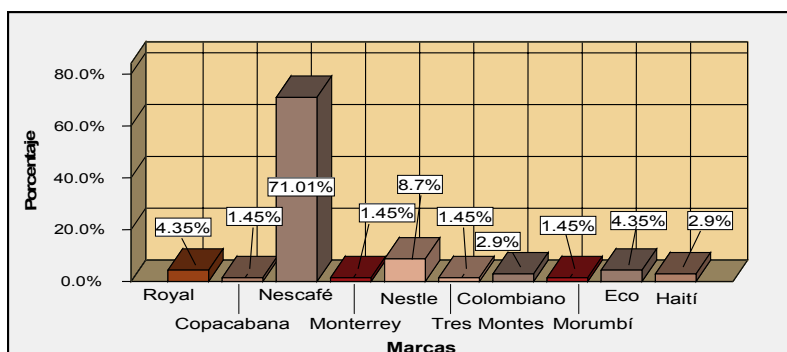
¿QUÉ OTRAS MARCAS DE CAFÉ CONOCE? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 79

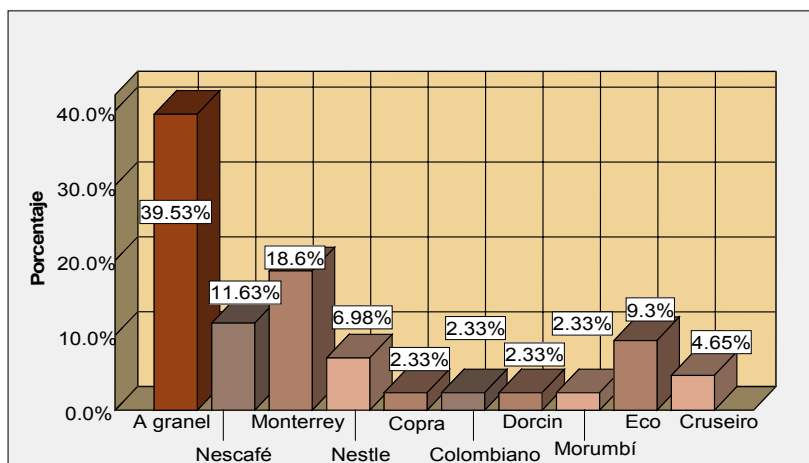
¿QUÉ MARCA DE CAFÉ COMPRA USUALMENTE? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 80

¿QUÉ OTRA MARCA DE CAFÉ CONOCE? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

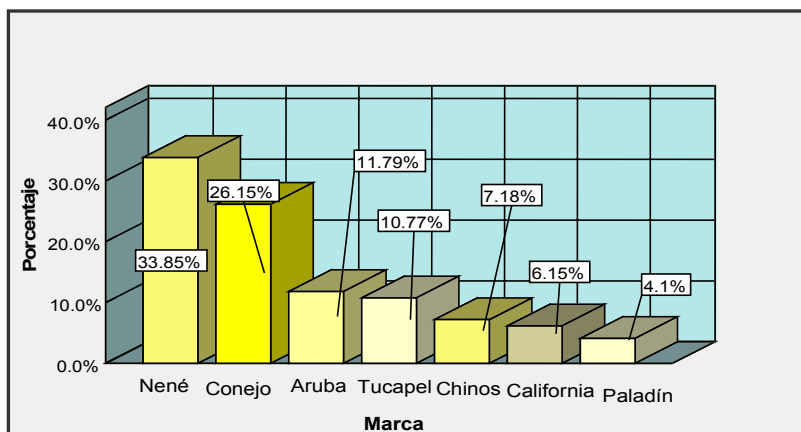
Como se ha podido apreciar en los cuadros anteriores, las marcas preferidas y las más recordadas por los encuestados son marcas que comercializan café soluble. Son muy pocas las personas que mencionaron marcas de café tostado en grano. De estas apreciaciones, podemos concluir que, si bien el mercado actual de café destilado (que consume el tipo de café producido en Bolivia) no es muy grande, este mercado potencialmente en crecimiento no presenta por el momento, marcas líderes de café.

Sea en sociedad, haciendo alianzas estratégicas con empresarios chilenos para la producción y envasado (etiqueta privada) o simplemente para la comercialización, o bien en forma independiente, tratando de capturar una porción de este mercado, comercializando las marcas existentes en Bolivia o una nueva marca que se ajuste más a la idiosincrasia del habitante de la región de Tarapacá, este mercado es interesante y con muy buenas perspectivas.

4.1.2 Arroz

Gráfico N° 81

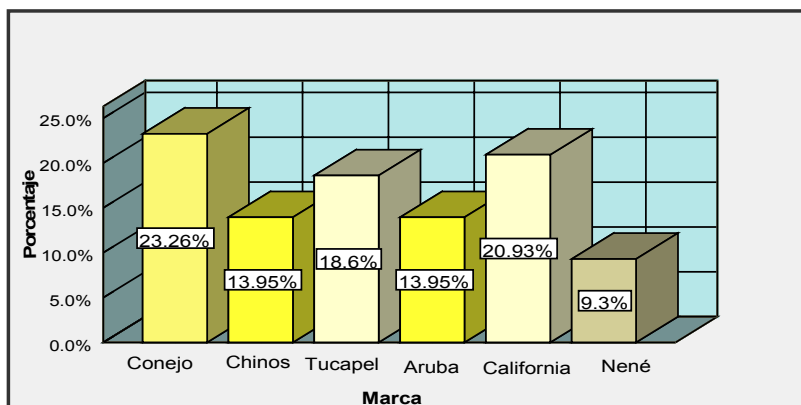
¿QUÉ MARCA DE ARROZ COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 82

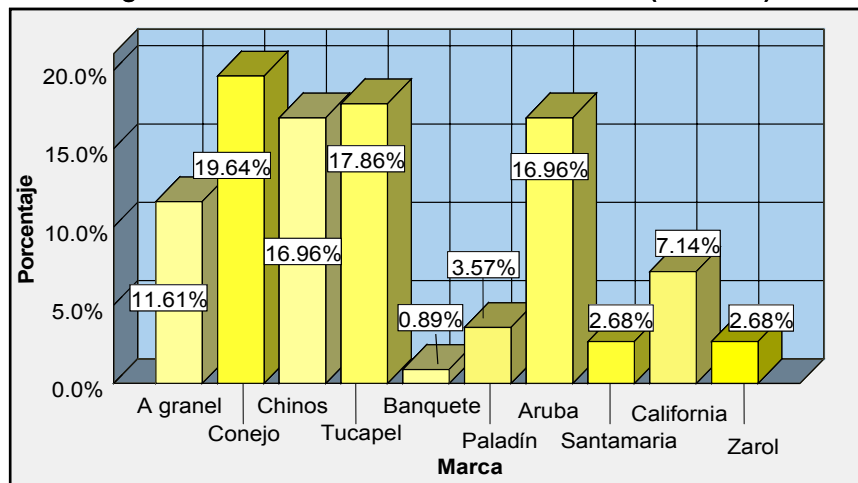
¿QUÉ OTRAS MARCAS DE ARROZ CONOCE? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 83

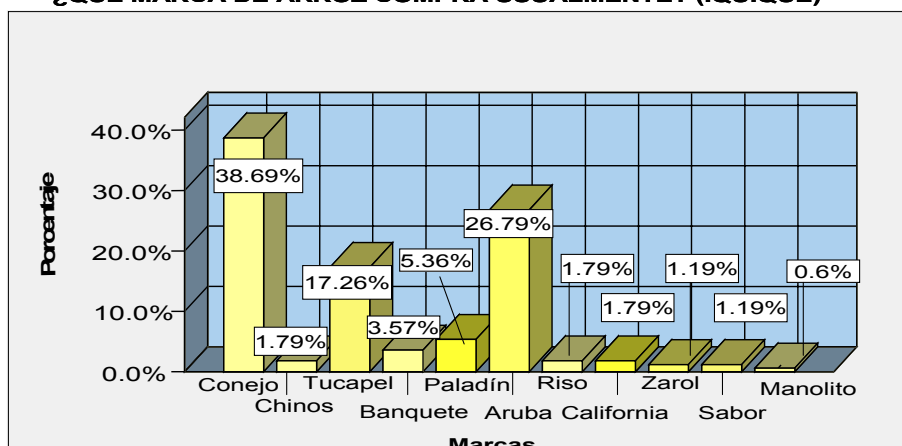
¿QUÉ OTRA MARCA DE ARROZ CONOCE? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 84

¿QUÉ MARCA DE ARROZ COMPRA USUALMENTE? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

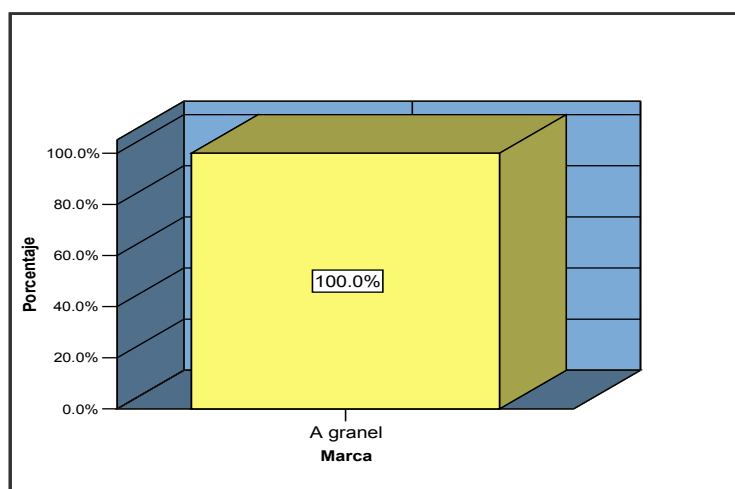
El consumo de arroz es muy importante en la canasta familiar de ambas ciudades y la competencia que existe entre las marcas es muy grande. Como se observa de las gráficas precedentes, la torta del mercado se encuentra bastante fraccionada sin que se evidencie un líder claramente definido.

Los comercializadores de este producto invierten en publicidad a través de medios de comunicación masiva, hacen concursos promoviendo el consumo de sus marcas y, en términos generales se podría afirmar que existen barreras importantes de acceso al sector basadas en posicionamiento y economías de escala que simplemente hacen más difícil la competencia y el ingreso de nuevas marcas al mercado.

4.1.3 Quinua

Gráfico N° 85

¿QUÉ OTRA MARCA DE QUINUA CONOCE? (IQUIQUE)



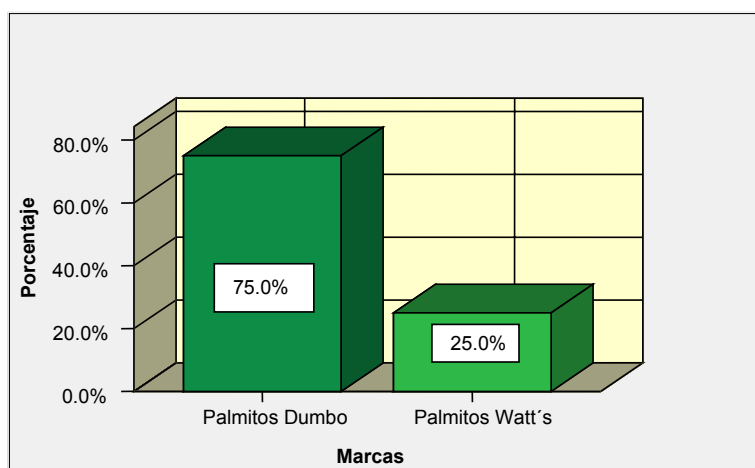
Elaboración: Propia

El consumo de quinua, tanto en el mercado de Arica, como en el de Iquique no presenta competidores con marcas posicionadas en el mercado. Es un consumo incipiente, en franco proceso de crecimiento, en el cual la competencia identificada, prácticamente no existe, pues la comercialización de este producto se realiza a granel y, a pesar de existir en fraccionamiento o embolsado del producto en algunos supermercados, estos paquetes no se identifican con ninguna marca en particular.

4.1.4 Palmito

Gráfico N° 86

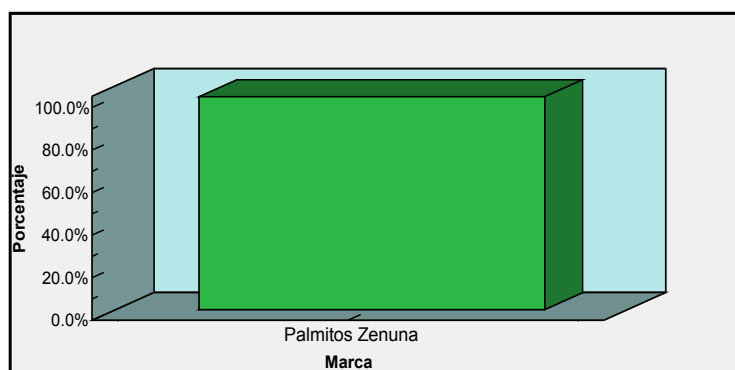
¿QUÉ MARCA DE PALMITOS COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 87

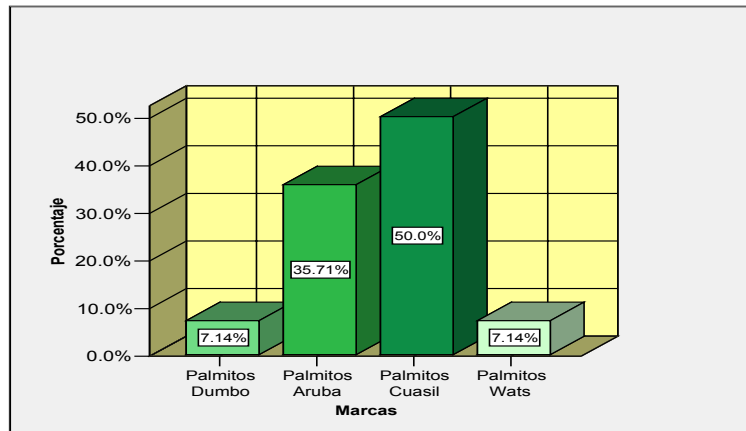
¿QUÉ OTRAS MARCAS DE PALMITO CONOCE? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 88

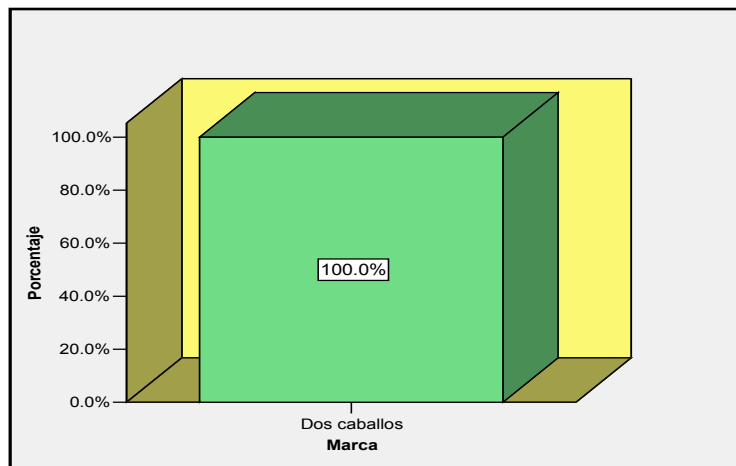
¿QUÉ MARCA DE PALMITO COMPRA USUALMENTE? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 89

¿QUÉ OTRA MARCA DE PALMITO CONOCE? (IQUQUE)



Elaboración: Propia

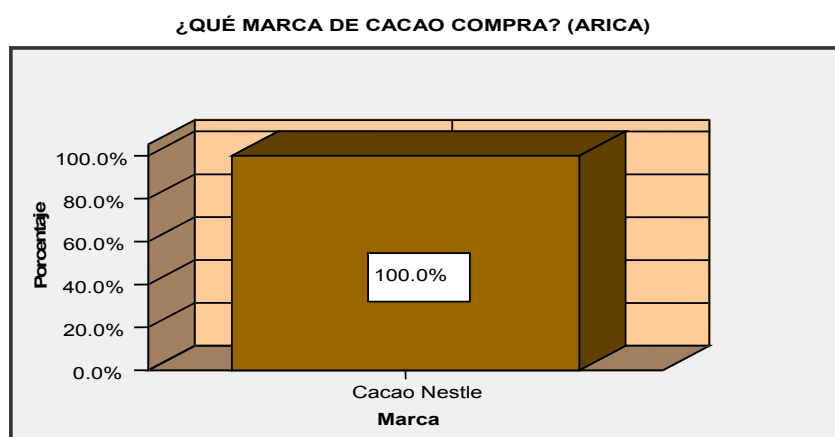
Como se ha podido apreciar en los 4 gráficos precedentes, no existe una marca posicionada de palmitos, ni en Iquique y menos en Arica. Por las conversaciones sostenidas, tanto con encuestados como con administradores de supermercados y tiendas de comestibles, son pocos los clientes que piden palmitos en conserva y casi ninguno tiene una marca preferida. De estas observaciones se infiere que la marca que introduzca su producto con una buena distribución, no necesitará invertir mucho en publicidad, pues será suficiente con tener el producto en la mayor cantidad de puntos de venta posibles y darle continuidad a esta política para posicionarse en el mercado.

4.1.5 Cacao

Como se podrá apreciar en los cuadros siguientes sobre recordación de marcas, ni en Arica, ni en Iquique los entrevistados responden afirmativamente a una sola marca; básicamente conocen algunas marcas cuyos productos característicos son: chocolate en barra para comer y algunas otras que tienen productos con sabor a chocolate; pero, en ninguna de estas dos localidades respondieron focalizando sus respuestas a una marca líder; ni siquiera sucedió esto con la marca “Costa”, que es chilena.

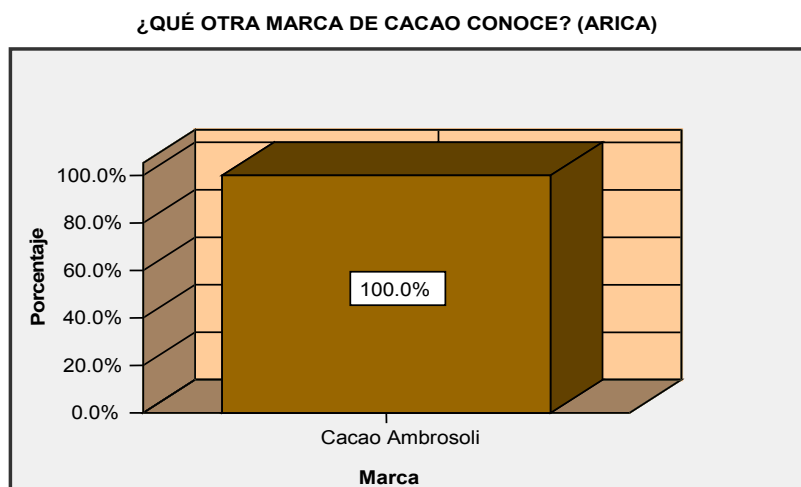
Esta información corrobora la idea de la oportunidad que existe para posicionar una marca nueva, extranjera o incluso local (producir con la marca del distribuidor).

Gráfico N° 90



Elaboración: Propia

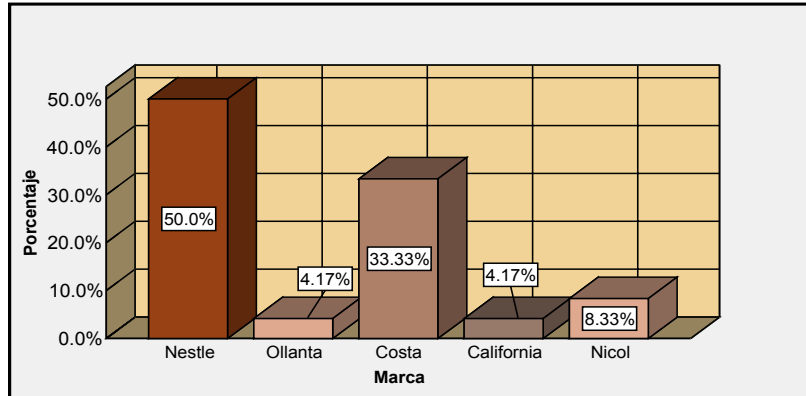
Gráfico N° 91



Elaboración: Propia

Gráfico N° 92

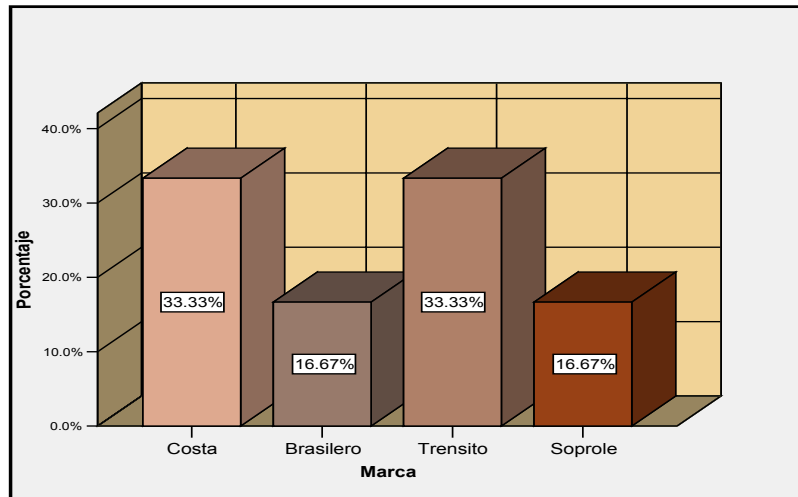
¿QUÉ MARCA DE CACAO COMPRA USUALMENTE? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 93

¿QUÉ OTRA MARCA DE CACAO CONOCE? (IQUIQUE)

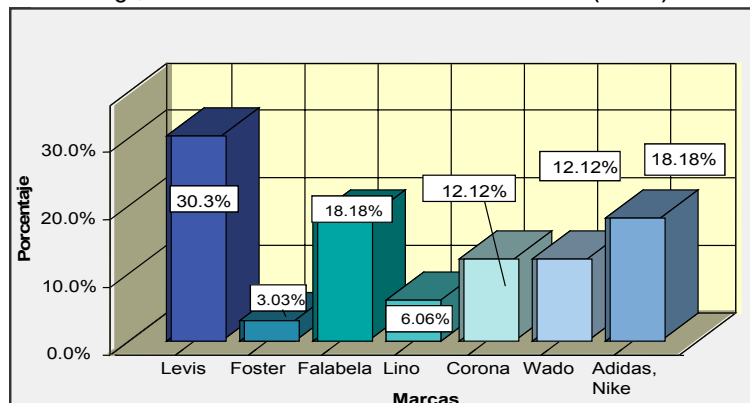


Elaboración: Propia

4.1.6 Confecciones Textiles

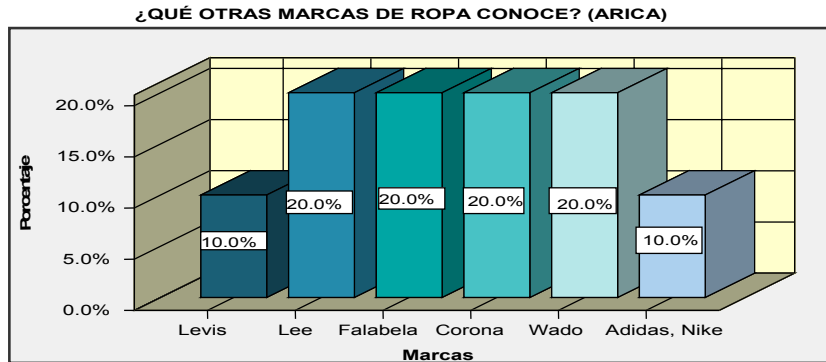
Gráfico N° 94

¿QUÉ MARCA DE ROPA COMPRA USUALMENTE? (ARICA)



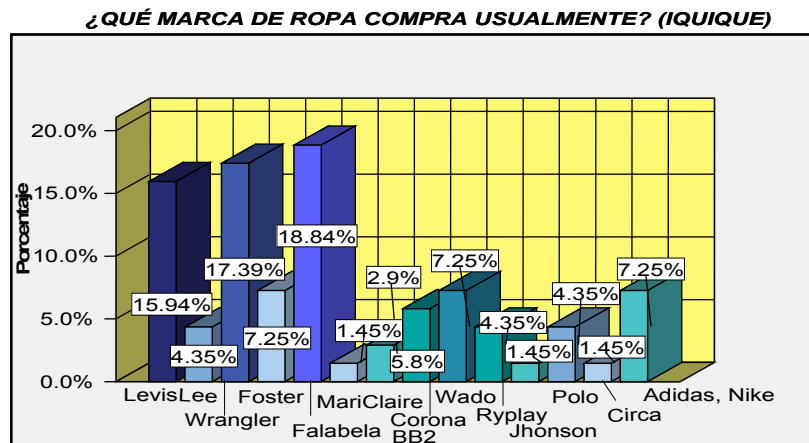
Elaboración: Propia

Gráfico N° 95



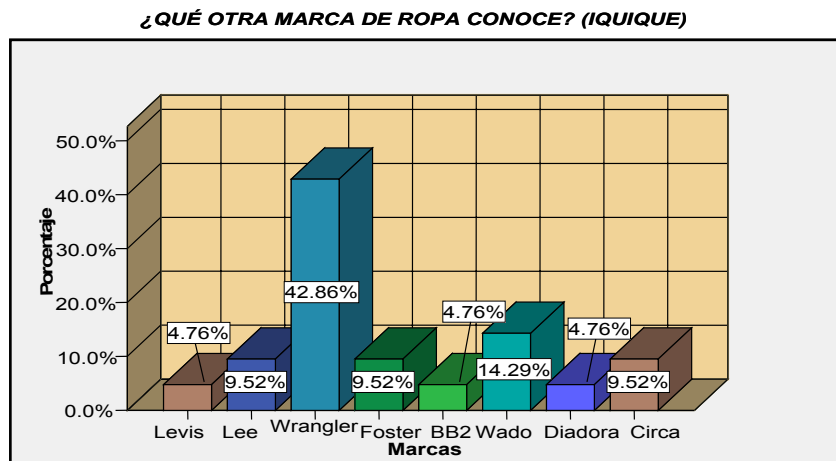
Elaboración: Propia

Gráfico N° 96



Elaboración: Propia

Gráfico N° 97



Elaboración: Propia

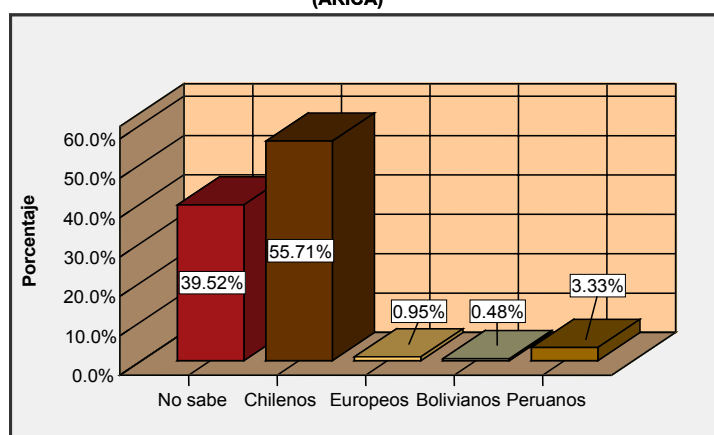
Como se desprende de los gráficos anteriores, los habitantes de la 1ra. Región de Chile tienen claramente identificadas las marcas de prendas de vestir de su preferencia; y entre ellas figuran algunas que son nacionales y que son producidas para su comercialización en las cadenas de tiendas del mismo nombre. En estos casos, los entrevistados identifican el nombre de la tienda o lugar de compra de ropa con la marca de ésta, por ejemplo “Falabela” o “Corona”, quienes evidentemente encargan la producción de ropa con etiqueta privada, pero que no necesariamente llevan en la etiqueta el nombre de la tienda, aspecto que para el efecto es intrascendente.

4.1.7 Muebles de madera

Para el caso de los muebles de madera, éstos no se identifican con marcas especiales, pues no existe en estas localidades tiendas comerciales que hayan ganado el prestigio suficiente en este sector como para posicionar una marca de muebles; sin embargo, como se puede observar en los siguientes gráficos, los potenciales compradores sí identifican o tienen una idea clara de la procedencia de los muebles que compran.

Gráfico N° 98

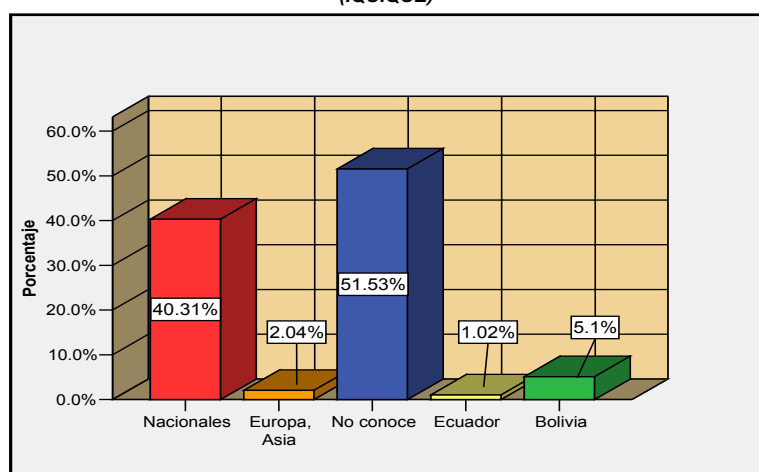
**¿QUÉ PROCEDENCIA TIENEN LOS MUEBLES DE MADERA QUE COMPRA?
(ARICA)**



Elaboración: Propia

Gráfico N° 99

**¿QUÉ PROCEDENCIA TIENEN LOS MUEBLES DE MADERA QUE COMPRA?
(IQUIQUE)**

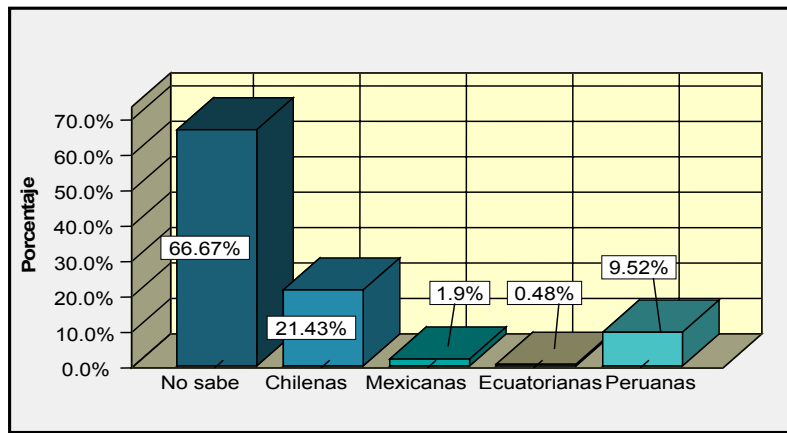


Elaboración: Propia

4.1.8 Joyas

Para el caso de las manufacturas de joyería en oro o plata, aparentemente el mercado de este producto en Arica e Iquique no significaría una oportunidad interesante, pues las producciones a escala de estas industrias requieren de mercados más grandes y con hábitos de consumo de estos productos más dinámicos. Como se puede apreciar, por las respuestas de los entrevistados en las siguientes gráficas, el origen o procedencia de las joyas no tiene mucha importancia para los clientes potenciales, pues las compras de estos productos son muy esporádicas y no precisamente de joyas costosas.

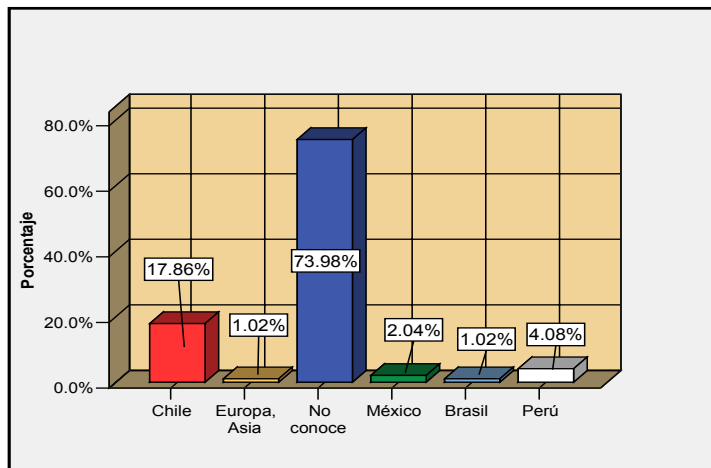
Gráfico N° 100
¿QUÉ PROCEDENCIA TIENEN LAS JOYAS QUE COMPRA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 101

¿QUÉ PROCEDENCIA TIENEN LAS JOYAS QUE COMPRA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

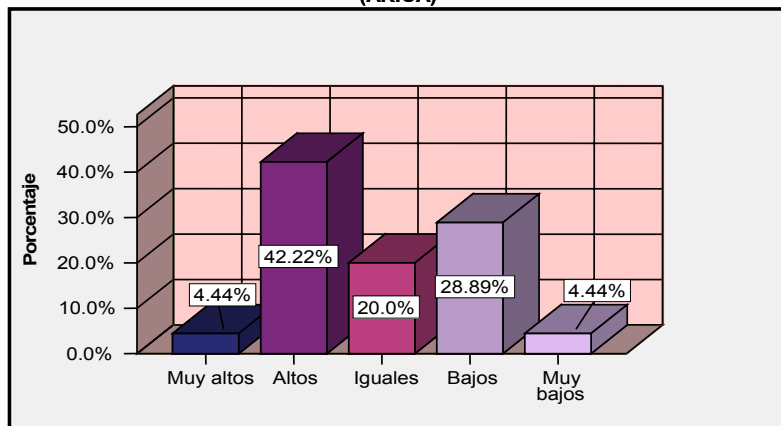
4.2 Precios

Al igual que el punto anterior, al no existir información estadística actualizada y completa, se indagó directamente con los usuarios, compradores y comercializadores de los productos bolivianos identificados.

Las respuestas obtenidas presentan un panorama bastante interesante del concepto generalizado que tienen los habitantes de la 1ra. Región de Chile sobre el precio de los productos bolivianos.

Gráfico N° 102

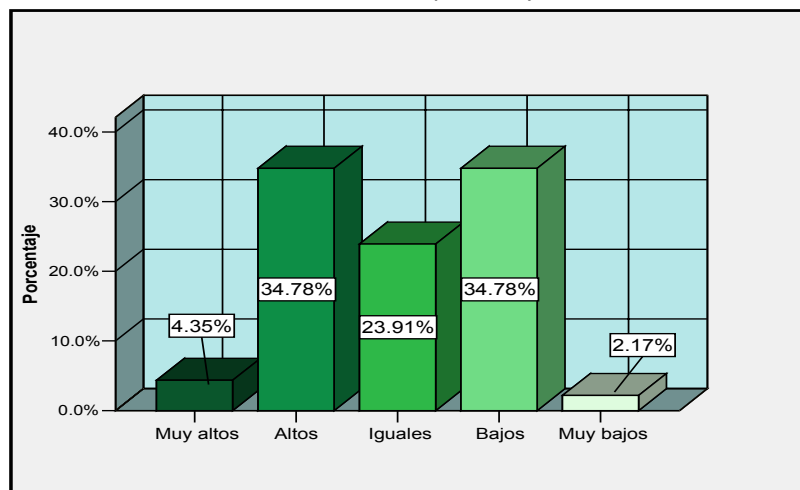
**¿CÓMO CALIFICA USTED A LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS BOLIVIANOS?
(ARICA)**



Elaboración: Propia

Gráfico N° 103

**¿CÓMO CALIFICA USTED A LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTO
BOLIVIANOS? (IQUIQUE)**



Elaboración: Propia

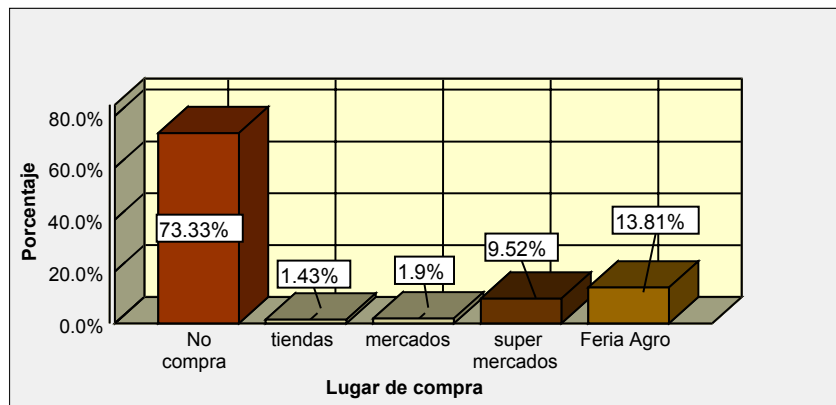
La curva que presentan los gráficos elaborados con las respuestas de ambas ciudades plantea un criterio que se podría calificar de normal; tan normal, que hasta hace pensar en un público poco informado. Esta aseveración se corrobora más adelante respecto a la cantidad de comentarios realizados sobre la necesidad de hacer más publicidad de los productos bolivianos (último gráfico).

4.3 Canales de comercialización

Ante la ausencia de información oficial, la encuesta realizada no ha permitido establecer algunas pautas para definir los canales de comercialización habituales de los productos identificados, mismos que a continuación se detalla.

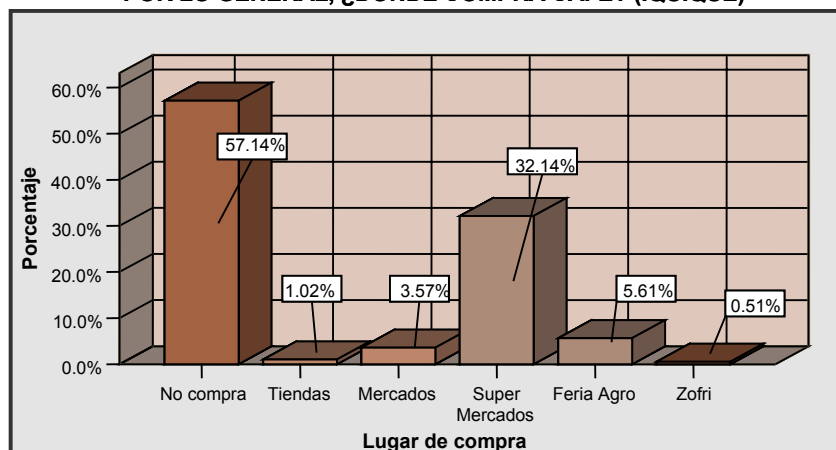
4.3.1 Café en grano o para destilar

Gráfico N° 104
POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA CAFÉ? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 105
POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA CAFÉ? (IQUIQUE)



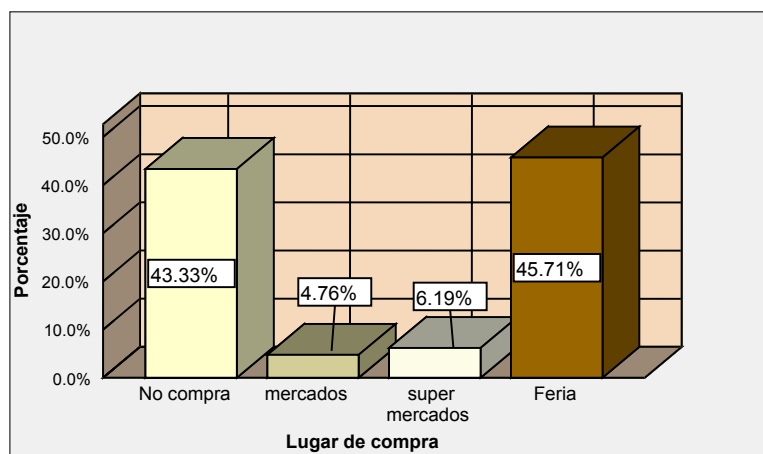
Elaboración: Propia

Para el caso del café en grano, queda claro que el mejor canal de comercialización es a través de las cadenas de supermercados. En los análisis anteriores, respecto de este producto, se estableció que es un mercado incipiente, pero con interesantes perspectivas; que los consumidores consumen más café soluble que café para destilar y de las marcas más conocidas internacionalmente. Pues se considera que será en esos mismos puntos de venta, donde actualmente compra el café soluble, donde tendrá que encontrar las nuevas propuestas de café para destilar.

4.3.2 Quinoa

Gráfico N° 106

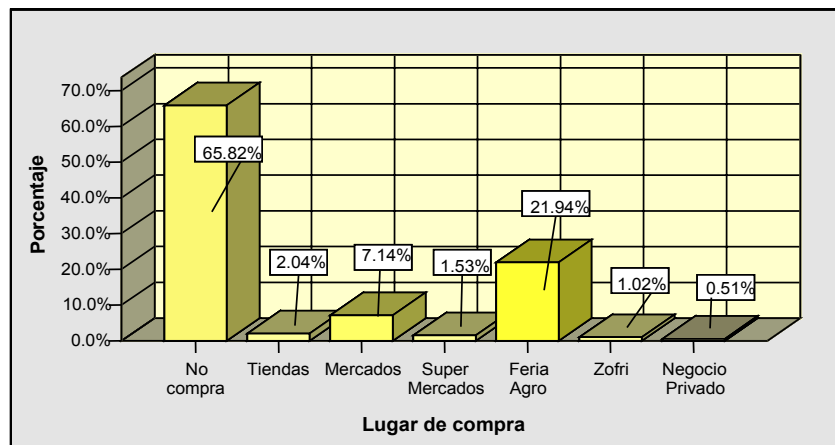
POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA QUINUA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 107

POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA QUINUA? (IQUIQUE)

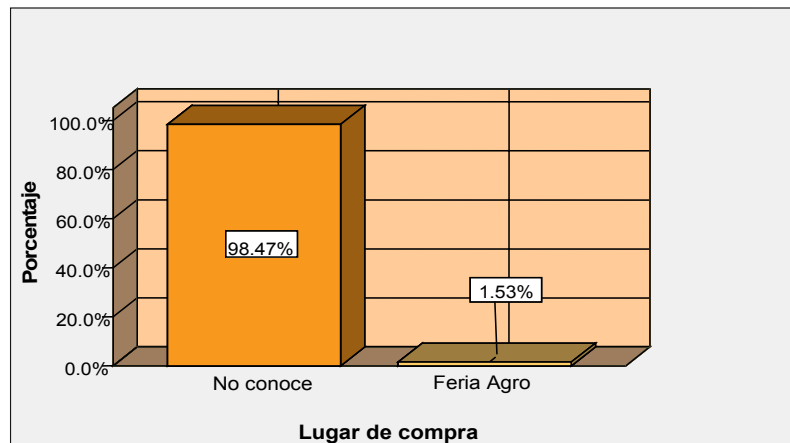


Elaboración: Propia

Para el caso de la comercialización de quinua, es importante que su introducción al mercado sea diferenciada de la quinua dulce que se compra a granel en los mercados campesinos o también llamados “Feria del Agro”. Es una buena estrategia introducir este producto a través de las cadenas de supermercados, en bolsas de medio kilogramo, con la marca del exportador y mejor aún si se lo hace con la marca del supermercado, aspecto que aseguraría una mejor penetración del mercado.

4.3.3 Amaranto

Gráfico N° 108
POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA AMARANTO? (IQUIQUE)

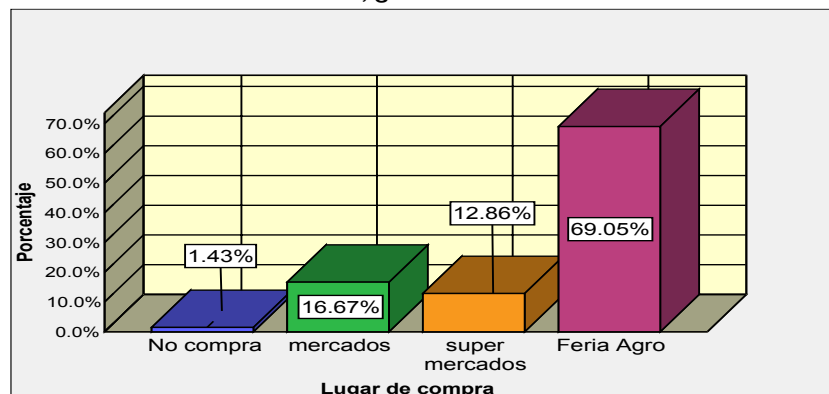


Elaboración: Propia

Ni en Arica, ni en Iquique se conoce el Amaranto. Considerando el tamaño de los actuales productores en Bolivia así como de sus comercializadores no parece factible, al menos por el momento pensar siquiera en tratar de introducir este producto al mercado de la 1ra. Región, por los costos que significaría la promoción del mismo.

4.3.4 Frutas frescas

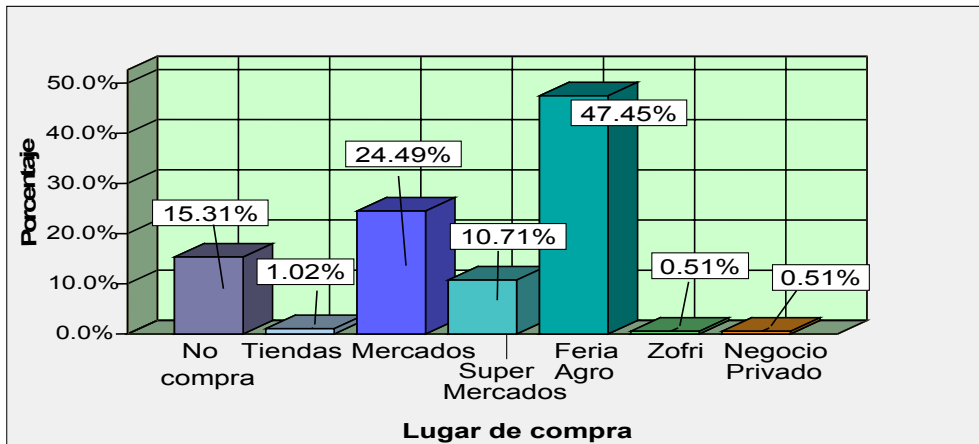
Gráfico N° 109
POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA FRUTA?



Elaboración: Propia

Gráfico N° 110

POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA FRUTA? (IQUIQUE)



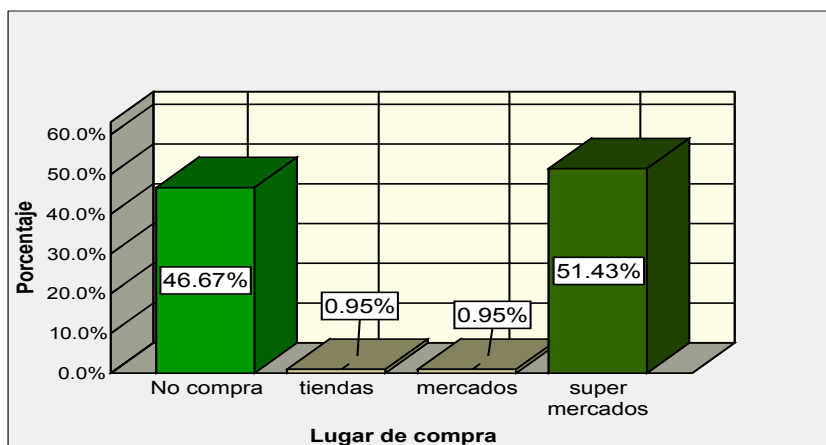
Elaboración: Propia

Se ha identificado a los importadores y distribuidores de fruta importada en Arica y en Iquique y, es a través de ellos que se puede ingresar al mercado de la 1ra. Región; haciéndoles ofertas de precios interesantes y fundamentalmente garantizando la continuidad de los embarques – aspectos que definen su preferencia por proveedores más confiables- sin embargo, cabe también la posibilidad de organizar a los productores de Bolivia, quienes organizados por sectores pudieran abrir una agencia distribuidora en la ciudad de Arica, para la comercialización de sus propios productos.

4.3.5 Palmitos

Gráfico N° 111

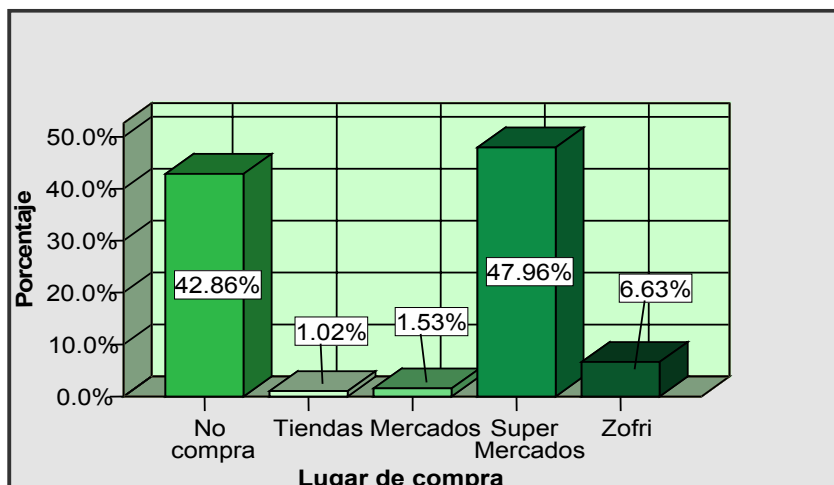
POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA PALMITO? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 112

POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA PALMITO? (IQUIQUE)



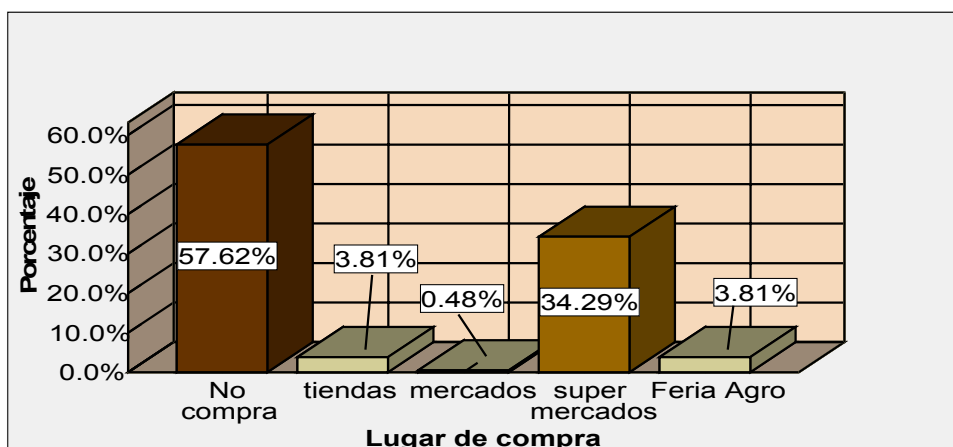
Elaboración: Propia

El canal de comercialización está claramente definido a través de las cadenas de supermercados. Actualmente, las empresas productoras se vinculan con las grandes cadenas, directamente con sus oficinas principales en Santiago; sin embargo, descuida las cadenas de supermercados locales, como es el caso de los Supermercados Palmira y Supermercados Rossi, quienes podrían significar algunos pedidos no muy grandes, pero con relativa constancia.

4.3.6 Cacao

Gráfico N° 113

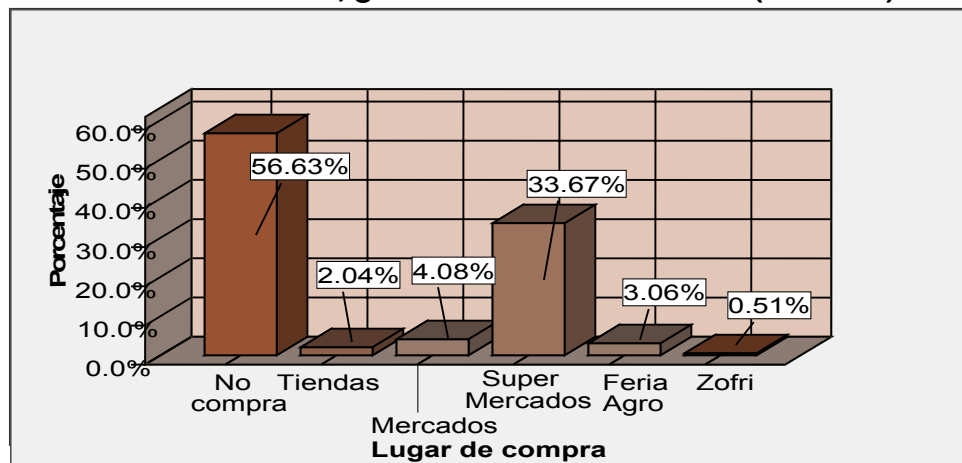
POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA CACAO? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 114

POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA CACAO? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

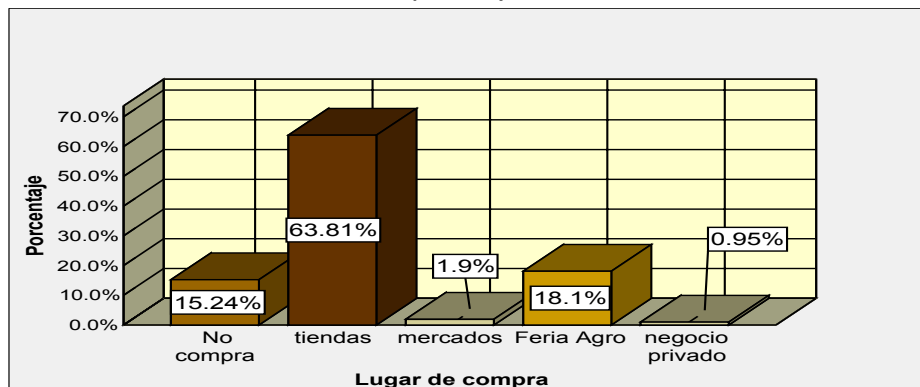
Al igual que en el caso anterior, el canal de comercialización está claramente definido a través de las cadenas de supermercados. Es de conocimiento general el hecho de la dificultad de cambiar hábitos, en este caso, el consumo de cacao, en otras formas distintas del chocolate en tabletas tardará algún tiempo; mientras tanto, sería conveniente que en las cadenas de supermercados existiese el producto, por lo menos en polvo para diluir en leche caliente; así los consumidores por novedad, los impulsivos y los pocos que actualmente conocen esta forma de producto irán generando paulatinamente el cambio de hábitos que los fabricantes quisieran.

Será conveniente que los productores y exportadores de estos productos tomen contacto con las cadenas de supermercados locales mencionadas en el punto anterior.

4.3.7 Muebles de madera

Gráfico N° 115

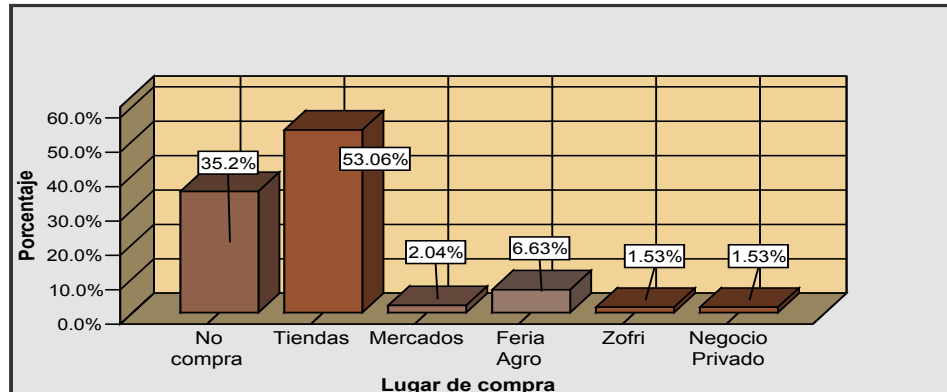
POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA MUEBLES DE MADERA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 116

POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA MUEBLES DE MADERA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

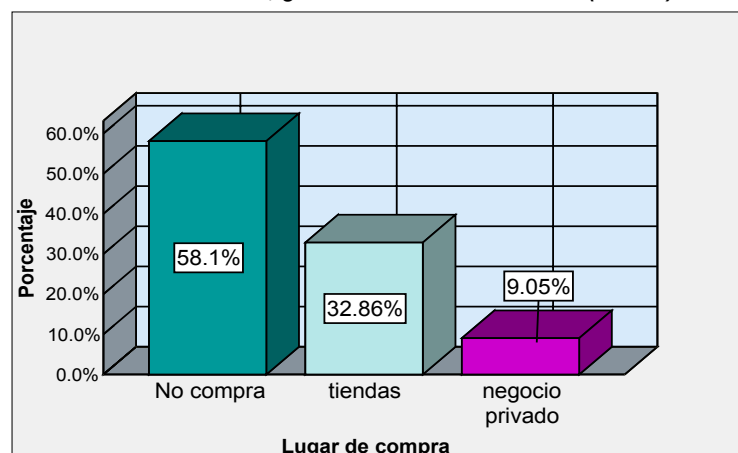
Tanto en Arica, como en Iquique, los entrevistados manifiestan que compran estos productos en tiendas; sin mencionar el nombre de las mismas. Se ha comprobado, que las tiendas especializadas exclusivamente en la venta de muebles, prácticamente no existen; son las tiendas de departamentos, como es el caso de Falabela, quienes comercializan muebles.

Conociendo las características de los requerimientos de estas cadenas de tiendas de departamentos, en cuanto a los volúmenes de sus pedidos, sus requerimientos de modelos, especificaciones de materiales, precios y fundamentalmente sus modalidades de pago, se considera conveniente que sean los productores, solos o en sociedad, quienes monten sus propios locales de comercialización en ambas localidades.

4.3.8 Joyas

Gráfico N° 117

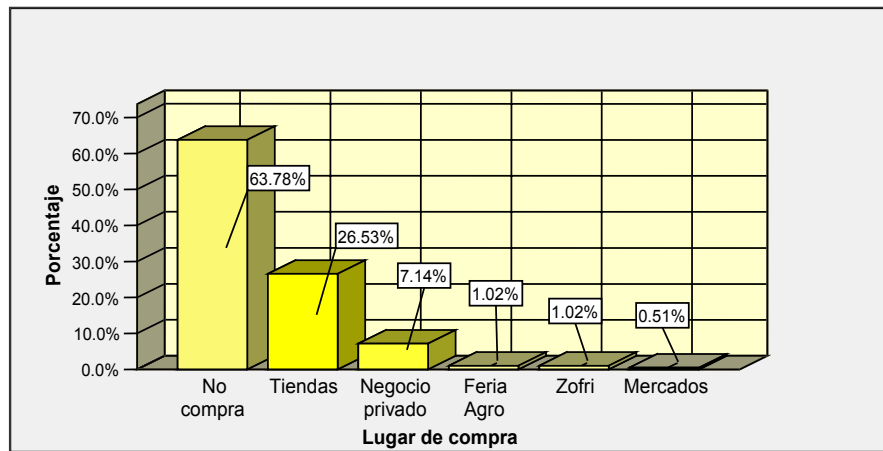
POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA JOYAS? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 118

POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA JOYAS? (IQUIQUE)



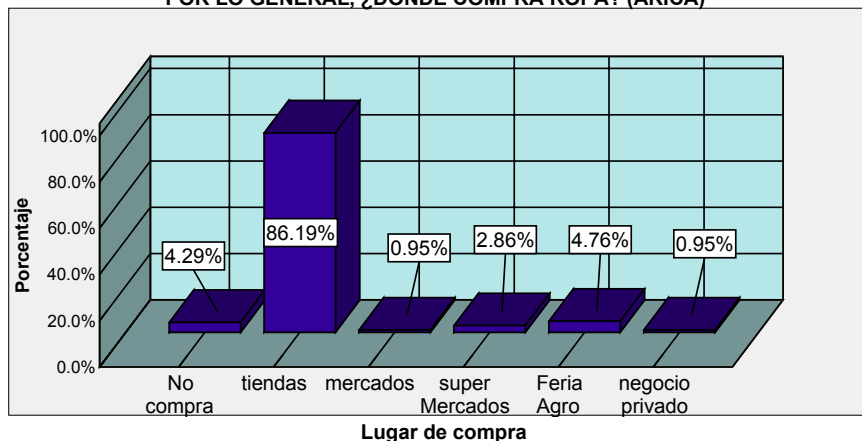
Elaboración: Propia

Como ya se mencionó, y lo corroboran las respuestas presentadas en los gráficos precedentes, Arica e Iquique no representan un mercado interesante para la comercialización de estos productos industrializados. Posiblemente pueda ser interesante para cierto tipo de joyería artesanal, que por cierto en Bolivia y hasta el momento no se exporta de manera sistemática; simplemente, este tipo de joyería se vende localmente a los turistas que visitan las ciudades en Bolivia y sus volúmenes de producción no justificarían una inversión tras la frontera.

4.3.9 Confecciones textiles

Gráfico N° 119

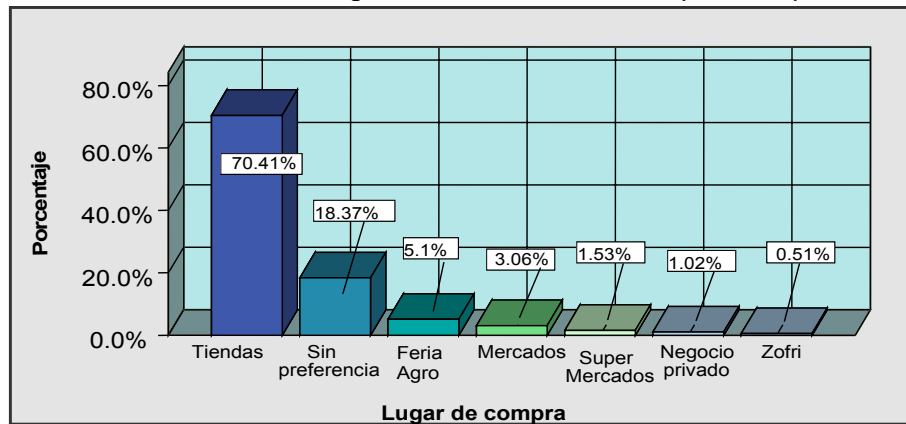
POR LO GENERAL, ¿DONDE COMPRA ROPA? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 120

POR LO GENERAL, ¿DÓNDE COMPRA ROPA? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Las cadenas de tiendas, como Jonson`s, Corona o Falabela captan la mayor parte del comercio de ropa nueva; y se realiza esta aclaración porque desde hace algún tiempo se está comercializando ropa usada en estos mercados; este comercio capta en estas localidades por el momento, una parte del segmento de escasos recursos; pero, como ha sucedido en los lugares donde se comercia con este tipo de prendas, tiende a crecer y perjudicar a la industria y la producción local.

Las grandes industrias de confecciones en Bolivia, trabajan básicamente con etiqueta privada para marcas y mercados como el de EE.UU. y Europa; sin embargo existen miles de pequeños y medianos talleres de confección, en las ciudades de La Paz, El Alto y Cochabamba, entre otras, que asociados entre ellos o con otros empresarios también medianos o pequeños de Chile, podrían montar, de manera rentable un centro de distribución en Arica e Iquique.

4.4 Condiciones de acceso

Se ha comprobado el funcionamiento de las oficinas de aduana en las fronteras de ambos países, habiendo notado la facilidad operativa y la simpleza de los trámites para comercializar productos bolivianos en el mercado objetivo son bastante alentadores.

No obstante, se han comprobado algunos inconvenientes, en el tránsito de mercaderías bolivianas a territorio chileno, básicamente, por el incumplimiento de algunos requisitos sanitarios impuestos por el Servicio Agropecuario y Ganadero chileno, como ser los plazos de validez de los certificados de fumigación, por manejar criterios diferentes entre las instituciones a cargo en ambos países y temas similares, que serán detallados en el anexo correspondiente.

Asimismo, la disposición física de las oficinas bolivianas, en Tambo Quemado, no facilita el tránsito lógico de las personas, de acuerdo al orden de los trámites para el cruce de la frontera; es decir, el “*lay out*” no es el más adecuado, pues se pierde tiempo inútilmente transitando distancias innecesarias de una oficina a otra, de un extremo a otro. Es muy probable que una vez que concluya la construcción de las nuevas instalaciones fronterizas este aspecto, se solucione.

4.4.1 Aduanas

Las aduanas en la zonas fronterizas más utilizadas por el comercio exterior binacional poseen las instalaciones mínimas necesarias para el cumplimiento de sus funciones específicas.

Existe una relación positiva de mutua colaboración entre las autoridades fronterizas de aduana, que durante los últimos años han venido mejorando. Como prueba de esta afirmación, se mencionan los recientes convenios suscritos por ambos países, para poder dinamizar el comercio bilateral. La finalidad del convenio es profundizar la integración física, y de esta manera hacer que el comercio bilateral sea más dinámico y rápido, pues este convenio trata de un Proyecto de Control Aduanero Integrado, en los pasos de frontera en ambos lados; de esta manera es que se pretende avanzar con el mecanismo de integración que ya se inició.

Los recintos de Control Aduanero Integrado, vendrían a comprender los pasos de frontera de Chungará – Tambo Quemado, Colchane – Pisiga y Ollagüe, utilizando procedimientos compatibles y similares de forma secuencial, para agilizar los trámites, y se pueda acceder a un tránsito más fluido en las exportaciones. Para su control se ha creado un Comité de Frontera chileno-boliviano que se reúne regularmente y su trabajo, aunque se percibe un poco lento está empezando a rendir frutos.

La Aduana Nacional de Bolivia, en la lucha contra el contrabando que proviene de Chile, realizó simulacros de “Controles Integrados Binacionales”, los cuales consisten en el desplazamiento de efectivos del Control Operativo de Aduana (COA) y de la Policía Nacional a la frontera de Pisiga y zonas aledañas.

En estos simulacros participaron representantes de la Aduana de Bolivia, Migración, SENASAG, Prefectura de Oruro, la Fiscalía de Distrito, la Policía Nacional y sus similares de Chile. Para el simulacro, se intercambió personal; es decir que, los funcionarios chilenos, trabajaban en la frontera boliviana y los funcionarios bolivianos en la frontera chilena.

Este tipo de actividades se desarrollarán también en otros puntos fronterizos, con el objetivo de conformar “Complejos Integrados Binacionales”, para centralizar, organizar y agilizar el flujo de personas y carga en los puntos fronterizos.

Este esfuerzo es una iniciativa muy positiva y efectiva para lograr un mayor control en las fronteras, tener una mayor coordinación y compromiso entre los países, y garantizar, con este tipo de alianzas, que avance efectivamente el

proceso de integración comercial binacional, generando mayores flujos y posibilidades de intercambio comercial.

4.4.2 Aranceles

Los aranceles no son obstáculos que frenen las relaciones comerciales entre ambos países; particularmente, las exportaciones bolivianas no se ven frenadas por este aspecto. Como se mostró en el Cuadro 17, gracias a los avances en el proceso de desgravación arancelaria, producto del Acuerdo de Complementación Económica N° 22 (ACE 22), Bolivia cuenta, dentro de su actual oferta exportable, con una gran cantidad de productos que tiene arancel 0.

4.5 Medidas para-arancelarias

Entre las medidas que obstaculizarían el comercio, se hace mención a las siguientes:

- **Bandas de precios**

Chile modificó su sistema de bandas de precios mediante la Ley N° 18.897, publicada el 25 de septiembre del 2003, a través de la cual restringía la aplicación de la misma a productos tales como el trigo, harina de trigo y azúcar, toda vez que excluyó de la misma a los aceites vegetales.

En ese marco, para la gestión 2004 se estableció un contingente arancelario de 12.000 toneladas, libre de derechos de aduana para el azúcar de origen boliviano (Decreto N° 981, de fecha 31 de octubre del 2003), el cual fue eliminado para la gestión 2005, ocasionando el desaliento del sector azucarero boliviano para la colocación de sus excedentes al mercado vecino. El Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) y las instituciones de representación gremial realizaron las gestiones del caso para evitar tal retroceso en el acceso preferencial a dicho país.

- **Derechos aumentados temporalmente**

En 1999 Chile afectó las exportaciones de aceites vegetales “puros”, al interponer una salvaguardia provisional de orden general (OMC) ignorando lo estipulado en el ACE 22.

El tema se trató en la Comisión Administradora, habiéndose comprometido Chile, en marzo de 2000, a desafectar las exportaciones bolivianas, lo cual concluyó para finales del año en cuestión.

- **Certificado y autorizaciones sanitarias**

Para el caso de las **carne de bovino**, se produjeron algunos problemas en el caso específico de la exportación a Chile de carne procesada y congelada para

hamburguesas. Las autoridades chilenas solicitaron un certificado oficial del SENASAG, en el que se estipule la zona de origen del producto, el nombre del frigorífico, la identificación del producto, la especie animal, el número de cajas o bolsas, la tipificación de la carne, el nombre de los cortes según nomenclatura oficial (NCh 1596 vigente) el exportador y destinatario y la identificación del medio de transporte. Resolución N° 833 exenta, de 19/03/02. Servicio Agrícola y Ganadero, SAG.¹⁸ Se entiende que dichas exigencias pudieron haber dificultado el comercio.

Para el caso de la exportación de **cueros**, en las formas de pique y wet blue, actualmente el SAG de Chile exige, no solamente para las exportaciones de estas variedades de cuero a Chile, sino que inclusive para el tránsito de esta mercadería, para ser embarcada en el Puerto de Arica, la certificación del SENASAG en Bolivia. Cabe hacer notar que este tipo de cuero ya ha sido sometido a una serie de procesos mecánicos y químicos que han eliminado cualquier tipo de contaminación; prueba de ello es que en otros países, donde se importe el cuero procesado, como los mencionados, no se requiere ese tipo de certificaciones, que implica tiempo y dinero.

- **Otras medidas no arancelarias**

El 26 de marzo de 1999 la Aduana chilena emitió el Dictamen No. 18, ordenando la **Reclasificación Arancelaria de los Aceites Mezclados** para tratarlos como si fueran “puros” y, de esa forma, introducirlos forzosamente dentro de la banda de precios chilenos para aplicarles Derechos Específicos Variables, afectando de esta manera las condiciones preferenciales de acceso, pactadas en el Acuerdo de Complementación Económica de Alcance Parcial No. 22 (AAP.CE 22).

Bolivia intentó resolver esta situación en el marco de la Comisión Administradora del Acuerdo, sin mayores resultados. Confirmada la imposibilidad de llegar a un acuerdo, se optó por aplicar el mecanismo de solución de controversias, procediéndose a la formación de una Comisión Arbitral, la cual debía producir un fallo de carácter inapelable.

Para apoyar la defensa de la posición boliviana, el IBCE emitió opiniones técnicas y consiguió que otras de organizaciones internacionales especializadas, confirmen que la reclasificación arancelaria efectuada por la Aduana chilena no procedía. La Comisión Arbitral se pronunció con un laudo favorable para Bolivia, indicando que Chile debía restituir a Bolivia, las condiciones de acceso pactadas en el AAP.CE 22, lo cual se logró en su momento.

¹⁸ Información extraída del sitio web de la ALADI.

4.6 Normas no arancelarias

A continuación se presenta un cuadro en el que se muestran las principales disposiciones chilenas y los productos bolivianos que han sido afectados por las mismas:

Cuadro N° 25

RESTRICCIÓN	PARTIDA	PRODUCTO
Importación prohibida temporal	1701.11.90.00	Azúcar en bruto
	1701.99.00.00	Azúcar blanca refinada
Permisos previos	3004.10.10.00	Medicamentos
	4411.11.00.00	Tableros de fibra de madera
	5102.19.10.00	Pelo fino de alpaca
	5105.39.10.00	Pelo fino cardado, alpaca
Licencia Automática	1701.11.90.00	Azúcar en bruto
	1701.99.00.00	Azúcar blanca refinada
	2008.91.00.00	Palmito
Cupos de Importación	1208.10.00.00	Harina de soya
	6110.11.00.00	Suéteres de alpaca
	6403.99.00.00	Demás calzados
Inspección previa al embarque	0201.30.00.00	Carne vacuna
	1701.11.90.00	Azúcar en bruto
	1701.99.00.00	Azúcar blanca refinada
	1902.19.00.00	Demás pastas alimenticias sin cocer
Normas técnicas y/o De Calidad	1006.30.00.00	Arroz
	1701.11.90.00	Azúcar en bruto
	3004.10.10.00	Medicamentos
	4407.29.00.00	Maderas aserradas tropicales
Certificados sanitarios	0201.30.00.00	Carne vacuna
	0505.90.00.00	Plumas
	1006.30.00.00	Arroz
	1902.19.00.00	Demás pastas alimenticias sin cocer
	2607.00.00.00	Mineral de plomo
	2608.00.00.00	Mineral de zinc
	3004.10.10.00	Medicamentos
	4104.11.00.00	Cueros y pieles curtidos o "crust", de bovino
4104.19.00.00	Demás cueros y pieles curtidos o "crust", de bovino	

	4407.29.00.00	Maderas aserradas tropicales
Autorizaciones Sanitarias	0505.90.00.00	Plumas
	1902.19.00.00	Demás pastas alimenticias sin cocer
	4407.29.00.00	Maderas aserradas tropicales
Registro de Producto	2711.19.00.00	Gases licuados de petróleo
	2710.19.35.00	Aceites base para lubricantes
	3004.10.10.00	Medicamentos
RESTRICCION	PARTIDA	PRODUCTO
Inspección sanitaria	0505.90.00.00	Plumas
	1902.19.00.00	Demás pastas alimenticias sin cocer
	4407.29.00.00	Maderas aserradas tropicales
Otras exigencias Sanitarias	1902.19.00.00	Demás pastas alimenticias sin cocer
	4407.99.00.00	Madera aserrada
	4407.24.00.00	Madera aserrada (mara/caoba no conífera)
	4409.20.10.00	Parquet para pisos, sin ensamblar
	4411.11.00.00	Tableros de fibra de madera
	4412.14.00.00	Madera contrachapada

4.7 Otras

Es necesaria una mayor relación de intercambio de información e inclusive metodologías y procedimientos empleados entre el SAG de Chile y el SENASAG de Bolivia. Asimismo, es indispensable el reconocimiento constante a la validez de las certificaciones emitidas por ambas.

4.8 Imagen de los productos bolivianos

Se han realizado algunas preguntas que han permitido tener una idea muy aproximada de los conceptos e imagen que tiene el habitante de la 1ra. Región sobre los productos bolivianos, así como el grado de aceptación de los mismos.

A continuación, se muestra gráficamente, el potencial de los diferentes productos bolivianos específicamente, en base a la percepción de la población de la 1ra. Región chilena con respecto a los precios y calidad de los mismos.

Gráfico N° 121

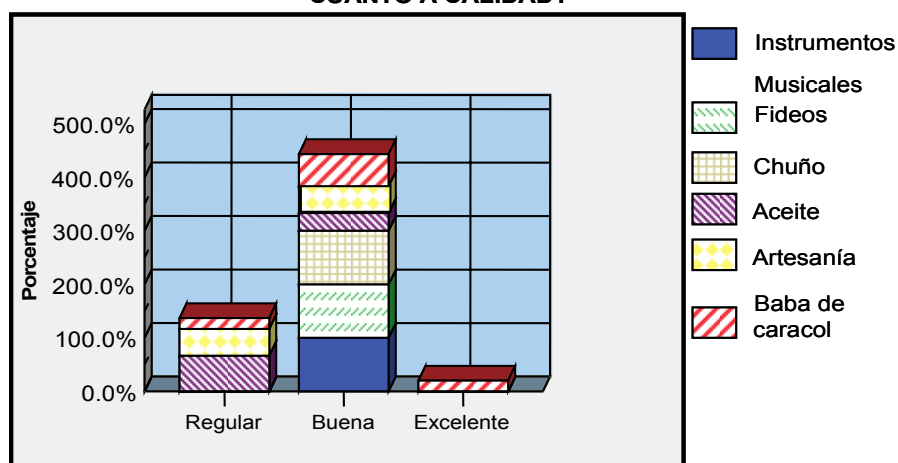
¿CÓMO CALIFICA USTED A LOS PRODUCTOS BOLIVIANOS EN CUANTO AL PRECIO?



Elaboración: Propia

Gráfico N° 122

¿CÓMO CALIFICA USTED A LOS PRODUCTOS BOLIVIANOS EN CUANTO A CALIDAD?



Elaboración: Propia

- Dentro de los productos añadidos por las personas encuestadas, bajo el parámetro de “productos bolivianos conocidos”, se puede observar que la percepción de los precios de los mismos se enmarcan mayormente en “precios bajos” en comparación con los demás en el mercado, además de ser percibidos como productos de buena calidad.
- La población encuestada, en un porcentaje importante, tiene conocimiento sobre los instrumentos musicales elaborados en Bolivia, además que los precios de los mismos se encuentran en un rango de precios aceptables, ya que ningún encuestado, se refirió a los mismos como “muy caros”, lo que demuestra que la demanda de productos de madera y artesanías musicales, tienen un mercado potencial importante al que se podría satisfacer más fácilmente, debido al conocimiento en el mercado analizado sobre este tipo de productos, además de su positiva percepción sobre los mismos.

- Un producto no considerado inicialmente, por los datos estadísticos de su movimiento comercial es el de los fideos; interesante aspecto, el hecho que son considerados por la mayoría de los encuestados que conocen este producto boliviano, como de buena calidad y de precio igual y más bajo que el producido localmente. Esta información presenta una interesante oportunidad para los productores bolivianos.
- El chuño, fue mencionado por algunos de los encuestados como de buena calidad, pero la ambigüedad de las respuestas, en cuanto al precio, indica que al no ser un producto de consumo frecuente en la 1ra. Región, no poseen criterios formados en cuanto a la relación de precio y calidad.
- En el caso del aceite boliviano, la calidad percibida no posiciona a este producto como competitivo; los precios son considerados bajos y altos a la vez; lo que aparentemente refleja un desconocimiento del producto, no obstante que las estadísticas de exportación muestran volúmenes significativos de exportaciones de este producto a Chile. La explicación es que el aceite es envasado con marcas locales, pues no se observó en los puntos de venta visitados; la venta de aceites comestibles con marcas bolivianas.
- La diferencia entre las cultura boliviana y chilena, constituye una interesante oportunidad para generar aceptación de productos artesanales bolivianos, los mismos que son considerados de precios aceptables, en relación a su nivel de calidad.
- Las personas que conocen el café boliviano, tienen la percepción que es de buena calidad y su precio es bajo; esto hace pensar que podría tener buena aceptación en el mercado de la 1ra. Región de Chile.
- Para el caso de la quinua boliviana, se considera que tiene grandes oportunidades de posicionarse en el mercado chileno, aprovechando su valor nutricional y por el hecho de ser Bolivia el principal productor de la “Quinua Real”. Asimismo, este producto es competitivo en el mercado chileno por tener precios considerablemente más bajos que la producción local.
- Debido a la deficiente infraestructura carretera existente entre las zonas productoras y los centros de comercialización que se ubican en la 1ra. Región de Chile, la logística exportadora de la fruta fresca se retrasa, como consecuencia de lo anterior su calidad es percibida como regular ante el deterioro sufrido.
- Aunque los productos textiles bolivianos, en términos generales, son de buena calidad, ésta no es percibida por el consumidor promedio chileno. De igual forma sucede con el precio, el desconocimiento sobre estos dos aspectos es común en estas ciudades.
- Los muebles de madera gozan de un significativo prestigio de buena calidad y un precio razonable, acorde a esa calidad percibida. Básicamente esos conceptos se han generado en el consumidor de la 1ra. Región, por el acabado de los muebles y el tipo de madera

utilizada, diferente a la comúnmente empleada por los fabricantes chilenos.

4.9 Datos de los potenciales compradores

En el Anexo II, se presenta una lista de potenciales compradores de productos bolivianos en las dos plazas analizadas, así como una lista de los potenciales exportadores bolivianos, a fin de que puedan ser utilizadas por los potenciales compradores.

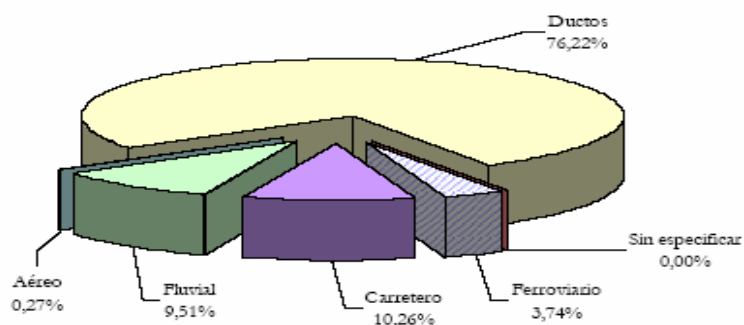
5. ANALISIS DE LAS CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE

Bolivia es un país con una gran variedad de zonas geográficas y con muchas fallas geológicas entre las mismas, esta característica frena, en gran medida el desarrollo de la infraestructura caminera y ferroviaria, particularmente, por el costo que significa las inversiones en este tipo de infraestructura.

En el caso del transporte aéreo, sigue siendo muy costoso pues, se requiere de grandes inversiones en infraestructura aeroportuaria y las tarifas comerciales para el transporte de carga pueden ser asumidos solamente por pocos productos, cuyo volumen y peso no son significativos, en comparación con el valor agregado incorporado en ellos, como es el caso de la joyería en metales preciosos.

Gráfico N° 123

Exportación Según Modo de Transporte, 2003 (p)
(% S/Volumen¹)



(1): No incluye reexportaciones ni efectos personales

5.1 Carretero

El transporte carretero, descansa en una infraestructura caminera que está dividida en tres tipos de caminos, que son: pavimento, ripio y tierra. Siendo los caminos de tierra los de mayor extensión en el país.

Cuadro N° 26

Longitud de caminos por año según red y superficie de rodadura (1997 – 2003)
(en kilómetros)

Tipo de red y superficie de rodadura	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003(p)
TOTAL	53.468	10.402	10.402	56.529	59.122	60.282	61.021
Pavimento	3.071	2.878	3.066	3.773	3.965	4.003	4.283
Ripio	16.415	3.075	2.887	15.487	17.547	18.302	18.522
Tierra	33.982	4.449	4.449	37.269	37.610	37.977	38.216
RED FUNDAMENTAL	7.582	10.402	10.402	10.479	11.858	12.431	12.255
Pavimento	2.512	2.878	3.066	3.523	3.783	3.790	4.032
Ripio	3.851	3.075	2.887	4.304	4.806	5.082	4.738
Tierra	1.219	4.449	4.449	2.652	3.269	3.559	3.485
RED COMPLEMENTARIA	6.196	n.d.	n.d.	4.232	9.289	11.531	14.224
Pavimento	301			70	126	157	195
Ripio	3.594			2.265	4.868	5.998	6.928
Tierra	2.301			1.897	4.295	5.376	7.101
RED VECINAL	39.690	n.d.	n.d.	41.818	37.975	36.320	34.542
Pavimento	258			180	56	56	56
Ripio	8.970			8.918	7.873	7.222	6.856
Tierra	30.462			32.720	30.046	29.042	27.630

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Como se puede observar en la tabla anterior, la pavimentación de carreteras se va incrementando, lo que reduce los costos de transporte por kilómetro, disminuyendo a su vez el tiempo de transporte; con una directa repercusión en el precio del producto final, logrando así mayor competitividad en precios e incrementando el transporte de carga por carretera.

En Bolivia, existe una red troncal, que pasa por las tres principales ciudades, a saber: Santa Cruz, Cochabamba y La Paz. Esta carretera está asfaltada en su integridad, a excepción de algunos pequeños tramos entre Cochabamba y Santa Cruz y tiene una longitud de 908 km.

Con Chile y particularmente, con la 1ra. Región, existen dos vías carreteras, a través de los puntos fronterizos de aduana de Tambo Quemado/Chungará y Pisiga/Colchane.

Patacamaya / Tambo Quemado. Esta ruta parte, en el caso de Bolivia, del Km. 101, localidad de Patacamaya, en el eje carretero troncal entre las ciudades de La Paz y Oruro. Entre Patacamaya y Tambo Quemado (Punto fronterizo boliviano) la carretera está totalmente asfaltada y se prolonga por 217 kms.

Esta carretera ha sido construida hace pocos años y se encuentra en perfecto estado de conservación, cuenta con la señalización necesaria, espacios de estacionamiento al costado de la vía, barreras de seguridad, etc.; sin embargo, es una ruta con pocos servicios de auxilio, en cuanto a auxilio mecánico,

servicios de telefonía y lugares para conseguir alimentación o gasolina, que se puede conseguir recién en Tambo Quemado.

Como se podrá apreciar en las dos fotografías que a continuación se incluyen, es una vía preparada para el tránsito de vehículos de alto tonelaje y en perfecto estado de conservación.

Fotografía 1



Fotografía 2



Chungará/Arica. Esta carretera, que parte desde el punto fronterizo Tambo Quemado/Chungará se encuentra completamente pavimentada, existiendo algunas fallas geológicas, en las cuales se están realizando trabajos de refacción; particularmente los primeros 25 kilómetros partiendo de la frontera se encuentran en mal estado, como se muestra en la fotografía 3.

Fotografía 3



Asimismo, cabe destacar que esta carretera, a pesar de tener más de 2 décadas de haber sido construida, conserva la mayor cantidad de su plataforma firme, simplemente con algunas partes deterioradas; pero nada que sea de consideración; mantiene la señalización adecuada y las defensas necesarias, como se muestra en la fotografía 4.

Este tramo carretero no cuenta con ningún tipo de auxilio mecánico durante todo el trayecto hasta la localidad de Arica; así como tampoco cuenta con surtidores que abastezcan de combustible a los vehículos; en el caso de la alimentación, existen un par de lugares para detenerse, a 5 kilómetros de iniciado el tramo y a la mitad del trayecto, pasando el cruce del pueblo de Putre.

Fotografía 4



Iquique/Colchane. Es un tramo transitado en un 90% por vehículos de transporte pesado que va de Iquique a la localidad de Oruro, pasando por la frontera Colchane/Pisiga. Este tramo carretero se encuentra en muy mal estado de conservación; se están realizando trabajos de mantenimiento; sin embargo, aparentemente la plataforma existente no está dispuesta para el tráfico constante de vehículos de alto tonelaje, por la cantidad de fisuras profundas que existen en muchos de los tramos del camino.

Cabe destacar que los primeros 160 kilómetros se transcurre por una carretera pavimentada en perfectas condiciones de conservación, señalización y muy bien mantenida; por el contrario, los siguientes 90 kilómetros, desde Chuzmisa, hasta la frontera chilena de Colchane, son tramos en reparación, construcción o en mantenimiento, de tal suerte que el trayecto se hace más lento y peligroso, tal como se aprecia en las fotografías 5 y 6 que se muestran a continuación.

Es importante también destacar la absoluta inexistencia de auxilio, de cualquier tipo, desde la localidad de Huara, a 82 kilómetros de Iquique, hasta Colchane; es decir un tramo de 168 kilómetros.

Fotografía 5



Fotografía 6



Pisiga/Oruro. Esta carretera se encuentra en pleno proceso de construcción, el total de 231 kilómetros de carretera, desde la frontera Colchane/Pisiga, hasta la ciudad de Oruro, podemos clasificarla de la siguiente manera:

- 15% del camino se encuentra perfectamente pavimentado, con acceso libre para la circulación de vehículos de todo tipo.
- 85% del trayecto se lo realiza por vías provisionales, junto la plataforma en construcción de la carretera; estas vías “provisionales” se encuentran sin mantenimiento y hacen tremendamente difícil el trayecto a más de 20 km/hr.; adicionalmente, el mal estado de estas vías alternas obliga a muchos conductores a subir por tramos a la plataforma, aún sin el cemento rígido, ocasionando serios deterioros a los trabajos ya realizados, como se observa en la fotografía 7.

Fotografía 7



Cabe mencionar que el Gobierno de Bolivia, a través del Servicio Nacional de Caminos ha promovido el acondicionamiento de la ruta internacional Oruro – Pisiga, para mejorar los ingresos económicos y facilitar el tránsito de los operadores de comercio exterior.

En una primera instancia, fue desarrollado el tramo Oruro – Toledo, que era un camino de tierra muy accidentado; en una segunda instancia se está realizando el acondicionamiento del tercer tramo en dicha carretera, pasando de una carretera de tierra a una carretera pavimentada.

El tipo de asfalto rígido que está siendo empleado en la construcción de esta carretera permite augurar un incremento sustancial, en el mediano plazo, de un

tipo de vehículos de alto tonelaje, fundamentalmente de la mercadería que viene de la Zona Franca de Iquique a ser comercializada en Oruro y el resto de Bolivia.

Existe un flujo, casi continuo de vehículos bolivianos, que en forma circular, parten de La Paz, llevando carga de exportación al puerto de Arica, que al no encontrar carga de regreso al país en esta zona, viajan a Iquique para recoger mercadería de la ZOFRI, con destino a Bolivia.

Estas mejoras en la ruta internacional Oruro – Pisiga, mejorará en mayor medida al flujo de tránsito de exportación, reduciendo el tiempo en carretera para las mercancías destinadas a Iquique y el resto de Chile; así como el tránsito de mercaderías con destino a Bolivia.¹⁹

Luego de señaladas las condiciones en las que se encuentran las carreteras en estas rutas, se añade que este aspecto a coadyuvado al incremento de las exportaciones bolivianas a Chile, bajo esta modalidad de transporte, se ha registrado un valor en exportaciones de 750.29 millones de dólares americanos durante la gestión 2004 y 818.18 millones de unidades de la misma moneda durante la gestión 2005²⁰.

5.1.1. Rutas para dinamizar el comercio bilateral

Iquique / Colchane

Luego de lo anteriormente expuesto, es necesario hacer notar que, la carretera que debe atenderse a corto plazo es la de Iquique/Colchane debido a que el estado de la misma, no permite el libre tránsito necesario para dinamizar el comercio bilateral entre Bolivia y Chile, pues al encontrarse tan deteriorada y los trabajos de reparación tan lentos, los medios de transporte no sólo corren riesgo físico, sino que incurren en mayores costos por el tiempo de viaje requerido. La inversión requerida para el mejoramiento de la infraestructura de esta carretera se especificará en el cuadro que se encuentra al final de este capítulo

Oruro / Pisiga

Esta importante carretera, se encuentra en pleno proceso de construcción y estas labores han sido divididas en cuatro tramos, de los cuales, el tramo Oruro – Toledo, ya ha sido ejecutado; El tramo Ancaravi – Huchacallala, se encuentra en plena ejecución, pues el mismo abrirá nuevas rutas hacia el océano Pacífico. La calidad de construcción de este tramo está garantizada debido a la experiencia obtenida en el primer tramo.

Para completar la carretera Oruro – Pisiga se requerirá de la inversión detallada en el cuadro siguiente y los recursos necesarios servirán para la ejecución de los últimos dos tramos. La ejecución de estos proyectos, dada la

¹⁹ Fuente Servicio Nacional de Caminos

²⁰ Fuente Instituto Nacional de Estadística

importancia de los mismos y la predisposición de los financiadores, se la deberá encarar con carácter prioritario, en el menor plazo posible.

Cuadro N° 27

TRAMO	DISTANCIA	INVERSIÓN	FINANCIADOR
Toledo - Ancaravi	52 Km.	20.000.000	Gob. Italiano
Huachacalla - Pisiga	77 Km.	30.000.000	Gob. Italiano/CAF
TOTAL	129 Km.	50.000.000	

El detalle de las inversiones en este rubro, asociadas al proceso de integración física entre las Repúblicas de Bolivia y Chile se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 28

Eje Interoceánico Central: Grupo 5	Inversión Estimada USD
Carretera Oruro-Pisiga	238.000.000
Paso de frontera Pisiga-Colchane	2.000.000
Rehabilitación carretera Iquique-Colchane	9.000.000
Rehabilitación carretera Arica-Tambo Quemado	S/inf.
Total	249.000.000

5.2 Transporte Ferroviario

Bolivia, durante la segunda mitad de la década de los 90, procedió a privatizar parte de las empresas estatales, a este proceso se lo llamó "capitalización". Vendió parte de los ferrocarriles que pertenecían al Estado Boliviano a la empresa chilena (Cruz Blanca), que actualmente es la administradora del ferrocarril que hace el tramo La Paz, partiendo de la localidad de Viacha, hasta Arica.

Hasta 1995, las líneas férreas utilizadas dentro del país tenían una longitud de 3.465 Km.; actualmente cuenta solamente con 2.792,1 Km., habiéndose reducido el sistema ferroviario en un 19,42% respecto del año 1995.

El sistema de trenes boliviano, cuenta con dos redes ferroviarias independientes una de otra; es decir, no se conectan en ningún punto dentro del territorio boliviano; estas son:

- La Red Oriental, que une la ciudad de Santa Cruz de la Sierra con Brasil y Argentina

- La Red Andina, que une los departamentos de Sucre, Oruro y Potosí, por un lado y por el otro La Paz, desde la localidad de Viacha, con Chile (Arica) con el Perú y Argentina.

Existen dos rutas para llegar de Bolivia a Chile por tren y estas son:

- Desde la localidad de Viacha, hasta el punto fronterizo de Charaña/Visviri, con una longitud total de 209,3 Km. y hasta Arica, con una longitud total de 203 Km.

El eje ferroviario La Paz-Arica, es de singular importancia en los flujos de transporte bolivianos desde o hacia ultramar. El sector chileno entre Arica y Visviri presenta una importante limitación, consistente en un tramo de 50 km. de longitud con más del 6% de gradiente, aspecto que limita significativamente la capacidad de arrastre de los equipos de tracción existentes, obligando al fraccionamiento de los trenes o a la utilización de locomotoras acopladas; lo que ocasiona una reducción significativa de capacidad, con el consiguiente incremento de costos para el transporte de carga y tiempo de viaje.

- Desde la localidad de Oruro, pasando por las localidades de Río Mulato, Uyuni, hasta el punto fronterizo de Estación Avaroa, se cuentan 486 Km. El tren atraviesa la Cordillera por el abra²¹ del salar de Ollagüe, donde existe un punto fronterizo de aduana chileno del mismo nombre; desde allí se dirige el mismo tren hasta el puerto de Antofagasta 492 Kms. al sur de Iquique.

Es así que en la ruta Oruro – Antofagasta, se cuenta con vagones para el transporte de carga, con una capacidad de 40 toneladas; el precio del transporte fluctúa de acuerdo al tipo de carga que se lleva; pero, principalmente por el volumen, un precio de referencia en base a los minerales de Zinc se lo muestra en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 29

	Precio por Tn.
Potosí - Antofagasta	55 USD
Oruro - Antofagasta	40 USD

Fuente: FCA

Actualmente se cuenta con un servicio de contenedores de varios tipos, no así con carros refrigerados, aparentemente por la escasa demanda de este tipo de servicios de transporte.

Bajo esta modalidad de transporte, las exportaciones bolivianas registradas fueron de 209.64 y 242.25 millones de dólares americanos, en los años 2004 y 2005 respectivamente²².

²¹ Abra, según la Real Academia de la Lengua Española, significa “Abertura ancha y despejada entre dos montañas”.

²² Fuente Instituto Nacional de Estadística

5.3 Transporte Aéreo

El transporte aéreo desde Bolivia a las localidades de Arica e Iquique se realiza por la línea aérea chilena Lan Chile, pues ninguna de las dos líneas bolivianas (LAB y AeroSur) operan actualmente en esta ruta.

Lan Chile se dirige a Arica e Iquique, desde Bolivia partiendo desde las ciudades de La Paz y Santa Cruz, con 4 frecuencias semanales.

La cantidad de carga, de Bolivia a Chile, en esta ruta, transportada por Lan Chile entre los años 2002 al 2004 fue de 848,3 toneladas²³

Asimismo, se ha podido registrar que las exportaciones realizadas han alcanzado la cifra de 166.82 millones de USD el año 2004 y 219.29 millones de USD en el 2005²⁴.

El cuadro que se presenta a continuación muestra la importancia que tienen para Bolivia los medios de transporte utilizados para el comercio con Chile; donde se destaca el transporte carretero, pues es mediante este medio que se realiza la mayor cantidad de operaciones de comercio exterior entre ambos países.

Cuadro N° 30

**Flujo de carga según transporte (1992-2003)
en miles de toneladas**

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Aéreo	9,2	11,9	15,5	12,3	14,6	13,4	18,1	17,1	14,5	12,2	13,6	17,2
Carretero	1.901,4	2.216,8	2.417,0	2.552,5	2.652,9	3.009,3	3.565,2	3.587,6	3.876,1	4.060,5	4.765,3	4.114,0
Ferroviano	1.409,2	1.342,6	1.392,8	1.345,2	1.379,0	1.590,1	1.756,5	1.572,6	1.594,6	1.320,6	1.516,2	1.594,5
Lacustre	n.d	258,8	410,0	284,8	523,1	593,5	785,6	891,9	916,5	1.027,6	1.071,8	1.244,8
TOTAL	3.320	3.830	4.235	4.195	4.570	5.206	6.125	6.069	6.402	6.421	7.367	6.970

Fuente INE

Elaboración: UDAPE

El desarrollo vial de Bolivia, según declaraciones oficiales, es parte del plan de gobierno, pues en su propuesta, con respecto a la infraestructura caminera se tiene prevista una cuenta nacional para el desarrollo caminero del IIRSA, comprendido en:

- Cuenta nacional de conservación vial
- Cuenta nacional de inversión vial para construcción caminera.
- Fortalecimiento de microempresas de limpieza y mantenimiento vial.

²³ Fuente Superintendencia de Transportes.

²⁴ Fuente Instituto Nacional de Estadística

Como aspecto relevante, se debe mencionar que dentro de la propuesta del actual gobierno, se encuentra la creación de alianzas mediante el ACE – 22.

Vínculos con el IIRSA

La mejora de las carreteras para dinamizar el comercio bilateral entre Bolivia y Chile, está estrechamente vinculada a los proyectos que maneja el IIRSA, a continuación, se enumeran los proyectos específicos vinculados con las mejoras carreteras:

Cuadro N° 31

PROYECTOS	EJES	MILLONES DE \$US	PAÍSES
Construcción de la carretera Pailón- San José- Puerto Suárez	Interoceánico	435	Bolivia (Brasil, Chile, Perú)
Carretera Toledo - Pisiga	Interoceánico	76	Bolivia - Chile
Rehabilitación carretera Iquique - Colchane	Interoceánico	16	Chile - Bolivia
Rehabilitación del tramo El Sillar	Interoceánico	30	Bolivia (Brasil, Chile, Perú)
Exportación por envíos postales para PYMES	TIC´s	1	Todos
Implementación de acuerdo de roaming en América del Sur	TIC´s	1	Todos

Fuente: IIRSA

Elaboración: Propia

Vínculos con proyectos fronterizos desarrollados con la CAN y con la CAF

La política Comunitaria de Integración y Desarrollo Fronterizo de la Comunidad Andina²⁵, tiene como fin el fortalecimiento y consolidación del proceso de integración sub regional y regional.

Para tal efecto, un importante paso a adoptar es la creación de las Zonas de Integración Fronteriza (ZIF), así como de los Centros Binacionales de Atención en frontera (CEBAF); cabe recalcar, que estos dos factores, son proyectos existentes para los países miembros de la Comunidad Andina; pero es esencial para la creación de alianzas estratégicas entre exportadores bolivianos e importadores chilenos, lograr la adopción tanto de las CIF, como de los CEBAF.

²⁵ Fuente: Comunidad Andina

La vinculación con la CAF, está claramente reflejada en la Red Fundamental de Carreteras²⁶, donde se destaca la importancia de Bolivia como “corazón de Sud América”, al establecer los cuatro corredores prioritarios de “producción, exportación y servicios”, corredores vitales para la circulación de los productos de los diferentes países sudamericanos.

Los corredores son:

- Corredor este – oeste.
- Corredor hacia el norte
- Corredor hacia el sur.
- La diagonal Jaime Mendoza.

El proyecto de la CAF de la Red Fundamental de Carreteras, es muy importante, porque de esta manera, Bolivia contará con mejor infraestructura vial, lo que permitirá, a su vez, el desarrollo del comercio bilateral entre los países de Bolivia y Chile.

6 LOGISTICA DE LA COMERCIALIZACION

6.1 Sistemas logísticos utilizados actualmente y las posibilidades de mejoramiento.

Respecto a la logística de distribución, los medios más utilizados son los carreteros y ferroviarios, por lo que el movimiento bilateral comercial es muy sensible a estos dos tipos de transporte. Es sensible la falta de un proyecto binacional concreto, que permita la administración de las aduanas fronterizas, para la agilización del comercio en los pasos de frontera.

La ruta ferroviaria Arica – La Paz, actualmente no está en funcionamiento, y esto se debe a un desacuerdo en las operaciones con la parte chilena, su rehabilitación estaba prevista para el mes de mayo, sin que este extremo se haya hecho efectivo.

Se viene desarrollando de manera muy lenta el proyecto de hacer de Patacamaya una zona de acopio y redistribución de carga; los planes de hacer de esta localidad, distante a 101 Km. de la ciudad de La Paz, un puerto seco avanzan muy lentamente; hasta la fecha está funcionando únicamente una zona franca comercial, dedicada a la recepción y transformación de vehículos con el volante a la derecha.

El crecimiento en la demanda de productos y materia prima de China e India, así como el incremento de sus exportaciones ha provocado, no sólo el incremento en el valor de los fletes y el congestionamiento de los itinerarios de las compañías navieras, sino también la escasez de contenedores libres para uso inmediato; esto, sumado al reducido volumen de carga que se origina en Bolivia, en comparación a otros países desmotiva a las empresas navieras a

²⁶ Fuente: FOBOMADE, “El rol de Bolivia en la Integración Sudamericana”

mantener los stocks necesarios de contenedores para realizar los despachos de mercadería de manera más oportuna.

El problema antes mencionado motiva a pensar en la necesidad que tienen los exportadores bolivianos, básicamente los medianos y pequeños, de asegurar mercados externos más próximos a sus centros de producción, para los cuales no se requiera la unitarización.

El trayecto desde el occidente boliviano a los mercados de la 1ra. Región de Chile, inclusive, debido al clima altiplánico, favorece la conservación de los productos perecederos, prescindiendo inclusive, en algunos casos, de vehículos acondicionados con sistemas de refrigeración.

6.2 Pasos de frontera

Los dos pasos de frontera que interesan son: Tambo Quemado/Chungará y Pisiga/Colchane, sobre los cuales se harán algunos comentarios.

Tambo Quemado / Chungará. Es el Punto fronterizo más utilizado por los operadores de comercio exterior de Bolivia. La utilización del Puerto de Arica para las exportaciones bolivianas, así como la importación formal de productos de ultramar han convertido a este puerto en una de las principales puertas para el comercio exterior de Bolivia y Tambo Quemado/Chungará es el paso obligado de esta mercadería.

El tránsito por este punto fronterizo se ha visto facilitado por una serie de medidas operativas, como el uso del Manifiesto Internacional de Carga y Tránsito Aduanero (MIC-DTA); la coordinación de los horarios de atención de las aduanas de Chile y Bolivia; la utilización de formularios únicos para una serie de trámites; la construcción de ambientes adecuados para los funcionarios de aduana, policía y SENASAG en Tambo Quemado, entre otras.

Actualmente el tránsito de personas y mercaderías se ha incrementado considerablemente, obligando a los funcionarios de las distintas agencias del gobierno, tanto bolivianos, como chilenos, a mejorar sus procedimientos de atención a los usuarios; es decir, numerar las ventanillas para que los transportistas, así como los turistas puedan orientarse de mejor manera en los pasos a seguir para realizar sus trámites en frontera.

Existe cierto desconocimiento de algunos transportistas respecto de la documentación necesaria para la internación de mercaderías bolivianas a Chile; obviamente dependiendo del tipo de la misma.

Por el contrario, en las instalaciones chilenas, en Chungará, se advirtieron los siguientes problemas:

- Las autoridades del Servicio Agropecuario y Ganadero (SAG) mencionaron que algunos transportistas presentan certificados de fumigación con fecha de hasta 5 días anteriores a su tránsito por la frontera; siendo que las fumigaciones mencionadas tienen una vigencia de sólo tres días. El desconocimiento de la normativa sanitaria para

productos de origen animal y vegetal, pone obstáculos al flujo constante de mercaderías.

- Existen otros problemas menores, como ser el cumplimiento de normas de seguridad vial chilenas que deben ser cumplidas por los transportistas y vehículos bolivianos, como ser; el portar cinturón de seguridad, que los vehículos cuenten con luces de freno en buen estado, con triángulos de emergencia y similares, que de no ser cumplidas, acarrear molestias y demoras en el tránsito internacional.
- Las instalaciones existentes a ambos lados de la frontera Tambo Quemado/Chungará ofrecen las comodidades necesarias, tanto para los funcionarios públicos de cada uno de los países, como a los usuarios de sus servicios. A continuación se aprecian las fotografías 8 y 9, que muestran parte de las instalaciones fronterizas de Tambo Quemado y Chungará respectivamente.

Fotografía 8



Fotografía 9



Pisiga / Colchane. A diferencia de Tambo Quemado/Chungará, la frontera ubicada entre Iquique y Oruro que es Pisiga/Colchane, posee instalaciones mucho más precarias, sobre todo en el caso de Bolivia.

La cantidad de personal chileno, destinado a esta frontera es muy superior (3 a 1) que la de Bolivia en el mismo punto; asimismo, las instalaciones chilenas, sin ser muy grandes, ofrecen la suficiente comodidad para que sus funcionarios y usuarios puedan realizar sus actividades cómodamente, como se aprecia en la fotografía 10 que se presenta a continuación.

Fotografía 10



En el caso de Bolivia, sus precarias instalaciones, hace que las operaciones no brinden una adecuada facilidad para el tránsito de mercadería. Asimismo, que los usuarios, llámense comerciantes, transportistas o turistas no reciban la atención que corresponde en términos de instalaciones o en horarios de atención.

El tránsito de mercadería en este punto fronterizo es básicamente de ingreso a Bolivia; es raro el transportista o comerciante que ingresa mercadería a Chile por este lugar; por lo tanto, inclusive los mecanismos operativos, en el caso de Bolivia, no facilitan este flujo comercial.

Lo mencionado en el párrafo anterior se puede apreciar en la siguiente fotografía, signada con el número 11, donde se observa que todas las oficinas, de policía, migración, SENASAG y Aduana, se encuentran hacinadas en una sola edificación, que es la que se encuentra detrás del mural pintado con la bandera boliviana.

Fotografía 11



Salar de Ollagüe. En el caso de este punto fronterizo, se debe resaltar la importancia para las exportaciones bolivianas, debido a que los productos que se producen en Uyuni, San Cristóbal y comunidades aledañas, tienen un acceso mucho más rápido a esta carretera, permitiendo llegar con sus productos a Antofagasta. Es por esto que esta ruta se convierte en una ruta estratégica que permite el desarrollo de las exportaciones bolivianas en cuanto a minería y productos agropecuarios de la zona sur occidental de Bolivia.

Paso Visviri / Charaña. El flujo comercial por este paso fronterizo se refiere fundamentalmente a la mercadería que es trasladada en ferrocarril y actualmente es poco significativo, respecto al flujo comercial. Esta ruta prácticamente ha quedado paralizada por la inactividad del tren Arica - La Paz.

Cuadro N° 32

Exportaciones según vía de salida

(En millones de dólares estadounidenses)

Vía de Salida	2004	2005
Tambo Quemado	457.51	483.74
Uyuni	168.91	170.90

Fuente Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: Propia

De acuerdo al cuadro presentado líneas arriba, se puede evidenciar que las exportaciones de Bolivia hacia Chile, tienen un crecimiento no significativo, por lo que se espera que con las acciones de acondicionamiento en las vías, posibiliten un mayor crecimiento en las exportaciones de La Paz, Oruro y Potosí, hacia Arica, Iquique e incluso Antofagasta.

7 IDENTIFICACION DE POSIBLES ALIANZAS EMPRESARIALES ENTRE PRODUCTORES BOLIVIANOS Y EMPRESARIOS CHILENOS

El Anexo II presenta una lista preliminar de empresas chilenas que podrían estar interesadas en iniciar o ampliar sus relaciones comerciales con empresas bolivianas y viceversa.

Será tarea de las instituciones públicas vinculadas a la promoción de la actividad de comercio exterior, o privadas, como es el caso de las asociaciones gremiales empresariales que luego de depurar y ampliar esas listas, organicen los encuentros entre empresarios de los sectores identificados de ambas regiones, con el fin de generar emprendimientos conjuntos que aprovechen las potencialidades de ambos grupos.

La CORFO regional de Tarapacá ya está generando iniciativas para lograr los acercamientos necesarios entre empresarios industriales madereros chilenos y empresarios forestales de Bolivia, con el fin de desarrollar proyectos para la transformación total o parcial de la madera boliviana en Arica y así explotar la potencialidad del mercado nacional chileno y exportar, desde allí, a terceros países, aprovechando los tratados de libre comercio suscritos por Chile con estos países.

De igual forma, existen iniciativas de procesar el café boliviano en Arica y aprovechar el mercado chileno y exportar a otros países desde Arica.

Este tipo de iniciativas, generadas un tanto por las ventajas de la Ley Arica, la estabilidad económica y política chilena, así como las ventajas portuarias y otras relacionadas, son oportunidades que empresarios bolivianos y chilenos deben analizar cuidadosamente, para que, al aprovecharlas de manera conjunta, puedan generar proyectos rentables, que creen empleo y desarrollo en sus respectivas regiones.

Los tipos de alianzas estratégicas que se pueden dar entre empresarios bolivianos y chilenos son muy variadas; desde alianzas para el financiamiento y desarrollo tecnológico, la transformación, o para la simple comercialización. En todo caso, se han planteado algunos de los sectores en los cuales se podrían dar este tipo de alianzas: madera y sus manufacturas, confecciones textiles y productos agropecuarios, entre otros.

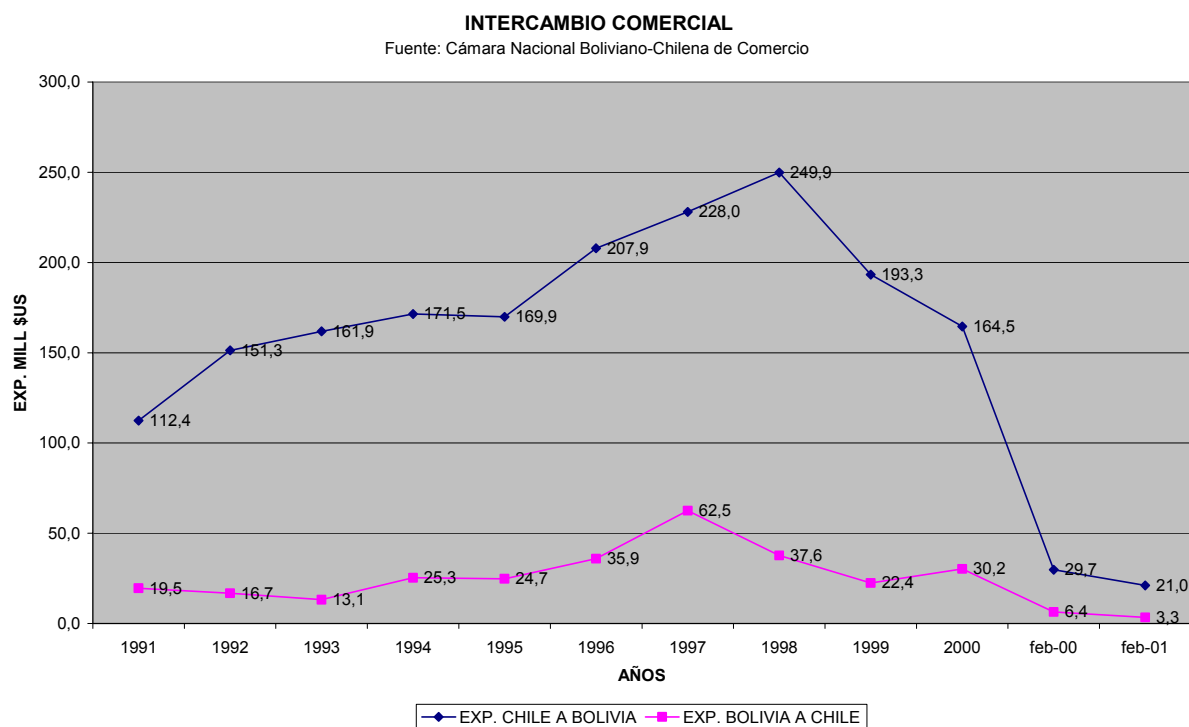
En el siguiente punto se podrá apreciar, de manera sintética, las potencialidades de cada sector y las posibles estrategias para generar emprendimientos comerciales y negocios concretos.

8. CRUCE DE OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS CON POTENCIAL EXPORTADOR A LA PRIMERA REGION DE CHILE

Para realizar un efectivo cruce de variables, se deben considerar previamente algunos de los siguientes elementos:

- El intercambio bilateral entre Chile y Bolivia ha experimentado una fuerte disminución desde 1998, debido fundamentalmente a una baja consecutiva de las exportaciones chilenas al mercado boliviano, con tasas del -22,6% en el año 1999, y del -14,9% en el año 2000.
- Cabe destacar que, el año tope del comercio bilateral fue 1997, cuando se alcanzó USD 291 millones, de los cuales USD 228 correspondieron a exportaciones chilenas al mercado boliviano y USD 62,5 millones a importaciones chilenas provenientes de Bolivia. Tal como lo muestra el siguiente gráfico.

Gráfico N° 124



- Estas cifras muestran claramente la urgencia de incrementar las exportaciones bolivianas al vecino país, a objeto de equilibrar, en la medida de lo posible, el déficit crónico en la balanza comercial, objetivo que en reiteradas oportunidades ha sido manifestado por autoridades de gobierno chilenas y bolivianas.

A continuación se hará una breve síntesis de los principales sectores investigados, tanto a nivel de productores-exportadores, como de importadores y comercializadores.

El presente informe servirá de herramienta de trabajo para que las instituciones gremiales empresariales y organizaciones públicas ligadas al comercio exterior de ambas regiones, puedan realizar ruedas de negocios, o simplemente organizar encuentros empresariales entre proveedores, industriales, exportadores, importadores y comercializadores de los productos identificados en ambos países.

8.1 Sector Forestal

Es un sector en el cual, las posibilidades reales de incrementar su potencial de exportación y consumo son muy significativas. En Chile la demanda de productos manufacturados de madera va en ascenso; particularmente en la 1ra. Región, y más específicamente en Iquique, se ha evidenciado un importante crecimiento en cuanto al desarrollo urbanístico, así como en sus indicadores de consumo familiar.

La compra de muebles para el hogar y oficinas en maderas nobles y sólidas han ido en ascenso. Las manufacturas de madera más cotizadas han sido las confeccionadas en maderas de cedro, roble y caoba, y en muy pequeñas cantidades las de bambú, en los sectores habitacionales próximos a las playas.

De igual forma, en el mercado de la construcción, se ha incrementado la demanda de parquet multicapa y entablonados para pisos y revestimiento de paredes. Estos productos, al gozar de preferencias arancelarias en un 100%, por precio y calidad, pueden competir en mejores condiciones que los procedentes de otras latitudes.

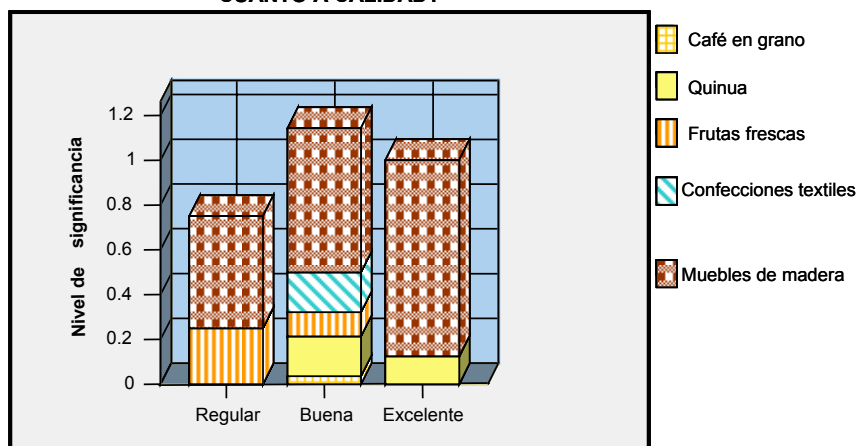
Cabe destacar que las especies tropicales bolivianas son certificadas y poseen características de ser más duras y estables, por la tecnología de secado en horno. Asimismo, están los productos de láminas de enchapado, madera de construcción, marcos y contramarcos así como las puertas de madera que actualmente van directamente desde La Paz a Santiago, a un precio más bajo que sus similares en maderas coníferas nacionales.

En síntesis, las principales ventajas competitivas de productos de madera bolivianos son:

- La calidad de la madera (maderas preciosas, no coníferas)
- Las preferencias arancelarias del 100%
- La creciente importancia de los mercados para los productos certificados que demandan productos de madera de fuente sostenible.

Gráfico N° 125

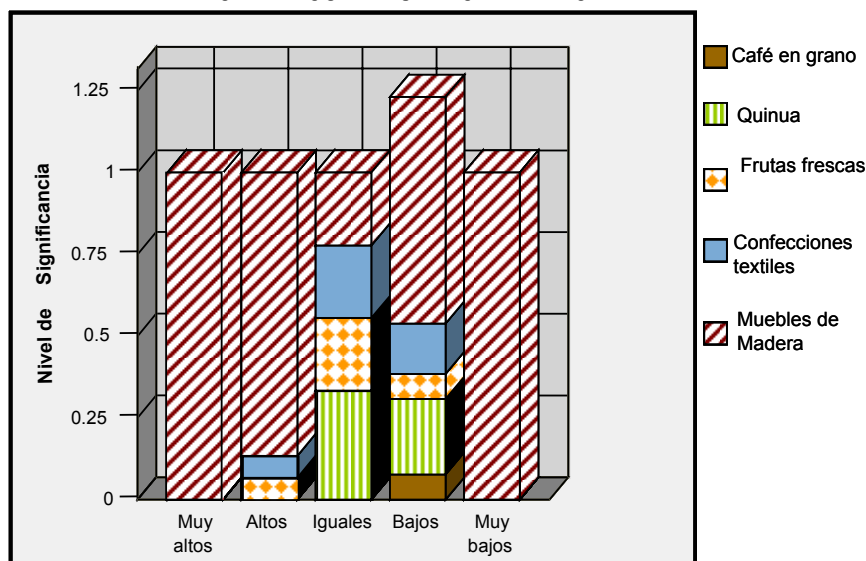
¿CÓMO CALIFICA USTED A LOS PRODUCTOS BOLIVIANOS EN CUANTO A CALIDAD?



Elaboración: Propia

Gráfico N° 126

¿CÓMO CALIFICA USTED A LOS PRODUCTOS BOLIVIANOS EN CUANTO A PRECIO?



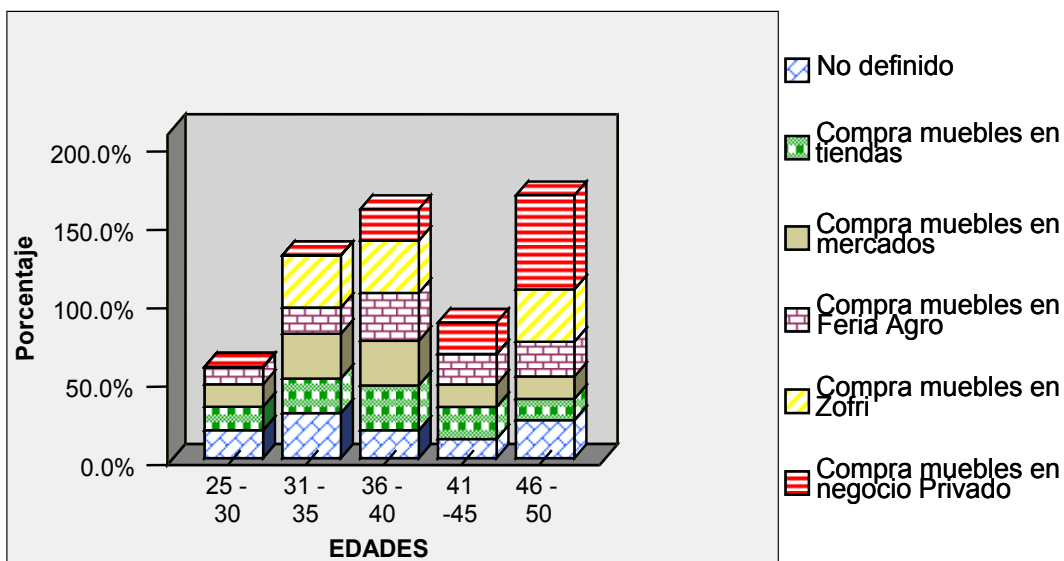
Elaboración: Propia

Es significativo el prestigio de los muebles de madera bolivianos en la 1ra. Región de Chile. Los habitantes de estas localidades tienen claramente fijado el concepto de la calidad de estos productos, más de que cualquier otro. Este aspecto sugiere que sea uno de los sectores con mayores posibilidades de incursionar en el mercado, aprovechando el posicionamiento existente.

Considerando los resultados de la encuesta, el potencial de la demanda de los muebles de madera en la 1ra. Región, mejorando algunos aspectos vinculados al precio, adecuando alternativas de oferta a diferentes segmentos de mercado podría ser una estrategia muy efectiva de penetración a estos mercados.

Gráfico N° 127

¿DÓNDE COMPRA MUEBLES DE MADERA?



Elaboración: Propia

Una de las alternativas más interesantes para penetrar el mercado local de la 1ra. Región podría ser el alquiler de un espacio en la Zona Franca de Iquique (ZOFRI), de donde se abastece de productos y mercadería una gran parte del comercio local, así como los usuarios o clientes individuales. Asimismo, el tomar contacto con representantes comerciales de tiendas locales especializadas o también llamados por los lugareños “negocios privados” podría significar una buena opción de ingresar al mercado local.

Es importante producir muebles de características especiales y estilos adecuados a los gustos y costumbres de los habitantes de la región; el clima húmedo y soleado de la región. Así como los aspectos de funcionalidad y tonos de la madera deberán ser tomados en cuenta. Particularmente son cotizados los muebles de caoba (mara), roble y cedro.

Recientemente, funcionarios de la CORFO y la ZOFRI, tomando en cuenta experiencias recientes de empresarios bolivianos asentados en el Parque Industrial de Chacayuta, han organizado reuniones de trabajo entre empresarios forestales bolivianos e industriales chilenos de manufacturas de madera, entre quienes se pueden lograr acuerdos comerciales de importante valor, considerando alianzas estratégicas de producción y comercialización que beneficiarían a estos sectores empresariales a ambos lados de la frontera.

8.2 Sector Cuero

Para este sector, es primordial la negociación entre ambos gobiernos para lograr la aplicación efectiva de las preferencias arancelarias, eliminando las medidas no arancelarias de certificaciones innecesarias para productos manufacturados de cuero boliviano. Siendo estos productos generadores de gran cantidad de mano de obra, es importante incrementar el comercio, no sólo de cuero que pueda ser procesado en Chile, sino también de manufacturas bolivianas de cuero que puedan ingresar a este mercado.

Se ha podido comprobar que los artículos de cuero en Iquique y Arica, tienen precios elevados, en comparación con similares en Bolivia. Como ejemplo, un par de zapatos de dama, en cuero bien trabajado y con modelos modernos, está en un precio promedio aproximado de USD 80; similar zapato se puede encontrar en tiendas bolivianas al 50% de ese precio. La comparación se realiza a precios de tienda, pues los márgenes de los comercializadores al detalle son similares en ambos mercados, e inclusive los impuestos internos (IVA) son similares.

El comercio de manufacturas de cuero bolivianos en la 1ra. Región es una probabilidad cierta, en la medida que los productores bolivianos simplemente cumplan con las certificaciones solicitadas por el SAG de Chile. No obstante, los empresarios bolivianos cuestionan dicha medida, en productos cuya materia prima ha sido procesada y sujeta a una serie de tratamientos químicos y mecánicos, que eliminan absolutamente cualquier tipo de transmisión de elementos contaminantes.

8.3 Sector Agropecuario

En este sector, son varios los productos bolivianos con potencial de ser comercializados o incrementar sus actuales volúmenes de comercialización en Chile y particularmente en la 1ra. Región.

Muchos de los productos que a continuación se describen, se comercializan envasados; sin embargo, cumpliendo algunos requisitos del SAG chileno, los mismos podrían ingresar a ese mercado, en etapas previas a su terminación, con la finalidad de que se procesen, reprocesen o simplemente se les añada valor incorporando actividades o etapas de producción, entre ellos:

8.3.1 Palmito

De igual forma a lo que sucede con la leche en polvo, los exportadores bolivianos deben generar relaciones con sus similares en el país vecino. Bolivia es el segundo proveedor de palmito en el mercado chileno, después de Ecuador, por lo que se puede incrementar la participación de la oferta de palmito en este chileno.

La exportación boliviana de palmitos en conserva a Chile, se ha incrementado significativamente durante los últimos años. Como lo muestran las cifras de los dos últimos años: USD 1.299.234,60 en el 2004, y USD 1.563.413,54 durante el año 2005. El aumento del consumo de este producto es un buen indicador

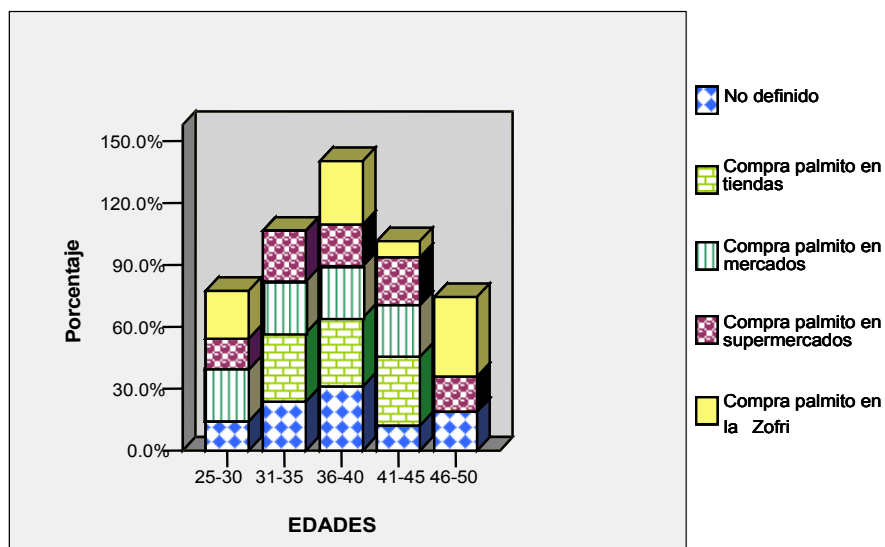
de las posibilidades reales de incremento de otros productos con características similares (enlatados).

Como se ha podido evidenciar, el palmito tiene una interesante demanda potencial en el mercado de Arica e Iquique, además de existir por parte de los productores bolivianos, la capacidad suficiente de producción. Se ha podido establecer que el palmito puede llegar al mercado chileno a través de productores que envasen y exporten directamente a los comercializadores en los centros de venta, tales como tiendas o incluso en la ZOFRI, tal como se puede observar en el gráfico 87, estos lugares es por donde se adquiere mayormente el producto.

A través de exportaciones bajo la característica de “etiqueta privada” se podría tener una mejor penetración de mercado en este producto; en especial en el segmento de personas de mediana edad, a quienes se tendría que dirigir alguna campaña promocional, en un esfuerzo conjunto entre los comercializadores locales y el apoyo de los productores exportadores bolivianos, mismas que podrían ser degustaciones en puntos de venta, promoción de modos de uso (recetas), en canales locales de televisión, u otras formas similares.

Gráfico N° 128

¿DÓNDE COMPRA PALMITO?



Elaboración: Propia

Como se aprecia en el cuadro superior, era de esperar que la compra y el consumo de este producto esté más difundido entre personas de edad adulta, pues su particular sabor, al igual que otros alimentos requiere de cierta experiencia gastronómica; en otras palabras, es un gusto adquirido; y es a ese segmento etéreo a quienes deberá dirigirse las campañas publicitarias o promocionales.

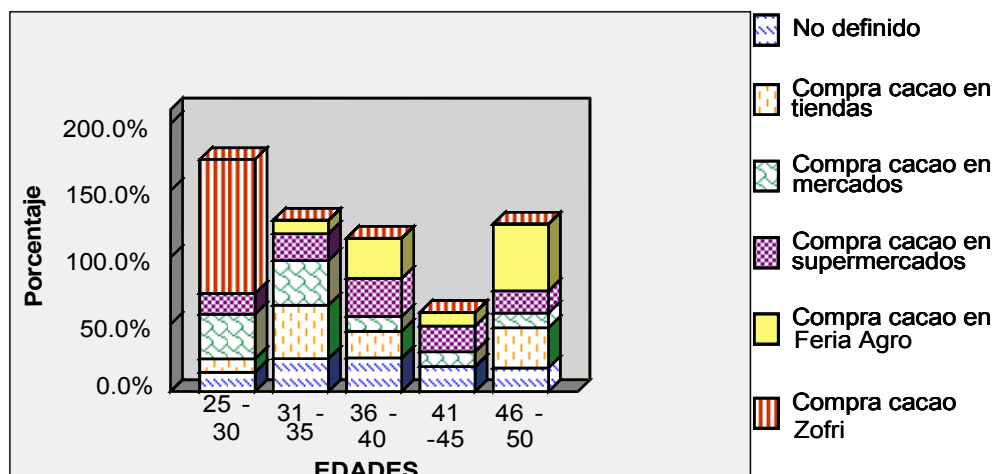
8.3.2 Cacao

El potencial de este mercado es muy grande, pues hasta la fecha no se registran exportaciones significativas en este rubro y, la competencia de productos derivados de cacao en la 1ra. Región de Chile se encuentra muy fragmentada; es decir, no existen marcas que puedan haberse posicionado como líderes en este sector, permitiendo que lo pueda hacer un producto que ingrese al mercado con buena calidad, precio y distribución adecuada.

El consumo de este producto, en el mercado objetivo, se ubica principalmente en las barras de chocolate, cocoa en polvo, chocolates rellenos y productos similares.

A diferencia del palmito, este es un producto cuyo segmento de mercado está más orientado a gente joven y gente relativamente mayor (pasados los 45 años); ambos segmentos no tienen preocupaciones por conservar la silueta o preocupaciones de sobrepeso, sencillamente disfrutan de los placeres del paladar. Es a ellos a quienes los empresarios deberán dirigir sus argumentos publicitarios y promocionales para la introducción del producto en el mercado; obviamente definiendo, en función de estos segmentos, marca, precios, lugares de expendio y otros aspectos de merchandising, como ser volúmenes o tamaño del producto (dosificación), etiquetas, envases (packaging), cantidades de productos a ser distribuidos por puntos de venta (packing), entre otros.

Gráfico N° 129
¿DÓNDE COMPRA CACAO?



Elaboración: Propia

8.3.3 Café tostado en grano

El incremento de las exportaciones de este producto a Chile, es una muestra del crecimiento del mercado, principalmente en cafeterías y restaurantes de las principales ciudades del país. El proyecto de la empresa "Café Buena Vista" para instalar una planta procesadora de café en el Parque Industrial zona

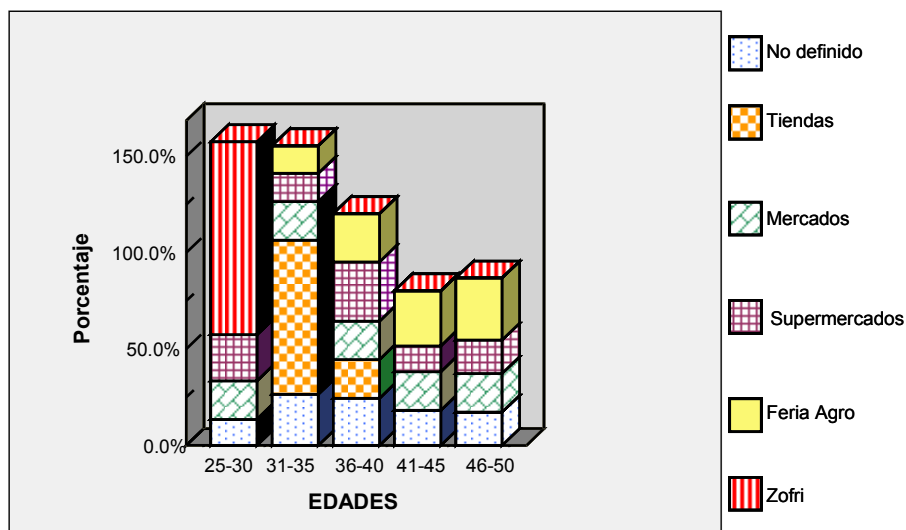
franca Chacayuta, en la localidad de Arica es una muestra de las proyecciones existentes en este mercado.

El volumen de exportación de este producto, se ha ido incrementando en las últimas tres gestiones, pasando de 100 Kg. el año 2003, a 404 Kg. el 2005, generando un monto de USD de 1.016,79 en el 2005, que augura buenas perspectivas.

El crecimiento urbano de Arica y principalmente el registrado en la ciudad de Iquique, permite augurar un mercado interesante para este producto, pues con la apertura de cada vez más snacks y cafés, las personas buscan estos puntos de encuentro para compartir una bebida social, no alcohólica, como ser una taza de café. Como se puede comprobar en el gráfico 90, es el segmento joven quien más consume este tipo de productos.

La calidad del café boliviano, que ha mejorado considerablemente durante la última década, puede copar perfectamente el mercado de la 1ra. Región, gracias a sus características de calidad y precio, al margen de la conveniencia de la proximidad de las áreas productoras.

Gráfico N° 130
¿DÓNDE COMPRA CAFÉ?



Elaboración: Propia

8.3.4 Quinoa Real

Las características topográficas y climatológicas en Bolivia, coadyuvan a que estos granos se produzcan en inmejorables condiciones de calidad y cantidad para cubrir los requerimientos, por el momento reducido, del mercado chileno y particularmente el de la 1ra. Región.

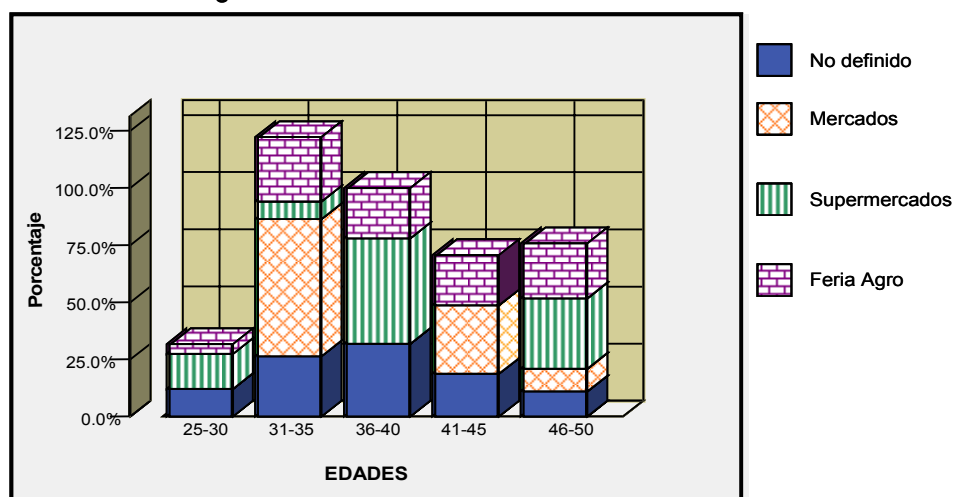
Se ha comprobado que gracias a una serie de artículos en periódicos y revistas locales, así como entrevistas televisivas, en la 1ra. Región de Chile se ha creado conciencia de las bondades nutritivas de la Quinoa. Gran parte de los encuestados conoce y ha probado alguna vez el producto.

Siendo que actualmente, tanto en Arica, como en Iquique se comercializa quinua, solamente a granel, que no se consume mucho la quinua real y que no existe en el mercado este cereal en hojuelas y mucho menos en forma de harina; estas características del producto, conocidas en Bolivia, pueden significar valiosas y ser utilizadas para ingresar al mercado de la región de Tarapacá con un producto diferenciado.

Argumentos como el cuidado de la salud, la búsqueda permanente de una buena alimentación, el crecimiento de los niños, entre otros, pueden ser argumentos que ayuden efectivamente a ganar espacios de mercado.

Las exportaciones actuales de Quinua Real a Chile son aún incipientes; USD 28.983,91 durante en el año 2005; sin embargo, es un buen indicio para consolidar espacios de mercado y posibilidades futuras, pues, a pesar de ser una cifra modesta, ésta es 5 veces mayor que la de hace tres años.

Gráfico N° 131
¿DÓNDE COMPRA QUINUA?



Elaboración: Propia

Del cuadro anterior se deduce que no existe claramente identificado un canal de comercialización que se asocie con este producto, pues se ha podido comprobar que se expende en supermercados, en pequeñas bolsas de 250 grs. y en la Feria Agropecuaria o Feria Campesina a granel y en escasos puestos de venta. Está abierta la posibilidad de comercializar el producto fraccionándolo localmente y envasándolo con la marca de un distribuidor local.

En términos generales, el poblador de la 1ra. Región no conoce la quinua real boliviana. Parte de la población entrevistada sabe que en Bolivia se produce quinua, pero no las características de la misma, ni sus peculiaridades, como se muestra en los dos gráficos siguientes.

Gráfico N° 132

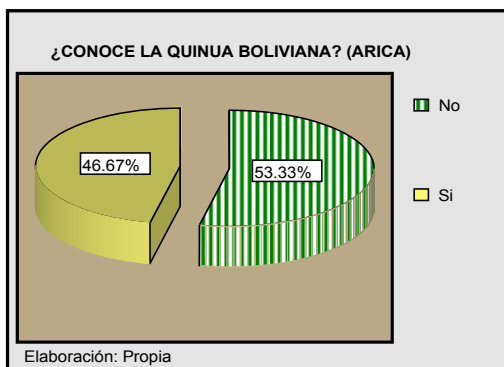
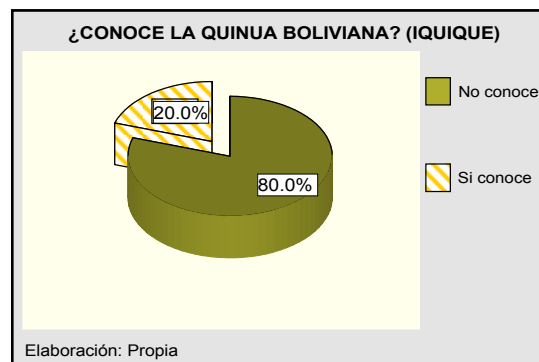


Gráfico N° 133



8.3.5 Amaranto

El amaranto es un producto boliviano totalmente desconocido en Arica e Iquique. Es por esta razón que para poder ingresar con este producto al mercado de la región de Tarapacá, sería necesario promocionar el mismo de manera agresiva y a un costo que actualmente los productores y exportadores (empresas pequeñas) por el momento no estarían en condiciones de asumir, sin contar con una subvención especial que les permitiera afrontar el desafío.

Gráfico N° 134

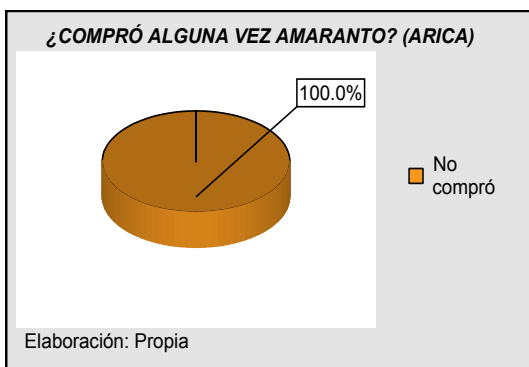
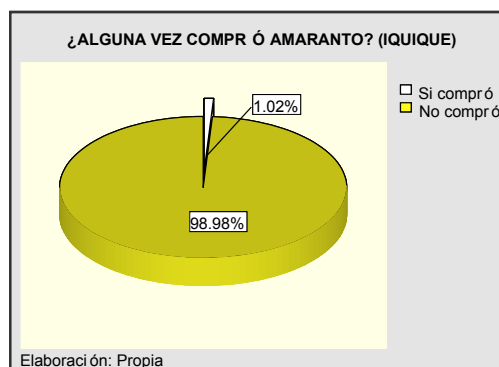


Gráfico N° 135



Las personas encuestadas se mostraron intrigadas por este producto y por sus cualidades alimenticias. Sería conveniente la prospección de este mercado en algún tipo de alianza estratégica de comercialización con una empresa local.

8.3.6 Bananos y plátanos frescos, del tipo cavedish valery y piñas tropicales

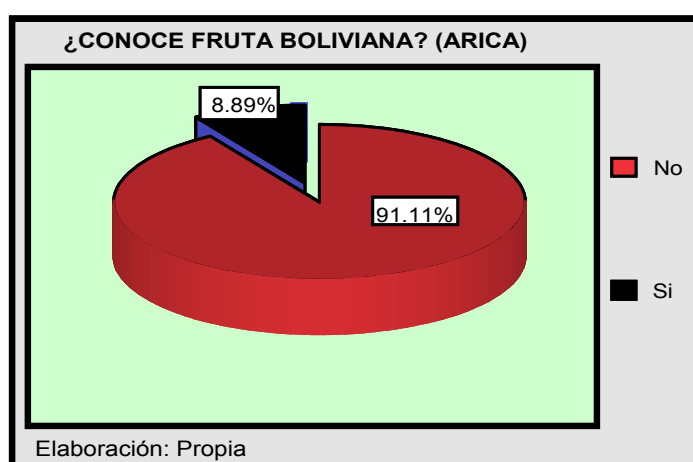
Al igual que en el caso de la quinua, en el altiplano, los valles tropicales de Bolivia presentan inmejorables condiciones topográficas y climáticas, además

de la proximidad a la 1ra. Región de Chile, para la producción y comercialización en esta región de plátano, banano y piña.

Una alternativa a corto plazo para potenciar aún más la producción y exportación de estos productos al mercado meta, es la de desarrollar emprendimientos individuales o conjuntos (empresarios de ambas regiones) para la producción de frutas deshidratadas, concentrados y mermeladas.

El mercado de la región de Tarapacá, en especial de Arica e Iquique, han demostrado que existe una demanda significativa de frutas frescas, como plátanos, piñas, mangos, naranjas, toronjas, mandarinas y frutillas. Bolivia, cuenta con la producción suficiente de este tipo de frutas para satisfacer la demanda existente.

Gráfico N° 136



El gráfico precedente muestra como, a pesar de tener un buen producto, en materia de frutas frescas, de estar a pocas horas del mercado potencial y de existir la demanda, tanto productores, exportadores y autoridades, han hecho poco para difundir la existencia de producción complementaria a las necesidades del mercado de la 1ra. Región de Chile.

Existe la oferta suficiente, tanto para todo tipo de fruta fresca, así como la demanda suficiente, y los canales de comercialización adecuados para realizar los embarques de prueba; asimismo, el SENASAG boliviano está en condiciones de realizar las fumigaciones y extender las certificaciones necesarias que permitan iniciar las relaciones comerciales, para ello es preciso contactar a productores exportadores con comerciantes importadores.

8.3.7 Maca

Al igual que el amaranto, la maca es muy poco conocida en el norte chileno; quizás se podría intentar exportar pequeñas cantidades para difundir las bondades del producto; sin embargo, por el momento, la mejor alternativa que se puede sugerir es que el excedente de este producto, que existe en cantidades considerables en el altiplano boliviano pueda ser industrializado en

laboratorios chilenos, para que desde Chile, se aborden otros mercados, como los asiáticos, en donde la gente tiene hábitos de consumo muy particulares y arraigados en este tipo de suplementos energéticos.

8.3.8. Cerveza de Malta

Las exportaciones de cerveza a Chile se van incrementando, además que Bolivia goza de cero aranceles para la exportación de cerveza a este país, por lo que los exportadores bolivianos, podrían intensificar la promoción, así como forjar nuevos contactos, para incrementar su participación en el mercado chileno.

La aceptación de la cerveza de malta, para el 2005, se ha incrementado, pues las exportaciones de este producto a Chile, han llegado de USD 416.815.65 el 2004, y USD 740.715.20 el 2005.

Sólo resta que la empresa fabricante de este producto se decida a abordar una campaña más agresiva de posicionamiento en este mercado.

8.4 Sector Textil

Las prendas confeccionadas en Bolivia, se caracterizan por la calidad de su materia prima y confección, así como en el tiempo de respuesta en la entrega de sus pedidos. Muchas de las empresas bolivianas tienen la experiencia suficiente en la confección de prendas para marcas de prestigio internacional.

También existe una buena cantidad de medianas y pequeñas empresas que confeccionan prendas para el mercado de Santiago y se dirigen a éste por su tamaño y la capacidad de compra de sus habitantes. Sin embargo, de existir mecanismos de intermediación eficientes en la 1ra. Región, sería obvia la elección de esta plaza para la comercialización de sus productos, por la distancia y la posibilidad de circulación más rápida de su capital, pues es así como este tipo de empresas operan; en efectivo, en pequeños volúmenes y con alta rotación.

Hace falta obtener un tratamiento preferencial a la exportación de este tipo de productos al mercado chileno, ello generaría un incremento significativo del comercio en este rubro; mismo que deberá estar acompañado de una mayor promoción comercial, la cual se podría desarrollar a través de la generación de alianzas estratégicas para lograr una mayor integración entre ambas regiones.

La aceptación de los productos textiles bolivianos, ha aumentando significativamente llegando a casi triplicarse en las tres últimas gestiones; es así que durante el año 2003 se registró un total exportado de USD 1.611.484,95; y el 2005 Bolivia le llegó a exportar a Chile por un valor de USD 3.345.074,06.

Luego de analizar los circuitos comerciales orientados a la comercialización de manufacturas textiles, existentes en Arica e Iquique, se concluye que las grandes empresas confeccionistas bolivianas no se ajustan a las características y tamaño de los mercados de la 1ra. Región; sin embargo, las

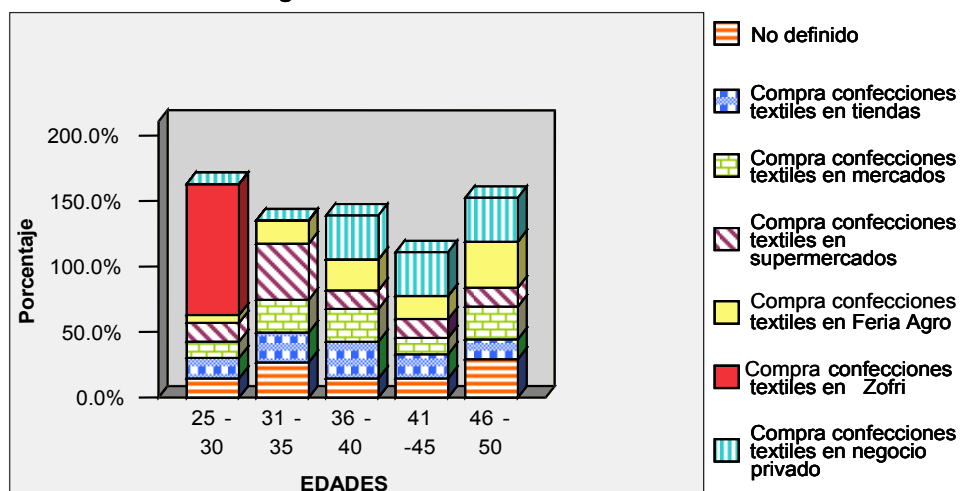
medianas y pequeñas empresas de confecciones, particularmente asentadas en la ciudades de La Paz y El Alto, perfectamente pueden orientar sus productos a satisfacer el consumo de los habitantes de ambas localidades.

Para lograr el objetivo mencionado en el párrafo anterior, sería conveniente que las autoridades encargadas de la promoción de exportaciones en Bolivia, seleccionen un grupo de estas empresas, formalicen su estatus legal y sean capacitadas para iniciar su actividad exportadora, orientando la misma a estos mercados, próximos, con capacidad adquisitiva y dispuestos a comprar sus productos.

Inicialmente estas empresas podrían trabajar produciendo prendas para almacenes locales; es decir, con las marcas propias de estas tiendas; por ejemplo Almacenes Corona. Así como boutiques y centros comerciales populares que actualmente comercializan algunas prendas confeccionadas en Bolivia, que ingresan al mercado chileno por la vía del contrabando; obviamente en pequeña escala.

Gráfico N° 137

¿DÓNDE COMPRA ROPA?



Elaboración: Propia

De igual forma, otro canal interesante para ingresar al mercado chileno, sería la asociación de varios de estos pequeños productores de ropa boliviano, para alquilar un local comercial propio en la misma ciudad de Iquique, desde donde bien podrían no sólo ingresar al mercado local de Iquique; sino también distribuir pequeñas cantidades para otras ciudades chilenas.

8.5 Joyería y Artesanías

En este sector, la demanda de los productos bolivianos por parte del mercado chileno se ha incrementado de manera significativa, aunque con cifras aún pequeñas, que posiblemente sean pedidos de muestras o de prueba; que en todo caso se dirigen al mercado de Santiago.²⁷

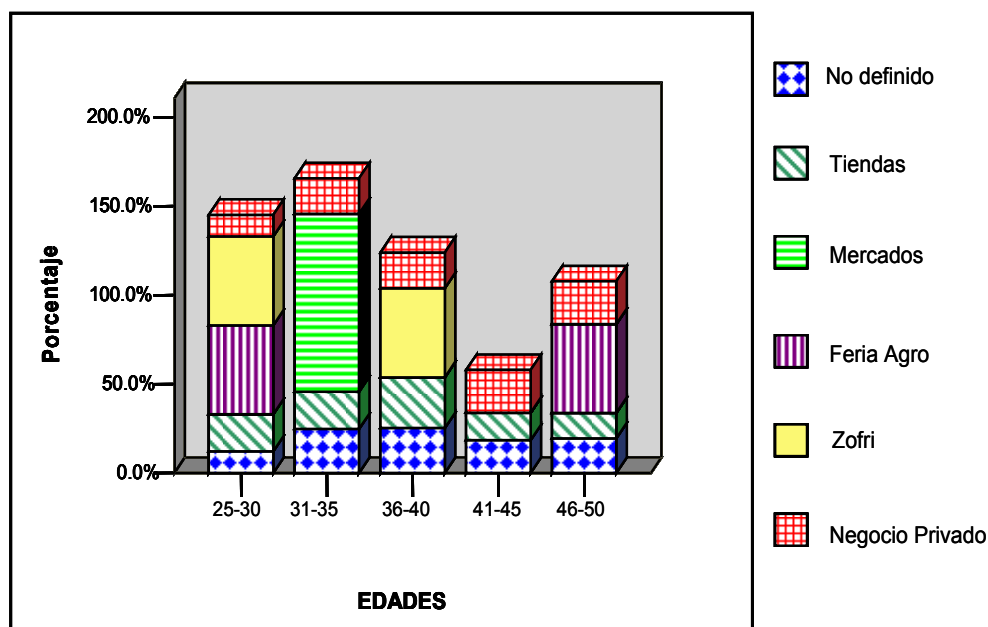
²⁷ El año 2003 Bolivia exportó a Chile joyería en oro, por un valor de USD. 6,464.80, y el 2005 este monto llegó a los USD 44,567.61.

Como se mencionó al tratar el tema de la oferta, la abundancia de materia prima (oro, plata, piedras preciosas y semi-preciosas) en Bolivia, así como la capacidad de la mano de obra experimentada para el trabajo delicado de la joyería, hacen de este sector una excelente alternativa y una buena opción para generar sinergias entre empresarios de ambos países para desarrollar emprendimientos que combinen por ejemplo, la destreza y las materias primas existentes en ambos países, con el desarrollo del mercado chileno para las joyas y la posibilidad de acceder a otros mercados desde Chile.

Existe un mercado poco desarrollado en cuanto a joyas en Arica e Iquique. Sin embargo, las condiciones de esta región para producir con materia prima boliviana, *know how* y clientes extranjeros cautivos, puede servir para ampliar las perspectivas de empresarios de ambas regiones en este rubro.

Gráfico N° 138

¿DÓNDE COMPRA JOYAS?



Elaboración: Propia

8.6 Minería

A pesar de gozar los minerales bolivianos de preferencias arancelarias al 100%, las industrias existentes actualmente en la 1ra. Región de Chile no requieren volúmenes significativos de minerales explotados en Bolivia; sin embargo, cabe la interesante posibilidad de buscar nexos entre empresarios de este sector, en ambos países para que, aprovechando la proximidad de los puertos y los tratados comerciales que actualmente tiene Chile con otros países y los que está negociando con nuevos mercados asiáticos, se generen emprendimientos conjuntos que beneficien a ambos países.

9 ALGUNOS COMENTARIOS GENERALES

Gráfico N° 139

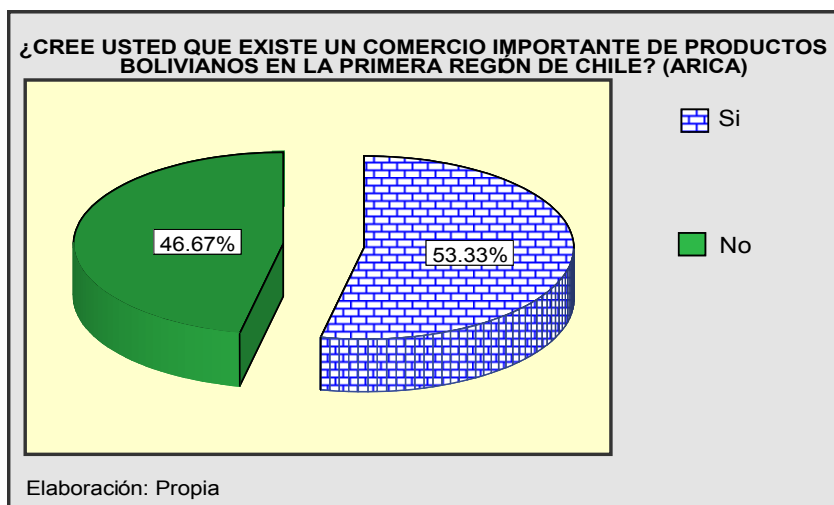
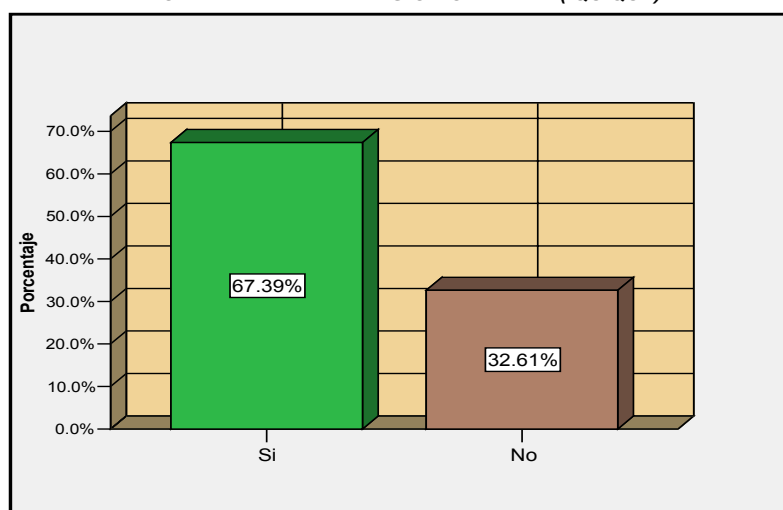


Gráfico N° 140

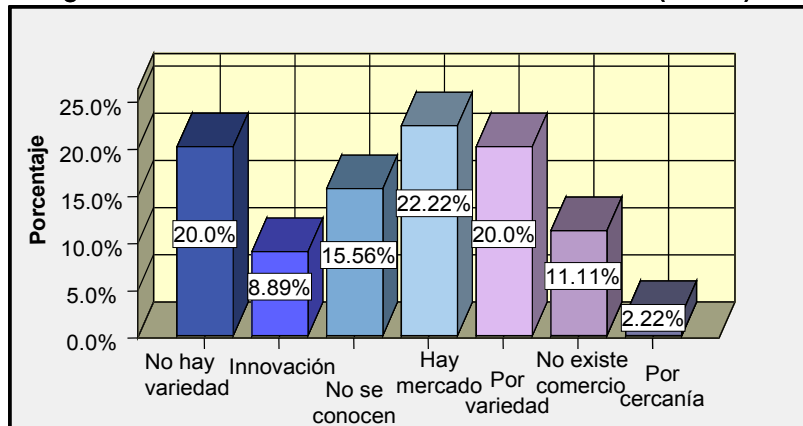
¿CREE USTED QUE EXISTE UN COMERCIO DE PRODUCTOS BOLIVIANOS IMPORTANTE EN LA 1ª REGIÓN CHILENA? (IQUIQUE)



En términos generales, los habitantes de la 1ra. Región de Chile consideran que existe un importante comercio entre su Región y Bolivia; obviamente se dan algunas diferencias en cuanto a las razones de la existencia de ese comercio; en el caso de Arica, como demuestra el gráfico siguiente, las razones del por qué no hay mucho comercio, el ariqueño las explica por una falta de variedad o surtido en la oferta de productos bolivianos, por que éstos no se conocen o simplemente por que no existe un comercio significativo; por el contrario, los que afirman que sí existe un comercio importante, explican este hecho por que reconocen la existencia de su propio mercado para estos productos, seguramente conocen algunos productos más que las personas del otro grupo y por el hecho de la proximidad geográfica.

Gráfico N° 141

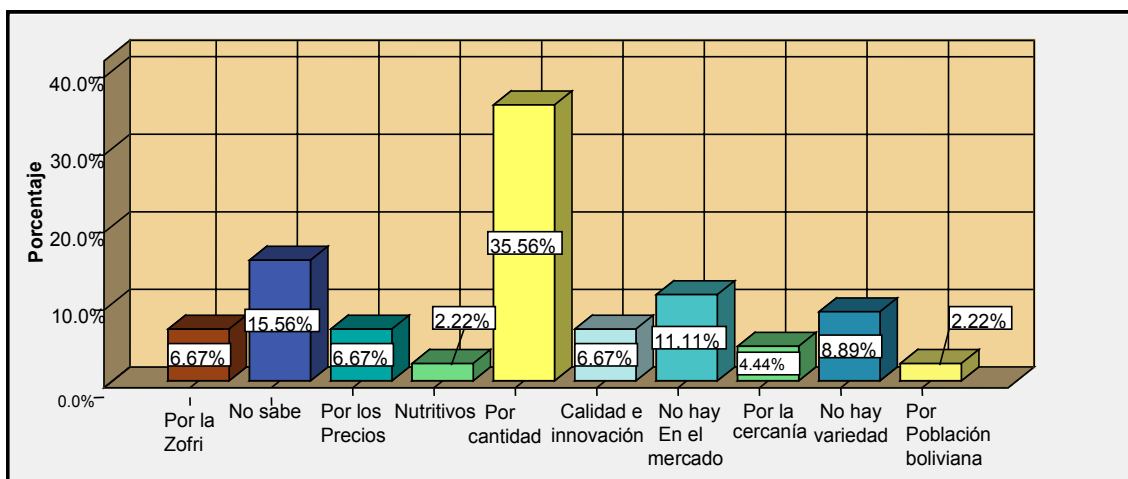
¿POR QUÉ CREE QUE EXISTE ESTE COMERCIO? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 142

¿POR QUÉ CREE QUE EXISTE ESTE COMERCIO? (IQUIQUE)

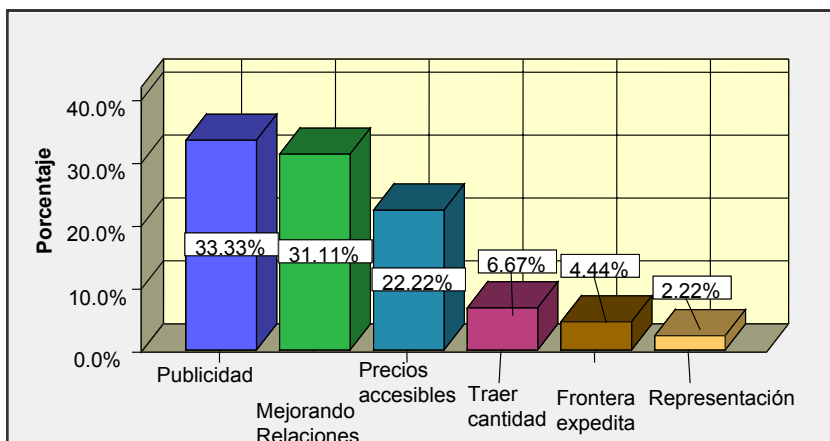


Elaboración: Propia

En el caso de Iquique, reconocen la existencia de un mayor comercio con Bolivia; sin embargo, muy pocos de sus habitantes atribuyen a este hecho la existencia de la ZOFRI y la incidencia que tiene esta organización con el comercio con Bolivia; asimismo, reconocen su mercado como una interesante oportunidad para comercializar productos en cantidades significativas, pero muchos de ellos no conocen productos bolivianos y los pocos que conocen no muestran una variedad importante en su oferta.

Gráfico N° 143

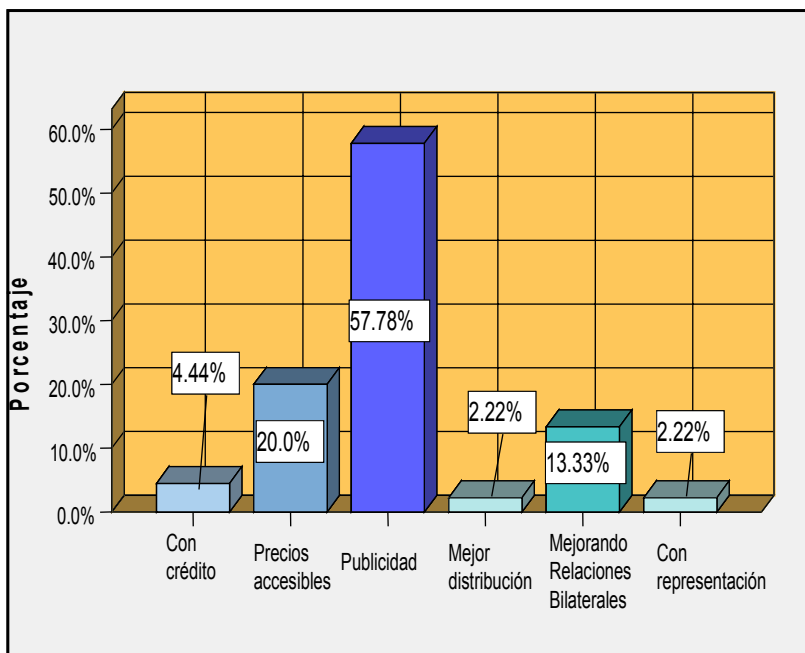
¿CÓMO CREE QUE PODRÍA INCREMENTARSE ESTE COMERCIO? (ARICA)



Elaboración: Propia

Gráfico N° 144

¿CÓMO CREE QUE MEJORARÍA ESTE COMERCIO? (IQUIQUE)



Elaboración: Propia

Es interesante observar la coincidencia de criterios entre los pobladores de ambas localidades por la necesidad de hacer publicidad sobre los productos bolivianos para que las personas conozcan más sobre ellos; asimismo, asignan una particular importancia al tema de las relaciones entre ambos países, ligando directamente las relaciones oficiales entre los gobiernos con el movimiento comercial.

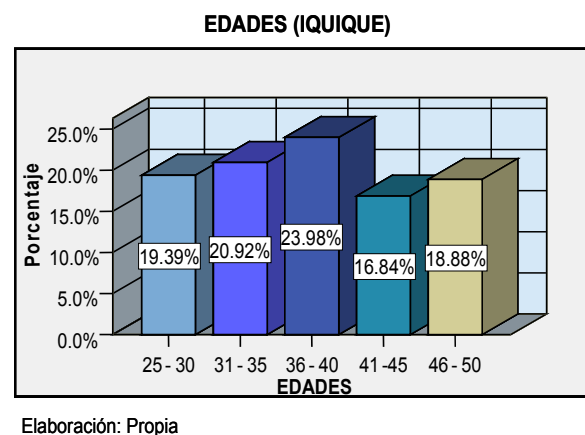
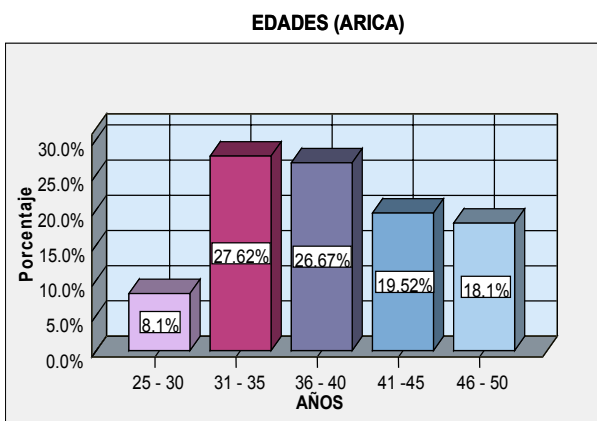
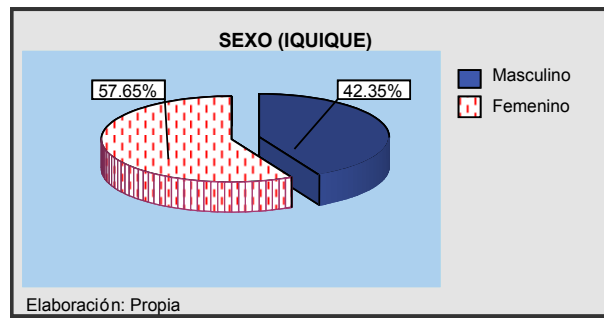
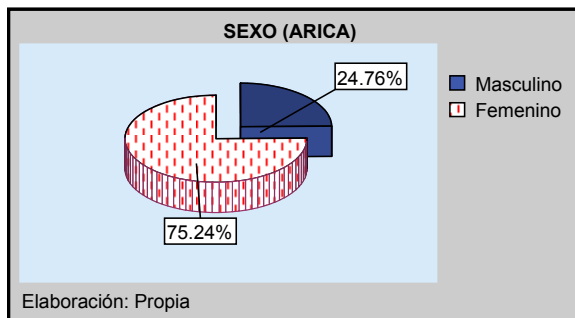
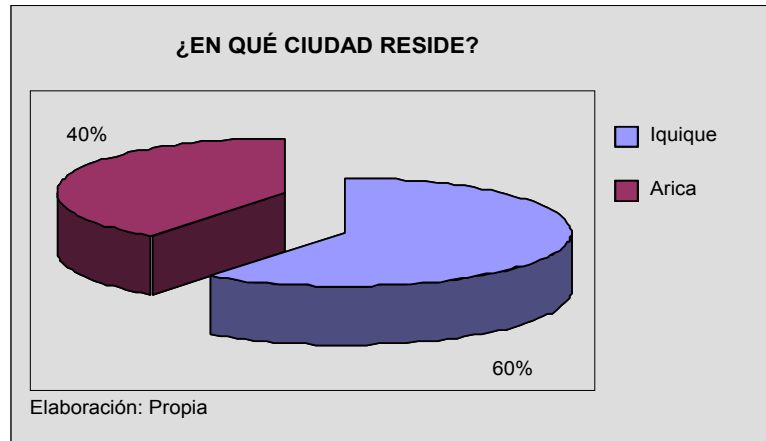
Otro aspecto destacable de las respuestas a ambas preguntas es el tema de precios y créditos para la compra de productos; este aspecto pone en manifiesto la situación económica particular de la 1ra. Región de Chile y el rezago que tiene desde el punto de vista de desarrollo económico, respecto de Santiago y otras ciudades importantes en Chile²⁸.

²⁸ Según información proporcionada por la CORFO regional de Tarapacá, el índice de desempleo de esta región es uno de los problemas más preocupantes de los últimos años, habiéndose registrado durante la gestión 2005 un 14% de desocupación abierta en esta Región.

ANEXOS

ANEXO I

A continuación se presentan algunos datos demográficos de la encuesta llevada a cabo en las ciudades de Arica e Iquique, en donde se realizaron 130 y 197 encuestas respectivamente.



ANEXO II

LISTA DE EMPRESAS BOLIVIANAS EXPORTADORAS CON POTENCIAL EN LA 1ra REGIÓN DE CHILE

Leche y productos lácteos:

Razón Social: PILANDINA S.A.
Dirección: Av. Blanco Galindo Km. 10 Cochabamba.
Teléfono: (591 - 4) 4260164 - 4260165
Fax: (591 - 4) 4264410 - 4115391
E - mail: info@pilandina.com.bo , pvallejo@pilandina.com.bo
Página web: www.pilandina.com.bo
Contacto: Pablo Vallejo Ruiz.
Productos: Leche y nata (crema) en polvo.

Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios:

Razón Social: IMPORT - EXPORT C.D.I. "ARROYO" LTDA.
Dirección: Av. Escuadrón Velasco No. 800. Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3535349
Fax: (591 - 3) 3535349
E - mail: diego_r_arroyo@hotmail.com
Contacto: Diego Richard Arroyo Bejarano.
Productos: Los demás frijoles (fréjol, poroto, alubia, judía).

Razón Social: CORPORACIÓN INDUSTRIAL DILLMANN S.A. CORDILL S.A.
Dirección: Av. Blanco Galindo 10 1/2 Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4263444 - 4261246 - 4261256
Fax: (591 - 4) 4261256
E - mail: dillmann@entelnet.bo
Contacto: Roberto Peña Rodríguez.
Productos: Mermeladas y jaleas de piñas, palmitos en conserva.

Razón Social: IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES WALITA
Dirección: C. Paraguay s/n entre Av. Bolivia y Av. Delicias. Yacuiba- Tarija
Teléfono: (591- 4) 71897235
Contacto: Balvina Heredia Choque de Huarachi
Productos: Bananas frescas, quinua en grano, achiote, madera.

Razón Social: PRODUCTOS ANDINOS S.R.L.
Dirección: España Esq. Junín Edificio Landívar No. 301 Of. 204. Santa Cruz de la Sierra.
Teléfono: (591 - 3) 3862104 - 3369933
Fax: (591 - 3) 3390621
E - mail: productos.andinos@gmail.com
Contacto: Oscar Tejerina A.
Productos: Frijoles.

Razón Social: INTERGRAIN LTDA.
Dirección: Barrio Urbari Av. Barrientos No. 67 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3578140 - 3578142
Fax: (591 - 3) 3578141
Casilla: 6154
E - mail: gcia_intergrain@cotas.com.bo
Contacto: Ramiro Monje Calderón
Productos: Sésamo, girasol.

Razón Social: GRUPO ALCOS S.A.
Dirección: Av. Cap. Hugo Estrada 30, Miraflores. La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2223866
Fax: (591 - 2) 2221324
Casilla: 5978
E - mail: natural@alcos.com.bo
Contacto: Liendo Romero Alberto
Productos: Maca, medicamentos.

Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías:

Razón Social: BENEFICIADORA DE ALMENDRAS MANURIPI S.R.L.
Dirección: Av. Cosme Gutiérrez No. 584 Zona San Francisco. Riberalta - Beni
Teléfono: (591 - 3) 8522358
Fax: (591 - 3) 8522358
E - mail: manuripi@cadexnor.org.bo
Contacto: Cinthia Mercado Manuyama de Mejía
Productos: Nueces del Brasil frescas o secas.

Razón Social: TAHUAMANU S.A.
Dirección: C. Montevideo 109, Edif. Eliana, P.2 La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2440050
Fax: (591 - 2) 2416176
E - mail: tahua@ceibo.entelnet.bo
Contacto: Faustino Alcon Villalobos
Productos: Nueces, madera, cerámica.

Razón Social: UNIÓN AGROINDUSTRIAL DE CAÑEROS S.A. UNAGRO
Dirección: Barrio la Santa Cruz Calle Las Maras Pasillo Durazno No. 102 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3437777 - 9246044
Fax: (591 - 3) 3452525
Casilla: 1951
E - mail: unagro@cotas.com
Página web: www.corp-unagro.com
Contacto: Marcelo Fraija
Productos: Castaña, soya, alcohol.

Razón Social: CENTRAL DE COOPERATIVAS AGROPECUARIAS EL "CEIBO"
LTDA.

Dirección: Av. Juan Pablo II No. 2560 - El Alto, La Paz

Teléfono: (591 - 2) 2841078 - 2841178

Fax: (591 - 2) 2124290

Casilla: 9698

E - mail: elceibgen@accelerate.com

Contacto: Agustín Choque Lucana

Productos: Frutas, cacao.

Razón Social: COOP. AGROP. INT. SAN JUAN YAPACANI "CAISY"

Dirección: C. Isaac Tamayo No. 791 Esq. C. Santa Cruz. La Paz

Teléfono: (591 - 2) 2452043 - 2451719

Fax: (591 - 2) 2450896

Casilla: 11924

E - mail: caisyjp@accelerate.com

Contacto: José María Pardo

Productos: Arroz, frutas.

Razón Social: CHOQUE FLORES HORACIO JULIO

Dirección: Villa El Carmen Av. Principal 350 La Paz

Teléfono: (591 - 2) 2215550 - 408473

Fax: (591 - 2) 2379107

Contacto: Horacio Julio Choque Flores

Productos: Bananas frescas.

Razón Social: PRONASUR

Dirección: C. Santa Cruz entre calles 27 de Mayo y Jorge Tassakis. Yacuiba - Tarija

Teléfono: (591 - 4) 71890520

E - mail: pronasur_bolivia@hotmail.com

Contacto: José Luís Guevara Cáceres

Productos: Bananas, soya.

Razón Social: CHAPARE EXPORTA S.R.L.

Dirección: Condominio Los Faros- Zona Queru Queru - Alto Cochabamba

Teléfono: (591 - 4) 4450004 - 4451859 - 4451521

Fax: (591 - 4) 4451521

E - mail: chaparexport@yahoo.com

Contacto: Miguel Ángel Zambrana Valencia

Productos: Bananas y piñas.

Razón Social: FRUTINAGRO S.R.L.

Dirección: Carretera Cochabamba Santa Cruz Km. 222 Ivirgarzama- Cochabamba

Teléfono: (591 - 4) 3522373

Fax: (591 - 4) 3522373

E - mail: frutinagro@alamo.entelnet.bo

Contacto: Oscar Alejandro Messmer Trigo

Productos: Bananas, piñas, frutas secas, palmitos.

Razón Social: IRUPANA ANDEAN ORGANIC FOOD S.A.
Dirección: Av. Costanera No. 36 Villa la Merced La Paz.
Teléfono: (591 - 2) 2215805
Fax: (591 - 2) 2215931
E - mail: exportaciones@irupana.org
Página web: www.irupana.org
Contacto: Javier Gonzalo Hurtado Mercado
Productos: Bananas, naranjas, café, quinua.

Razón Social: BOLIBANEX S.R.L.
Dirección: C. Monseñor Francisco Cano Galvarro s/n Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4365889
Contacto: Felix Choquevillca López
Productos: Bananas, piñas.

Razón Social: ASOCIACIÓN DE HORTICULTORES Y FRUTICULTORES – ASOFRUT
Dirección: 3er anillo Interno entre Pirai y Grigotá, Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3528857
Fax: (591- 3) 3528857
Casilla: 1427
E - mail: asohfrut@cotas.com.bo
Contacto: Gregorio Cardona Rojas
Productos: Bananas, piñas, mangos, frutillas.

Razón Social: MERK2 EDUARDO ENRIQUE MERCADO ERGUETA
Dirección: Alejandro del Carpio No. 351 Tarija
Teléfono: (591 - 4) 6112490
Contacto: Eduardo Enrique Mercado Ergueta
Productos: Frijoles, mandarinas.

Razón Social: SOCIEDAD IMPULSORA PRODUCTOS BIOLÓGICOS EN BOLIVIA S.A.
Dirección: Av. Mutualista Calle I (Las Garzas) No. 2015 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3498264 - 3491219
Fax: (591 - 3) 3498264
Casilla: 4299
E - mail: sibiofid@bibosi.scz.entelnet.bo
Contacto: William Barragán Negro
Productos: Frutas frescas y secas

Razón Social: DESARROLLOS AGRÍCOLAS S.A.
Dirección: Av. Grigotá No. 896 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3523584 - 3529391
Fax: (591 - 3) 3526945
Casilla: 4430
E - mail: desa@mail.cotas.com.bo
Contacto: Eugenio Lucero Deglane
Productos: Limones, soya, aceite.

Razón Social: ASOCIACIÓN DE FRUTICULTORES DE TARIJA AFRUTAR
Dirección: Av. San Lorenzo Km. 14 Tarija
Teléfono: (591 - 4) 6661559
Contacto: Raúl Andrés Zabala Canedo
Productos: Frutas frescas

Razón Social: EMPRESA COMUNAL VIA RANCHO S.A. ECOVIR S.A.
Dirección: C. Rafael Pabón No. 66 Zona Sarco Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4253647 - 4423062
Fax: (591 - 4) 4253825 - 4423062
Casilla: 4964
E - mail: ecovir@albatros.cnb.net
Contacto: Asteria López
Productos: Frutas frescas y secas.

Razón Social: TIERRA LTDA. CECAOT UNABANA
Dirección: Carretera Cochabamba Santa Cruz Km. 190 (chimore) Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4136382
Fax: (591 - 4) 4136382
E - mail: unabana_cbba@yahoo.com
Contacto: Carlos Cesar Herbas Velasquez
Productos: Bananas, piñas.

Café, Té, Hierba Mate y especias:

Razón Social: AGROINPAZ
Dirección: C. Murillo No. 744 Zona Central La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2832898
Fax: (591 - 2) 2313019
E -mail: agroinpaz2003@mixmap.com
Página web: www.mixmap.com
Contacto: Teodocio Jumpire Poma
Productos: Café, achiote.

Razón Social: ANPROCA
Dirección: Camino a Viacha No. 1000 El Alto- La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2832477
Fax: (591 - 2) 2832477
E - mail: amproca@caoba.entelnet.bo
Contacto: Justo Roque
Productos: Café.

Razón Social: ASOCIACIÓN DE CAFICULTORES TAIPI PLAYA ASOCAFE
Dirección: El Alto Zona Capilupaca C. Río Mapiri No. 1115 La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2852585
Fax: (591 - 2) 2852585
Casilla: 1141
E - mail: asocafe@asocafe.com.bo
Contacto: José Ramos Aduviri
Productos: Café crudo en grano

Razón Social: CENT. DE COOP. AGROP. CARANAVI LTDA. CELLCAR
Dirección; Mariscal Santa Cruz No. 148 (Caranavi) La Paz
Teléfono: (591 - 2) 4255917
Fax: (591 - 2)4524145
Contacto: Patricia Cronembold Melgar
Productos: Aceite.

Razón Social: COOP. AGROP. INT. DE PROD. ALTO LIMA LTDA.
Teléfono: (591 - 2) 71289011 - 2124363
Casilla: 4664
E -mail: altolima@yahoo.com
Contacto: Inocencio Chambi
Productos: Café crudo en grano.

Razón Social: COOP. AGRP. INT. DEL NORESTE COAINE
Dirección: C. Carabuco No. 1140 Zona Villa Primavera (El Alto) La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2831837
Fax: (591 - 2) 2831937
Casilla: 8487
E - mail: coaine2004@hotmail.com
Contacto: Juan Macuaga
Productos: Café

Razón Social: INDUSTRIA COPACABANA S.A.
Dirección: Av. Mariscal Santa Cruz Edif. Hansa P- 8 Of. 5 Zona Central. La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2458312 - 2458309
Fax: (591 - 2) 2458407
Casilla: 9506
E - mail: copacafe@entelnet.bo
Contacto: Oscar Hugo Camacho García Ágreda
Productos: Café.

Razón Social: SOC.IND.CAFETERA SOINCA LTDA
Dirección: Villa Fátima Pasaje Santa Rosa No. 100 La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2215707 - 2215708 - 2210125
Fax: (591 - 2) 2211494
Casilla: 1969
E - mail: calabi@anditradecoffe.com
Contacto: Patricio Kyllman
Productos: Café crudo en grano

Razón Social: VICOPEX S.R.L.
Dirección: Edif. Shopping la Cumbre 2do. Nivel Of. 204 (Villa Fátima) La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2212983
Fax: (591 - 2) 2212983
Casilla: 548
E - mail: vicopex@caoba.entelnet.bo
Página web: www.vicopex.com
Contacto: María Nidia Ascarrunz Eduardo
Productos: Café

Razón Social: SOC. AGROP. IND. TEC. "SAITE" S.R.L.
Dirección: Urb. Cosmos 79 Zn. Collpavi C. Esquillana No. 4014 La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2832262 - 2810025
Fax: (591 - 2) 2832262
Casilla: 8624
E - mail: saite@entelnet.bo
Página web: www.quinusaite.com.bo
Contacto: Dionicio Huayllani Marca
Productos: Café, quinua, achiote.

Razón Social: GRAMMA BOLIVIA
Dirección: Doble Vía la Guardia, Km. 8 1/2 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3584865
Fax: (591 - 3) 3567339
E - mail: grammabolivia@cotas.com.bo
Página web: www.grammabolivia.com
Contacto: Noel Cerezo
Productos: Frijoles.

Razón Social: WIPHALA S.R.L.
Dirección: Av. Aniceto Arce No. 561 entre Papa paulo y Germán Urquidi. Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4223562 - 4222753
Fax: (591 - 4) 4222753
E - mail: mلاstra22@terra.com
Contacto: Franklin Lastra Butron
Productos: Frutas secas, achiote

Razón Social: LABORATORIOS ALFA LTDA.
Dirección: Plaza Uyuni No. 115 Miraflores La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2227910 - 2224237
Fax: (591 - 2) 2224217
E - mail: alfa@pharmalabalfa.com.bo
Contacto: Juan José Ferrer
Productos: Infusiones

Razón Social: LABORATORIOS FARMACEUTICOS LAFAR S.A.
Dirección: C. Luís Crespo No. 2213 Alto Sopocachi La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2410411 - 2410170
Fax: (591 - 2) 2417042
Casilla: 7331
E - mail: info@lafar.net/comercioexterior@lafar.net
Contacto: Jaime Ocampo Montan
Productos: Medicamentos

Razón Social: COMERCIAL CAPONI
Dirección: Av. Santos Dumont C. Totai No. 6460 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3568854 - 77621450
Contacto: Judith Caballero Quispe
Productos: Quinua

Cereales:

Razón Social: CEREALES SANTA CRUZ S.R.L.
Dirección: Av. Santa Cruz I Km. Carretera a Chane, Zona Norte. Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 9246336 - 77350555
Contacto: Leonardo Arteaga Herbas
Productos: Arroz

Razón Social: SAGITARIO TRADING S.R.L.
Dirección: Mzo. C - 4 Cochabamba. Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 70713928
E - mail: sagitariotrading@hotmail.com
Contacto: Jaime Alfredo Calderón Dettling
Productos: Arroz, aceite.

Razón Social: AGROCENTRO S.A.
Dirección: Av. Ejército Nacional No. 230. (Santa Cruz de la Sierra)
Teléfono: (591 - 3) 3527770
Fax: (591 - 3) 3528936
Casilla: 320
E - mail: agrocentro@entennet.bo
Contacto: Luigui Guanela
Productos: Arroz, semillas de girasol.

Razón Social: MEDAPEX IMPORT EXPORT
Dirección: Av. 6 de Octubre No. 5837 entre Junín y Ayacucho. Oruro
Teléfono: (591 - 2) 71934076
E - mail: medapex@latinmail.com
Contacto: Pari Ramos Medardo Damián
Dirección: Arturo Valle No. 3691 Los Andes. El Alto, La Paz
Contacto: Pari Ramos Medardo Damián
Productos: Arroz, productos de cuero, confecciones textiles.

Razón Social: ANDEAN FOODS ENTERPRISE "ANFE"
Dirección: La Paz y prolongación Fortín Boquerón Barrio Minero Colquiri No. 87. Zona Norte. Oruro
Teléfono: (591 - 2) 5246752
Fax: (591 - 2) 5246752
E - mail: export@anfebiofoods.com
Página web: anfebiofoods.com
Contacto: Martin Oscar Soria Vallejos
Productos: Quinoa.

Razón Social: ANDEAN VALLEY S.A.
Dirección: Jupapina No. 301- Mallasa La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2745309
Fax: (591 - 2) 2745309
Casilla: 74
E - mail: andeanvalley@kolla.net
Contacto: Javier Fernández Villalobos
Productos: Quinoa

Razón Social: ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTOS DE QUINUA
Dirección: Ed. Mcal. De Ayacucho P. 13 Of. 1311 La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2201434
Fax: (591 - 2) 2201400
E - mail: anapqui@entelnet.bo
Contacto: Epifanio Muraña Calcina
Productos: Quinua

Productos de la molinería; malta; almidón; y fécula; Inulina; gluten de trigo

Razón Social: MOLINO ANDINO S.A.
Dirección: C. México 1554 Ed. Chuquiago, P.I. Zona San Pedro La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2376134 - 2358867 - 2851011
Fax: (591 - 2) 2392071 - 2850950
Casilla: 11911
E - mail: ernesto.sheriff@molinoandino.com
Contacto: Freddy Hidalgo Nevenschwander
Productos: Fideos

Razón Social: CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A.
Dirección: C. Chuquisaca No. 121 La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2455455 - 2455698 Int. 5653
Fax: (591 - 2) 2453370
Casilla: 421
E - mail: flopez@incesa.com.bo
Contacto: Fernando López
Productos: Malta

Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forrajes:

Razón Social: ADM - SAO S.A.
Dirección: Parque Industrial, Manzana 9 (Santa Cruz de la Sierra)
Teléfono: (591 - 3) 3460888
Fax: 3463941
Casilla: 1295
E - mail: saogg@admsao.com
Página web: www.admsao.com
Contacto: Davis Everett Onks
Productos: Girasol y soya.

Razón Social: CARGILL BOLIVIA S.A.
Dirección: C. Andrés Manzo No. 248 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3336750
Fax: (591 - 3) 3336706
Casilla: 778
E -mail: hugo_nunez@cargil.com
Contacto: Eduardo Nanni
Productos: Soya

Razón Social: EXPORTADOR DE CEREALES SERRUDO
Dirección: C. Mario Gutiérrez s/n Tercer Anillo Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3541618
Contacto: Francisco Serrudo Calizaya
Productos: Frijoles y maíz.

Razón Social: BOLTAGRO SRL.
Dirección: C. Guayabos N° 2510 Barrio Tusequis Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3412420
Fax: (591- 3) 3412420
E-Mail: boltagro@cotas.com.bo
Contacto: Roxana Liliana Villa de Lora
Producto: Soya, Sésamo y otros cereales

Razón Social: IND. COMER. DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS ICOPRA S.R.L.
Dirección: C. Escalona Agüero No. 110 entre Calle 25 Villa Tejada La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2811939
Contacto: Eloy Gervacio Pérez Quispe
Productos: Quinoa en grano

Razón Social: ALIMENTOS S.A.
Dirección: Parque Industrial M20 B, frente Hilandería Santa Cruz, Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3477772
Fax: (591 - 3) 3477767
Casilla: 1305
E - mail: rjarce@mail.zuper.net
Contacto: Javier Arce Virreira
Productos: Soya

Razón Social: EMPRESA DE SERVICIO AGROINDUSTRIAL "GRANOS"
Dirección: Carretera a Cotoca, Km. 8 1/2 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3465786
Fax: (591 - 3) 3465786
Casilla: 1178
E - mail: granos@cotas.com.bo
Contacto: Hugo Spechar Gonzáles
Productos: Soya, girasol.

Razón Social: INDUSTRIAS DE ACEITE S.A. - IASA
Dirección: Av. Bánzer Km. 6 1/2 Santa Cruz de la Sierra.
Teléfono: (591 - 3) 3443000
Fax: (591 - 3) 3443000
Casilla: 1759
E - mail: fino@fino.com.bo
Contacto: Juan Llosa
Dirección: Av. Blanco Galindo Km. 10 1/2 Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4262800 - 4262801 al 06
Fax: (591 - 4) 4360560
E - mail: fino@fino.com.bo / maranibar@fino.com.bo
Página web: www.fino.com.bo
Productos: Soya, girasol.

Razón Social: INDUSTRIAS OLEAGINOSAS - IOL S.A.
Dirección: Parque Industrial P.I. 19 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3461035
Fax: (591 - 3)3460410
Casilla: 646
E- mail: aceite.rico@iol-sa.com
Página web: www.iol-sa.com
Contacto: Jovicevic Branko Marinkovic
Productos: Soya. Girasol, alcohol etílico.

Razón Social: CENTRO NACIONAL DE PRODUCCIÓN DE SEMILLAS DE HORTALIZAS
Dirección: Km. 23 1/2 Carretera Oruro Carretera Villa Montenegro Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4260918
Fax: (591 - 4) 4260918
E - mail: cnpsh@supernet.com.bo
Contacto: Víctor Eduardo Quiroga Rojas
Productos: Semillas de hortalizas

Razón Social: ASOCIACIÓN PRIVADA SALUD AGRO Y MEDIO AMBIENTE SAMA
Dirección: Villa Adela No. 140 Zona El Alto / Calles Jiménez No. 743 Zona Rosario La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2456394
Fax: (591 - 2) 2456394
Casilla: 13023
E - mail: samaexport@hotmail.com
Contacto: Edwin Rangifo Castañeda
Productos: Quinoa, uña de gato.

Razón Social: NATURALCOS S.A.
Dirección: C. 131 No. 500 Zona Villa Bolivar D La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2153581 - 2419252
Fax: (591 - 2) 2153580
E - mail: naturalcos@gmail.com
Contacto: Daniel Liendo, Fernando Liendo
Productos: Maca, uña de gato.

Materias trenzables y demás productos de origen vegetal, no expresados ni comprendidos en otra parte:

Razón Social: ARTESANIAS SAJAMA
Dirección: C. Sagarraga N° 271 Of. 20 Zona El Rosario (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 377377 – 2365643 - 2815273
Fax: (591- 2) 2365643
Casilla: 6173
E-Mail: artsajama@hotmail.com
Contacto: Demetrio Nina Silvestre
Producto: Confecciones textiles, Artesanías de cuero, Artesanías de madera

Razón Social: EXPOCENTER KOLLASUYO SRL.
Dirección: Bella Vista C. Gregorio Gamarra N° 250 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2785590 - 2782519
Fax: (591- 2) 2782519
Casilla: 5099
E-Mail: expocenter@bolivia.com
Contacto: Reinhard Nina
Producto: Artesanías de Cuero, Confecciones Textiles, Joyería

Razón Social: INSTRUMENTOS MUSICALES ACHA
Dirección: C. Nicolás Ortiz No. 2417 Zona Villa Alto San Antonio La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2235330 - 2238792
Fax: (591 - 2) 2235330
Casilla: 8722
E - mail: achainst@hotmail.com
Contacto: Juan Achá Campos
Productos: Confecciones Textiles

Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal:

Razón Social: GRAVETAL BOLIVIA S.A.
Dirección: C. René Moreno No. 258 - Edificio Banco Nacional de Bolivia (6to Piso)
Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3363601 - 3363602 - 3363603
Fax: (591 - 3) 3324723
Casilla: 5503
E - mail: gerencia@gravetal.com.bo
Página web: www.gravetal.com.bo
Contacto: Jorge Arias Lazcano

Razón Social: GORIN TRADEBOL CO. LTDA
Dirección: Carretera al Norte Km. 7 1/2, entrada a la Urbanización ""Remanzo"" Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 -3) 3237233 - 3433358
Casilla: 4521
Contacto: Kunio Furuki Iwamura
Productos: Soya, sal.

Razón Social: SOCIEDAD AGRÍCOLA GANADERA E INDUSTRIAL DE CINTI S.A.
Dirección: Av. 6 de Agosto, Ed. Hilda P - 12 Of. 1201 No. 2455 Zona Sopocachi La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2150222 - 72505405
Fax: (591 - 2) 2150222
Casilla: 449
E - mail: sagic@caoba.entelnet.bo / luiscupari@hotmail.com
Contacto: Ernesto Lucas Reinaga Carrasco
Productos: Palmitos.

Azúcares y artículos de confitería:

Razón Social: COMPAÑÍA INDUSTRIAL AZUCARERA SAN AURELIO S.A. – SIASA
Dirección: Av. San Aurelio y 4to Anillo Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3534343
Fax: (591 - 3) 3521182
Casilla: 94
E - mail: ciasa@unete.com
Contacto: Ramón A. Gutiérrez Sosa
Productos: Azúcar, alcohol etílico.

Razón Social: INGENIO AZUCARERO GUABIRA S.A.
Dirección: Av. Beni Esq. 5to anillo Montero - Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3452021 - 9220225
Fax: (591 - 3) 9220284
Casilla: 2069
E - mail: guabira@cotas.com.bo
Contactos: Rudiger Trepp Del Carpio
Productos: Azúcar, alcohol etílico.

Razón Social: EMBOTELLADORAS BOLIVIANAS UNIDAS S.A.
Dirección: Parque Industrial, Manzana 6 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3470288
Fax: (591 - 3) 3470293
Casilla: 1308
E - mail: ccampuzano@embol-sa.com
Contacto: Orlando J Piro B.
Productos: Jarabes, agua mineral.

Razón Social: EMBOTELLADORAS UNIDAS S.A.
Dirección: Av. Panamericana Río Seco s/n La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2860085 - 2785278
Fax: (591 - 2) 2860017
Contacto: Roberto Barragán
Productos: Jarabes, agua gasificada.

Razón Social: FÁBRICA DE MERMELADAS Y CAMELOS WATT'S CASAL LTDA.
Dirección: Oficina: Alameda Junín No. 312 Fábrica: Km. 5 carretera a Cochabamba,
Av. Grigotá 6to Anillo Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3514414 - 3362954 - 3525117 - 525117 - 525118
Fax: (591 - 3) 3338039
Casilla: 493
E - mail: comexwatts@cotas.com.bo, watscasal@hotmail.com
Página web: www.carameloswatts.com
Contacto: Juan Antonio Casal Bowles
Productos: Chocolates, bombones, caramelos.

Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería:

Razón Social: CONSORCIO COMERCIAL IMPERIO DE LOS LIPEZ
Dirección: C. José María Pérez No. 132 Barrio Gráfico La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2211638 - 72087423
Fax: (591 - 2) 2211638
E - mail: imperiodeloslitez@hotmail.com
Contacto: Hugo Bautista
Productos: Huevos, fideos, sal

Razón Social: MOLINO Y FÁBRICA DE FIDEOS "AURORA" S.R.L.
Dirección: Coronel Valdéz No. 1637 Villa Pabón La Paz
Fax: (591 - 2) 391955
Casilla: 3342
Contacto: Simón Tapia Zambrana
Productos: Fideos.

Razón Social: JATARIY IMPORT EXPORT S.R.L. "Dirección: Rodríguez La Paz y 6 de octubre Edif. La Paz 2do Bloque Dpto. 2, Comunidad Vinto Oruro
Teléfono: (591 - 2) 5277600
Fax: (591 - 2) 5113329
Contacto: Jean Marie Galliath
Productos: Quinoa, cuero, confecciones textiles.

Razón Social: F.C.A. BOLIVIANA PROC. DE ALIMENTOS FABOPAL S.R.L.
Dirección: Av. Oquendo No. 1080 P. 18 Edif. Los Tiempos Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4532252
Fax: (591 - 4) 4532253
E - mail: fabopalc@entelnet.com
Contacto: Jhony Marcelo Zamorano Tórrez
Productos: Frutas frescas y secas, café, cacao.

Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas:

Razón Social: CORPORACIÓN INDUSTRIAL DILLMANN S.A. CORDILL S.A.
Dirección: Av. Blanco Galindo 10 1/2 Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4263444 - 4261246 - 4261256
Fax: (591 - 4) 4261256
E - mail: dillmann@entelnet.bo
Contacto: Roberto Peña Rodríguez.
Productos: Mermeladas y jaleas de piñas, palmitos en conserva.

Razón Social: PRODUCTOS ECOLÓGICOS NATURALEZA S.A.
Dirección: Av. Maximiliano Kolbe No. 050 - Carretera a Sacaba Km. 4 Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4276144 - 4715571
Fax: (591 - 4) 4276144 - 4715571
E - mail: frutte@entelnet.bo
Contacto: Adolfo Mier Menacho
Productos: Frutas en conserva.

Razón Social: BENEFICIADORA WALDEMAR BEZERRA BECERRA
Dirección: Av. Abdón Aguilera Riberalta - Beni
Teléfono: (591 - 3) 8523288
Casilla: 50
E - mail: mariobezerra@cadexnor.org.bo
Contacto: Mario Becerra Roca
Productos: Madera.

Preparaciones alimenticias diversas:

Razón Social: INDUSTRIAS VENADO S.A.
Dirección: C. Teniente Oquendo N° 103 Zona Norte (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2280546 - 2280600
Fax: (591- 2) 2281485
Casilla: 213
E-Mail: venado@entelnet.bo
Contacto: Nemecio Campos L.
Producto: Cereales, Cacao, productos alimenticios

Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre:

Razón Social: CERVECERIA BOLIVIANA NACIOANL S.A. – PLANTA TAQUIÑA
Dirección: Av. Final Centenario s/n (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4287500 – 4287501 - 4287505
Fax: (591- 4) 4287676 - 4287900
E-Mail: svelez@incesa.com.bo
Contacto: Juan Carlos Darras
Producto: Cerveza de Malta

Razón Social: BODEGAS Y VIÑEDOS LA CONCEPCIÓN S.A.
Dirección: C. Cañada Strongest N° 1620 P.2 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2483197 – 2484812
Fax: (591- 2) 2483197
Casilla: 4320
E-Mail: concepbv@entelnet.bo
Contacto: Marcelo Cassab
Producto: Vinos

Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales:

Razón Social: ASOMEX S.A.
Dirección: C. Motacú N° 2470, Av. Alemana entre 2do. Y 3er. Anillo Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3441447
Fax: (591- 3) 34345835
E-Mail: asomex@cotas.com.bo
Sitio web: www.asomex.com
Contacto: Gustavo Montilla
Producto: Quinoa y demás cereales

Razón Social: BOLTAGRO S.R.L.
Dirección: C. Guayabos No. 2510 Barrio Tusequis Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 -3) 3412420
Fax: (591 - 3) 3412420
E - mail: boltagro@cotas.com.bo
Contacto: Roxana Lilian Villa de Lora
Productos: Frijoles y soya.

Tabaco y sucedáneos del tabaco, elaborados:

Razón Social: COMPAÑÍA INDUSTRIAL DE TABACOS S.A.
Dirección: Av. Chacaltaya No. 2141 La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2305353
Fax: (591 - 2) 2307272
Casilla: 210
E - mail: citsa@citbolivia.com
Contacto: Raúl Adler Kavlin
Productos: Tabaco

Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de los metales preciosos, de los elementos radioactivos, de metales de las tierras:

Razón Social: PRAXAIR BOLIVIA S.R.L.
Dirección: Plaza I. Católica No. 2498 P.3. Edf. Mendieta P - 3, Zona Sopocachi La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2440948
Fax: (591 - 2) 2440249 - 2440825
Casilla: 571
E - mail: luis_pabon@praxair.com
Contacto: Víctor Javier De Los Heros Álvarez
Productos: Oxígeno.

Razón Social: FADERPA LTADA.
Dirección: Carretera Oruro Km. 3 El Alto La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2823225 - 2825398
Fax: (591 - 2) 2825365
Casilla: 5562
E - mail: fdp_ventas@yahoo.com.mx
Página web: www.faderpa-fdp.com
Contacto: Roberto Sánchez Archondo
Productos: Fibra de vidrio

Productos químicos orgánicos:

Razón Social: UNILEVER ANDINA BOLIVIA S.A.
Dirección: Av. Blanco Galindo Km. 10 Cochabamba
Teléfono: (591 - 4) 4262919 - 4262910
Fax: (591 -4) 4115451
E- mail: jhon.torrez@unilever.com
Contacto: Jhon Tórrez Tovar
Productos: Desodorantes.

Productos farmacéuticos:

Razón Social: LABORATORIOS CRESPAL S.A.
Dirección: C. Nicolás Acosta N° 784 Zona San Pedro (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2488748 – 2491134 - 5
Fax: (591- 2) 2488748
E-Mail: crespalpz@crespal.com
Sitio web: www.crespal.com
Contacto: Raúl Crespo Vásquez
Producto: Medicamentos

Razón Social: TERBOL S.A.
Dirección: C.2 E. No. 3205 Hamacas Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 - 3) 3426767
Fax: (591 - 3) 3426566
Casilla: 3113
E - mail: terbol@terbol.com
Página web: www.terbol.com
Contacto: Marcelo Morales.
Productos: Agua Mineral.

Razón Social: INDUSTRIAS ALBUS SRL.
Dirección: Av. Vásquez N° 912 Zona Pura Pura (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2305391 - 2305859
Fax: (591- 2) 2306422
Casilla: 10942
E-Mail: albus@alamo.entelnet.bo
Contacto: Javier Lupo Gamarra
Producto: Medicamentos.

Plástico y sus manufacturas:

Razón Social: PRETENZA LTDA.
Dirección: Malladilla frente a Club de Golf/ Federico Suazo No. 100 – La Paz
Teléfono: (591-2) 2745454
Fax: (591- 2) 2745474
Casilla: 5965
E-Mail: mreznicek@pretensa.com
Página web: www.pretensa.com
Contacto: Miguel Reznicek
Producto: Productos para la Construcción

Razón Social: LA PAPELERA S.A.
Dirección: C. Loayza N° 175 5to. Piso (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2374739 - 2833216
Fax: (591- 2) 2831471
Casilla: 4601
Sitio web: www.lapapelara.com
Contacto: Juan Carlos Arnez
Producto: Papel y cartón corrugado

Razón Social: PLASMAR S.A.
Dirección: C. Alto de la Alianza No. 665 – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2153000 - 2282819
Fax: (591- 2) 2153055
Casilla: 4818
E-mail: plasmar@plasmar.com.bo
Página Web: www.plasmar.com.bo
Contacto: Reynaldo Morales R.
Producto: Artículos de Plástico para la Construcción

Razón Social: INDUSTRIA TEXTIL GRIGOTA S.A.
Dirección: Carretera a Cotoca Km. 11 ½ Cotoca Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3882424 - 3882067
Fax: (591- 3) 3882225
Casilla: 3100
E-Mail: grigota@grigota.com
Sitio web: www.grigota.com
Contacto: Awaldo Fisher A.
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: MANUFACTURA DE PAPELES LTDA. MADEPA
Dirección: Parque Industrial Manzano 27 - Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3491000 - 3461775
Fax: (591- 3) 3461398
Casilla: 704
E-Mail: madepa@madepa.com.bo
Contacto: Marcela Bolarin Causa
Producto: Manufacturas de plásticos y papelería

Pieles (excepto la peletería) y cueros:

Razón Social: CURTIEMBRE TAURO LTDA.
Dirección: Av. Manco Kapac N° 0646 Zona Villa Coronilla (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4224267 - 4258564
Fax: (591- 4) 4224917
Casilla: 778
E-Mail: ctauro@accelerate.com
Contacto: Fernando Antezana Argote
Producto: Manufacturas de cuero

Razón Social: CURTIEMBRE VIS KULJS S.A.
Dirección: C. 24 de Septiembre N° 455 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3362497 - 3531011
Fax: (591- 3) 3329402
Casilla: 122
E-Mail: w.rodolfo@mailcity.com
Contacto: Tamislav Kiljjs Füchtner
Producto: Manufacturas de cuero

Razón Social: CURTIEMBRE MACUBOL LTDA.
Dirección: El Alto Av. Estructurante N° 1000 Zona Alto Chijini / Sagarraga N° 489 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2880881
Fax: (591- 2) 2880881
Casilla: 2219
E-Mail: macubol@hotmail.com
Contacto: Maria Yolanda Tamayo de Nemtala
Producto: Confecciones y Manufacturas de cuero

Razón Social: EXIMCUER BOLIVIANA LTDA.
Dirección: C. Colón Edif. Colón P.10 Of. 1005 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2203910 - 2840110
Fax: (591- 2) 2203910
Contacto: Norberto Matanzon
Producto: Manufacturas de cuero

Razón Social: TENERIAS CARDONA TECA S.R.L.
Dirección: Av. Chacaltaya s/n zona Achachicala – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2305694 - 2306153
Casilla: 1117
E-Mail: teca@megalink.com
Contacto: Miguel Jesús Cardona Álvarez
Producto: Confecciones en Cuero

Razón Social: CURTIEMBRE AMÉRICA
Dirección: Av. Blanco Galindo Km. ½ (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4241756 - 4282751
Fax: (591- 4) 4246326
Casilla: 4246
Contacto: Luíis Fernando Pérez Alborta
Producto: Confecciones de Cuero

Razón Social: CURTIEMBRE UNICUERO SRL.
Dirección: Urbanización Pucarani Manzano N° 220 El Alto (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2850106 - 2850539
Fax: (591- 2) 2850539
Casilla: 9197
Contacto: Jae Sung Kim Bae
Producto: Manufacturas de cuero

Razón Social: HELBOL IMPORT.EXPORT.
Dirección: C. Omasuyos N° 100 Achachicala (La Paz)
Casilla: 1481
E-Mail: helbol@mail.megalink.com
Contacto: Elena Crespo de Nemtala
Producto: Manufacturas de Cuero

Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano y continentes similares; manufacturas de tripa:

Razón Social: GLORIETA Y ALGO MÁS LTDA.
Dirección: Av. Principal N° 851 Zona Jupapina (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2745168 - 243828
Fax: (591- 2) 2443727
Casilla: 10430
E-Mail: flaviaturba@hotmail.com
Contacto: Flavio Francesca Jiménez Turba
Producto: Manufacturas de Cuero, Confecciones Textiles, Manufacturas de Madera

Razón Social: LARA IRAHOLA CHRISTIAN JORGE
Dirección: C. N° 77 Zona Achumani (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2141458
Fax: (591- 2) 2141458
E-Mail: lara_ki@hotmail.com
Contacto: Christian Jorge Lara Irahola
Producto: Manufacturas de madera, Cereales, Artesanías de cuero, Artesanías, Confecciones Textiles.

Razón Social: LLAMACTIVA S.A.
Dirección: C. Ignacio Cordero N° 976 Zona San Miguel (Oruro)
Teléfono: (591- 2) 2794586 - 2114863
Fax: (591- 2) 2794586
Casilla: 778
E-Mail: andres@lacasadelallama.com
Contacto: Andrés Romero Pinto
Producto: Confecciones textiles

Razón Social: FERIAS BOLIVIANAS SRL.
Dirección: C. Ricardo Mujía N° 794 Sopocachi (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2113336 - 2412906
Fax: (591- 2) 2415753
Casilla: 5879
E-Mail: toshy@entelnet.bo / info_feriasbolivianas@alamoentelnet.bo
Contacto: Endo Yumiko Suzuki
Producto: Manufacturas de Cuero, Confecciones Textiles

Razón Social: JACARANDA S.A.
Dirección: Av. Blanco Galindo Km. 6.7 (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4268317 - 4268318
Fax: (591- 4) 4268319
E-Mail: milkoc cuadros@yahoo.com
Sitio web: www.jpurse.com
Contacto: Milko Cuadros
Producto: Manufacturas de cuero

Razón Social: LEATHER LAND
Dirección: Av. El Reducto – 4 Esquinas Tiquipaya (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4315728 - 4403549
Fax: (591- 4) 4315728
E-Mail: spacheco7@hotmail.com / elota@gmail.com
Contacto: Sandro Pacheco

Producto: manufacturas de cuero

Razón Social: ARTESANIAS ILLIMANI
Dirección: C. Linares N° 890 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2816832
Faz: (591- 2) 2816832
E-Mail: illymani@ceibo.entelnet.bo
Contacto: Luis Ocsa
Producto: Confecciones textiles, Artesanías de cuero, Artesanías de madera

Razón Social: MULTIAGRO S.A.
Dirección: C. Innominada Zona Coña Coña Av. Blanco Galindo Km. 6 - Cochabamba
Teléfono: (591- 4) 4268508
Fax: (591- 4) 4370780
E-Mail: multiagro@accelerate.com
Contacto: Juan Pablo Demeure Ramírez
Producto: Fabricación de maletas y artesanías en cuero

Razón Social: ARTESANIAS TOSHY SRL.
Dirección: C. Ricardo Mujía N° 778 Sopocachi (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2412906 - 2415753
Fax: (591- 2) 2415753
E-Mail: toshy@ceibo.entelnet.bo
Contacto: Toshihiko Fujimoto Torita
Producto: Confecciones textiles, Artesanías de cuero, Artesanías de madera

Razón Social: FUNDACIÓN CULTURAL QUIPUS
Dirección: C. Rosveelt N° 100 Santa Bárbara (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2226187
Fax: (591- 2) 2226371
Casilla: 1696
E-Mail: rosario@quipusbolivia.org
Contacto: Meter Jhon Mcfarren Deutsch
Producto: Manufacturas de Cuero, Confecciones Textiles, Artesanías

Razón Social: ARTESANIAS INTI WARA
Dirección: Plaza San Francisco N° 502 Zona Central (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2440972
Faz: (591- 2) 2442696
E-Mail: intiwara@ceibo.entelnet.bo
Contacto: Elena Delicia
Producto: Confecciones textiles, Artesanías de cuero, Artesanías de madera

Razón Social: ASOCIACION DE ARTESANOS Q'ANTATI
Dirección: Av. Baptista N° 955
Teléfono: (591- 2) 2454814
Fax: (591- 2) 2454814
Contacto: Ignacio Quispe
Producto: Artesanías, Artesanías de Cuero, Confecciones Textiles

Razón Social: COLPA LTDA.
Dirección: Av. Braulio Vera N° 6533 Irpavi (La Paz)
Teléfono: (591- 3) 3578119
Fax: (591- 2) 2221048
Producto: Confecciones textiles

Razón Social: ARTESANIAS ORURO "A.R.A.O."
Dirección: Soria Galvarro, Esq. Adolfo Mier N° 5999 (Oruro)
Teléfono: (591- 2) 5250331
Casilla: 784
E-Mail: arao@coteor.net.bo
Contacto: Grover Carlos Huayllani
Producto: Confecciones textiles, Artesanías de cuero, Artesanías de madera

Razón Social: ARTESANÍAS SAJAMA
Dirección: C. Sagárnaga No. 271 Of. 20. Zona El Rosario La Paz
Teléfono: (591 2) 377377 - 2365643 - 2815273
Fax: (591 - 2) 2365643
E - mail: artsajama@hotmail.com
Contacto: Demetrio Nina Silvestre
Productos: Productos de cuero y confecciones textiles.

Razón Social: MACUBOL LTDA.
Dirección: Av. Estructurante N° 100 carretera a Viacha (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2880881
Fax: (591- 2) 2880881
Casilla: 2219
E-Mail: info@macubol.com
Contacto: Elena Ramos de Nemtala
Producto: Manufacturas de cuero

Razón Social: ARTESANIAS ASARTI
Dirección: Tiquipaya / Tienda: Av. Ballivián N° 503 esq. México – Edif. Colón Local N° 5 (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4289107 – 4300791 – 4250455 - 43000792
Faz: (591- 4) 4289270
E-Mail: alpacart@albatros.cnb.net.com
Página Web: www.asarti.com.bo
Contacto: Carlos Rivera Rodríguez
Producto: Confecciones textiles, Artesanías de cuero

Peletería y confecciones de peletería; peletería ficticia o artificial:

Razón Social: ARTESANIAS MAYA
Dirección: Pasaje Zenteno Anaya (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4504076 - 4225189
Faz: (591- 4) 4225189
Contacto: Marina Molina Camacho
Producto: Confecciones textiles, Artesanías de cuero, Artesanías de madera

Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera:

Razón Social: BOSQUES DEL NORTE SRL.
Dirección: C. 17 N° 47 Achumani
Teléfono: (591- 2) 2711751 - 2711743
Fax: (591- 2) 2125416
Casilla: 9720
E-Mail: candyalvarez@accelerate.com
Contacto: Candelaria Álvarez de Centellas
Producto: Manufacturas de Madera

Razón Social: BOLIVIA MAHOGANY SRL.
Dirección: Av. Panamericana N° 70 El Alto (La Paz)
Av. La Salle I Cuadra pasando el 4to. Anillo, sobre el Canal Isuto Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 2) 2860595 – 2860472
(591- 3) 3431425 - 3431401
Fax: (591- 2) 2860595 (591- 3) 3431425
E-Mail: mahogany@its.com.bo
Contacto: Carlos Ueseves
Andrés Holvy
Producto: Manufacturas de Madera

Razón Social: ASERRADERO FÁTIMA LTDA.
Dirección: Av. Litoral N° 40 Zona Santa Rosa El Alto (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2810713
Fax: (591- 2) 2810713
Casilla: 7113
Contacto: Lorgio Moreno Remy Buhezo
Producto: Sector Forestal (Madera Aserrada)

Razón Social: ASERRADERO SAN MARTIN SRL.
Dirección: Carretera al Norte Km. 10 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3421259
Fax: (591- 3) 3421265
Casilla: 2623
E-Mail: asmartin@scbbs-bo.com
Contacto: Carlos Eduardo Abuawad
Producto: Manufacturas de Madera, Muebles de madera

Razón Social: EMPRESA MADERERA BERNA LTDA.
Dirección: Carretera al Norte Km. 9 ½ Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3421243 - 3421245
Fax: (591- 3) 3421246
Casilla: 2480
E-Mail: woodsbol@scbbs-bo.com
Contacto: Armando Justoniano
Producto: Manufacturas de Madera

Razón Social: INDUSTRIA MADERERA HERVEL LTDA.
Dirección: Av. Beni C. 2 Este N° 3015 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3426829
Fax: (591- 3) 3431988
E-Mail: nikoaleman@hotmail.com
Contacto: Edgar Díaz Alemán
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: MADERERA BOLIVIANA ETIENNE S.A. "MABET" S.A.
Dirección: Av. Juan Pablo II No. 5000 El Alto - La Paz
Teléfono: (591-2) 2860000 – 2860005 – 2862374
Fax: (591-2) 2861628
Casilla: 13617
E-Mail: infomabet@mabet.com.bo
Contacto: Mauricio Eloy Etienne Solares
Producto: Manufacturas de Madera

Razón Social: ASERRADERO Y COM. SANTA ELENA
Dirección: C. Bolívar N° 2 San Matías Santa Cruz de la Sierra
Producto: Sector Forestal, (madera aserrada)

Razón Social: COMARBOL SRL.
Dirección: Av. Arce N° 2105 Edif. Venus P-8 Depto. 8B Zona Sopocachi (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2152168
Fax: (591- 2) 2440496
Casilla: 10533
E-Mail: comarbol@alamo.entelnet.bo
Contacto: Jaime Ibernegaray
Producto: Manufacturas de madera, madera aserrada

Razón Social: CIMAL IMR LTDA.
Dirección: Parque Industrial, PI – 10 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3460404
Fax: (591- 3) 3461021
Casilla: 700
E-Mail: cimal@gruporoda.com
Sitio web: www.grupo-roda.com
Contacto: Larry Grant
Producto: Muebles y manufacturas de madera

Razón Social: FOREST BOLIVIA LTDA.
Dirección: Av. Santa Cruz Final San Ignacio Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 9622091
Fax: (591- 3) 9622091
Casilla: 2602
Contacto: Claude Reymond Jacques Faber
Producto: Manufacturas de Madera

Razón Social: INDUSTRIA MADERERA SUTO LTDA.
Dirección: Parque Industrial, PI-8 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3463050
Fax: (591- 3) 3463052
Casilla: 2216
E-Mail: sstarara@scbbs.net
Contacto: Joshiaki Furuta Sato
Producto: Muebles de madera

Razón Social: LA CUISINE SRL.
Dirección: C. Libertad Esq. Rafael Peña s/n Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3378124
Fax: (591- 3) 3473116
Casilla: 3938
E-Mail: cuisine_l@entelnet.bo
Sitio web: www.lacuisine-bolivia.com
Contacto: Enrique Vargas Delos
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: SOCIEDAD BOLIVIANA MADERERA LTDA. SOBOLMA
Dirección: Km. 29 Carretera al Norte – Warnes – Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3322788 - 9232124
Fax: (591- 3) 9232176
Casilla: 5063
E-Mail: info@sobolma.com
Sitio web: www.sobolma.com
Contacto: Alejandro Antelo Parra
Producto: Tratamiento de la Madera

Razón Social: JOLYKA BOLIVIA S.A.
Dirección: Zona El Paso (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 42287341 - 4296084
Fax: (591- 4) 4287341 - 4136166
E-Mail: jolyka@supernet.com.bo
Sitio web: www.jolyka.com
Contacto: Jorge Vrsalovic
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: MOBILIA
Dirección: Av. Arce No. 2142 Sopocachi – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2442184 - 2442232
Faz: (591- 2) 2442922
Casilla: 1157
E-mail: mobilia@ceibo.entelnet.bo /
Mobilia_bolivia@hotmail.com
Página Web: www.mobiliabolivia.com
Contacto: Javier Inchauste Zelaya
Producto: Fabricación Muebles de Madera

Razón Social: COMERCIALIZADORA SANTA CRUZ SRL. "COMSACRUZ"
Dirección: C. Julio Salmón N° 88 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3538258
Contacto: Jorge Mostajo
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: CERÁMICA GLADYMAR LTDA.
Dirección: Av. Santa Cruz N° 2005 Esq. Canal Cotoca Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3476226 - 3476430
Fax: (591- 3) 3488287
Casilla: 6629
E-Mail: gladymar@gruporoda.com
Contacto: Percy Maclean
Producto: Artesanías

Razón Social: SCHWARTZ VRENA S.R.L.
Dirección: Carretera al Norte Km. 22 – Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591 -3) 9232411
Fax: (591- 3) 9232431
Casilla: 1602
E-Mail: schwartzvrena@mail.zuper.net
Página Web: www.schwartzvrena.com
Contacto: Schwartz Achart
Producto: Tratamiento de la Madera (Aserradero)

Razón Social: CIRCLE BOLIVIA SRL. INTEGRACIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL
Dirección: C. Colón Edif. Litoral N° 150 Zona Central (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2313019
Fax: (591- 2) 2313019
E-Mail: cibolivia@yahoo.es
Contacto: Sarah Fátima Gonzales
Producto: Artesanías, Artesanías de Cuero, Manufacturas de Madera, Confecciones Textiles

Razón Social: ASERRADERO MARABOL SRL.
Dirección: Carretera al Norte Km. 8 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3430404
Fax: (591- 3) 3430409
Casilla: 402
E-Mail: mutti@cotas.com.bo
Contacto: Guillermo Roig Justiniano
Producto: Ventanas, Puertas y sus marcos de madera

Razón Social: IBEMA EXIMPORT SRL.
Dirección: Plaza Ubaldo Ance Esq. Boulevard – Zona Recoleta (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4503704 – 4487395 - 4245704
Fax: (591- 4) 4224143
E-Mail: albertomuriel@ibemafurniture.com / eduardoprado@ibemafurniture.com
Sitio web: www.ibemafurniture.com
Contacto: Alberto Muriel Reinaga
Producto: Muebles de madera y Manufacturas de madera

Razón Social: INTERNACIONAL ECO WOODS SRL.
Dirección: C. Seoane 132 Edif. Baldivieso 2do. P. Oficina N° 20 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3476443
Fax: (591- 3) 3641474
E-Mail: ramiromarincab@hotmail.com
Sitio web: www.edeckingtiles.com
Contacto: Oscar Gonzalo García Ágreda Vargas
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: VALLEJO OCAMPO JUAN GUSTAVO
Dirección: C.D. Martínez No. 1351 Villa Copacabana – La Paz
Teléfono: (591- 2) 231947 - 2461490
Fax: (591- 2) 235099
E-Mail: vallejo47@hotmail.com
Contacto: Juan G. Vallejos Ocampo
Producto: Manufacturas de Madera

Razón Social: INPA PARKET LTDA.
Dirección: Carretera Santa Cruz Concepción Km. 3 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 9643160
Fax: (591- 3) 9643163
Casilla: 6314
E-Mail: inpa@unete.com
Contacto: William Pariona Arias
Producto: Manufacturas de madera - Pisos

Razón Social: JATARIY IMPORT EXPORT SRL.
Dirección: Rodríguez La Paz y 6 de Octubre Edif. La Paz 2do. Bloque Dpto. 2
Comunidad Vino Tinto(Oruro)
Teléfono: (591- 2) 5277600
Fax: (591- 2) 5113329
Contacto: Jean Marie Galliath
Producto: Artesanías

Razón Social: ALBORNOZ BUTIKOFER PABLO EDGAR
Dirección: C. Antezana N° 312 Zona Central (Cochabamba)
Teléfono: (591-4) 77497504
Contacto: Pablo Edgar Albornoz Butikofer
Producto: Manufacturas de Madera, Confecciones textiles

Razón Social: BOISPAN SRL.
Dirección: C. Gonzáles N° 217 Edif. Saturno P. Dept.402 Zona San Jorge (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 3391430 - 3467773
Fax: (591- 2) 3467773
Contacto: Andre Dussancourt
Producto: Manufacturas de Madera, Muebles de madera

Razón Social: BOLIVIAN CAOBA SRL.
Dirección: C. 35 A N° 100 Zona Cota Cota (La Paz)
Teléfono: (591 -2) 2790279
Fax: (591- 2) 2798978
Casilla: 12321 SM
E-Mail: clajblro@caoba.entelnet.bo
Contacto: Gloria Rocabado
Producto: Muebles de madera

Razón Social: CARPINTERIA MADEX BOLIVIA SRL.
Dirección: Av. Radial 27 Final – Zona Norte, detrás del Colegio Santa Ana Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3430915 3427930
Fax: (591- 3) 3427602
Casilla: 3224
E-Mail: madex@cotas.com.bo
Sitio web: www.madex.net
Contacto: Ana Verena
Producto: Muebles de Madera

Razón Social: COBOL TRADING SRL.
Dirección: C. Federico Suazo Edif.. El Alcázar Mezanine Of. 9 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2145184 - 7757227
Fax: (591- 2) 2145184
E-Mail: coboltradingsrl@hotmail.com
Contacto: Claudia Silda Bravo
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: CORPORACIÓN HORIZONTES SRL.
Dirección: Av. Estructurante s/n Zona Loza (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2833834 - 2832895
Fax: (591- 2) 2833834
E-Mail: corphorizontes@hotmail.com
Contacto: José Luís Santos Russi
Producto: Manufacturas de Madera

Razón Social: JATOBA SRL.
Dirección: C. Río Apere N° 3385 Barrio Amacas Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3424500
Fax: (591- 3) 2424500
E-Mail: jatobasrl@cotas.com
Contacto: Fernando Hugo Enrique Herrero Téllez
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: JOYAS DE MADERA S.A.1
Dirección: Av. Villaroel N° 2019 (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4453149 - 77975147
Fax: (591- 4) 4250582
E-Mail: info@myruns.com
Sitio web: www.myruns.com
Contacto: Daniel Salamanca
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: LINEA RUSTICA SRL.
Dirección: Av. Cañoto N° 200 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3366711
Fax: (591- 3) 3495004
E-Mail: german-ardaya@cotas.com.bo
Contacto: Germán Sixto Ardaya Hernández
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: M.H.M. "FATIMA LTDA"
Dirección: Av. Santa Cruz N° 1228 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3333895 - 3325803
Fax: (591- 3) 3328205
Casilla: 365
E-Mail: fatima@entelnet.bo
Contacto: Jaime Pomier Gómez
Producto: Muebles de madera

Razón Social: MADBOL SRL.
Dirección: Av. 6 de Marzo N° 290 El Alto (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2821041 - 70611731
Fax: (591- 2) 2821041
Casilla: M- 10066
E-Mail: madbol@accelerate.com
Contacto: Eduardo Niño de Guzmán
Producto: Manufacturas de madera

Razón Social: OCCIDENTAL BOLIVIA S.R.L.
Dirección: Av. Litoral N° 518 Zona Ovejuyo – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2792368 - 2795903
Fax: (591- 2) 2793599
E-mail: occidentalbolivia@entelnet.bo
Contacto: Victor Hugo Pérez Delgadillo
Producto: Fabricación de muebles de Madera

Razón Social: TACUARA S.R.L. IMPORT-EXPORT
Dirección: Barrio San Juan de la Chacarilla C. Las Petas No. 2515 – Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3607114
Contacto: Gustavo Adolfo Suárez Añez
Producto: Muebles de Madera

Razón Social: VENTABOL SRL.
Dirección: Carretera al Norte Km. 9 – Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3422509
Fax: (591-3) 3422509
E-mail: ventabol@hotmail.com
Contacto: Daniele Remo
Producto: Manufacturas de madera

Manufacturas de espartería o cestería:

Razón Social: APAZA MAMANI HILARIA ARTESANIAS INCA LLAJTA
Dirección: C. Basilio Dorn N° 1114, Zona Santiago Nueva Milluni (La Paz)
Contacto: Hilaria Apaza Mamani
Producto: Artesanías, Artesanías de Cuero, Confecciones textiles

Razón Social: BELLOMY SULLIVAN DIANE – ARTESANIA SORATA
Dirección: C. Boquerón N° 1050, San Pedro (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2485159
Fax: (591- 2) 2485022
Casilla: 4365
E-Mail: cnsorata@ceibo.entelnet.bo
Contacto: Diane Bellomy
Producto: Manufacturas de Madera, Artesanías de Cuero, Confecciones Textiles

Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin:

Razón Social: ALTIFIBERS S.A.
Dirección: C. Fernando Guachalla N° 342 Edif. Víctor (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2441129 – 2442902
Fax: (591- 2) 2441677
Casilla: 3441
E-Mail: hborth@altifibers.com
Contacto: Humberto Borth
Producto: Confecciones textiles

Razón Social: ZARATE CORINA VIDAL
Dirección: C. Carlos Montenegro No. 7485, San Pedro Sensata – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2280419
Fax: (591- 2) 2280419
Casilla: 8822
E-Mail: hanknistexport@hotmail.com
Contacto: Vidal Zarate Corina
Producto: Confecciones en Cuero

Razón Social: IMPERIAL CROWN ALPACA SRL.
Dirección: C. Junín Esq. 21 de Mayo N° 496 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591) 71065540
Fax: (591- 3) 3434235
E-Mail: chris_sellars@hotmail.com
Contacto: Christopher Sellars
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: DREAMTEXT TEXTILERA BOLIVIA S.A. DTEX S.A.
Dirección: Av. Arce N° 2308 Sopocachi (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2442759
Fax: (591- 2) 2442558
E-Mail: ceassrl@ceibo.entelnet.bo
Contacto: Guillermo Pou Mont
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: ARTESANIAS PACHAMAMA
Dirección: C. Juan 23 Edif. San Lorenzo PB (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2310257
Fax: (591- 2) 2310257
Casilla: 6173
E-Mail: mlalve@entelnet.bo
Contacto: Flora Blanco
Producto: Confecciones textiles, Artesanías de cuero, Artesanías de madera

Razón Social: ANDINO INTERNACIONAL LTDA.
Dirección: Av. 31 de Octubre N° 1955, Villa San Antonio Bajo (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2231330
Fax: (591- 2) 2232060
E-Mail: andino-int@accelerate.com
Contacto: Hans Kaczmarczyk Langer
Producto: Confecciones textiles

Razón Social: COPROCA S.A. COMPAÑÍA DE PRODUCCIÓN DE CAMELIDOS S.A.
Dirección: Zona El Porvenir Av. Puerto Ilo N° 10 camino a Viacha (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2852040 -- 2850685
Fax: (591- 2) 2850685
Casilla: 12344
E-Mail: alpaca@entelnet.bo
Contacto: Felix Mollo
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: ALTIFAXHION CONFECCIONES BOLIVIA DE EXPORTACION S.A.
Dirección: C. Fernando Guachalla N° 342 Edif. Víctor, Oficina. 101 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2441129 – 2441677
Fax: (591- 2) 2441129
Casilla: 3441
E-Mail: altiFaxhion@accelerate.com
Contacto: Humberto Jorge Borth Artieda
Producto: Confecciones textiles

Razón Social: CENTRO ARTESANAL AMAUTA
Dirección: C. Ricardo Mujía N° 1181 Zona Sopocachi Av. Sánchez Lima Edif. Orión
(La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2415956
Fax: (591- 2) 2411772
Casilla: 5619
E-Mail: amauta@ceibo.entelnet.bo
Contacto: Andrés Robles
Producto: Confecciones Textiles, Artesanías de cuero

Algodón:

Razón Social: COMERCIAL INDUSTRIA AGROPECUARIA CIAGRO S.A.
Dirección: Km. 4 ½ Carretera al Norte Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3427711
Fax: (591- 3) 3426669
Casilla: 20480
E-Mail: ciagro@ciagrosa.com
Contacto: Tania Ponce de León
Producto: Productos Agrícolas

Razón Social: COMPLEJO AGRICOLA INDUSTRIAL S.A. "FIBRA CAMBA"
Dirección: C. Independencia Esq. Ingavi, Galería Central Of. 10 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3371267
Fax: (591- 3) 3371268
E-Mail: caisa_fc@hotmail.com
Contacto: José William Hurtado Pedraza
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: SANTA MONICA COTTON S.A.
Dirección: Parque Industrial PI-45 – Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3475545
Fax: (591- 3) 3487989
Casilla: 7055
E-Mail: stmonica@smcotton.com
Página Web: www.smcotton.com
Contacto: Daniel Saavedra Lux
Producto: Hilandería

Razón Social: AMERICA TEXTIL S.A.
Dirección: C. Yanacachi N° 1489 Villa Fátima (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2215154 - 2219595
Faz: (591- 2) 2219686
Casilla: 2137
E-Mail: ametex@entelnet.bo
Contacto: Marcos Iberkleid
Producto: Confecciones textiles

Razón Social: TELARES SANTA CRUZ LTDA.
Dirección: Km. 27 Carretera al Norte Warnes – Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 9232700
Fax: (591-3) 9239232
Casilla: 15
E-Mail: tesacruz@mail.cotas.com.bo
Contacto: Gabriel Dabdoub alvarez
Producto: Hilandería

Razón Social: DINAMICA TEXTIL LTDA. DINATEX LTDA.
Dirección: C. Estados Unidos N° 1458 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2222324 – 2222859 - 2222528
Fax: (591- 2) 221120
E-Mail: dinatex@dinatex.com
Sitio web: www.dinatex.com
Contacto: Jeny Carol Handal Abs de Asbún
Producto: Confecciones Textiles

Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil:

Razón Social: COMART TUKUYPAJ
Dirección: C. Linares N° 958 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2312686 - 2121874
Fax: (591- 2) 2121874
Casilla: 6175
E-Mail: cormat@cormat-tukuypaj.com
Contacto: Juan Julio Narvaes
Producto: Artesanías

Telas impregnadas; recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil:

Razón Social: FÁBRICA DE SOMBREROS CHIQUISACA SRL.
Dirección: C. monseñor Santillan Esq. Tarija (Sucre – Chuquisaca)
Teléfono: (591- 4) 6460679
Fax: (591- 4) 6442727
E-Mail: hatchuq@entelnet.bo
Contacto: Julio Burgus Camacho
Producto: Confecciones textiles

Tejidos de punto:

Razón Social: INDUSTRIAS TEXTILES ASEA LTDA.
Dirección: C. José María Pérez Zona Vila Fátima (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2211111 - 2210231
Fax: (591- 2) 2211111
Casilla: 2676 - 8676
E-Mail: asealtda@megalink.com
Contacto: Marcos Kim Lim
Producto: Confecciones textiles

Prendas y complementos de vestir.

Razón Social: BCP ALPACA DESIGN SRL.

Dirección: Av. Arce N° 2198 (La Paz)

Teléfono: (5912 2) 2443110 - 2442414

Fax: (591- 2) 2442534

Casilla: 5619

E-Mail: info@beatrizcanedopatiño.com

Sitio web: www.beatrizcanedopatiño.com

Contacto: Beatriz Canedo Patiño

Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: CRISAN ARTESANIAS LTDA.

Dirección: Av. Arce N° 2177 Radisson Plaza(La Paz)

Casilla: 2163

Contacto: Maria Cristina de Calderón

Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: MILLMA S.A.

Dirección: C. Carandaiti No. 1903 Cristo Rey – La Paz

Teléfono: (591- 2) 2411255 - 2419266

Fax: (591- 2) 2412314

Casilla: 7698

E-Mail: Millma@adslmail.entelnet.bo

Página Web: www.millmaalpaca.com

Contacto: Arthur Noel Tracht Goodman

Producto: Confecciones textiles de Alpaca

Razón Social: MITSUBA

Dirección: Parque Industrial M20 B Módulo 2 – Santa Cruz de la Sierra

Teléfono: (591- 3) 3480017

Fax: (591- 3) 3480003

Casilla: 1601

E-Mail: Comercial@mitsuba.com.bo

Página Web: www.mitsuba.com.bo

Contacto: Marcos Nakada Konami

Producto: Confecciones textiles

Razón Social: MAQUIBOL LTDA.

Dirección: Av. Chacaltaya No. 789 (ex Fab. Forno) – La Paz

Teléfono: (591- 2) 2281617 - 2281671

Fax: (591- 2) 2283134

Casilla: 3648

E-Mail: rfreidheim@accelerate.com

Contacto: René Freidheim

Producto: Manufacturas textiles, botones y artículos de plástico

Razón Social: CONFECIONES MITSUBA
Dirección: Parque Industrial Mz. 20B, Mod. 02 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3480030
Fax: (591- 3) 3480017
Sitio web: www.mitsuba.com
Contacto: Marcos Tadashi Nakada Konami
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: MEL CONFECIONES S.A.
Dirección: Colcapirhua s/n A. Santa Cruz – Santa Cruz Nicolás Suárez No. 1550)
Cochabamba
Teléfono: (591-3) 4370997 – 3475634
Fax: (591-3) 4370997
E-mail: cpbs@entelnet.bo
Página Web: www.melconfecciones.com
Contacto: Roberto Pérez
Producto: Confección de Ropa Interior

Razón Social: RUIZ BENITO RAMON ALVARADO
Dirección: C. 13 No. 146 (salida calle 12 No. 168) zona 12 de Octubre El Alto – La Paz
Teléfono: (591- 2) 71926407
Contacto: Ramón Álvaro Ruiz Benito
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: COOP. INTEGRAL FOTRAMA LTDA.
Dirección: Av. Circunvalación N° 413 (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4240567 – 4123154 - 4244683
Fax: (591- 4) 4244683
E-Mail: info@forotama.com
Sitio web: www.fotorama.com
Contacto: Victoria Eguez
Producto: Confecciones textiles, Artesanias

Razón Social: NOVARA S.R.L.
Dirección: Obrajes c. 14 No. 555 – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2784905 - 2784995
Fax: (591- 2) 2784794
Casilla: 1127
E-mail: novara@entelnet.bo
Contacto: Leonardo Handal Jáuregui
Producto: Confecciones textiles

Razón Social: CONFECIONES CORCEL SRL.
Dirección: Av. Uyuni N° 1217 (Cochabamba)
Teléfono: (591- 4) 4480279
Fax: (591- 4) 4280683
E-Mail: corcel@corcelsa.com
Contacto: Juan Pablo Aliss
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: MAQUITEX
Dirección: Av. Roca y Coronado, calle Postrer Valle No. 107 - Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3510156
Fax: (591- 3) 3510156
E-Mail: maquitex@entelnet.bo
Contacto: Manuel Fernández
Producto: Manufacturas de Tejidos

Razón Social: TEXMABOL SRL.
Dirección: Tipuani No. 226-B Zona Las Delicias – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2213188
E-Mail: texmabol_srl@alamo.entelnet.bo
Contacto: Bernabé Condori Hidalgo
Producto: Artesanías, Confecciones Textiles

Razón Social: CENTRO ARTESANAL SAYARI
Dirección: C. Samuel Oropeza N° 1974 Villa Copacabana (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2238687 - 77266625
E-Mail: centartsayari@hotmail.com
Contacto: Omar Bueno

Producto: confecciones textiles

Razón Social: HILANDERIA TEXTIL LANABOL SRL.
Dirección: A. Tupac Amaru N° 2174 Zona Rio Seco Nueva Jerusalem El Alto (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2860485
Fax: (591- 2) 2860485
Casilla: 10017
Contacto: Lecona Calisaya Pedro Alberto
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: LANIFICIO ANDINO SRL. L.A.A.N.D LTDA.
Dirección: C. 6 N° 400 Zona Pampahasi Bajo (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2713465
Fax: (591- 2) 2713465
Casilla: 13430
Contacto: Guillermo Pabón Angulo
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: TERRALTA'S ECO WEAR S.R.L.
Dirección: C. México No. 1485 zona Central – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2310423
Fax: (591- 2) 2310423
Casilla: 2657
E-Mail: info@terraltas.com
Sitio web: www.terraltas.com
Contacto: Larry Sciltian Serrate Bozo
Producto: Confecciones en lana

Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto:

Razón Social: ARTEX BOLIVIA S.A.
Dirección: Km. 8. ½ Doble Vía la Guardia Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3578787
Fax: (591- 3) 3578777
Casilla: 156
Contacto: Alfredo Maximo Maturana
Producto: Confecciones textiles

Razón Social: HERNAN GABRIEL AGUIRRE DEL CASTILLO
Dirección: Barrio Las Palmas, Calle Sevilla N° 27 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3536283
Fax: (591- 3) 3536283
E-Mail: haquirre@cotas.net
Contacto: Hernán Gabriel Aguirre del Castillo
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: ORUREÑA ARTESANAL "NAVYL" EXPORTADORA S.R.L.
Dirección: C. Colón No. 150 Edif. Litoral P. I OF. 1 – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2361046 - 2312981
Fax: (591- 2) 2361046
Contacto: David Tordoya
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: PAVEZ ERNESTO SEGUNDO
Dirección: Av. Costanera No. 35 Barrio Villa La Merced – La Paz
Teléfono: (591-2) 2260599
Fax: (591-2) 2260599
E-mail: alpaca@unete.com
Contacto: Ernesto Segundo Pavez Chavez
Producto: Confecciones Textiles

Razón Social: TEXTURBOL SRL.
Dirección: Carretera a Viacha – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2833197 - 2120063
Fax: (591- 2) 2120063
Casilla: 1477
E-Mail: texturbol@yahoo.com
Contacto: Juan Malky
Producto: Manufacturas Textiles

Razón Social: COMESUR SRL.
Dirección: Av. Las Américas N° 792 Zona Villa Fátima (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2215788
Fax: (591- 2) 2147437
Casilla: 10001
E-Mail: comesur@ceibo.entelnet.bo
Contacto: Oscar Toledo
Producto: Confecciones Textiles

Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos:

Razón Social: DEZE LTDA.

Dirección: Edif. Hernan Av. 16 de Julio N° 1440 P.7 Of. 701 (La Paz)

Teléfono: (591- 2) 2338336 - 25114693

E-Mail: dezelta@extremate.com / operaciouoneszc@extremate.com

Contacto: Zelma Aguilar

Producto: Confecciones textiles

Razón Social: HILANDERIA SENDTEX LTDA.

Dirección: Av. Blanco Galindo Km. 6 ½ (Cochabamba)

Teléfono: (591- 4) 4268411 - 4268412

Fax: (591- 4) 4268323

E-Mail: sendtex@supernet.com.bo / info@sendtextltda.com / export@sendtextltda.com

Sitio web: www.sendtextltda.com

Contacto: Sender Aizencag

Producto: Confecciones Textiles

Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos:

Razón Social: MANUFACTURAS BOLIVIANAS S.A. MANACO S.A.

Dirección: Av. Tomás Bata esq. Av. Blanco Galindo Km. 14 - Cochabamba

Teléfono: (591- 4) 4262900 – 4263004 - 4263012

Fax: (591- 4) 4263013

E-Mail: manaco@manaco-bo.com/

Contacto: Luís Ernesto Rojas Romero

Producto: Manufacturas en cuero

Razón Social: TRANS "HORIZONTE" IMPORT EXPORT

Dirección: 4to. Anillo entre Av. Piraí y Radial 19 – Santa Cruz de la Sierra

Teléfono: (591- 3) 3524654

Fax: (591- 3) 3553578

Contacto: Davy Catherine Montaña

Producto: Fuegos Artificiales y Cremas para calzados

Razón Social: VELARDE ARIAS JUSTO ROBERTO

Dirección: c. Tumusla 500 – La Paz

Teléfono: (591- 2) 2452966

Fax: (591- 2) 2452966

Contacto: Roberto Velarde Arias

Producto: Productos Agrícolas

Razón Social: DE LA SIERRA FOOTWEAR S.A.

Dirección: C. Ichilo N° 148 Andrés Ibañes Santa Cruz de la Sierra

Teléfono: (591- 3) 3365252

Fax: (591- 3) 3342468

E-Mail: dls_footwear@cotas.com.bo

Contacto: Marcelo Arturo Alcocer Carrasco

Producto: Manufacturas de cuero

Razón Social: CARRANZA ANGULO MARIO MARCELO COMESUR
Dirección: urbanización Los Pinos "Torre" I P.I. Dpto. 3 Calacoto (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2210153 - 2225788
Fax: (591- 2) 2210153
Casilla: 1001
Contacto: Mario Marcelo Carranza
Producto: Confecciones Textiles

Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas:

Razón Social: EXPORTADORES BOLIVIANOS SRL.
Dirección: C. David Garzón N° 285 Av. Vásquez Zona Purapura (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2458362 - 2458290
Fax: (591- 2) 2460738
Casilla: 4769
E-Mail: braca@entelnet.bo
Contacto: Eduardo Bracamonte
Producto: Joyería

Razón Social: GRANITOS CHIQUITANOS
Dirección: Av. 2 de Agosto y 5to. Anillo Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3488708
Fax: (591- 3) 3488658
E-Mail: chiquitano@unete.com
Contacto: Shigueru Matziski Hagase
Producto: Joyería

Razón Social: MEYER BARRAZA RODOLFO GUSTAVO
Dirección: C. Gral. Trigo entre Bolívar e Ingavi s7n Zona Central - Tarija
Teléfono: (591- 4) 6643837 - 6643719
E-Mail: meyergems@hotmail.com
Contacto: Rodolfo Gustavo Meyer Barraza
Producto: Manufactura de Joyas

Razón Social: JUAN CLIFFORD EXPORT LTDA.
Dirección: Barrio Los Pinos Av. 20 de Octubre s/n Uv. 79 a Mz. 26 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3582811 - 3442734
E-Mail: cccc_smha@yahoo.es
Contacto: Carlos Cesar Carvalho Choqueres
Producto: Artesanías

Razón Social: STEINMAR LTDA.
Dirección: c. Franz Tamayo No. 219 – Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3426707
Fax: (591- 3) 3467262
Casilla: 152
Contacto: José Hugo Marancenbaum Aguilera
Producto: Piedras preciosas

Razón Social: EMPRESA MINERA INTI RAYMI
Dirección: Av. Fuerza Naval N° 55 Zona Calacoto (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2797676
Fax: (591- 2) 2797273 - 2797927
Casilla: 9576
E-Mail: rcaceres@irop.emirsa.com
Contacto: Humberto Rada Gómez
Producto: Joyería

Razón Social: EMPRESA MINERA PAITITI S.A. EMIPA
Dirección: Av. Arce N° 2299 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2444766
Fax: (591- 2) 2444126
Casilla: 4326 - 4811
E-Mail: comsur@caoba.entelnet.bo
Contacto: Jaime Urjel Dalence
Producto: Joyería

Razón Social: ANAHI JEWELRY MANUFACTURING SRL.
Dirección: Parque Industrial Av. Transversal V3 N° 5 Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3473641
Fax: (591- 2) 3473640
E-Mail: logisticamym@ametrine.com
Contacto: Ramiro Alfonso Rivero
Producto: Joyería

Razón Social: CREACIONES SCHOHAUS LTDA.
Dirección: C. Jacinto Benavente N° 2230 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2417905 - 2419964
Fax: (591- 2) 2418272
Casilla: 2945
E-Mail: schohausft@unete.com
Contacto: Carlos Gustavo Schohaus Bustamante
Producto: Joyería

Razón Social: JOYAS BETH
Dirección: Av. Montenegro N° 1309 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2793894
Fax: (591- 2) 77257335
E-Mail: silvanamar@mixmail.com
Contacto: Sylvia de Mariaca
Producto: Joyería

Razón Social: JOYERIAS ARTESANIAS BELTRAN
Dirección: Edificio Libertad Local 4 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2407928
Fax: (591- 2) 4407892
E-Mail: joyeria_beltran@hotmail.com
Contacto: Oscar Beltran
Producto: Joyería de plata

Razón Social: JOYERIA NEFERTITI
Dirección: Av. Montenegro N° 1220 San Miguel (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2792907
Fax: (591- 2) 2792707
E-Mail: nefertiti@casino.com
Contacto: José Galindo
Producto: Joyería

Razón Social: JOYERIA PARÍS SRL.
Dirección: Edif. San Miguel Arcángel P.B. Local 6 (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2793684
Fax: (591- 2) 28116961
E-Mail: krbeyer@ceibo.entelnet.bo
Sitio web: www.joyeriaparis.com
Contacto: Karen Beyer
Producto: Joyería

Razón Social: JOYERIA Y DISEÑO RAFAELLA PITTI LTDA.
Dirección: AV. Montenegro N° 810 San Miguel (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2740292
Fax: (591- 2) 27400431
Casilla: 6103
E-Mail: info@rafaellapitti.com
Contacto: Claudia Hinojosa de Taborga
Producto: Joyería

Razón Social: ORBOL S.A.
Dirección: Av. Tarapacá C. I s/n Villa Bolivar – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2815540 - 2370590
Fax: (591- 2) 2815595
Casilla: 13734
E-Mail: orbol@kolla.net
Contacto: Augusto Millares
Producto: Aparatos y Artículos para usos Químicos y Joyería

Razón Social: SILVERCRAFT S.R.L.
Dirección: C. Obispo Anaya No. 485 – Cala Cala - Cochabamba
Teléfono: (591- 4) 4406345
Fax: (591- 4) 4406345
Casilla: 9720
E-Mail: info@colonialsilvercraft.com
Página Web: www.colonialsilvercraft.com
Contacto: Silvia López G.
Producto: Artículos de Orfebrería

Instrumentos musicales; sus partes y accesorios:

Razón Social: PROSEINPE S.R.L.
Dirección: C. Baptista No. 516 Edif. Reina 2do. Piso – Cochabamba
Teléfono: (591- 4) 4222197
Fax: (591- 4) 4221615
Casilla: 104
E-Mail: proseinpe@buscapique.com
Contacto: Luis Alberto Veltze Michel
Producto: Manufacturas textiles e instrumentos musicales

Razón Social: EXPOCENTER KOLLASUYO S.R.L.
Dirección: Bella Vista C. Gregorio Gamarra No. 250 La Paz
Teléfono: (591 - 2) 2785590 - 2782519
Fax: (591 - 2) 2782519
Casilla: 5099
E - mail: expocenter@bolivia.com
Página web: www.kollasuyo.com
Contacto: Reinhard Nina
Productos: Productos de cuero y cerámica

Muebles; mobiliario, asientos no expresados ni comprendidos en otra parte:

Razón Social: FÁBRICA DE MUEBLES CASA BELLA LTDA.
Dirección: Av. Montenegro N° 6007 San Miguel (La Paz)
Teléfono: (591- 2) 2798261
Fax: (591- 2) 2796328
Contacto: Carola Hinojosa Gutiérrez
Producto: Muebles de Madera

Razón Social: MUEBLES INTI
Dirección: 3er. Anillo interno, zona 4 de noviembre – Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3581791 - 3539883
Fax: (591- 3) 3539883
Casilla: 2450
E-Mail: gerencia@mueblesinti.com
Página web: www.mueblesinti.com
Contacto: Wilson Chileno Aguilera
Producto: Fabricación Muebles de Madera

Razón Social: MUEBLES SAN IGNACIO
Dirección: Héroe de Pacífico Edif. Pacífico No. 1378 – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2225227 - 2822425
E-Mail: ignacioleonalegria@hotmail.com
Contacto: Ignacio Leon
Producto: Fabricación Muebles de Madera

Razón Social: X-PORT LTDA.
Dirección: c. Pantanal No. 33 – Santa Cruz de la Sierra
Teléfono: (591- 3) 3536166
Fax: (591- 3) 3536166
Contacto: Fernando Javier Chacón Camacho
Producto: Fabricación muebles de Madera

Razón Social: UNITED FURNITURE INDUSTRIAS BOLIVIA UNITED SA.
Dirección: Carretera a Copacabana Km. 5.5 No. 400 – La Paz
Teléfono: (591- 2) 2860043 - 2862668
Fax: (591- 2) 2117492
Casilla: 6979
E-Mail: gsatt@unitedbolivia.com
Contacto: George M. Satt
Producto: Manufacturas de madera, madera aserrada

Razón Social: MEDEX SRL.
Dirección: Av. Elías Meneses zona El Paso - Cochabamba
Teléfono: (591- 4) 4532348
Fax: (591- 4) 4241050
Casilla: 3440
E-Mail: medexsrl@yahoo.com
Contacto: Roberto Carlos Alvarado Camacho
Producto: Muebles de Madera

Manufacturas diversas:

Razón Social: MONOPOL LTDA.
Dirección: Av. Libertador Bolívar No. 1781 - Cochabamba
Teléfono: (591- 4) 4285300 – 4285301
Fax: (591-4) 41117340
E-Mail: monopol@bo.net
Página Web: www.pinturasmonopol.com
Contacto: Mauricio Barrientos Ferrufino
Producto: Fabricación de Pinturas

Lista de empresas de Arica potencialmente importadores de productos bolivianos

Razón Social: ABDALLA SHALEM FATHI
Gerente General: Fathi Abdalla Shalem
Dirección: Barros Arana N° 3017
Rubro: Comercio
Teléfono: 291611
Fax: 291611
Email: madera@incomant.cl

Razón Social: AGIMA
Gerente General: Samuel Canchaya Henríquez
Dirección: Barrio Industrial N° 1755
Rubro: Parque Industrial
Teléfono: 213409
Fax: 213409
Email: agima@terra.cl

Razón Social: AGRICOLA DEL NORTE S.A.
Gerente General: Roberto Gómez Calizaza
Dirección: Manuel Castillo Abaceta N° 3689
Rubro: Comercio
Teléfono: 244485
Fax: 224308
Email: agronort@123.cl

Razón Social: AGROMEAT CHILE LTDA.
Gerente General: Michel Sfeir
Dirección: Vicuña Mackenna N° 601
Rubro: Comercio
Teléfono: 231420
Fax: 254173

Razón Social: AGUILERA LARA YESSICA
Gerente General: Yessica Aguilera Lara
Dirección: Colón N° 228
Rubro: Comercio
Teléfono: 244915
Email: mqgbusiness@yahoo.es

Razón Social: ALPACA CHILE
Gerente General: Rosa María Sproveda M.
Dirección: Chacabuco N° 786
Rubro: Comercio
Teléfono: 255702
Email: alpacachile@hotmail.com

Razón Social: ALVARADO AGUIRRE CARLOS
Gerente General: Carlos Alvarado Aguirre
Dirección: Los Hualles N° 2826
Rubro: Comercio
Teléfono: 226586
Fax: 226586
Email: calvarado@terra.cl

Razón Social: ALVARADO TOLEDANO DANIEL
Gerente General: Daniel Alvarado Toledano
Dirección: Azola N° 3077
Rubro: Comercio
Teléfono: 215855
Fax: 215855
Email: dacovi@entelchile.net

Razón Social: APART HOTEL
Gerente General: Juan Guzmán Alvarez
Dirección: Consistorial Esq. Ramón s/n
Rubro: Comercio
Teléfono: 211107
Fax: 211107
Email: aparthotelarica@hotmail.com

Razón Social: ARANEDA AHUMADA OSVALO
Gerente General: Osvaldo Araneda Ahumada
Dirección: 18 de Septiembre N° 0366
Rubro: Comercio
Teléfono: 211107
Fax: 211107
Email: simar73@latinmail.com

Razón Social: AUTOMOTORA TAKIA
Gerente General: Héctor Cifuentes Cáceres
Dirección: Diego Portales N° 2556
Rubro: Comercio
Teléfono: 244600
Fax: 221784
Email: takiarep@tie.cl

Razón Social: AUTOMOTRIZ VAL LTDA.
Gerente General: Patricio Rojas Retamal
Dirección: Paula Jara Quemada N° 1231
Rubro: Comercio
Teléfono: 221556
Fax: 229170
Email: automotrizval@entelchile.net

Razón Social: BALTOLU E HIJOS Y CÍA. S.A.C.
Gerente General: Angela Baltolu Giagoni
Dirección: Diego Portales N° 2044
Rubro: Comercio
Teléfono: 222242
Fax: 228602
Email: lbaltolu@tie.cl

Razón Social: BARRAS LEMO GINO JOSÉ
Gerente General: Gino José Barras Lemo
Dirección: Patricio Lynch N° 290
Rubro: Comercio
Teléfono: 255590
Fax: 255590

Razón Social: CACERES Y CIA. LTDA
Gerente General: Bonifacio Cáceres Roque
Dirección: Maipú N° 597
Rubro: Comercio
Teléfono: 232381
Fax: 254137

Razón Social: CANEPA COMERCIAL Y CÍA.LTDA.
Gerente General: Giorgio Cánepa Mercado
Dirección: Chacabuco N° 0786
Rubro: Comercio
Teléfono: 258460
Fax: 258437

Razón Social: CARRASCO FLORES WILMA
Gerente General: Abel Humire Galindo
Dirección: Tnal.Asocapec,Lc.14
Rubro: Comercio
Teléfono: 255501

Razón Social: CERVECERIA CCU CHILE LTDA
Gerente General: Salvador Lemer Villagrán
Dirección: Avda.Santa María N° 2318
Rubro: Comercio
Teléfono: 224131
Fax: 227833
Email: slemair@ccu.cl

Razón Social: CHAVEZ TICONA SOLON.
Gerente General: Sonia Chávez Mújica
Dirección: Avda. Azola N° 3176
Rubro: Comercio
Teléfono: 214057
Fax: 227833
Email: gerencia@solonchavez.tie.cl

Razón Social: COMERCIAL KAUFMANN S.A.
Gerente General: José Beristain Peirano
Dirección: Avda.Santa María N° 2647
Rubro: Comercio
Teléfono: 246273
Fax: 246273
Email: aricagerencia@kaufmann.cl

Razón Social: COMERCIAL NEUMAPER LTDA.
Gerente General: Carlos Caluccio Izzo
Dirección: El Salitre N° 3249
Rubro: Comercio
Teléfono: 246273
Fax: 246273
Email: ecoluccio@entelchile.net

Razón Social: COMERCIAL SHANGTALL LTDA..
Gerente General: Oriana López Rojas
Dirección: Colón N° 0441
Rubro: Comercio
Teléfono: 246273

Razón Social: COOPERATIVA DE SER. STA BLANCA
Gerente General: Alberto Vásquez Vásquez
Dirección: 18 de Septiembre N° 0257
Rubro: Comercio
Teléfono: 252504
Fax: 257884
Email: coopblanca@tie.cl

Razón Social: COSSIO ARRIAGADA SALUSTIANO
Gerente General: Salustiano Cossio Ariagada
Dirección: Avda.Santa María N° 2179
Rubro: Comercio
Teléfono: 243727
Fax: 224436
Email: ferreteriacossio@hotmail.com

Razón Social: DISTRIBUIDORA MAX LTDA.
Gerente General: Alberto Martorell Sobero
Dirección: Avda. Argentina N° 3131
Rubro: Comercio
Teléfono: 219188
Fax: 219184
Email: amartorell@carnavalmax.com

Razón Social: EMBOTELLADORA CARNAVAL S.A.
Gerente General: Alberto Martorell Sobero
Dirección: Avda. Argentina N° 3131
Rubro: Comercio
Teléfono: 219184
Fax: 290353
Email: amartorell@carnavalmax.com

Razón Social: EMP. PERIODISTICA DEL NORTE S.A.
Gerente General: Vinko Woldarksy Aragones
Dirección: San Marcos N° 0580
Rubro: Comercio
Teléfono: 200261
Fax: 200290
Email: vwoldarksy@estrellaarica.cl

Razón Social: EMPRESA LIPIGAS S.A.
Gerente General: Alfredo Valenzuela Caces
Dirección: Barros Arana N° 2931
Rubro: Comercio
Teléfono: 212259
Fax: 200290
Email: avalenzuela@lipigas.cl

Razón Social: ENTEL PCS
Gerente General: Juan Barauui Ananías
Dirección: 21 de Mayo N° 0372 piso 2
Rubro: Comercio
Teléfono: 250135
Fax: 231303

Razón Social: ESTABLECIMIENTOS GARDILCIC S.A.
Gerente General: Eduardo Basta Riquelme
Dirección: Avda. Argentina N° 2281
Rubro: Comercio
Teléfono: 250135
Fax: 231303
Email: esgar.sa@entelchile.net

Razón Social: FABRICA DE LADRILLOS MELUS S.A.I.
Gerente General: Benjamín Melus Robles
Dirección: Manuel Castillo Abaceta N° 2925
Rubro: Comercio
Teléfono: 222399
Fax: 222399
Email: flm@entelchile.net

Razón Social: FERRETERIA IBERIA LTDA.
Gerente General: Pablo Diez Poo
Dirección: Avda.Santa María N° 2678
Rubro: Comercio
Teléfono: 222399
Fax: 222399
Email: encosa@entelchile.net

Razón Social: FLORES FLORES JUSTINO
Gerente General: Justino Flores Flores
Dirección: General Lagos N° 660
Rubro: Comercio
Teléfono: 252918
Fax: 231513
Email: silkscreen@vtr.net

Razón Social: FOCACCI E HIJOS LTDA. Y CIA. C.P.A.
Gerente General: Carlos Focacci Aspe
Dirección: San Martín N° 0670
Rubro: Comercio
Teléfono: 254054
Fax: 231513

Razón Social: GARDILCIC BALARIN MARKO
Gerente General: Marko Gardilcic Balarin
Dirección: Baquedano N° 0796
Rubro: Comercio
Teléfono: 231867
Fax: 251937
Email: mgardilcic@yahoo.cl

Razón Social: GOMEZ CALIZAYA GABRIELA ANA
Gerente General: Gabriela Gómez Calizaya
Dirección: 18 de Septiembre N° 1314
Rubro: Comercio
Teléfono: 252085
Fax: 232300
Email: comercialgaby@entelchile.net

Razón Social: GOMEZ CALIZAYA ZUNILDA
Gerente General: Zunilda Gómez Calizaya
Dirección: Centro Com. El Morro Local 70
Rubro: Comercio
Teléfono: 251465
Fax: 241465
Email: comercialzunny@hotmail.com

Razón Social: GONZALES VIVEROS ALDO
Gerente General: Aldo González Viveros
Dirección: Galería Sangra-Colón Local 1
Rubro: Comercio
Teléfono: 251465

Razón Social: GRANDES TIENDAS PESCKETTO S.A.
Gerente General: Juan Pescetto Butrón
Dirección: 21 de Mayo N° 0543 - 399
Rubro: Comercio
Teléfono: 251619
Fax: 251619
Email: gtpsa@adsl.tie.cl

Razón Social: HERRERA ZAMORA ARMANDO
Gerente General: Armando Herrera Zamora
Dirección: Colón N° 0431
Rubro: Comercio
Teléfono: 230746
Fax: 232657
Email: aherreraz@hotmail.com

Razón Social: HORMAZABAL PASTEN GUILLERMO
Gerente General: Guillermo Hormazábal Pastén
Dirección: Av .Diego Portales N° 2428
Rubro: Comercio
Teléfono: 230746
Fax: 229309

Razón Social: ICEBERG
Gerente General: Gina Rojas Villarpando
Dirección: Maipú N° 0790
Rubro: Comercio
Teléfono: 255366
Fax: 255366

Razón Social: IMPORTADORA NEW YORK S.A.C.I.
Gerente General: Enrique DVórquez Feldman
Dirección: 18 de Septiembre N° 0287
Rubro: Comercio
Teléfono: 255366
Fax: 231097

Razón Social: INCOPIN S.A.
Gerente General: Jorge Correa Bascuñan
Dirección: Av. Diego Portales N° 2584
Rubro: Comercio
Teléfono: 255366
Fax: 261156
Email: jorgecorrea@entelchile.net

Razón Social: INMOBILIARIA CENTRO COM.DEL PACIFICO
Gerente General: Gabriel Abusleme Alfaro
Dirección: Diego Portales N° 840 Of. 167
Rubro: Comercio
Teléfono: 222181
Fax: 222181

Razón Social: INMOBILIARIA PAMPA Y MAR S.A.
Gerente General: Jaqueline Rojas Fumey
Dirección: Sotomayor N° 211
Rubro: Comercio
Teléfono: 231261
Fax: 254129
Email: jaquerojas@hotmail.com

Razón Social: INTERNATIONAL SERVICE LTDA
Gerente General: Luís Aranibar Martínez
Dirección: 7 de Junio N° 268 Of. 840
Rubro: Comercio
Teléfono: 255432
Fax: 253875
Email: iservice@entelchile.net

Razón Social: MOLINERA AZAPA S.A.
Gerente General: Davor Razmilic Tomicic
Dirección: Av. Argentina N° 3008
Rubro: Industria
Teléfono: 290659
Fax: 290598
Email: gerencia@miasa.cl

Razón Social: PESQUERA TRUBETTA LTDA.
Gerente General: Fernando Brito Betta
Dirección: Azola N° 3057
Rubro: Industria
Teléfono: 240336
Fax: 240336
Email: ptrubett@entelchile.net

Razón Social: ROJAS GUTIERREZ SANDRA
Gerente General: Sandra Rojas Gutiérrez
Dirección: Santos Chocano N° 2368
Rubro: Industria
Teléfono: 227416
Fax: 227416
Email: sandra.rojas@123mail.cl

Razón Social: SOC. COMERCIAL POLLO STOP LTDA.
Gerente General: Luisa Espejo Trigo
Dirección: Maipú N° 333-342
Rubro: Comercio
Teléfono: 232903
Fax:
Email: pollostop@hotmail.com

Razón Social: SOC. COMERCIAL TACORA LTDA.
Gerente General: Clemente Cerda Moreno
Dirección: Av. Santa María N° 2860
Rubro: Comercio
Teléfono: 232903
Fax:
Email: ccerda@ariztia.com

Razón Social: SOC. GASTRONOMICA ALTILLO LTDA.
Gerente General: Rodrigo Valcarce Basvestrello
Dirección: 21 de Mayo N° 260
Rubro: Comercio
Teléfono: 231936
Fax: 231936

Razón Social: SOC. INV. Y COM. LEPE Y ALAMO LTDA.
Gerente General: Gabriel Alamo Alamo
Dirección: Av. Simón Bolívar /P. América N° 085-121
Rubro: Comercio
Teléfono: 227443
Fax: 263634
Email: truckcenter@tie.cl

Razón Social: SOC. MADARIAGA OLIVARES Y CIA. LTDA
Gerente General: José Madariaga Castro
Dirección: Colón N° 0553
Rubro: Comercio
Teléfono: 251241
Fax: 230650
Email: madariagaolivares@terra.cl

Razón Social: SOCIEDAD CHANG Y CIA. LTDA.
Gerente General: Rosa Chang Cuadro
Dirección: Colón N° 766
Rubro: Comercio
Teléfono: 251008
Fax: 251018
Email: romech@ctcinternet.cl

Razón Social: SOCIEDAD JUSTINA MIRANDA NINA
Gerente General: Luis Jirón Huanca
Dirección: 18 de Septiembre N° 0352
Rubro: Comercio
Teléfono: 251008
Fax: 251018
Email: jm.arica@adsl.tie.cl

Razón Social: SODIMAC S.A.
Gerente General: Alicia Ramos Ojeda
Dirección: Av. Santa María N° 2278
Rubro: Comercio
Teléfono: 253866
Fax: 222244
Email: aramos@sodimac.cl

Razón Social: SOLARI HNOS. S.A.
Gerente General: Claudio Solari Opazo
Dirección: Av. Santa María N° 1115
Rubro: Comercio
Teléfono: 248959
Fax: 248959
Email: ferreteriasolari83@tie.cl

Razón Social: SOLARI Y CIA. LTDA
Gerente General: José Iglesias Borroye
Dirección: 21 de Mayo N° 0221
Rubro: Comercio
Teléfono: 248959
Fax: 248959
Email: solariarica@hotmail.com

Razón Social: SOMARCO LTDA.
Gerente General: Alexis Domingo Soto Domínguez
Dirección: Prat 391 piso 14 Oficina 145
Rubro: Comercio
Teléfono: 231935
Fax: 252672
Email: asoto@somarco.cl

Razón Social: SUPERMERCADO ARICA LTDA.
Gerente General: Cristian Muñoz Lobos
Dirección: Av. Diego Portales N° 2291
Rubro: Comercio
Teléfono: 231935
Fax: 248197
Email: crmunos@dys.cl

Razón Social: TEMA COPPER S.A.
Gerente General: Luís Aranibar
Dirección: 7 de Junio N° 268 Of. 830
Rubro: Comercio
Teléfono: 255432
Fax: 253875
Email: iservice@entelchile.net

Razón Social: TRICOT S.A.
Gerente General: Juanita Sánchez Ortiz
Dirección: 21 de Mayo N° 0364
Rubro: Comercio
Teléfono: 251118
Fax:
Email: sucursalarica@tricot.cl

Razón Social: UGARTE Y CIA NORMA
Gerente General: Norma Ugarte Parker
Dirección: Sotomayor N° 0177
Rubro: Comercio
Teléfono: 232698
Fax: 232698
Email: normaugarte@tie.cl

Razón Social: VELASQUEZ ADRIAN Y CIA. LTDA.
Gerente General: Adrián Velásquez San Martín
Dirección: 18 de Septiembre N° 0455
Rubro: Comercio
Teléfono: 205024

Razón Social: VINET BRUZZO RICARDO
Gerente General: Ricardo Vinet Bruzzo
Dirección: 21 de Mayo N° 244
Rubro: Comercio
Teléfono: 224575
Fax: 224575
Email: dimango@dimango.cl

Razón Social: YANULAQUE Y CIA. LTDA.
Gerente General: Pablo Benavides Santibáñez
Dirección: 21 de Mayo N° 265
Rubro: Comercio
Teléfono: 224575
Fax: 224575
Email: motar1@terra.cl

Razón Social: YES INTERNATIONAL TRADING LTDA.
Gerente General: Wilfred Flores Cayo
Dirección: Av. Argentina N° 2798
Rubro: Comercio
Teléfono: 262096
Fax: 262099
Email: ivonne@yes-intl.com

Razón Social: ALMACENES LAS DOS ESTRELLAS S.A.
Dirección: Tarapacá # 503
Rubro: Comercio
Teléfono: 411211

Razón Social: COMERCIAL CHACAO S.A.
Dirección: Mapocho
Sitio 41 J 3
Rubro: Comercio
Teléfono: 398181 - 39818

Razón Social: COMERCIAL PRAT S.A.
Dirección: Manzana 7 Sitio 17
Rubro: Comercio
Teléfono: 415720

Razón Social: CRISPIERI Y CIA. LTDA.
Dirección: Almirante Latorre #740
Rubro: Comercio
Teléfono: 424712 - 416555

Razón Social: CANON CHILE S.A.
Dirección: Vivar #461
Sitio 41 J 3
Rubro: Comercio
Teléfono: 510226 - 510860

Razón Social: GOODYEAR DE CHILE S.A.I.C
Dirección: Manzana 4 Galpón 27 ZOFRI
Rubro: Comercio
Teléfono: 412904

Razón Social: HERNAN MONTERO Y CIA. CPA (IMPORTADORA EL SOL NACIENTE)
Dirección: Manzana 17 Galpón 21 ZOFRI

Rubro: Comercio
Teléfono: 426783
Razón Social: NUREMBERG S.A..
Dirección: Manzana 13
Galpón 13- 15
Rubro: Comercio
Teléfono: 390860 – 390866

Razón Social: VIVERO JARDIN ESPAÑOL LTDA.
Dirección: Tomas Bonilla #1184
Rubro: Comercio
Teléfono: 414282

Razón Social: MADERAS CHILE S.A..
Dirección: Arturo Fernández #837
Rubro: Comercio
Teléfono: 411488

Razón Social: MICHELIN CHILE LTDA.
Dirección: Barrio Industrial S/N Manzana A Sitio 7
Sitio 41 J 3
Rubro: Comercio
Teléfono: 428619

Razón Social: REPTAL S.A.
Dirección: Amunategui # 180
Rubro: Comercio
Teléfono: 519142-519143-519146

Razón Social: ROSSI HNOS. (SUPERMERCADO ROSSI)
Dirección: Tarapacá # 579
Rubro: Comercio
Teléfono: 412567

Razón Social: SOCIEDAD COMERCIAL IQUIQUE LTDA.
Dirección: Av. Pedro Prado S/N C/O'higgins
Rubro: Comercio
Teléfono: 413766

Razón Social: SOCIEDAD DE BONIS CERVELLINO HNS. LTDA. (SUPERMERCADO PALMIRA)
Dirección: Vivar # 786
Rubro: Comercio
Teléfono: 412541 - 510046 – 510220

Razón Social: SODIMAC S.A.
Dirección: Av. 11 de Septiembre # 1724
Rubro: Comercio
Teléfono: 430792 - 482027 – 483357
Sitio Web: www.sodimac.cl

Razón Social: JORGE ANTONIO SUÑER ALVARELLOS (CASA FRANCESA S.A.)
Dirección: Serrano # 654

Rubro: Comercio
Teléfono: 413416 - 424983
Razón Social: SOLARI Y CIA. LTDA. (LA CONFIANZA)
Dirección: Tarapacá #495
Rubro: Comercio
Teléfono: 422064 - 411143- 429176

Razón Social: ANDIGRAF S.A.
Dirección: Manzana 12 Sitio 7-8-9 ZOFRI
Rubro: Comercio
Teléfono: 413635

Razón Social: FERRIMEX LTDA.
Dirección: Manzana 9 Galpón 38 ZOFRI
Rubro: Comercio
Teléfono: 413147 - 422559 – 511184

Razón Social: JUEGOS ELECTRONICOS S.A. (CASINO DE JUEGOS)
Dirección: Av. Arturo Prat # 2755
Rubro: Comercio
Teléfono: 518030

Razón Social: RAMON PEREZ OPAZO (FUNERARIA LA HUMANITARIA LTDA.)
Dirección: Juan Martínez #605
Rubro: Comercio
Teléfono: 411413

Razón Social: NUNCIO BELARDI ROSCETTI (LIBRERIAS NENE)
Dirección: Amunategui # 1082
Rubro: Comercio
Teléfono: 392600 - 392609 - 392608

Razón Social: ITALO LANINO ROZAS (VIVERO STA. MARGARITA LIGUREN)
Dirección: Ramírez # 1429
Rubro: Comercio
Teléfono: 425298

Razón Social: INMOBILIARIA MALL LAS AMERICAS S.A.
(MALL LAS AMERICAS)
Dirección: Av. Los Héroes de la Concepción #2555
Rubro: Comercio
Teléfono: 390000

Razón Social: IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES SHAKEMI LTDA. (SHAKEMI)
Dirección: Las Cabras S/N Sitio 130-A Manzana I
Rubro: Comercio
Teléfono: 429838 - 425245

Razón Social: SOCIEDAD COMERCIAL EL SALITRE LIMITADA
(IMPRESA EL SALITRE)
Dirección: Patricio Lynch # 1074
Rubro: Comercio
Teléfono: 392400

Lista de empresas en Iquique potencialmente importadoras de productos bolivianos

Razón Social: ALMACENES LAS DOS ESTRELLAS S.A.
Dirección: Tarapacá # 503
Rubro: Comercio
Teléfono: 411211

Razón Social: COMERCIAL CHACAO S.A.
Dirección: Mapocho
Sitio 41 J 3
Rubro: Comercio
Teléfono: 398181 - 39818

Razón Social: COMERCIAL PRAT S.A.
Dirección: Manzana 7 Sitio 17
Rubro: Comercio
Teléfono: 415720

Razón Social: CRISPIERI Y CIA. LTDA.
Dirección: Almirante Latorre #740
Rubro: Comercio
Teléfono: 424712 - 416555

Razón Social: CANON CHILE S.A.
Dirección: Vivar #461
Sitio 41 J 3
Rubro: Comercio
Teléfono: 510226 - 510860

Razón Social: GOODYEAR DE CHILE S.A.I.C
Dirección: Manzana 4 Galpón 27 ZOFRI
Rubro: Comercio
Teléfono: 412904

Razón Social: HERNAN MONTERO Y CIA. CPA (IMPORTADORA EL SOL NACIENTE)
Dirección: Manzana 17 Galpón 21 ZOFRI
Rubro: Comercio
Teléfono: 426783

Razón Social: NUREMBERG S.A..
Dirección: Manzana 13
Galpón 13- 15
Rubro: Comercio
Teléfono: 390860 – 390866

Razón Social: VIVERO JARDIN ESPAÑOL LTDA.
Dirección: Tomas Bonilla #1184
Rubro: Comercio
Teléfono: 414282

Razón Social: MADERAS CHILE S.A..
Dirección: Arturo Fernández #837
Rubro: Comercio
Teléfono: 411488

Razón Social: MICHELIN CHILE LTDA.
Dirección: Barrio Industrial S/N Manzana A Sitio 7
Sitio 41 J 3
Rubro: Comercio
Teléfono: 428619

Razón Social: REPTAL S.A.
Dirección: Amunategui # 180
Rubro: Comercio
Teléfono: 519142-519143-519146

Razón Social: ROSSI HNOS. (SUPERMERCADO ROSSI)
Dirección: Tarapacá # 579
Rubro: Comercio
Teléfono: 412567

Razón Social: SOCIEDAD COMERCIAL IQUIQUE LTDA.
Dirección: Av. Pedro Prado S/N C/O'higgins
Rubro: Comercio
Teléfono: 413766

Razón Social: SOCIEDAD DE BONIS CERVELLINO HNS. LTDA. (SUPERMERCADO PALMIRA)
Dirección: Vivar # 786
Rubro: Comercio
Teléfono: 412541 - 510046 – 510220

Razón Social: SODIMAC S.A.
Dirección: Av. 11 de Septiembre # 1724
Rubro: Comercio
Teléfono: 430792 - 482027 – 483357
Sitio Web: www.sodimac.cl

Razón Social: JORGE ANTONIO SUÑER ALVARELLOS (CASA FRANCESA S.A.)
Dirección: Serrano # 654
Rubro: Comercio
Teléfono: 413416 - 424983

Razón Social: SOLARI Y CIA. LTDA. (LA CONFIANZA)
Dirección: Tarapacá #495
Rubro: Comercio
Teléfono: 422064 - 411143- 429176

Razón Social: ANDIGRAF S.A.
Dirección: Manzana 12 Sitio 7-8-9 ZOFRI
Rubro: Comercio

Teléfono: 413635

Razón Social: FERRIMEX LTDA.
Dirección: Manzana 9 Galpón 38 ZOFRI
Rubro: Comercio
Teléfono: 413147 - 422559 – 511184

Razón Social: JUEGOS ELECTRONICOS S.A. (CASINO DE JUEGOS)
Dirección: Av. Arturo Prat # 2755
Rubro: Comercio
Teléfono: 518030

Razón Social: RAMON PEREZ OPAZO (FUNERARIA LA HUMANITARIA LTDA.)
Dirección: Juan Martínez #605
Rubro: Comercio
Teléfono: 411413

Razón Social: NUNCIO BELARDI ROSCETTI (LIBRERIAS NENE)
Dirección: Amunategui # 1082
Rubro: Comercio
Teléfono: 392600 - 392609 - 392608

Razón Social: ITALO LANINO ROZAS (VIVERO STA. MARGARITA LIGUREN)
Dirección: Ramírez # 1429
Rubro: Comercio
Teléfono: 425298

Razón Social: INMOBILIARIA MALL LAS AMERICAS S.A.
(MALL LAS AMERICAS)
Dirección: Av. Los Héroes de la Concepción #2555
Rubro: Comercio
Teléfono: 390000

Razón Social: IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES SHAKEMI LTDA. (SHAKEMI)
Dirección: Las Cabras S/N Sitio 130-A Manzana I
Rubro: Comercio
Teléfono: 429838 - 425245

Razón Social: SOCIEDAD COMERCIAL EL SALITRE LIMITADA
(IMPRESA EL SALITRE)
Dirección: Patricio Lynch # 1074
Rubro: Comercio
Teléfono: 392400

Razón Social: ABRAHAM SOTO IBACETA (TIENDA TEPAU)
Dirección: Amunategui #1322
Rubro: Comercio
Teléfono: 426732 - 420984

Razón Social: REINALDO CERISOLA BEDRONI
Dirección: O'higgins #584
Rubro: Comercio
Teléfono: 421735 - 415607

Razón Social: COMERCIAL EL BOSQUE LTDA. (EL BOSQUE LTDA.)
Dirección: Diego Portales # 2075-A
Rubro: Comercio
Teléfono: 432377

Razón Social: MAGDALENA GRACIELA ACUÑA MUÑOZ (IMPORTADORA
MAGDALENA)
Dirección: Salitrera Victoria Modulo 32
Rubro: Comercio
Teléfono: 417574

Razón Social: FRICAR LTDA.
Dirección: Manzana 14 Galpón 7 ZOFRI
Rubro: Comercio
Teléfono: 413017

Razón Social: EMAT S.A.
Dirección: Av. Circunvalación Manzana C. Sitio 19-A B.I.
Rubro: Industria
Teléfono: 427004

Razón Social: UBERLINDA OVANDO CASTILLO (FABRICA MOISES)
Dirección: Amunategui # 1014
Rubro: Industria
Teléfono: 415312 - 422248 - 415312

Razón Social: EMBOTELLADORA IQUIQUE S.A. (COCA-COLA)
Dirección: Desiderio García #144
Rubro: Industria
Teléfono: 408100 - 408124 - 408125

Razón Social: MOLINERA E IND. DE AZAPA S.A.
Dirección: Sta. Rosa de Huara, Sitio 28, Barrio Industrial
Rubro: Industria
Teléfono: 424519-426500- 424949

Razón Social: DSM MINERA S.C.M.
Dirección: Pedro Lagos 1090 Piso 3 (Edificio Costanera)
Rubro: Industria
Teléfono: 512300

Razón Social: CONSORCIO ELECOM MULTITECNO
Dirección: Vía 5 ST.10
Manzana E Bajo Molle
Rubro: Industria
Teléfono: 383030

Razón Social: SOC. COM. E INDUS. SELTEC LTDA.
Dirección: Sotomayor 2035
Rubro: Industria
Teléfono: 412916

Razón Social: IQUIQUE TERMINAL INTERNACIONAL ITI
Dirección: San Martín 255 Piso 15 Of.151
Rubro: Industria
Teléfono: 396108- 396107

Razón Social: ECONAL
Dirección: Santa Rosa 3732, Esquina, Salitrera Iris
Rubro: Industria
Teléfono: 491596

Razón Social: CARGO TRANS S.A.
Dirección: Tarapacá 1501
Rubro: Industria
Teléfono: 390110

Razón Social: PROIVEN
Dirección: St.2 Calle 1 Manza K Km.10 Corralero
Rubro: Industria
Teléfono: 385181

Razón Social: IMPORTADORA SANTA ALICIA
Dirección: Manzana 9 Galpón 79 Zofri
Rubro: Industria
Teléfono: 419435 - 413565

Razón Social: SOC. COMERCIAL GYG THOMAS LTDA.
Dirección: Amunategui 29
Rubro: Industria
Teléfono: 517898 - 429678

Razón Social: TEPAU CONFECCIONES
Dirección: Amunategui 1322
Rubro: Industria
Teléfono: 57- 426732 – 420984
E-mail: tepau@entelchile.net
Web: www.tepau.cl

ANEXO III

DATOS DE INTERÉS SOBRE INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS, VINCULADAS AL COMERCIO EXTERIOR

EN BOLIVIA

ASOCIACIÓN NACIONAL DE CÁMARAS DE EXPORTADORES – ANCEX (Oruro)
Av. Adolfo Mier N° 652 esquina Soria Galvarro
Te. Fax: 528-0350
E-mail: fabianpuma@latinmail.com

CÁMARA AGROPECUARIA DE LA PAZ (La Paz)
Pasaje Peatonal Casa de la Cultura, Edif. Libertad, piso 10 Of. 1001
Casilla de Correo N° 469
Tel: 321-235
Fax: 368.596

CÁMARA BOLIVIANA DEL TRANSPORTE NACIONAL E INTERNACIONAL (La Paz)
Calle Cañada Strongest N° 1782, Edificio Nápolis, 2do piso
Tel. Fax: 249-2398

CÁMARA DE COMERCIO BOLIVIANO CHILENA (La Paz)
Calle 15, Torre Ketal, Piso 3, Of. 304
Tel.: 279-4306, 279-4310 – 279-4318
Fax: 279-4335
E-mail: cb-ch@hotmail.com

CÁMARA DE COMERCIO DE COCHABAMBA (Cochabamba)
Calle Sucre N° E-336
Casilla de Correo N° 493
Tel: 425-7716, 425-6785
Fax: 411-5103
E-mail: cadeco@pino.cbb.entelnet.bo

CÁMARA DE COMERCIO DE ORURO (Oruro)
Casilla de Correo N° 148
Tel. Fax: 250-606, 252-615
E-mail: camarcor@coteor.net.bo

CÁMARA DE EXPORTADORES DE COCHABAMBA – CADEXCO (Cochabamba)
Av. Killman N° 1681 (Ex Aeropuerto)
Tel: 459-9419
Fax: 459-9423
Casilla N° 2735
E-mail: cadexco@entelnet.bo

CÁMARA DE EXPORTADORES DE SANTA CRUZ – CADEX (Sta. Cruz)
Av. Velarde N° 131
Tel: 336-2030
Fax: 332-2030
Web: www.cadex.org

CÁMARA DE EXPORTADORES DEL NORTE – CADEXNOR (Beni)
Av. Antenor Vasquez s/n, Riberalta
Tel: 852-3227
Fax: 852-3359
E-mail: cadexnor@cadexnor.org.bo

CÁMARA DE EXPORTADORES DE ORURO – CEDEXOR (Oruro)
Calle Adolfo Mier N° 652 y Soria Galvarro
Tel: 528-0350
Fax: 528-0350

CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE CHUQUISACA (Sucre)
Calle España N° 64
Tel: 51724
Fax: 51850
E-mail: cicch@mara.scr.entelnet.bo

CÁMARA DE INDUSTRIA COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE SANTA CRUZ
(Sta. Cruz)
Edificio Torres Cainco
Tel: 334-555
Fax: 342-353
Web: cainco.org.bo

CÁMARA FORESTAL DE BOLIVIA (Sta. Cruz)
Calle Prolongación Manuel Ignacio Salvatierra N° 1055
Casilla de Correo 346
Tel: 333-2699
Fax: 333-1456
E-mail: jhonyzapata@cfb.org.bo
Web: www.xfb.org.bo

CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO (La Paz)
Edif. Cámara Nacional de Comercio, pisos 1 y 2
Tel. Piloto: 237-8606
Fax: 239-1004
Casilla de Correo N° 7
Web: www.boliviacomercio.org.bo

CÁMARA NACIONAL DE EXPORTADORES DE BOLIVIA – CANEB (La Paz)
Av. Arce N° 2017
Tel: 244-0943
Fax: 244-1491
E-mail: anacarolabalcazar@adslmail.entelnet.bo

CÁMARA NACIONAL DE INDUSTRIAS (La Paz)
Av. Mcal. Sta. Cruz N° 1392, Edif.. CNC, piso 14
Tel: 237-4477
Fax: 236-2766
Casilla de Correo: N° 611
E-mail: cni@entelnet.bo
Web: www.bolivia-industry.com

CENTRO DE PROMOCIÓN BOLIVIA (La Paz)
Calle Mercado N° 1328, Edificio Mariscal Ballivián, piso 18
Tel: 233-6886, 233-8084
Fax: 233-6996
Web: www.ceprobol.gov.bo
E-mail: ceprobol@ceprobol.gov.bo

CONFEDERACIÓN AGROPECUARIA NACIONAL – CONFAGRO (Cochabamba)
Av. Blanco Galindo Km. 6 ½
Telf. 468-219
Fax: 468-218

CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE BOLIVIA (La Paz)
Calle Méndez Arcos N° 177, Plaza España
Tel: 242-0999
Fax: 242-1272
E-mail: ceprobol@ceibo.entelnet.bo
Web: www.cepb.org.bo

CONFEDERACIÓN NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DE BOLIVIA
(La Paz)

Av. Montes, Edif.. D.Col, piso 11, Of. 1102

Tel: 215-3101

E-mail: conamype@yahoo.es

INSTITUTO BOLIVIANO DE COMERCIO EXTERIOR – IBCE (Sta. Cruz – La Paz)

Av. Velarde N° 131, Sta. Cruz

Tel: 336-2230, 334-7173

Fax: 332-4241

Casilla N° 3440

E-mail: ibce@ibce.org.bo

Web: www.ibce.org.bo

Av. Arce N° 2017 esquina calle Gotilla, La Paz

Tel: 244-4575, 244-3631

Fax: 215-2229

E-mail: ibce-lpz@ibce.org.bo

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y CULTO DE BOLIVIA
VICEMINISTERIO DE RELACIONES ECONÓMICAS Y COMERCIO EXTERIOR (La Paz)

Calle Ingavi esquina Junín

Tel. Central Piloto: 240-8900, 240-8584

Fax: 240-8642

E-mail: mreuno@rree.gov.bo

Web: www.rree.gov.bo

PROGRAMA DE DESARROLLO DEL COMERCIO Y PROMOCIÓN DE LAS
INVERSIONES – PROCOIN (La Paz)

Edif.. Mcal. Sta. Ballivián, Calle Mercado N° 1328, piso 18

Tel: 211-1348, 211-1371, 211-1386

E-mail: apinto@procoin.org.bo

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD
ALIMENTARIA (SENASAG) (La Paz)

Calle Jorge Saenz N° 1093, esquina Haití

Tel: 222-0616, 222-5698

E-mail: miara@enasag.gov.bo

EN CHILE

AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES – TARAPACA – CORFO (Arica)

Calle 7 de Junio N° 268, piso 7

Tel: 254-247, 252-272

Fax: 232-365

E-mail: rherrera@investitarapaca.com

CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y TURISMO DE IQUIQUE A.G.
(Iquique)

San Martín N° 255, Edificio Empresarial, piso 8

Tel: 414-085, 473-655, 413-699, 413-468

Fax: 414-090

Web: www.camaracomercioiquique.cl

CORFO (Arica)

Edificio Empresarial, piso 7

Tel: 252-272

Fax: 232-365

Web: www.corfo.cl

CORFO (Iquique)

Serrano N° 145, Oficina 301

Tel: 470-199, 421-348

Fax: 423-444

E-mail: cbouchette@corfo.cl

EMPRESA PROTUARIA IQUIQUE (Iquique)

Avenida Jorge Barrera N° 62

Tel: 400-103, 400-100

Fax: 411-885

Web: www.port-iquique.cl

INSTITUTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES – UNIVERSIDAD ARTURO PRAT
(Iquique)

Avda. Arturo Prat N° 2120

Tel: 394-423

Fax: 394-422

E-mail: gloria.delucci@cec.unap.cl

Web : <http://www.inteunap.cl/>

IQUIQUE TERMINAL INTERNACIONAL (Iquique)

San Martín N° 255, Of 151, Edif. Empresarial

Tel: 437-600

Fax: 412-638

MALL LAS AMÉRICAS S.A. (Iquique)

Héroes de la Concepción N° 2555

Tel: 390-000

Fax: 390-010

E-mail: marketing@malllasamericas.cl

MUNICIPALIDAD DE IQUIQUE (Iquique)

Ed. Consitorial Vivar N° 550

Tel: 411-915, 416-579

Fax: 415-944

PARQUE INDUSTRIAL CHACAYUTA, ZONA FRANCA DE IQUIQUE S.A. (Arica)

Av. John Wall Holcomb S/N (Camino Aeropuerto)

Tel: 585-000

Fax: 585-003

E-mail: rbeyzaga@zofri.cl

PROCHILE (Arica)

Avenida Arturo Prat N° 391. Of. 137, piso 13, Edificio Empresarial

Tel: 253-221, 257-248

Fax: 250-461

E-mail: opaez@prochile.cl

UNIVERSIDAD ARTURO PRAT (Iquique)

Av. 11 de Septiembre N° 2120

Tel: 441-200, 441-488, 441-225

Fax: 448-191

ZOFRI S.A. (Iquique)

Edificio World Trade Center, Nueva Tajamat N° 481

Tel: 515, 261, 515-262

Fax: 515-560

Web: www.zofri.cl

ANEXO IV

Nº.....

ENCUESTA

*La presente encuesta tiene fines exclusivamente de investigación.
Por favor marque con una "X" en los siguientes recuadros.*

A. DATOS DEMOGRÁFICOS

a.1 Sexo: Masculino Femenino

a.2 Edad: 25 – 30 31 – 35 36 – 40 41 – 45 46 – 50
(Si la persona tiene menos de 25 o más de 50 la encuesta finaliza.)

a.3 ¿En que ciudad reside?

Arica Iquique Otra de Chile Otra de otro país
(Si la persona reside en otra ciudad de Chile o de otro país, la encuesta finaliza.)

B. DATOS GENERALES

b.1 ¿Compró alguna vez uno de estos productos?

b.2 ¿Alguna vez consumió alguno de estos productos?

b.3 ¿De qué manera consume estos productos?

(Si la persona NO compró NI consumió ningún producto se pasa a la pregunta b.5)

	b.1		b.2		b.3 Especifique en qué forma
	Si	No	Si	No	
a) Café en grano o para destilar					
b) Quinoa					
c) Amaranto					
d) Palmitos					
f) Cacao					

b.4 ¿Por lo general, dónde compra los siguientes productos?

(Rellenar la pregunta en base a las respuestas de la pregunta b.1)

	a) Tiendas	b) Mercados	c) Supermercados	d) Otros (especificar)
a) Café en grano				
b) Quinoa				
c) Amaranto				
d) Frutas frescas				
e) Palmitos				
f) Cacao				
g) Muebles de madera				
h) Joyas				
i) Confecciones textiles				

b.5 ¿Cada cuánto tiempo compra cada uno estos productos?

(Completar la tabla en base a las respuestas de la pregunta b.1)

	a) A diario	b) Semanalmente	c) Mensualmente	d) Anualmente	e) Otros
a) Café en grano					
b) Quinoa					
c) Amaranto					
d) Frutas frescas					
e) Palmitos					
f) Cacao					
g) Muebles de madera					
h) Joyas					
i) Confecciones textiles					

b.6 ¿Qué volumen de cada producto usted adquiere usualmente?

(Completar la tabla en base a las respuestas de la pregunta b.1)

	a) Kilos	b) Otros (especifique)
a) Café en grano		
b) Quinoa		
c) Amaranto		
d) Frutas frescas		
e) Palmitos		
f) Cacao		

b.7 ¿Qué marca(s) de estos productos compra?

b.8 ¿Qué otras marcas conoce?

(Completar la tabla en base a las respuestas de la pregunta b.1)

	b.7 Compra			b.8 Conoce		
	a) Marca 1	b) Marca 2	c) NS/NR	a) Marca 3	b) Marca 4	c) Ninguna
a) Café en grano						
b) Quinoa						
c) Amaranto						
d) Arroz						
e) Palmitos						
f) Cacao						
g) Confecciones textiles						

b.9 ¿Cuál de las siguientes frutas compra o consume?, ¿De dónde provienen?

	1. Consume		2. De dónde	
	a) Si	b) No	a) Nacional	b) Otra (especifique)
a) Plátanos				
b) Frutilla				
c) Piña				
d) Mangos				
e) Naranja				
f) Toronja				
g) Mandarina				
h) Lima				

b.10 Al momento de comprar los productos mencionados a continuación, sabe usted que procedencia tienen?

b.11 ¿De donde?

	b.10		b.11	
	a) Si	b) No	a) Nacional	b) Otra (especifique)
a) Muebles de madera				
b) Joyas				

C. DATOS ESPECÍFICOS

c.1 ¿Conoce usted algún producto boliviano?

(Si la respuesta es NO la encuesta finaliza.)

Si No No sabe

c.2 ¿Qué productos bolivianos conoce? (No leer)

a) Café en grano	e) Cacao	i) Sésamo	m) Palmitos
b) Quinoa	f) Maca	j) Cebolla Dulce	n) Joyas
c) Frutas frescas	g) Locoto	k) Ajo	o) Confecciones textiles
d) Amaranto	h) Uña de gato	l) Achiote	p) Muebles de madera
q) Otros (especifique)			

c.3 ¿Cómo califica usted a los productos bolivianos en cuanto a la calidad?

1. Pésima	2. Mala	3. Regular	4. Buena	5. Excelente

c.4 ¿Cómo califica usted a los precios de los productos bolivianos, en comparación con los productos chilenos u otros extranjeros?

1. Muy altos	2. Altos	3. Iguales	4. Bajos	5. Muy bajos

c.5 ¿Cree usted que existe un comercio importante de productos bolivianos en la 1ra. Región de Chile?

Si No

c.6 ¿Por qué?

c.7 ¿Cómo cree que podría incrementarse el comercio de productos bolivianos en la 1ra. Región de Chile?

Agradecemos su colaboración.
