

CÁMARA DE EXPORTADORES DE LA PAZ



**PERFIL DEL MERCADO DE LA
QUINUA**

**DOCUMENTO PREPARADO POR
XIMENA PEÑA
H&M 02**

MAYO 2007

INDICE

1.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	1
1.1.	Presentación del producto	1
1.2.	Características del producto	2
2.	ANÁLISIS CUANTITATIVO	2
2.1	Tendencias del mercado.....	2
2.2	Participación en el mercado.....	4
2.3	Datos estadísticos de las exportaciones nacionales	5
2.4	Comercio actual y capacidad potencial de mercado	6
2.5	Tabla de desempeño sectorial.....	8
2.6	Estadísticas Comerciales.....	10
2.7	Estadísticas de mercado de la quinua	14
2.8	Competitividad de Productos	15
2.9	Precios Internacionales.....	16
3.	ANÁLISIS CUALITATIVO	16
3.1	Acuerdos comerciales y preferencias arancelarias	16
3.2	Aranceles aplicados.....	18
3.3	Ferias Biofach	18
3.4	Contactos de Negocios.....	19
3.5	Otras direcciones útiles.....	19
	<i>Bibliografía</i>	19
	<i>Sitios Web Visitados</i>	19

SUMARIO EJECUTIVO

El presente perfil de mercado, pretende dar a conocer las bondades de la QUINUA que Bolivia como uno de los mayores productores del mismo debe prestar especial interés, no solo por su potencial exportador si no también por la oferta exportable y sus cualidades en sí.

Describe al producto, se realiza un análisis cuantitativo y cualitativo del mercado internacional de la quinua, da a conocer datos estadísticos, analizando también la participación de Bolivia en el mercado internacional y la perspectiva de diversificación de mercado del producto, crecimiento de la demanda de este tipo productos, así como también contactos para la promoción comercial y las ventas, precios referenciales a nivel mundial, acuerdos y preferencias arancelarias y direcciones útiles para recabar información referente a la quinua a nivel nacional e internacional.

1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1.1. Presentación del producto

La Quinoa (*Chenopodium quinoa* Willd.) es el grano de origen andino de grandes cualidades nutricionales que Bolivia ofrece al mundo.

La quinoa real fue el principal alimento de los incas y otras culturas andinas y se produce únicamente en las regiones aledañas a los salares de Uyuni y Coipasa, a 3.600 metros sobre el nivel del mar.

La quinoa real es el único grano que provee todos los aminoácidos esenciales para el organismo humano (leucina, isoleucina, lisina, metionina, fenilalanina, treonina, triptofano y valina), con un contenido de proteínas promedio de 12.5 a 15%. Comparada con los cereales, la quinoa real tiene mayor cantidad de fósforo, potasio, magnesio, hierro y calcio, sin mucho aporte de calorías, haciéndola muy apetecible por los consumidores que vigilan su dieta.

Bolivia produce en promedio 20.000 TM de quinoa al año, de la que un 60% aproximadamente es quinoa real, y las exportaciones registradas para los últimos años se acercan a las 4.000 TM en promedio.

La quinoa posee cualidades superiores a los cereales y gramíneas. Se caracteriza más que por la cantidad, por la calidad de sus proteínas dada por sus aminoácidos esenciales que la constituyen como: la isoleucina, leucina, lisina, metionina, fenilalanina, treonina, triptófano y valina. Es una de las principales fuentes de proteínas con un promedio de 12.5 a 15%.

La OMS (Organización Mundial de la Salud) considera la quinoa real como alimento único por su altísimo valor nutricional.¹

La quinoa (*Chenopodium quinoa*), según la nomenclatura arancelaria de la NANDINA, está ubicada en:

Sección II – PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
Capítulo 10 – CEREALES
Partida 1008
Sub-partida 1008.90 – los demás cereales
CÓDIGO ARANCELARIO 1008.90.10 – QUINUA (*Chenopodium quinoa*)

¹ Fuente: <http://www.anapqui.org/esp/saludable.html>

1.2. Características del producto

La quinua como producto, ofrece un alto valor nutritivo al consumirse. Va destinado a mercados donde actualmente uno de sus intereses principales es la alimentación saludable.

La quinua posee mayor contenido de minerales que los cereales y gramíneas, tales como fósforo, potasio, magnesio y calcio entre otros minerales.

El suministro de ácidos ólicos no saturados es bajo, en circunstancias aconsejables, debido a su calidad de reducir la concentración de colesterol. Personas que consumen poca leche y productos lácteos tienen en la quinua real un sustituto ideal para el abastecimiento de calcio.

A pesar de su contenido alto de proteínas, los granos de la quinua real no poseen gluten, proteína encontrada en el trigo que impide a mucha gente alérgica comer pan, fideos o galletas con harina de trigo, por lo que la quinua es el alimento indicado para estas personas. Por este motivo, la quinua puede encajar en cualquier tipo de mercado donde el consumo de productos orgánicos sea elevado.

La quinua se adapta y diferencia de productos que pueden presentarse como sustitutos, además de tener la ventaja competitiva de su alto valor nutricional.

2. ANÁLISIS CUANTITATIVO

2.1 Tendencias del mercado

Los alimentos orgánicos son aquellos que se han producido bajo sistemas agrícolas que utilizan procesos naturales, en lugar de insumos externos, para mejorar la productividad. Además se utilizan prácticas para conservar los recursos, mejorar la biodiversidad y mantener el ecosistema en una producción sostenible.

A pesar que todos estos conceptos nacen de la necesidad de validar las formas de producción más adecuadas con las exigencias de un mundo no equilibrado y sin una conciencia ecológica, se transforma en un producto apetecido de elite con una fuerte demanda en países con altos índices de crecimiento y poder adquisitivo (Unión Europea, Estados Unidos y Japón). En este contexto, se hace necesario generar normativas para certificar que los productos que dicen ser orgánicos cumplan con los sistemas productivos definidos como tal (situación que varía entre los distintos países productores y compradores).

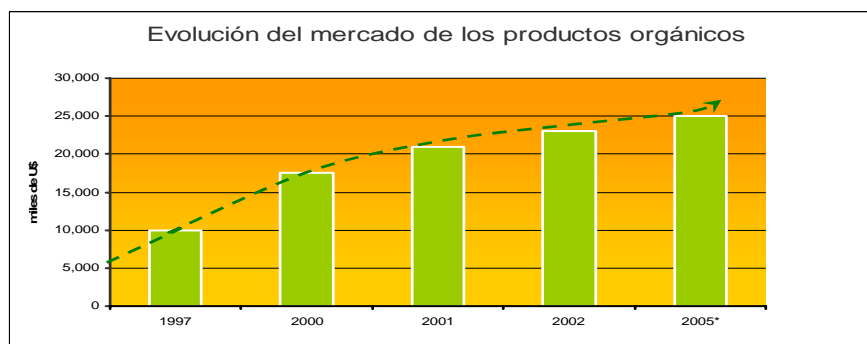
En medio de esta polémica comienzan a aparecer nuevas restricciones por parte de los países, dentro de ellas la exigencia de utilizar semillas orgánicas para producir alimentos orgánicos y con ello poder acceder a la certificación orgánica exigidas por las autoridades sanitarias y de comercio y los consumidores.

Sin embargo, esto le ha significado al agricultor orgánico realizar fuertes inversiones en cuanto a investigación en tecnología, búsqueda de nuevas variedades con buenos comportamientos frente a la presión de plagas y enfermedades, desarrollar variedades que puedan ser cultivadas bajo condiciones orgánicas y que permita además poder bajar los costos de producción en forma sustantiva. Entonces surgen las distintas entidades certificadoras, la necesidad de homologar las restricciones productivas y otras instancias de generar consensos en estas materias.

Específicamente al ámbito producción orgánica en Bolivia, se identifica una clara tendencia en el crecimiento del sector, tanto en volumen exportable como en diversificación de productos.

La oferta de quinua orgánica está dominada por Bolivia y Perú en un 85 % del mercado total. Los productos tienen una demanda creciente, dadas las bondades alimenticias de dichos productos. Se puede afirmar que no existen problemas para una expansión de estos productos en el mercado internacional.

A manera de tener una visión general del crecimiento que ha experimentado este sector de alimentos orgánicos, a continuación se muestra el crecimiento sostenido desde 1997 a 2005 del mercado de productos orgánicos:



Fuente: Elaboración propia a partir de CBI Market survey of Organic Food products, 2003; Los mercados mundiales de frutas y hortalizas orgánicas, FAO

Sin embargo, a pesar del crecimiento experimentado por el sector orgánico en los últimos años, sólo representa entre un 0,5 y 3,7% del total de consumo. Los principales bloques consumidores de productos orgánicos son la Unión Europea con una participación actual de un 45%, Estados Unidos con un 51% y el resto del mundo apenas alcanzan un 4% del total del consumo.

Dentro de los países con mayor consumo de este tipo de productos destacan Italia, Francia, Reino Unido y Alemania. Las tasas de crecimiento esperadas para el año 2007 son de un 10% para UE y de 20% para Estados Unidos.

En general, existe una nueva generación de consumidores que están crecientemente más concientes de los aspectos sanitarios, condiciones medio ambientales, bienestar animal y

sustentabilidad, además de asociar la producción de productos orgánicos al Fair Trade y al consumo de productos étnicos.

El incremento de las exportaciones de quinua depende de la posibilidad de incursionar en las grandes corrientes comerciales de las líneas internacionales de supermercados de alimentos, y que puedan ayudar a superar la limitación que significa exportar solamente a los mercados de productos biológicos.

2.2 Participación en el mercado

Se debe tener presente que la quinua es un producto poco conocido fuera del área andina, y su comercialización exige de grandes esfuerzos de mercadeo (marketing) con alta inversión de recursos.

Las exportaciones de quinua (100890: los demás cereales) de Bolivia representan el 3% de las exportaciones mundiales de este producto; su posición relativa en las exportaciones mundiales es 8 (es el octavo exportador mundial).²

Durante los primeros ocho meses del 2006, los productos naturales mas vendidos, entre los que se encuentra la quinua, (castaña y pieles de reptiles entre otros) generaron alrededor de US\$ 50 millones.

Según información del Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), entre los 50 principales productos naturales renovables exportados por Bolivia durante los primeros ocho meses del 2006 (enero-agosto), se encuentra la quinua con US\$ 5 millones.

Las cifras muestran una interesante aceptación de este tipo de productos en el mercado internacional.

La Unión Europea recibió en el 2005 un importante cupo de productos naturales, entre los que también destacó la quinua con US\$ 3.5 millones.

Estos resultados son alentadores para las comunidades indígenas y campesinas bolivianas, que son la pieza fundamental de las redes de producción, comercialización y exportación sostenible de insumos de la biodiversidad para generar mayores ingresos a sus comunidades.³

² Fuente: www.trademap.org

³ Fuente: Artículo "Productos naturales mas vendidos el 2006 generaron hasta agosto, \$50 millones" de la publicación informativa de COMERCIO EXTERIOR (IBCE) – Septiembre 2006

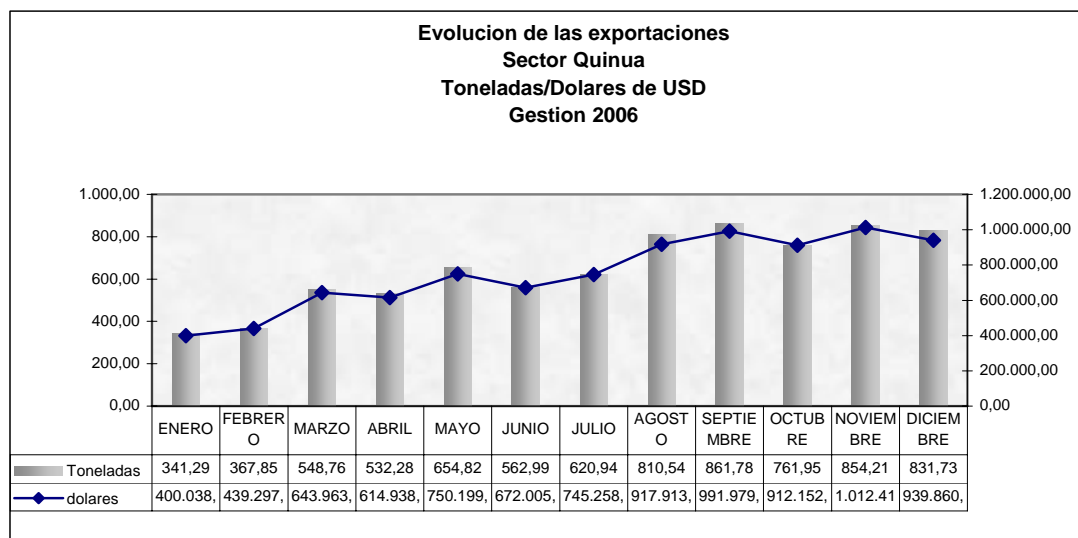
2.3 Datos estadísticos de las exportaciones nacionales

BOLIVIA: EXPORTACIONES NACIONALES DE LOS DEMAS CEREALES - 100890

PERÍODO: ENE-JULIO 2005/2006

DEPARTAMENTOS	2005		2006		Var 2005/2006) (%)
	Toneladas Métricas	dólares (\$us)	Toneladas Métricas	dólares (\$us)	
ORURO	3.251,44	3.869.216,64	4.491,93	5.411.576,48	39,86
LA PAZ	956,91	1.101.449,19	1.553,87	1.705.432,11	54,84
POTOSI	570,50	611.921,85	1.194,83	1.375.854,54	124,84
SANTA CRUZ	40,26	45.493,01	348,29	364.493,65	701,21
COCHABAMBA	65,54	60.179,02	158,16	182.204,38	202,77
TARIJA	12,51	2.964,24	2,07	455,40	(84,64)
CHUQUISACA	2,10	2.100,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	4.899,26	5.693.323,95	7.749,15	9.040.016,56	58,78

Fuente: ANB – Elaboración Cámara de Exportadores CAMEX - Lic. Beatriz Espinoza



Fuente: Cámara de Exportadores CAMEX - Lic. Beatriz Espinoza

**BOLIVIA: EXPORTACIONES DE LOS DEMAS CEREALES - QUINUA (CHENOPODIUM QUINOA) –
10089010 SEGUN PAIS DE DESTINO – OCTUBRE 2006**

PAIS DESTINO	2005		2006		Var 2005/2006 (%)
	Toneladas Métricas	dólares (\$us)	Toneladas Métricas	dólares (\$us)	
ESTADOS UNIDOS	1.456,09	1.572.473,87	2.004,22	2.226.771,05	41,61
FRANCIA	1.230,68	1.653.477,65	1.688,23	2.219.216,78	34,22
HOLANDA	1.123,69	1.278.844,53	1.434,45	1.606.250,00	25,60
ALEMANIA	255,18	301.801,28	674,39	867.130,16	187,32
ISRAEL	133,60	155.171,39	816,79	843.750,42	443,75
CANADA	46,90	55.042,54	177,56	212.912,07	286,81
REINO UNIDO	63,40	76.390,33	118,98	150.555,40	97,09
AUSTRALIA	0,00	0,00	104,21	130.599,26	0,00
JAPON	83,16	97.721,05	111,01	126.089,47	29,03
PERU	0,00	0,00	111,00	115.575,00	0,00
BELGICA	120,00	117.250,00	100,00	107.750,00	(8,10)
BRASIL	38,23	50.397,00	49,20	67.575,12	34,09
CHILE	31,48	27.883,91	49,21	57.460,00	106,07
SUIZA	0,00	0,00	49,75	46.201,00	0,00
ESPAÑA	6,24	4.892,58	29,47	38.051,96	677,75
ITALIA	13,50	14.200,00	24,50	28.380,00	99,86
NUEVA ZELANDA	5,71	9.831,10	20,00	23.475,99	138,79
DINAMARCA	20,00	25.009,00	20,00	20.818,00	(16,76)
COLOMBIA	7,01	6.569,20	17,25	18.020,00	174,31
ARGENTINA	40,60	19.667,94	47,06	7.135,24	(63,72)
ECUADOR	44,00	33.880,00	0,00	0,00	0,00
IRLANDA	20,00	22.535,00	0,00	0,00	0,00
MALASIA	16,50	16.830,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EXPORTADO	4.755,96	5.539.868,37	7.647,27	8.913.716,92	60,90

Fuente: ANB – Elaboración Cámara de Exportadores CAMEX - Lic. Beatriz Espinoza

2.4 Comercio actual y capacidad potencial de mercado

**COMERCIO ACTUAL Y CAPACIDAD POTENCIAL DE COMERCIO ENTRE BOLIVIA Y EL EN 2005 PARA
EL PRODUCTO 100890 LOS DEMÁS CEREALES**

Exportaciones de Bolivia hacia MERCOSUR		
Valor 2005 en miles USD	Crecimiento anual en valor 2001-2005, %	Participación en las exportaciones de Bolivia, %
66	106	2

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Las exportaciones de Bolivia hacia el MERCOSUR de “los demás cereales” (especialmente quinua) ascendió a US\$ 66.000 el 2005, mostrando un crecimiento anual del 2001 al 2005 del 106%. El mercado del MERCOSUR le representa al país, sólo el 2% de sus exportaciones totales.

Importaciones del MERCOSUR	
Valor 2005 en miles USD	Crecimiento anual en valor 2001-2005, %
172	-15

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Las importaciones totales del MERCOSUR de esta partida llegaron a US\$ 172.000 en 2005, habiendo tenido un decrecimiento de su valor anual importado en un 15% los últimos 5 años, lo que indica que el país debe encarar una fuerte estrategia para incrementar la demanda de quinua en este bloque e incrementar su participación en las importaciones del MERCOSUR: actualmente tiene el 39% del mercado (US\$ 66.000 de un total importado de US\$ 172.000).

Liste de grupos de países importadores de un producto exportado por Bolivia en 2005

Producto : 100890 los demas cereales

Las exportaciones de Bolivia representan el 3% de las exportaciones mundiales de este producto

Nota: Bolivia no ha registrado datos de comercio a COMTRADE. De modo que la información está basada en datos obtenidos de los socios comerciales

Importadores	Valor de las exportaciones 2005 en miles de US\$	Participación en las exportaciones de Bolivia, %	Cantidad exportada en 2005	Unidad de medida	Valor de unidad (US\$/unidad)	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 2001-2005, %	Crecimiento anual de las exportaciones en cantidad entre 2001-2005, %	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 2004-2005, %	Participación de los socios comerciales en las importaciones mundiales, %	Crecimiento anual de las importaciones totales en valor por socio comercial entre 2001-2005, %
Total	4,087	100	2,888	Toneladas	1,415	33	17	60		11
Economía de mercados desarrollados	3,978	97	2,796	Toneladas	1,423	33	17	58	78	13
Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)	3,978	97	2,796	Toneladas	1,423	33	17	58	79	14
Europa	3,477	85	2,482	Toneladas	1,401	30	21	66	77	14
Unión Europea (UE 15)	3,45	84	2,463	Toneladas	1,401	30	21	66	72	14
Unión Europea (UE 25)	3,45	84	2,463	Toneladas	1,401	30	21	66	75	14
G7	3,065	75	2,057	Toneladas	1490	26	17	33	24	12
America	546	13	0	medida		52	4	28	12	6
Asociación de cooperación económica de Asia y el Pacífico (APEC)	520	13	331	Toneladas	1,571	56	1	20	12	9
Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)	456	11	288	Toneladas	1,583	50	1	15	5	6
Economía de mercados en desarrollo	109	3	0	medida		68		230	21	4
América Latina y el Caribe (ALADI)	90	2	0	medida		60		200	7	6
Mercado Común del Sur (MERCOSUR)	66	2	0	medida		106		230	0	-15
Oceania	43	1	25	Toneladas	1720			153	0	3
Comunidad Andina	24	1	22	Toneladas	1,091	32	34	140	1	-3
Asia (OC)	21	1	18	Toneladas	1,167			-5	10	
Asociación de Naciones del Asia Sudoriental (ASEAN)	19	0	17	Toneladas	1,118			533	3	
	19	0	17	Toneladas	1,118			533	3	

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Según el cuadro estadístico anterior, el total de las exportaciones de Bolivia representan el 3% de las exportaciones mundiales de “los demás cereales”; mismo que muestra la lista de grupos de países importadores de los demás cereales, donde el grupo de las “Economías de Mercados Desarrollados” son el mayor importador de este producto, alcanzando a una cifra de US\$ 3.978.000 en el 2005

2.5 Tabla de desempeño sectorial

En el cuadro siguiente, se observa el rango 1 según la clasificación del mejor desempeño de los 184 países analizados que exportan este producto, dentro de los que cabe resaltar que Bolivia tiene un índice actual de 80 que se refiere a exportaciones netas, exportaciones per cápita, participación en el mercado mundial, diversificación de productos y de mercados.

Un índice de variación del 58 que indica cambios en la participación del mercado mundial, cobertura de exportaciones/importaciones, productos y diferenciación de mercado, correlación con la dinámica de la demanda internacional.

CLASIFICACIÓN DE PAÍSES EXPORTADORES POR COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL EN TÉRMINOS DE INDICADORES ESTÁTICOS* (ÍNDICES ACTUALES) E INDICADORES DINÁMICOS** (ÍNDICES DE VARIACIÓN)

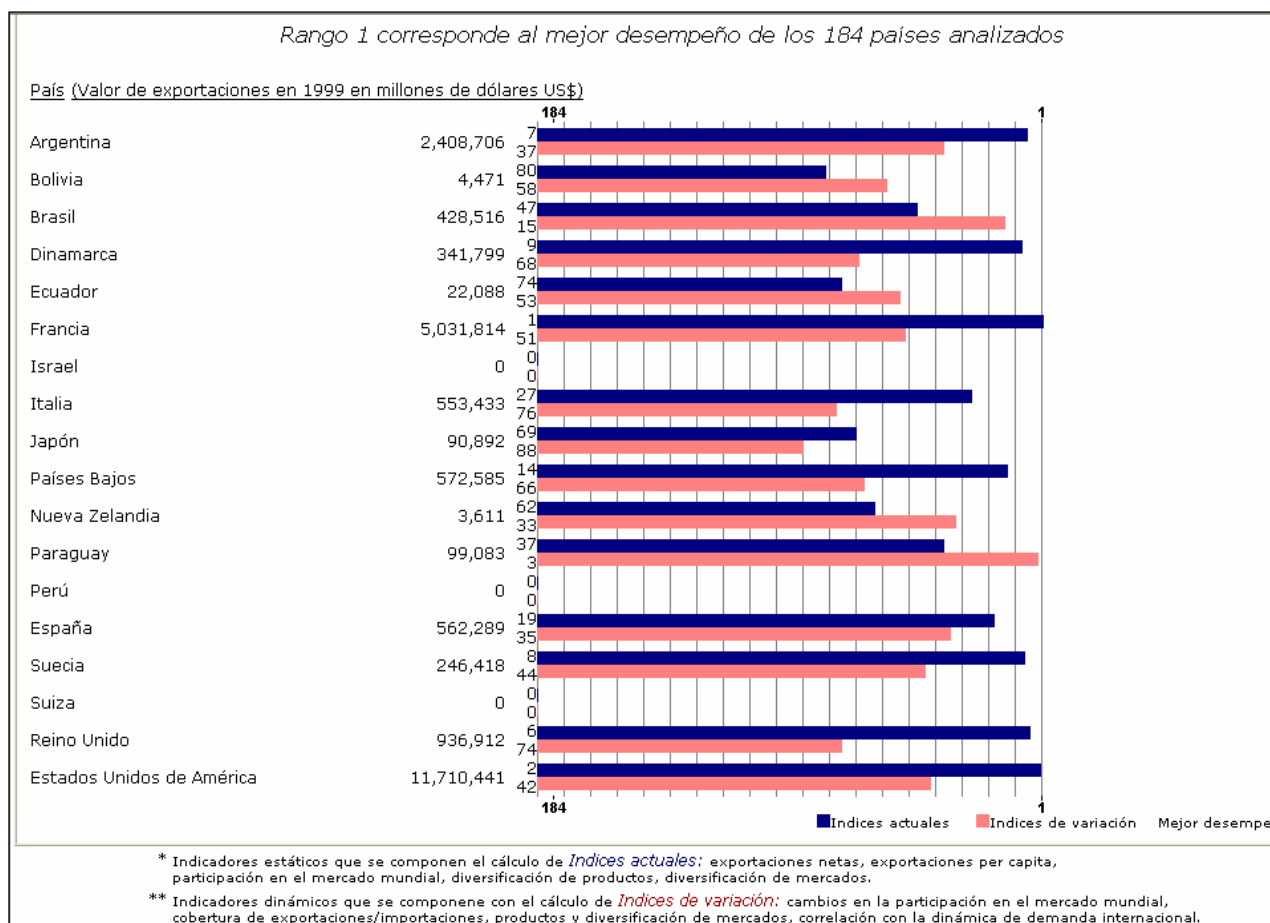


Tabla de desempeño sectorial			Bolivia		
Indicadores			Valores	Rango	
Perfil general	G1	Valores de exportación (en millones de dólares US\$)	4,471		
	G2	Tendencia de exportaciones (últimos cinco años) p.a.	4.4%	55	
	G3	Participación en exportaciones nacionales	0.3%		
	G4	Participación en importaciones nacionales	4.3%		
	G5	Variación anual promedio en exportaciones per capita	-5%	72	
	G6	Valor relativo unitario (Promedio mundial= 1)	3.7		
	G7	Variación anual promedio del valor relativo unitario	5%		
Posición en 2003 (Índice actual)	P1	Valor neto de exportaciones (en millones de dólares US\$)	-64,168	58	
	P2	Exportaciones Per capita (US\$ por habitante)	0.49	80	
	P3	Participación en el mercado mundial	0%	78	
	P4a	Diversificación de productos (Nº de productos equivalentes)	1	69	
	P4b	Difusión de productos (concentración)		75	
	P5a	Diversificación de mercado (Nº de mercados equivalentes)	5	34	
	P5b	Difusión del mercado (concentración)		56	
Variaciones 1999-2003 (Índice de variaciones)	C1	Fuentes	Porcentaje de variaciones de la participación del mercado mundial p.a.	-0.1%	
			Competitividad efectiva p.a.	-0%	76
			Especialización geográfica inicial p.a.	-0%	63
			Especialización de producto inicial p.a.	-0%	67
			Adaptación p.a.	0%	29
	C2	Tendencia de importaciones cubierta por los exportadores	-2.5%	54	
	C3	Concatenando con la dinámica de la demanda mundial		38	
	C4a	Variación de la diversificación del producto (Nº de equiv.)		72	
	C4b	Variación en la difusión del producto (concentración)		72	
	C5a	Variación de la diversificación del mercado (Nº de mercados equivalentes)		27	
C5b	Variación en la difusión del mercado (concentración)		31		
Índices Compuestos	Índices actuales			80	
	Índices con variaciones			58	

2.6 Estadísticas Comerciales

MERCADOS IMPORTADORES DE UN PRODUCTO EXPORTADO POR BOLIVIA EN 2005: PRODUCTO : 100890 LOS DEMÁS CEREALES

Importadores	Valor de las exportaciones 2005 en miles de US\$	Participación en las exportaciones de Bolivia, %	Cantidad exportada en 2005	Unidad de medida	Valor de unidad (US\$/unidad)	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 2001-2005, %	Crecimiento anual de las exportaciones en cantidad entre 2001-2005, %	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 2004-2005, %	Posición relativa de los socios comerciales en las importaciones mundiales	Participación de los socios comerciales en las importaciones mundiales, %	Crecimiento anual de las importaciones totales en valor por socio comercial entre 2001-2005, %
Total	4.087	100	2888	Toneladas	1415	33	17	60			11
Francia	1.853	45	1232	Toneladas	1504	26	24	45	3	7	9
Bélgica	794	19	659	Toneladas	1205	233		467	5	4	2
Alemania	651	16	458	Toneladas	1421	18	17	11	4	6	11
Canadá	388	9	251	Toneladas	1546	52	-2	45	14	2	14
Estados Unidos de América	68	2	37	Toneladas	1838	45	48	-46	9	3	1
Reino Unido	66	2	47	Toneladas	1404		236	200	7	3	24
Brasil	46	1	0	No medida				1050	51	0	-13
Australia	43	1	25	Toneladas	172			153	61	0	11
Italia	37	1	31	Toneladas	1194	-26	-21	640	6	3	20
Suiza y Liechtenstein	27	1	19	Toneladas	1421			59	18	1	2
Dinamarca	26	1	20	Toneladas	13			73	12	2	28
Colombia	24	1	22	Toneladas	1091	32	34	140	77	0	-2
Austria	23	1	16	Toneladas	1438	5	5	-21	15	2	14
Argentina	20	0	53	Toneladas	377	58	28	25	92	0	53
Malasia	19	0	17	Toneladas	1118			533	34	0	15
Taiwan, Provincia de China	0	0	0	No medida					10	3	9

Países Bajos (Holanda)	0	0	0	No medida					1	34	10
España	0	0	0	No medida					2	7	46
Tailandia	0	0	0	No medida					8	3	

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

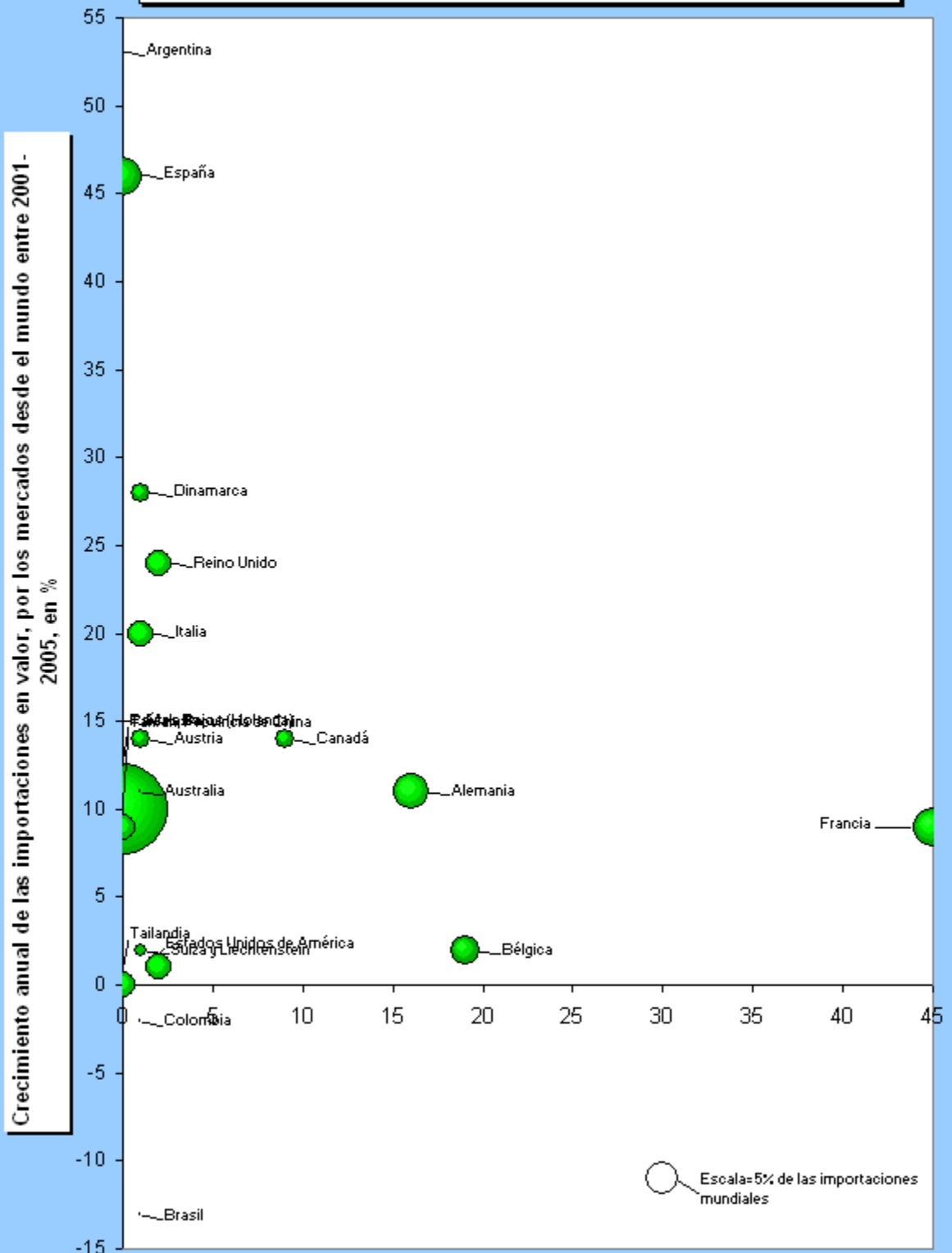
El cuadro ilustra que Francia lidera una parte significativa de las exportaciones bolivianas de “los demás cereales” con un 45% en la participación de las exportaciones de Bolivia y un valor importado por US\$ 1.853.000 en 2005, además de tener un crecimiento anual de las importaciones mundiales del 9% entre 2001-2005, mientras que Bolivia tiene tan solo un 7% de las importaciones francesas de este producto.

España muestra un crecimiento significativo en las importaciones del 46% pero una participación relativamente pequeña en las importaciones de Bolivia del 7%.

El cuadro que se muestra a continuación presenta el crecimiento de los principales mercados socios de Bolivia para LOS DEMAS CEREALES (en la línea vertical) comparado con la participación de los mercados socios (en la línea horizontal), proporcionando una visión general de las perspectivas para la diversificación de los proveedores.

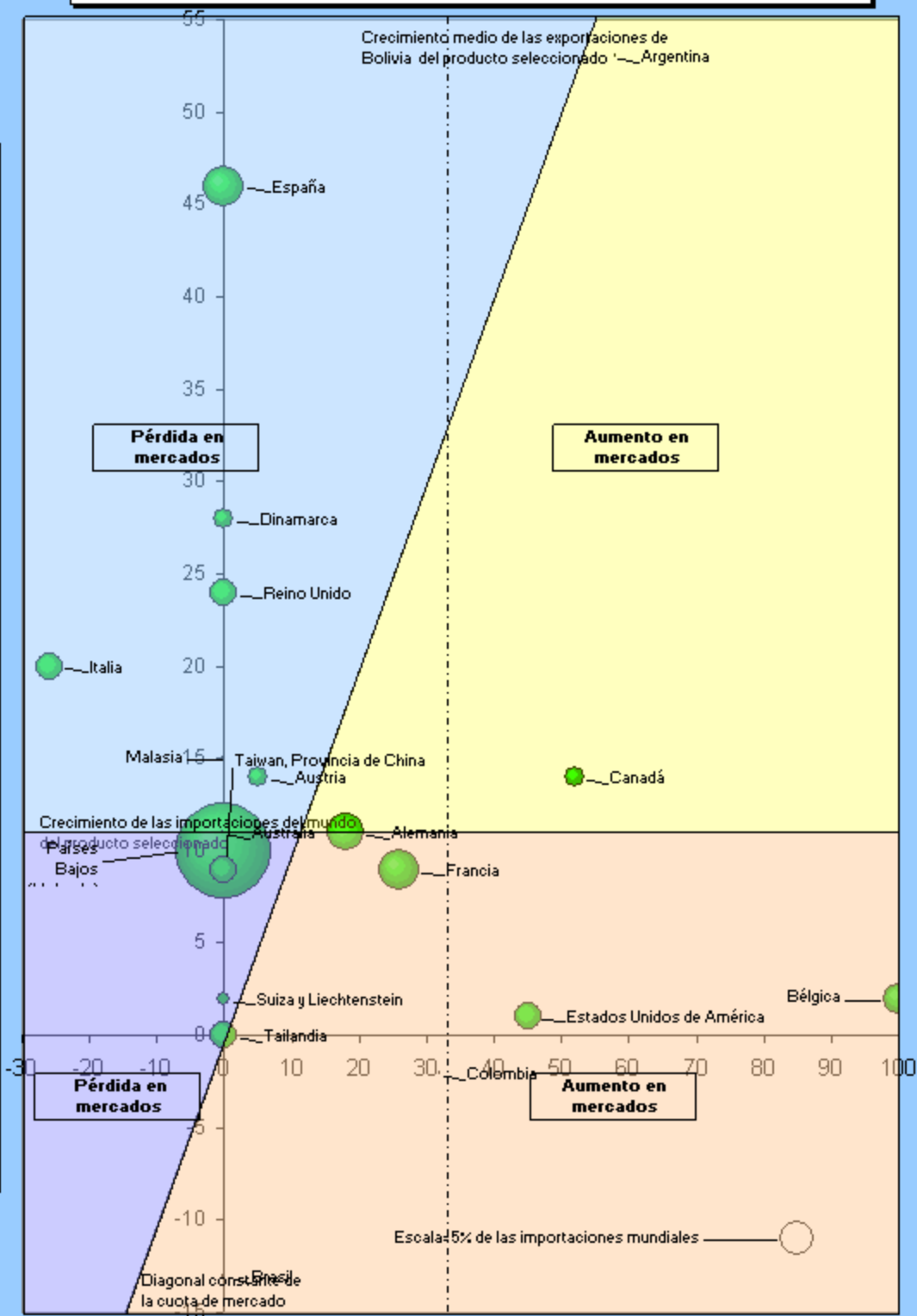
GRAFICAS – BUBBLE CHARTS

Perspectivas de la diversificación de mercados para un producto exportado por Bolivia Producto : 100890 los demas cereales



Crecimiento de la demanda del producto seleccionado exportado por Bolivia
Producto : 100890 los demas cereales

Crecimiento anual de las importaciones en valor, por los mercados desde el mundo entre 2001-2005, en %



Crecimiento anual de las exportaciones en valor de Bolivia hacia los socios comerciales entre 2001-2005, en %

En el anterior grafico vemos el valor de exportación de cada mercado (tamaño de las burbujas), y compara el crecimiento anual de las exportaciones de Bolivia hacia los socios comerciales entre 2001-2005 en porcentaje (eje horizontal) con el crecimiento de la demanda internacional (eje vertical) en porcentaje.

Se puede observar que la burbuja de mayor tamaño es la de Países Bajos seguida de Francia, España y Alemania (mismas que están posicionadas en el cuadrante de AUMENTO EN MERCADOS o clasificadas como producto ESTRELLA), el cual indica que el producto cuenta con una alta participación relativa en este mercado de crecimiento alto. Por esta razón ofrece buenas oportunidades para crecer y obtener beneficios.

La exportación de LOS DEMAS CEREALES tiende a crecer a un ritmo más acelerado que las importaciones mundiales, por ende incrementando su participación en el mercado mundial.

2.7 Estadísticas de mercado de la quinua

IMPORTADORES DE QUINUA (CHENOPODIUM QUINUA) EXPORTADA POR BOLIVIA EN 2004

Importadores	Valor de las exportaciones 2004 en miles de USD	Participación en las exportaciones de Bolivia , %	Cantidad exportada en 2004	Unidad de medida	Valor de unidad (USD/unid)	Valor de las exportaciones 2003 en miles de USD	Cantidad exportada en 2003
Total	4,266	100	3,787	Tons	1,126	3,085	2,833
Francia	1219	29	959	Tons	1271	975	772
Países Bajos (Holanda)	1078	25	971	Tons	111	683	603
Estados Unidos	976	23	944	Tons	1034	1034	1023
Japón	325	8	239	Tons	136	44	42
Alemania	319	7	292	Tons	1092	184	188
Israel	120	3	107	Tons	1121	42	41
Bélgica	39	1	40	Tons	975	20	20
Reino Unido	34	1	32	Tons	1063	9	9
Canadá	30	1	33	Tons	909	42	50
Chile	19	0	21	Tons	905	6	8
Argentina	16	0	54	Tons	296	7	36
Suiza y Liechtens.	16	0		Tons		0	0
Perú	15	0	30	Tons	500	0	0
Dinamarca	14	0	10	Tons	14	0	0
Colombia	13	0		Tons		11	12
Italia	10	0		-		2	
Nueva Zelanda	9	0	8	Tons	1125	0	0
España	6	0	5	Tons	12	9	8
Malasia	3	0	3	Tons	1	8	8
Austria	0	0	0	Tons		9	10

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Las tendencias de las importaciones de todos los países disponibles están sobre la tendencia media del mercado, por lo tanto no es posible producir un gráfico.

Específicamente de la quinua que es el componente de estudio, no se pudo obtener datos ni graficas para la interpretación de los mismos. A pesar de ello si se logro obtener de LOS DEMAS CEREALES – 100890, el cual es la nomenclatura general del que forma parte también la quinua como desarrollo del mismo código 1008901000, el cual, si es una buena base de estudio para los fines consiguientes.

2.8 Competitividad de Productos

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES							
Valores de importación del CÓDIGO (SA) 100890 (en millones de dólares USD)							
Rango	País	2000	2001	2002	2003	2004	Porcentaje de crecimiento anual (2000-2004)
1	NETHERLANDS	6,716	14,390	25,171	22,113	21,354	n.a. %
2	FRANCE	4,226	6,062	4,752	5,635	6,588	-19%
3	GERMANY	5,099	5,072	4,063	4,251	5,171	-2%
4	ITALY	1,482	2,514	1,963	3,926	4,591	36%
6	UNTD KINGDOM	1,501	1,837	1,646	1,915	3,333	n.a. %
7	USA,PR,USVI	2,504	3,039	2,978	4,122	3,096	18%
8	SWEDEN	39	15	49	95	2,974	n.a. %
9	SLOVENIA	1,327	2,420	2,564	1,569	2,920	-3%
10	DENMARK	2,554	947	1,278	1,523	2,682	n.a. %
11	TAIWAN (POC)	2,668	2,110	2,320	3,955	2,534	12%
12	AUSTRIA	1,615	1,183	1,194	1,529	1,716	-6%
13	CANADA	1,148	1,212	1,239	1,490	1,665	4%
14	SPAIN	1,264	1,558	1,660	1,868	1,606	0%
15	PORTUGAL	183	168	138	1,933	1,318	n.a. %

PAIS IMPORTADOR DEL CUAL BOLIVIA ES SU PROVEEDOR

PAIS	2000	2001	2002	2003	2004	Porcentaje de crecimiento anual (2000-2004)	RANGO DE PARTICIPACION
HOLADA	307	348	446	544	847	29%	2
ESTADOS UNIDOS	29	19	40	166	127	95%	4
FRANCIA	521	727	834	1,063	1,280	24%	1
ALEMANIA	282	330	425	383	586	16%	2
CANADA	38	94	68	138	268	54%	2
AUSTRIA	0	23	17	31	29	n.a. %	4

Analizando los datos obtenidos, encontramos que Bolivia provee de LOS DEMAS CEREALES a países con mayores volúmenes de importación.

2.9 Precios Internacionales

PAIS	VOLUMEN (Kg)	VALOR (\$us)	PRECIO (\$us/Kg)
Dinamarca	20000	20818	1.04
Francia	1688232	2219216.78	1.31
Estados Unidos	2004218.61	2226771.05	1.11
Holanda	1434450	1606250	1.12
Alemania	674390	867130.16	1.29
Israel	215400	227320	1.06
Belgica	100000	107750	1.08
Japon	101014.17	114196.47	1.13
Reino Unido	118978	150555.4	1.27
Canada	87640	109386.68	1.25
Brasil	67575.12	49198.4	0.73
Chile	49209.6	57460	1.17
Dinamarca	20000	20818	1.04
Italia	24500	28380	1.16
Nueva Zelanda	10000	11275.99	1.13
Colombia	17248	18020	1.04
España	27517.36	35817.01	1.3
Argentina	47058	7135.24	0.15
TOTAL	6707430.86	7877499.18	

Fuente: www.infoquinua.bo

3. ANÁLISIS CUALITATIVO

3.1 Acuerdos comerciales y preferencias arancelarias

ESQUEMAS DE INTERACION RELACIONADOS CON EL MERCADO DE EEUU

<p>ÁREA DE LIBRE COMERCIO DE LAS AMÉRICAS (ALCA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La formación del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), conlleva intereses no solo de carácter comercial o económico, sino también de orden geopolítico. • El proceso de negociación del ALCA fracasó toda vez que los EE.UU. manifestaron que virtualmente era imposible asumir la eliminación de subsidios agrícolas en vista de no existir compromisos de la Unión Europea para eliminar subsidios agrícolas en la OMC. • En consecuencia se propone un ALCA "flexible" (ALCA Light), en el cual, los EE.UU. iría negociando acuerdos bilaterales, sobre la base del NAFTA. Ante esta situación EE.UU. inicia negociaciones de TLC's de forma directa incluyendo a los países andinos, quedando el ALCA en "statu quo".
<p>TRATADO DE LIBRE COMERCIO BOLIVIA-EE.UU.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Al no avanzar el ALCA, EE.UU. invitó a los países de la CAN a negociar un TLC, de lo cuales, sólo Colombia, Perú aceptaron e iniciaron la negociación, Venezuela rechazó. Posteriormente se adhirió Ecuador y Bolivia no tenía la decisión política en ese momento. • Posteriormente, al ver el avance de las negociaciones, Bolivia solicitó ingresar como negociador, solicitud que no fue aceptada por haberse realizado varias rondas de negociación, quedando como país observador. Además debido a que no cumplía con los requisitos exigidos por Estados Unidos como ser: garantía a

	<p>las inversiones extranjeras y la seguridad jurídica en el país.</p> <ul style="list-style-type: none"> El actual Gobierno rechazó la negociación de negociar un TLC y propone como alternativa un Tratado de Comercio de los Pueblos (TCP), a pesar de la experiencia y capacitación alcanzada por los observadores bolivianos en las negociaciones.
<p>SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (SGP): BOLIVIA-EE.UU.</p>	<ul style="list-style-type: none"> El SGP es un programa vigente desde 1974, mediante el cual EEUU otorga preferencias arancelarias a los países en desarrollo del mundo, que sean elegibles bajo algunos criterios, uno de ellos es el de la protección adecuada y efectiva de los derechos de propiedad intelectual. El SGP permite el ingreso de productos agrícolas e industriales sin aranceles al mercado estadounidense para los países seleccionados entre ellos Bolivia. Periódicamente este esquema es revisado por EE.UU. y elimina o incluye productos previa evaluación del país beneficiado (actualización de listas). El SGP para Bolivia fue complementado con el ATPDEA.
<p>LEY DE PROMOCIÓN COMERCIAL ANDINA Y ERRADICACIÓN DE LA DROGA (ATPDEA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> La Ley de Preferencias Comerciales Andinas y de Erradicación de la Droga (ATPDEA), entró en vigor el 5 de agosto del 2002 y concluye a fines del 2006. La particularidad de este instrumento de apoyo comercial de los EE.UU. es que se incluyen productos que con la anterior LPAA no tenían acceso, como es el caso de las confecciones textiles, manufacturas de cuero y derivados de petróleo. En el año 2005, las ventas bolivianas a EEUU sumaron 382 millones dólares, consolidándose como el mercado más importante para las manufacturas bolivianas, Bolivia superó los registros de los últimos 10 años en las ventas al mercado de los EEUU, con un crecimiento absoluto de 50 millones de dólares comparativamente al año 2004.

OTROS SISTEMAS GENERALIZADOS DE PREFERENCIAS FAVORABLES PARA BOLIVIA

<p>SISTEMA DE PREFERENCIAS GENERALIZADO DE LA UNIÓN EUROPEA (SGP+) BOLIVIA-UNIÓN EUROPEA</p>	<ul style="list-style-type: none"> A partir del “2006 hasta el año 2015 se amplió a 7.200 partidas arancelarias de Productos para Bolivia (300 productos adicionales al anterior SPG) los mismos que se benefician con “Arancel Cero” para su ingreso en los países miembros de la Unión Europea, mediante el nuevo Sistema de Preferencias Generalizado (SPG +), el cual se mantendrá sin cambios hasta el año 2008. Un total de 20 bienes exportados por Bolivia a UE en la gestión 2005, superaron el millón de dólares de forma individual, representando el 89% de las ventas hacia ese mercado, destacando: nueces del Brasil, sin cáscara (51 millones de dólares); minerales de cinc (26 millones); y, estaño sin alear (11 millones), entre los 3 principales.
<p>SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS DE JAPON (SGP): BOLIVIA-JAPON</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bolivia se encuentra beneficiada por el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), de Japón que provee beneficios a los países en desarrollo entre ellos Bolivia. El Sistema Generalizado de Preferencias comenzó en Agosto 1, 1971, y el esquema corriente es efectivo hasta marzo del 2011. Las exportaciones al Japón ascendieron a 134 millones de USD la gestión 2005. Los principales productos se centran en semillas de sésamo, café orgánico, frijoles, azúcar, quinua, haba seca, cacao en polvo, maderas aserradas, y productos de origen camélido entre los más importantes.

Fuente: Comisión de Comercio Exterior- Confederación de Empresarios Privados de Bolivia

3.2 Aranceles aplicados

Toda negociación debe tomar en cuenta los tratados firmados y acuerdos comerciales sostenidos entre los países. Con relación a las preferencias arancelarias, es recomendable visitar frecuentemente los sitios Web del www.macmap.org, www.aladi.org, y el Export HelpDesk de la UE, ya que son muy sensibles a modificarse. Actualmente (2007) los aranceles aplicados a este producto proveniente de Bolivia son:

País(es) Importador(es)	Medidas arancelarias	Arancel equivalent ad-valorem	Arancel no ad-valorem
UNIÓN EUROPEA	Acuerdos preferenciales para los países del Sistema Generalizado de Preferencias PLUS	0%	
Tailandia	Derechos mnf (aplicados)	-	B2.75 /KG
EE.UU.	Ley de Preferencias Comerciales Andinas	0%	-
Taiwán	Tarifa general	4%	
Canadá	Derechos mnf (aplicados)	0%	
Israel	Derechos mnf (aplicados)	0%	
Emiratos Árabes	Derechos mnf (aplicados)	0%	
Malasia	Derechos mnf (aplicados)	0%	
China	Derechos mnf (aplicados)	0%	
MERCOSUR	Arancel preferencial (AAP.CE36) para Bolivia	0%	
Venezuela	Arancel preferencial (AAP.AG2) para Bolivia	0%	

Fuente: Trade Map y Export Help Desk

3.3 Ferias Biofach

El mercado interno de alimentos orgánicos en América Latina presenta un continuo desarrollo. Brasil es un ejemplo de este mercado promisorio, con un crecimiento anual de 50% en el mercado orgánico.

La Conferencia BioFach América Latina tiene como objetivo dar apoyo a esos mercados emergentes, actuando como plataforma de debates e informaciones para el sector orgánico en América Latina bajo el patrocinio de IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movents).

CALENDARIO DE FERIAS BIOFACH

Nuremberg - Alemania	Febrero 15-18, 2007
Shanghai - China	Mayo 31-Junio 2, 2007
Baltimore - USA	Septiembre 27-29, 2007
Tokyo - Japón	Octubre 10-12, 2007
San Pablo - Brasil	Octubre 16-18, 2007

3.4 Contactos de Negocios

En Estados Unidos de Norteamérica: Exportadores

- Certified Chemical Free Montana Wheat
- Clarkson Grain
- C-Shore International Inc.
- Millennium Export Enterprises

Importadores

- Enray LLC

3.5 Otras direcciones útiles

- www.infoquinua.bo
- www.quinuasait.com.bo
- www.iica.int.bo
- www.delipez.org
- www.anapqui.org
- www.quinoa.com.bo
- www.inca-foods.com

Bibliografía

- Publicación Informativa – IBCE (Instituto Boliviano de Comercio Exterior)
- Revista BOLIVIA EXPORTA – CAMEX
- Estrategias de Marketing – Lic. Carlos Alberto Galeas

Sítios Web Visitados

- www.p-maps.org
- www.trademap.org
- www.macmap.org
- www.intracen.org/country
- www.infoquinua.bo
- www.anapqui.org