

**UNIVERSIDAD MAYOR, REAL Y PONTIFICIA DE SAN
FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA**

VICERRECTORADO

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



**“ANÁLISIS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LA EXPORTACIÓN DE
SINGANI DE BODEGA LA DORADA DEL MUNICIPIO DE CAMARGO A PAISES
AMERICANOS”**

**TRABAJO EN OPCIÓN A DIPLOMADO EN GESTIÓN ADUANERA Y COMERCIO
INTERNACIONAL - VERSIÓN I**

VANESSA SANCHEZ FLORES

Sucre Bolivia

2024

CESIÓN DE DERECHOS

Al presentar este trabajo como requisito previo a la obtención del Diploma en Gestión Aduanera y Comercio Internacional Versión I de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, autorizo al Centro de Estudios de Posgrado e Investigación o a la Biblioteca de la Universidad, para que se haga de este trabajo un documento disponible para su lectura, según normas de la Universidad.

También cedo a la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, los derechos de publicación de este trabajo o parte de él, manteniendo mis derechos de autor hasta un periodo de 30 meses posterior a su aprobación.

Vanessa Sanchez Flores

Sucre, agosto de 2024

DEDICATORIA:

El presente trabajo se lo dedico a mii padre Guillermo Sanchez Hoyos que desde el cielo me ayuda a salir adelante y ser mejor cada día, también a mi madre Dominga Flores que me apoya para poder lograr mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por su esfuerzo de darme un futuro mejor porque siempre estuvieron conmigo brindándome su apoyo incondicional. A mis hermanos los cuales estuvieron apoyándome moralmente animándome a salir adelante.

INDICE

CESIÓN DE DERECHOS	i
DEDICATORIA:	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
INDICE DE GRAFICAS	ix
INDICE DE CUADROS.....	x
INDICE DE ESQUEMAS.....	xi
RESUMEN	xii
CAPITULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Antecedentes	1
1.2. Justificación	2
1.3. Diseño Metodológico.....	3
1.3.1. Tipos de investigación	3
1.3.2 Métodos de investigación	4
1.3.3. Técnicas de investigación	4
1.3.4. Instrumentos	5
1.4. Objetivos	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos específicos	6
CAPITULO II.....	7

DESARROLLO	7
2.1. Marco Teórico	7
2.1.1. Marco Conceptual	7
2.1.1.1. Análisis.....	7
2.1.1.2. Tipos de análisis.....	7
2.1.1.3. Análisis de Mercado.....	10
2.1.1.4. Mercado.....	11
2.1.1.4.1. Tipos de mercado.....	11
2.1.1.5. Mercados Alternativos.....	13
2.1.1.5.1. Tipos de mercados alternativos.....	13
2.1.1.6. Exportación.....	14
2.1.1.6.1. Tipos de exportación.....	15
2.1.1.7. Importación.....	16
2.1.1.7.1. Tipos de importaciones.....	17
2.1.1.8. Empresas Nacionales.....	17
2.1.1.9. Empresas Multinacionales.....	18
2.1.1.10. Empresas Transnacionales.....	18
2.1.1.11. Comercio Exterior.....	18
2.1.1.12. Comercio Internacional.....	19
2.1.1.13. Estado del Arte.....	20
2.1.2. Mapa Contextual	23
2.1.2.1. Municipio de Camargo.....	23
2.1.2.1.1. Ámbito Demográfico.....	23
2.1.2.1.2. Ámbito Económico.....	23

2.1.2.1.3. Ámbito social y cultural	24
2.1.2.1.4. Ámbito Político	25
2.1.2.2. Singani	25
2.2. Información y Datos Obtenidos	26
2.2.1. Exportaciones e importación de bebidas alcohólicas en los últimos 4 años	26
2.2.2. Exportación de Singani	36
2.2.3. Exportación de singani a los países elegidos para el análisis.....	38
2.2.4. Producción de Singani en Bolivia	39
2.2.5. Producción de Singani Bodegas La Dorada	40
2.2.6. Bolivia en el mercado	41
2.2.6.1. Bolivia en el mercado del Perú	41
2.2.6.2. Bolivia en el Mercado de Chile	42
2.2.6.3. Bolivia en el Mercado de Brasil	43
2.2.6.4. Bolivia y el Mercado de los Estados Unidos	44
2.2.6.4.1. Mercado Estados Unidos	45
2.2.6.4.2. Tendencias en la industria y su comportamiento	46
2.2.6.4.3. Acceso al Mercado de Estados Unidos	46
2.2.6.4.4. Formas De Operar en Estados Unidos	46
2.2.6.4.5. Costos	47
2.2.6.4.6. Costing	47
2.2.6.4.7. Princing	48
2.2.6.4.8. Documentos de Exportación	49
2.2.6.4.9. Logística.....	54
2.2.6.4.10. Gestión del pedido	54

2.2.6.4.11. Sección del embalaje.....	54
2.2.6.4.12. Selección del medio de transporte.....	55
2.3 Análisis Y Discusión	57
2.3.1. Elección del Mercado de EE. UU.:	57
2.3.2. Facilidades de Exportación entre Bolivia y EE. UU.:	57
2.3.3. Comparación con Otros Mercados:	58
2.3.4. Conclusión del Análisis:.....	58
CAPITULO III.....	60
CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFÍA.....	62
ANEXOS.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Países a los cuales Bolivia exporta bebidas alcohólicas.....	28
Tabla 2 Productos exportados por Bolivia en bebidas alcohólicas	30
Tabla 3 Países de los cuales Bolivia importa bebidas alcohólicas	32
Tabla 4 Productos importados por Bolivia en bebidas alcohólicas	34
Tabla 5 exportación de singani boliviano.....	36
Tabla 6 Países a los cuales Bolivia exporta singani.....	37
Tabla 7 Producción de singani Boliviano en el año 2022.....	39
Tabla 8 Producción de singani de Bodega “La Dorada”	40
Tabla 9 Costos por emisión de Certificado de Origen.....	51
tabla 10 Costos de servicios convexos.....	52

INDICE DE GRAFICAS

Graficas 1 Exportación de bebidas alcohólicas	26
Graficas 2 Países a los cuales Bolivia exporta bebidas alcohólicas.....	27
Graficas 3 Productos exportados por Bolivia en bebidas alcohólicas	29
Graficas 4 Países de los cuales Bolivia importa bebidas alcohólicas	31
Graficas 5 Productos importados por Bolivia en bebidas alcohólicas	33
Graficas 6 exportación de singani boliviano.....	36
Graficas 7 Países a los cuales Bolivia exporta singani.....	37
Graficas 8 Exportación de singani a Chile	38
Graficas 9 Exportación de singani a Estados Unidos	39

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Ficha Técnica de Singani para Perú	41
Cuadro 2 Ficha Técnica de Singani para Chile	42
Cuadro 3 Ficha Técnica de Singani para Brasil	43
Cuadro 4 Ficha Técnica de Singani para Estados Unidos	44

INDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1 Determinación del precio Costing.....	47
--	-----------

RESUMEN

El presente trabajo consiste en un análisis de cuatro mercados potenciales con los cuales Bolivia disfruta de preferencias arancelarias, gracias a los acuerdos internacionales suscritos por el país y a los sistemas de preferencias arancelarias concedidos a los países en desarrollo.

Capítulo 1: En este capítulo se detallan los métodos y técnicas que se emplearán para desarrollar el análisis. También se revisarán los antecedentes que motivan esta investigación, proporcionando un marco conceptual y metodológico que sustentará el estudio.

Capítulo 2: Este capítulo aborda todos los conceptos necesarios que se utilizarán a lo largo de la monografía. Se ofrecerá una explicación detallada de los términos clave y de los principios teóricos que guiarán el análisis, facilitando una comprensión profunda del contexto y de los aspectos técnicos involucrados.

Capítulo 3: En este capítulo se examina la economía de Bolivia en relación con los cuatro países seleccionados. Se evaluará el nivel de producción nacional de los productos relevantes y se analizará la exportación del singani boliviano hacia estos mercados. Además, se explorarán las dinámicas del comercio exterior y los impactos de las preferencias arancelarias en la competitividad del producto boliviano en estos mercados.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

Durante de colonia tras la expansión de la exportación minera de plata en el cerro rico de Potosí, los españoles comenzaron con el cultivo de la vid en los valles del sur de Potosí y en el valle de Cinti Chuquisaca.

Los principales cultivadores de la vid fueron unos monjes españoles los cuales dieron origen a esta bebida en una finca de nombre “Singani” de donde tomo su nombre.

Hace más de 500 años los misioneros españoles escogieron la viña San Pedro mártir, en el valle de los Cintis Chuquisaca, para plantar las primeras cepas de vid en esta parte de América. Fue en la bodega de San Pedro, pionera en el país, donde los religiosos comenzaron a destilar el singani el cual se convirtió el emblemático elixir de los bolivianos.

El singani se produce a partir de la destilación de la uva Moscatel de Alejandría y que cuenta con una denominación de origen que limita las zonas donde se puede producir la materia para este producto, encontrándose en los departamentos de Tarija, Chuquisaca, La Paz y Potosí, cuyos viñedos están a 1600 y 1800 metros sobre el nivel del mar, siendo de los rangos del singani, la altura a la que se cultiva la uva le da sus características organolépticas y hace que se preserve mejor su aroma.

La elaboración de Singani según la Asociación Nacional de Industriales Vitivinícolas, beneficia de forma directa e indirecta a unas 6.000 familias campesinas productoras de uva y unas 4.600 fuentes de empleo permanente en las bodegas, fue considerado patrimonio cultural boliviano mediante la ley No. 744, del 4 de enero del 2016.

La ciudad de Camargo, ubicada en el departamento de Chuquisaca, es conocida como la tierra del sol, del vino y del buen singani. Por lo mismo, el lugar fue elegido para el lanzamiento de la Feria Nacional Vitivinícola (Fenavit) con el objetivo de impulsar la venta y exportación de vinos y singanis de la región, además de rendir homenaje a aquellos pioneros de la

vitivinicultura en Bolivia, sacerdotes y misioneros de diversas órdenes religiosas que introdujeron la vid y desarrollaron la actividad vitivinícola en el país.

El Bodega “La Dorada” participa de la Feria Nacional Vitivinícola (FENAVIT), la propietaria Daniela Budia es la elaboradora del Singani y diferentes variedades de Vino como ser Vino de mesa, Vino Dulce y entre otros, teniendo también un viñedo donde cosecha la materia prima que es la uva para la elaboración de estos distintos destilados.

Las exportaciones de Singani están fuertemente concentradas en EE. UU., esta tendencia podría variar en la medida que la popularidad en EE. UU. se extienda a otros mercados, una especie de efecto “contagio”. El segundo destino principal de exportación es Japón. Este es otro mercado con alta capacidad de compra a donde las exportaciones de Singani podrían llegar en mayor volumen y donde también podría producir un efecto contagio exportándose también a Alemania y México.

La exportación boliviana de este producto creció considerablemente hasta la actualidad convirtiéndose en un producto de exportación importante para la balanza comercial y la economía boliviana, ya que su producción genera fuentes de trabajo, no solo para las bodegas fabricantes de este producto, sino también para los productores de materia prima.

Los procesos de integración económica han generado ayuda a los países en vías de desarrollo, creando convenios bilaterales y otros tratados de preferencia entre países. Todo esto todo esto con el objetivo de hacer competitivas las exportaciones en favor de los países menos desarrollados, favorece de esta manera a las empresas nacionales con sus productos no tradicionales (producto industrializado que requiere mano de obra, inversión, proceso logístico amplio y mayores recursos económicos) y los tradicionales (son aquellos que **no tienen un valor agregado en el proceso de producción y su obtención** no es suficientemente importante como para transformar la esencia natural).

1.2. Justificación

Bolivia es un país que posee abundante materia prima, este es el caso de la uva utilizado para la elaboración del singani, ya que está presente en los mejores vares de Estados Unidos, ya que este el mayor importador de este producto por sus características organolépticas que posee, Bolivia exportó más de 7.700 litros de Singani el 2022 a EE.UU., Alemania, Japón y

México. Por un valor de más de 36 mil dólares. Las bodegas del Municipio de Camargo, no solo quieren dedicarse a la venta de sus productos a nivel nacional, sino también quieren exportar sus productos para obtener un mayor crecimiento la economía del país.

Así mismo Bolivia cuenta con varios tratados y convenios suscritos alrededor del mundo que le ayudan mucho en la exportación de sus productos beneficiando a todos los productores en el país, todo esto con el objetivo de que los países menos desarrollados cuenten con una competitividad en el mercado extranjero.

La investigación tiene un enfoque comercial. La búsqueda de nuevos mercados de exportación tiene como objetivo el crecimiento de la economía, lo que lleva a la generación de empleos y de la producción; indagación de mercados con los cuales este producto tendría beneficios en aspectos comerciales, es decir preferencias arancelarias, donde el mismo producto llegara a ser competitivo.

1.3. Diseño Metodológico

1.3.1. Tipos de investigación

Para la elaboración del presente trabajo se utilizó los siguientes tipos de investigación:

- **Exploratorio**

“Se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un poco del tema estudiado”.

(Hernández Sampireri, Fernández Collada, & Baptista Lucio, 2010, pág. 25)

Se utilizó este tipo para familiarizarse con el tema, ya que se necesita analizar varios factores que influyen en la compra de Singani para los países extranjeros, para la realización del proyecto se tomara en cuenta como año de inicio de la investigación el 2021 y terminando en el 2022.

- **Descriptivo**

“Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (Hernández Sampireri, Fernández Collada, & Baptista Lucio, 2010, pág. 25)

El mismo que fue usado para la obtención de la información secundaria en el diagnóstico y la propuesta.

En un tiempo determinado la información debe ser recopilada para determinar los países adecuados para la exportación del Singani.

1.3.2 Métodos de investigación

- **Método bibliográfico**

Consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información. (Yumpu, 3 mar de 2021)

1.3.3. Técnicas de investigación

Los instrumentos para la recopilación de la información son el complemento de la técnica de investigación; la técnica de investigación es el procedimiento (teoría) que se debe observar para elaborar el instrumento de investigación, y, el instrumento (aplicación), es la parte operativa en la cual es investigador recoge la información y datos relacionados con el objeto de estudio. (UNAM, 2014)

Las técnicas necesarias para el presente estudio fueron:

- **Análisis documental**

“Es una técnica basada en ficha bibliográfica que tiene como propósito analizar material impreso. Se usa en la elaboración del marco teórico del estudio”.

Además de ser utilizado para el marco teórico, la revisión bibliográfica fue necesario para el diagnóstico del proyecto. Según Hernández Sampireri, Fernández Collada, & Baptista Lucio, (2010):

- **Recolección de información de fuentes primarias y secundarias, como páginas web confiables.**

Ya que el internet se convirtió en una de las fuentes más utilizadas para la investigación.

1.3.4. Instrumentos

- **Guía de observación**

Utilizar la observación como instrumento de evaluación es, sin duda, un desafío de alta complejidad, no solo porque la naturaleza de lo observado suele ser un constructo multidimensional, sino porque es necesario entrenar al observador, a través de una pauta adecuadamente operacionalizada y específicamente definida, a fin de asegurar que esta observación se realice desde parámetros pertinentes, que faciliten una adecuada confiabilidad y validez de la medición. Para abordar esta compleja temática, partiremos con un ejemplo sobre la observación del desempeño docente. (*Desarrollo de instrumentos de evaluación: Pautas de observación*, s. f.)

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la mejor alternativa de exportación basándose en el análisis de los perfiles alternativos de exportación de Singani de Bodega “La Dorada” en países americanos.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la base teórica en relación a la búsqueda de mercados alternativos para la exportación.
- Realizar un diagnóstico que permita conocer la demanda comercial del singani en los países.
- Determinar los mercados alternativos para la exportación de singani de bodega la dorada del municipio de Camargo.

CAPITULO II

DESARROLLO

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Marco Conceptual

2.1.1.1. Análisis

Análisis es un tipo de estudio que tiene por finalidad de permitir saber y conocer las cualidades de una temática, objeto, hecho, fenómeno o individuo en concreto. A partir de eso, sacas tus propias conclusiones. Cuando hagas un análisis, vas a desglosar un tema de estudio y vas a examinar y estudiar cada una de sus partes para su comprensión. (Vivaldi, 2022b)

Un análisis es un estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos, sus bases y motivos de su surgimiento, creación o causas originarias. Un análisis estructural comprende el área externa del problema, en la que se establecen los parámetros y condiciones que serán sujetas a un estudio más específico, se denotan y delimitan las variables que deben ser objeto de estudio intenso y se comienza el examen exhaustivo del asunto de la tesis. (Martínez, 2021b)

El análisis es un examen que consiste en dividir un objeto de estudio y en observar en detalle cada uno de sus componentes con la finalidad de producir mayor conocimiento sobre un asunto, concepto, teoría o elemento. Por ejemplo: análisis financiero, análisis sintáctico, análisis de riesgo. (Josemaria, 2023b)

2.1.1.2. Tipos de análisis

2.1.1.2.1. Análisis descriptivo

Se trata del tipo más simple y común entre los negocios, y es la base de toda la interpretación de datos. El análisis descriptivo responde a la pregunta “¿qué sucedió?” en un periodo determinado al resumir datos anteriores. Este tipo de análisis suele utilizarse principalmente para dar seguimiento a los indicadores clave de rendimiento (KPI) que establece cada empresa. (Saint leo university, 9 de enero de 2023)

El análisis descriptivo es una etapa preliminar del tratamiento de datos que consiste en sintetizar los datos históricos para obtener información útil o incluso prepararlos para un análisis posterior. Este análisis se utiliza para buscar y resumir datos históricos con el fin de identificar patrones o significados.

El análisis descriptivo consiste en describir las tendencias claves en los datos existentes y observar las situaciones que conduzcan a nuevos hechos. Este método se basa en una o varias preguntas de investigación y no tiene una hipótesis. Además, incluye la recopilación de datos relacionados, posteriormente, los organiza, tabula y describe el resultado. (Velázquez, 2023)

2.1.1.2.3. Análisis exploratorio

También conocido como estadística exploratoria o análisis estadístico, investiga y valora los datos de los que se tiene poco conocimiento para identificar patrones o relaciones. Un análisis exploratorio tiene como objetivo encontrar información relevante para el negocio, en los datos que no se pueden detectar tan fácilmente en el análisis descriptivo. (Saint leo university, 9 de enero de 2023)

El análisis exploratorio de datos es un proceso de investigación en el que se usan estadísticas de resumen y herramientas gráficas para llegar a conocer los datos y comprender lo que se puede averiguar de ellos. (Análisis exploratorio de datos, s. f.)

El análisis exploratorio de datos se refiere al proceso crítico de realizar investigaciones iniciales sobre los datos para descubrir patrones, detectar anomalías, probar hipótesis y comprobar supuestos con la ayuda de estadísticas y representaciones gráficas. (¿Qué es el Análisis Exploratorio de Datos? - Comunidad Huawei Enterprise, s. f.)

2.1.1.2.4. Análisis de diagnóstico

Este tipo de análisis responde a la pregunta “¿por qué sucedió?” a partir de los descubrimientos realizados en el análisis descriptivo. Los Analistas de Datos profundizan en los resultados para encontrar las causas de los patrones de comportamiento, lo cual es información de gran valor para las empresas, especialmente para aquellas dedicadas al

Marketing y al Comercio. El análisis de diagnóstico también funciona para detectar y solucionar problemas rápidamente. (Saint leo university, 9 de enero de 2023)

El análisis de diagnóstico es un tipo de análisis de datos avanzado que ayuda a determinar las causas que han provocado un evento. El análisis de diagnóstico analiza los datos históricos y emplea técnicas como el descubrimiento de datos para recopilarlos y detectar patrones y tendencias en ellos. (Análisis de diagnóstico, s. f.)

El análisis de diagnóstico describe las técnicas que usarás para evaluar tus datos: ¿por qué ocurrió esto? (Ortega, 2021)

2.1.1.2.5. Análisis predictivo

Intenta responder a la pregunta "¿qué es probable que suceda?", a partir de datos anteriores y hacer estimaciones sobre resultados futuros. Este tipo de análisis es un poco más complejo, ya que se basa en el modelado estadístico (una herramienta basada en las Matemáticas donde se combinan datos cualitativos y cuantitativos), que requiere tecnología adicional y profesionales especializados para realizar pronósticos correctamente. El análisis predictivo puede utilizarse, por ejemplo, para evaluar riesgos, pronosticar ventas y segmentar clientes. (Saint leo university, 9 de enero de 2023)

El análisis predictivo consiste en estudiar los datos históricos y actuales para hacer predicciones sobre el futuro. Usar una mezcla de técnicas matemáticas, estadísticas y de machine learning avanzadas para analizar los datos y así determinar y extrapolar las tendencias ocultas. (¿Qué es el análisis predictivo? - Explicación del análisis predictivo - AWS, s. f.)

El análisis predictivo se define como una forma de análisis estadístico que se encarga de obtener información nueva o histórica y utilizarla para predecir patrones de comportamiento. (Ortega, 2023)

2.1.1.2.6. Análisis prescriptivo

Se trata de una combinación de todos los tipos de Análisis de Datos anteriores, que determina qué acción tomar para eliminar un problema (actual o futuro) o aprovechar al máximo una tendencia, es decir, el análisis prescriptivo se utiliza para mejorar la toma de decisiones.

También es un tanto complejo de implementar, pues utiliza herramientas de análisis y tecnologías avanzadas, como el aprendizaje automático, reglas comerciales y algoritmos, la Inteligencia Artificial (IA) es el ejemplo perfecto para esto. (Saint leo university, 9 de enero de 2023)

El análisis prescriptivo se encarga de encontrar una solución entre una gama de variantes con el objetivo de optimizar los recursos y aumentar la eficiencia operativa. Esta herramienta utiliza diferentes técnicas de simulación y optimización para señalar el camino que realmente conviene seguir. (Velázquez, 2023b)

El análisis prescriptivo, englobado en el área de la analítica empresarial, consiste en recopilar datos, recomendar acciones y prever qué impacto tendrán para facilitar la toma de decisiones, Lear Ning la mejor solución de entre todas las posibles. (Mecalux, s. f.)

2.1.1.3. Análisis de Mercado

Un análisis de mercado te proporciona información sobre industrias, clientes, competidores y otras variables de un mercado. También permite determinar la relación entre la oferta y la demanda de un determinado producto o servicio. Basándose en estos conocimientos, puedes tomar decisiones bien fundamentadas sobre posibles estrategias de marketing. (ionos.es, 24 nov de 2022.)

Un análisis de mercado es un estudio que se realiza antes de lanzar un producto al mercado con el objetivo de comprobar si este puede ser rentable. Cualquier plan de negocios debe realizar esta investigación para examinar su viabilidad, comprobar la competencia, así como la oferta y demanda. (Entel,2018)

El análisis de mercado es un examen sistemático de un mercado y sus condiciones. Esto incluye: la situación competitiva el público objetivo y sus necesidades las tendencias y los acontecimientos que podrían influir en el mercado en el futuro.

El objetivo es proporcionar una idea de la forma en que el público objetivo podría reaccionar a los nuevos productos y servicios o a los cambios que se planean hacer. Al ser una subárea de la investigación de mercados, tanto los métodos cualitativos como los cuantitativos son adecuados para un análisis de mercado. (Qualtrics)

2.1.1.4. Mercado

El mercado es el entorno donde se encuentran el producto o servicio y el consumidor. Es el conjunto de individuos y organizaciones de todo tipo que tienen, o pueden tener, una influencia en el consumo o utilización del producto en un determinado territorio geográfico.

Para el marketing es fundamental conocerlo, ya que cuanto más sepa del mismo mejor podrá anticiparse a satisfacer las necesidades que van surgiendo. El estudio de la población, su distribución por edades, características regionales, estilos familiares, ingresos, el grado de competencia, los productos sustitutos, son muchas de las variables que deben tenerse en cuenta antes de llevar a cabo cualquier estrategia de posicionamiento o de lanzamiento del producto o servicio. La siguiente clasificación muestra los distintos tipos de mercado. (Ana Belén Quintana Navarro, 2019)

Los mercados son, dicho de manera muy simple, el “espacio físico o virtual en el que se procede a comprar o vender diversos productos y servicios”. En este espacio participan, interactúan y se relacionan agentes varios, buscando cada uno de ellos cumplir sus necesidades, intereses y objetivos, vinculados a la venta o compra de productos y servicios. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018)

El concepto de mercado es uno de los más importantes en la historia de las ciencias sociales. La evolución de este concepto ha tenido un profundo impacto en la estructura de las ciencias sociales. La razón es que el concepto de mercado es el fundamento de la autonomía de la teoría económica. En efecto, afirmar que el mercado es un dispositivo social que se autorregula equivale a sostener que la dimensión de lo económico no necesita de la intervención de las demás esferas de la vida social. Esta visión de las cosas ha tenido un profundo impacto sobre el contenido y los contornos de las demás ciencias sociales. (UNAM, marzo 2010).

2.1.1.4.1. Tipos de mercado

Se pueden distinguir diferentes tipos de mercado según sea el conocimiento y actitud del usuario respecto al producto-servicio ofrecido:

- **Mercado potencial:** es el constituido por la totalidad de los posibles usuarios de un producto totalmente nuevo en el mercado, no existiendo conocimiento ni actitud de compra hacia el mismo. (Análisis de mercado, 2018)
- **Mercado real:** es el conjunto de individuos y organizaciones que adquieren el producto en un determinado territorio geográfico. (Análisis de mercado, 2018)
- **Mercado cautivo:** es aquel donde por existir estrechos lazos de unión entre el producto-distribuidor del producto y el usuario, éste se ve obligado a realizar la adquisición del mismo a un determinado proveedor. (Análisis de mercado, 2018)
- **Mercado libre:** este mercado exige una total libertad por parte de los usuarios de adquirir el producto a cualquiera de los proveedores que se lo ofrezcan. (Análisis de mercado, 2018)

Otra clasificación ordena los mercados según la naturaleza de los productos:

- Mercados de productos agropecuarios y de productos procedentes del mar.
- Mercados de materias primas.
- Mercados de productos técnicos o industriales.
- Mercados de productos manufacturados.
- Mercados de servicios.

La clasificación más operativa de los mercados es sin duda, la que se realiza en base a las características de los compradores de los correspondientes productos o servicios (Ortega 1981):

- **Mercados de consumo:** son aquellos mercados en los que se realizan transacciones de bienes y servicios que son adquiridos por las unidades finales de consumo. Estos mercados pueden dividirse en tres tipos principales. (Análisis de mercado, 2018)
- **Mercados de productos de consumo inmediato:** son aquellos en los que los productos adquiridos por los compradores individuales o familiares se realizan con gran frecuencia, siendo generalmente consumidos al poco tiempo de su adquisición (pescado, fruta, carne, etc.). (Análisis de mercado, 2018)
- **Mercados de productos de consumo duradero:** son aquellos en los que los productos adquiridos por los compradores individuales o familiares son utilizados a lo

largo de diferentes periodos de tiempo hasta que pierden su utilidad o quedan anticuados (televisores, lavadoras, etc.). (Análisis de mercado, 2018)

- **Mercados de servicios:** aquellos mercados en los que los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura (lavandería, enseñanza, peluquerías, etc.). (Análisis de mercado, 2018)
- **Mercados industriales:** son aquellos mercados en los que se realizan transacciones de bienes y servicios empleados en la obtención de diferentes productos que son objeto de transacción posterior o que se adquieren para obtener un beneficio mediante su posterior reventa. En ellos hay tres tipos de compradores: industriales (empresas de automóviles), institucionales (hospitales), intermediarios (mayoristas). (Análisis de mercado, 2018)

2.1.1.5. Mercados Alternativos

Los mercados alternativos son mercados financieros no oficiales orientados a la compraventa de instrumentos de renta fija o variable, en los que las empresas emisoras son pymes. Poseen un sistema de negociación organizado, se encuentran tutelados por organismos con experiencia y los inversores a los que se dirigen pueden ser tanto institucionales como minoristas. (B Álvarez-García · 2021)

2.1.1.5.1. Tipos de mercados alternativos

- **Mercado Alternativo de Valores (MAV):**

Este mercado dirigido específicamente a las pequeñas y medianas empresas desde el cual este tipo de empresas pueden obtener financiamiento del mercado de capitales. (BCRP,)

El Mercado Alternativo de Valores (MAV) es un segmento creado para facilitar el acceso de empresas no corporativas al mercado de valores. (Bolsa de valores de Lima)

Mercado Alternativo de Valores (MAV), representa un segmento de la bolsa dirigido a las pymes, que facilita el acceso al financiamiento en el mercado bursátil con menores costos, requerimientos mínimos y obligaciones de información menos extensos. (USMP)

- **El mercado alternativo bursátil (MAB):**

Es un mercado financiero creado en España para que las pequeñas y medianas empresas (Pymes) puedan cotizar en el mercado de valores español y así poder financiarse mediante la emisión de sus acciones. (Economipedia, 6 nov de 2020)

El Mercado Alternativo Bursátil (MAB), creado por Bolsas y Mercados Españoles (BME), es un mercado propio y diferenciado respecto a la tradicional “Bolsa de Valores” en el que tienen cabida empresas de reducida capitalización. Así, está indicado para aquellas compañías de mediano y pequeño tamaño que requieren, normalmente en su fase expansiva, de una mayor financiación para hacer frente a los nuevos retos. De este modo, las citadas empresas pueden atraer a nuevos inversores, dada la transparencia y liquidez que proporciona la cotización en un mercado regulado como el MAB, pero todo ello a unos costes y con una regulación adaptadas a sus especiales características. (edufinet, 3 abr de 2023)

El mercado alternativo bursátil es un sistema multilateral de negociación autorizado por el gobierno. Tiene como objetivo principal brindar un sistema organizado de contratación, liquidación, compensación y registro de operaciones que se efectúen sobre acciones y otros valores institucionales de inversión colectiva valores e instrumentos emitidos a instituciones de reducido capital. En el mercado alternativo bursátil trata de intentar encontrar empresas que vayan a multiplicar por varias veces sus ingresos en los años posteriores. Lo interesante del MAB es precisamente comprar empresas que vayan a crecer mucho cuando aún sean muy pequeñas y sus ingresos sean bajos. (universidad de la Rioja, por N Torres · 2018)

2.1.1.6. Exportación

La exportación consiste en obtener beneficios para la venta de productos y servicios a otros países. De ahí que los vendedores (exportadores) gocen del privilegio de tener clientes fuera de sus fronteras (importadores).

En general las exportaciones traen beneficios, tanto para países exportadores, como países importadores. Estos beneficios se manifiestan usualmente de manera económica. (Organización Mundial del Comercio, 2018)

La exportación es el envío de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior. Jurídicamente, ello significa una venta más allá de las fronteras políticas del país. (UNAM, 2018)

Exportación de bienes y servicios es todo acto por el cual un bien, producto o servicio es comercializado en el extranjero, sin retornar por ningún motivo a territorio nacional. También se considera como exportación la comercialización de servicios en general, tales como el transporte, el financiamiento, la asistencia técnica, el conocimiento técnico (know how), los royalties, las patentes, el uso de marca, los diseños de ingeniería, los servicios de consultoría, y otros servicios generados en el país, que estén incorporados en la exportación y sean cobrados en el extranjero. (Régimen de Exportación, 15 de marzo de 1991)

2.1.1.6.1. Tipos de exportación

2.1.1.6.1.1. Exportación directa

Se presenta cuando la empresa le vende a un comprador extranjero, encargándose de la actividad logística como: aranceles de exportación, transporte, empaque, carga, agente, documentos, inclusive también de conseguir al cliente. La responsabilidad sobre la mercancía y los costos incurridos se define mediante el acuerdo del término de comercio a usar entre el exportador y el importador, denominado Incoterm. (Arcila, apud UNAM, sf, 2018).

La exportación directa consiste en que una empresa vende productos directamente a un cliente en un mercado internacional. Las organizaciones pueden vender a una amplia gama de clientes, algunos de los cuales actúan como intermediarios en el mercado objetivo. (Emprender Global, 3 ene de 2018)

La exportación directa se determina cuando la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, la cual puede deberse a varias causas entre las que destacan son: Contracción del mercado interno, el empresario se da cuenta de la importancia de ciertos mercados, el empresario considera importantes riesgos comerciales a través de la exportación. (Plan de negocios de exportación, Bancomext, 2000)

2.1.1.6.1.2. Exportación Indirecta

se presenta cuando, como productor se le vende a un cliente nacional, que a su vez se encarga de vender en el exterior. El cliente nacional más común en este tipo de exportación es la comercializadora". (Arcila, apud UNAM, sf, pág. 26).

La exportación indirecta consiste en que una empresa vende a un intermediario en su propio país. Este intermediario luego vende los productos al mercado internacional y asume la responsabilidad de organizar el papeleo y los permisos, organizar el envío y organizar el marketing. (Emprender Global, 3 ene de 2018)

La exportación indirecta es utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia o bien están en el inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales. Es decir que es el uso por un exportador de otro exportador como intermedio. De esta forma, hay una oportunidad de introducirse en los mercados internacionales, por medio de algún distribuidor o intermediario también conocido como brokers lo que en si constituye una ventaja competitiva, al emplear facilidades de la informática y las telecomunicaciones en la detección de negocios. (Plan de negocios de exportación, Bancomext, 2000)

2.1.1.7. Importación

las importaciones se consideran como el conjunto de bienes (productos) que al ingresar al territorio económico del país y por tanto incrementan los recursos materiales, para consumo final o como insumos o bienes de capital que se incorporan en los procesos de producción. (INE, 2023)

Es la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional. (Art. 1° Decreto 2685 de 1999).

El régimen aduanero por el cual las mercancías importadas pueden permanecer definitivamente dentro del territorio aduanero. (glosario de términos- Aduana Nacional)

2.1.1.7.1. Tipos de importaciones

2.1.1.7.1.1. Importaciones para el consumo:

Es un régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo. (UMECIT-D Guerra, 2020)

Importación para el consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas procedentes de territorio extranjero o zona franca, pueden permanecer definitivamente dentro del territorio aduanero. Este régimen implica el pago total de los tributos aduaneros de importación exigibles y el cumplimiento de las formalidades aduaneras. (cumbre S.A.)

La importación para el consumo es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancía al territorio nacional para su consumo después del pago o garantía de los derechos arancelarios. (Antares Aduanas)

2.1.1.7.1.2. Importación definitiva:

Se refiere a la entrada de mercancías de procedencia extranjera con la finalidad de permanecer en el territorio nacional por tiempo ilimitado. (UMECIT-D Guerra, 2020)

2.1.1.7.1.3. Importación temporal con reexportación en el mismo estado:

Es la importación al territorio aduanero nacional, con suspensión de tributos aduaneros, de determinadas mercancías destinadas a la reexportación en un plazo señalado, sin haber experimentado modificación alguna. (UMECIT-D Guerra, 2020)

2.1.1.7.1.4. La importación directa:

Se refiere a un tipo de importación entre un minorista y un fabricante en el extranjero. (UMECIT-D Guerra, 2020)

2.1.1.8. Empresas Nacionales

Una empresa puede ser considerada como "nacional", con relación a un país en particular, cuando esta es constituida de conformidad con las leyes de dicho país y cuyo capital sea mayoritariamente nacional, la determinación de porcentaje de capital necesario para

considerar una empresa como nacional varia, según el de que se trate, participación de capital que necesariamente debe verse reflejada en la dirección técnica, financiera, administrativa y comercial de la empresa. (Organización Mundial del Comercio OMC, 2018)

2.1.1.9. Empresas Multinacionales

son entidades establecidas con la participación de inversionistas públicos y privados de diversos países, por lo general dentro del mercado de un proceso de integración económica regional. Son una forma más incipiente de organización por espacios económicos regionales integrados; son una expresión definitiva de los países avanzados y en desarrollo ante la actividad y creciente poderío de las corporaciones transnacionales. (Arcila apud UNAM, sf, pág. 25)

2.1.1.10. Empresas Transnacionales

Una empresa transnacional es aquella que posee y controla medios de producción en más de un país. Se distingue de las demás en que:

- a) A través de una misma unidad de control se transfiere internacionalmente: capital líquido, insumos, maquinaria, know how, etcétera.
- b) Los recursos así transferidos entre países no son efectivamente comerciados ya que estas transferencias no envuelven en general transacciones de mercado.

2.1.1.11. Comercio Exterior

El comercio exterior es un intercambio de un bien o servicio realizado entre al menos dos países diferentes. Los intercambios pueden ser importaciones o exportaciones. Una importación se refiere a un bien o servicio introducido en el país. Una exportación se refiere a un bien o servicio vendido a un país extranjero. (SNICE, 2018)

El comercio exterior es la compra o venta de bienes y servicios que se realiza fuera de las fronteras geográficas de un país (en el exterior). Esto es, las partes interesadas en transar productos se encuentran ubicadas en distintos países o regiones. (Roldán, 2022)

El comercio exterior se caracteriza por los conceptos de exportación e importación: el primero consiste en exportar bienes y servicios al extranjero para recibir a cambio divisas, y el segundo consiste en importarlos desde el extranjero con el pago que corresponda. Las exportaciones, al igual que las inversiones, hacen que aumente la demanda agregada de un país y actúan como multiplicador del comercio exterior, creando empleo primario, secundario, terciario, etc. El aumento de las importaciones, en cambio, limita este efecto debido a la salida de recursos financieros al exterior. (Cortés, 2021)

2.1.1.12. Comercio Internacional

El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago. Estos intercambios entre distintos países o distintas zonas geográficas han ido en aumento gracias a la liberalización comercial y a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias. (Cortés, 2021)

El comercio internacional permite a los países ampliar sus mercados y acceder a bienes y servicios que de otro modo no estarían disponibles a nivel nacional. Como resultado del comercio internacional, el mercado se vuelve más competitivo. En última instancia, esto conduce a precios más competitivos y proporciona un producto más barato para el consumidor. (Cortés, 2022)

Podemos definir el comercio internacional como cualquier actividad económica en la que estén involucradas personas o entidades de distintos países.

Existen partes procedentes de uno o varios países y estos se encargan de hacer el intercambio de un producto o servicio determinado. (Cortés, 2022b)

2.1.1.13. Estado del Arte

AUTOR/AÑO	TITULO	TIPO DE DOCUMENTO	RESULTADOS Y/O CONCLUSIONES
SAINZ LEZANA, EDUARDO RAFAEL	PLAN DE EXPORTACION PARA EL SINGANI A EEUU	Trabajos Finales de Doble Titulación	En el presente trabajo de investigación se busca demostrar porque el realizar un plan de exportación del singani boliviano al mercado de los Estados Unidos es viable por la progresiva demanda año tras año que va adquiriendo este producto en dicho mercado aprovechando que hasta hace muy poco, el gobierno de los Estados Unidos reconoció al singani como boliviano, otorgándole el certificado de origen lo que permite que este producto no sea incluido en la categoría que no le corresponde como anteriormente ocurría y así poder fomentar la exportación de este tipo de productos y sus derivados desde nuestro país hacia el mercado norteamericano, generando nuevas oportunidades y empleos para nuestras más de 5000 familias que se desenvuelven en este campo.

<p>CEPROBOL – IICD La Paz Bolivia 2004</p>	<p>SISTEMA DE INFORMACION Y ASESORAMIENTO EN COMERCIALIZACION PARA PRODUCTORES AGRICOLAS</p>	<p>Perfil</p>	<p>El Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL) con el apoyo del Instituto Internacional de Comunicación y Desarrollo (IICD), ha iniciado la implementación de un “Sistema de información y Asesoramiento en Comercialización para Productores Agrícolas”, con el propósito de incrementar los niveles de competitividad de los rubros productivos del país en función a la aplicación efectiva de tecnologías de la información y la articulación de la oferta productos disponibles con los principales centros de demanda nacional e internacional.</p>
<p>Rodríguez Rodríguez, José Enrique</p>	<p>Plan de Negocio Para la Exportación del Singani Rujero Colección Privada de la Empresa Bodegas y Viñedos la Concepción S.A.</p>	<p>Trabajos Finales de Doble Titulación</p>	<p>El proyecto de estudio sobre el plan de negocio para la exportación de singani rejero colección privada al mercado internacional de México se basa principalmente en las herramientas del comercio exterior con enfoque en el desarrollo económico de la empresa privada la</p>

			<p>concepción, el mismo se desarrolla desde la producción del producto en territorio nacional del departamento de Tarija hasta posicionarse en el mercado objetivo, en base a un estudio de costos de producción y exportación con la finalidad de internacionalizar el producto del singani rejero en su calidad colección privada y del mismo obtener inyección económica para la empresa del mismo que pueda derivar a la economía interna del país, partiendo del diagnóstico del entorno actual de la industria y su experiencia en cuanto al tema de exportación del singani a nivel nacional e internacional, su posición en el mercado local y nacional para delimitar la posición de la empresa en cuanto a su competitividad tanto del producto, su capacidad productiva industrial y niveles de venta dentro del mercado nacional como internacional.</p>
--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

2.1.2. Mapa Contextual

2.1.2.1. Municipio de Camargo

2.1.2.1.1. Ámbito Demográfico

El municipio de Camargo de la provincia Nor Cinti del departamento de Chuquisaca, se encuentra ubicado a 308.7 kilómetros de la ciudad capital Sucre y 187 kilómetros de la ciudad de Tarija, se encuentra a una altitud de 2.406 msnm, Geográficamente está situada en zona de los valles, al sudoeste del departamento de Chuquisaca, entre los 19° 40' y a 21° 33' de latitud sur y entre los 64° y 65° 30' de longitud oeste.

Por tratarse de un cañadón rodeado de cerros colorados, conserva un clima templado subhúmedo medio seco en los veranos, en los inviernos cuenta con un clima semiárido frío. Está regado por el río Chico de manera muy cercana (el pueblo de Camargo está a su orilla, pronto el río atravesará la población debido al crecimiento de nuevas urbanizaciones), aunque en las cercanías cuenta también con el río Grande (a 10 km en la localidad de La Palca Grande).

El municipio cuenta con una población de 15.644 habitantes según el Censo INE 2012, tiene 14 distritos: Distrito 1. Camargo, 2. Rio Grande, 3. Carpachacra, 4. La Torre, 5. Tacaquira, 6. Rio Chico, 7. Muyuquiri, 8. Suquistaca, 9. Yurac Caballo, 10. Huaca Cancha, 11. Cueva Pampa, 12. Cachuyoc, 13. Patapampa, 14. Totha.

2.1.2.1.2. Ámbito Económico

Su actividad económica más importante lo constituía la fruticultura (fruta de la mejor calidad, como las diversas variedades de uvas, duraznos, manzanas, brevas, higos, ciruelas, membrillos, peras, albarillos, frutillas y toda la gama de hortalizas) y la elaboración de vinos y singanis.

Las empresas más importantes en la elaboración de licores (vino, singani, ratafia, trago etc.) en el municipio son: Tierra Alta, Vinos La Torre, Santa Lucia, Cepas de Oro, ocho estrellas, Tres Generaciones, Bodega La Dorada, Bodega Don Trifon, Bodega Aldana, Don Goyo, los cuales son los creadores de estos licores la cual es una de las actividades económicas más grande para este municipio también se tiene otra actividad como el turismo, ya que la región cuenta

con importantes atractivos entre lo paisajístico, hasta la existencia de vestigios de épocas republicanas, precolombinas, prehistóricas con abundante presencia de restos fósiles, huellas fósiles y arte rupestre.

2.1.2.1.3. Ámbito social y cultural

Conocida como la capital vitivinícola de Bolivia, del sol y el buen vino, sus costumbres y tradiciones se asemejan a las tonadas y coplas chapacas, siendo típica de Cinti y particularmente de Camargo la tonada del Paragüaycitu, el Jailalitu, la Redoblada, el Siway-Sawa, y las cuecas cinteñas. Camargo cuenta con 3 tradiciones grandes que favorecen a la economía de este municipio las cuales son:

- **Día de la Tradición Camargueña**

La tradición camargueña se celebra la primera semana del mes de enero de cada año, en esta costumbre participan diferentes municipios pertenecientes al municipio con gastronomía, artesanía, arte y cultura, escritores, ballets, fotografías de antaño y música de la región.

También se realiza una exposición con todas las bodegas de esta región los cuales presentan sus diferentes productos como el vino, singani, ratafía.

- **FENAVIT**

La Feria Exposición Nacional Vitivinícola -FENAVIT, poseedora de valores excepcionales, promueve el desarrollo económico, que se expresa en los emblemas del singani y vinos bolivianos producidos, a través de sistemas tradicionales de cultivo de la uva.

Esta feria se organiza cada tres años en Camargo con la participación de diferentes productores de vino y singani a nivel nacional, reúne a 100 productores de uva y 54 bodegas, entre artesanales y semiindustriales, del Valle de los Cintis (Chuquisaca); de Cotagaita y Vitichi (Potosí), Mizque (Cochabamba), Luribay y Sapahaqui (La Paz), Samaipata (Santa Cruz) y de Tarija.

La XII Fenavit fue responsabilidad de sus directivos Bonifacio Budia, Marcela Mendoza y contó con el respaldo de organizaciones campesinas, de las Bartolinas de Nor y Sud Cinti,

de la Alcaldía, del Concejo Municipal de Camargo y de la Gobernación Chuquisaqueña. También llegaron el presidente Luis Arce y varios viceministros, diputados y senadores. (Correo del sur, 2023)

2.1.2.1.4. Ámbito Político

El municipio de Camargo en el ámbito político se basa en las leyes que existen en nuestro país cumpliendo estas a la cabeza del alcalde, el cual es que guía y hace que se cumplan estas normativas en el ámbito económico y social.

2.1.2.2. Singani

El singani es una bebida alcohólica de Bolivia clasificada en la familia de aguardiente.

Para la elaboración de este producto se utiliza la uva moscatel de Alejandría siendo esta la materia prima, produciéndose en los departamentos de Tarija, La Paz, Chuquisaca, Potosí, ya que tiene un clima que es apto para los viñedos de uva. El singani se elabora a partir de la cosecha de esta uva y fermentación y destilación.

2.1.2.2.1. Singani de Bodega la Dorada

Bodega LA DORADA fue creada en 1970 por la familia Budia elaborando desde esa fecha el singani, se encuentra a 4.5 km del municipio de Camargo, la propietario actualmente propietaria la señora Daniela Budia es el que elabora este singani, actual presidente de la FENAVIT (Feria Nacional Vitivinícola) también presidente de la Asociación de productores vitícolas Camargo (APROVITCA) y forma parte de los mayores productores de Vino y Singani del municipio de Camargo, participante de diferentes Ferias Municipales y Nacionales.

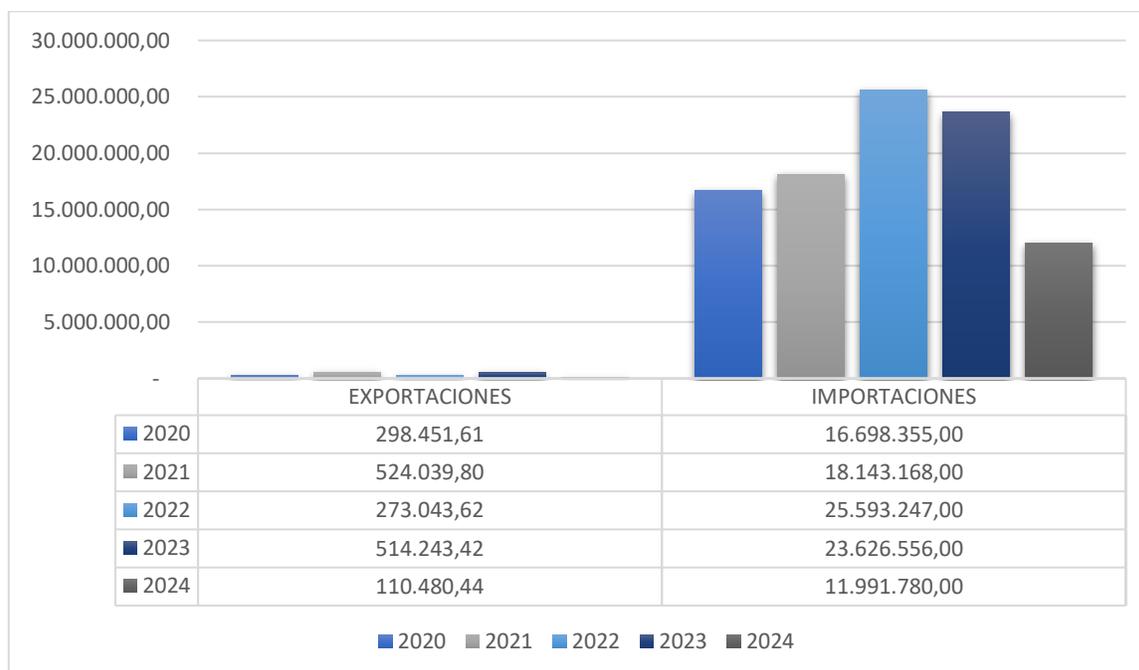
Produce una parte de su materia prima (Uva moscatel de Alejandría) en su viñedo y también adquiere materia prima de otros productores de uva, para poder elaborar este producto se hace fermentar la uva y se destila, para así poder crear un producto de buena calidad.

2.2. Información y Datos Obtenidos

2.2.1. Exportaciones e importación de bebidas alcohólicas en los últimos 4 años

Graficas 1 Exportación de bebidas alcohólicas

(Valor en dólares americanos)

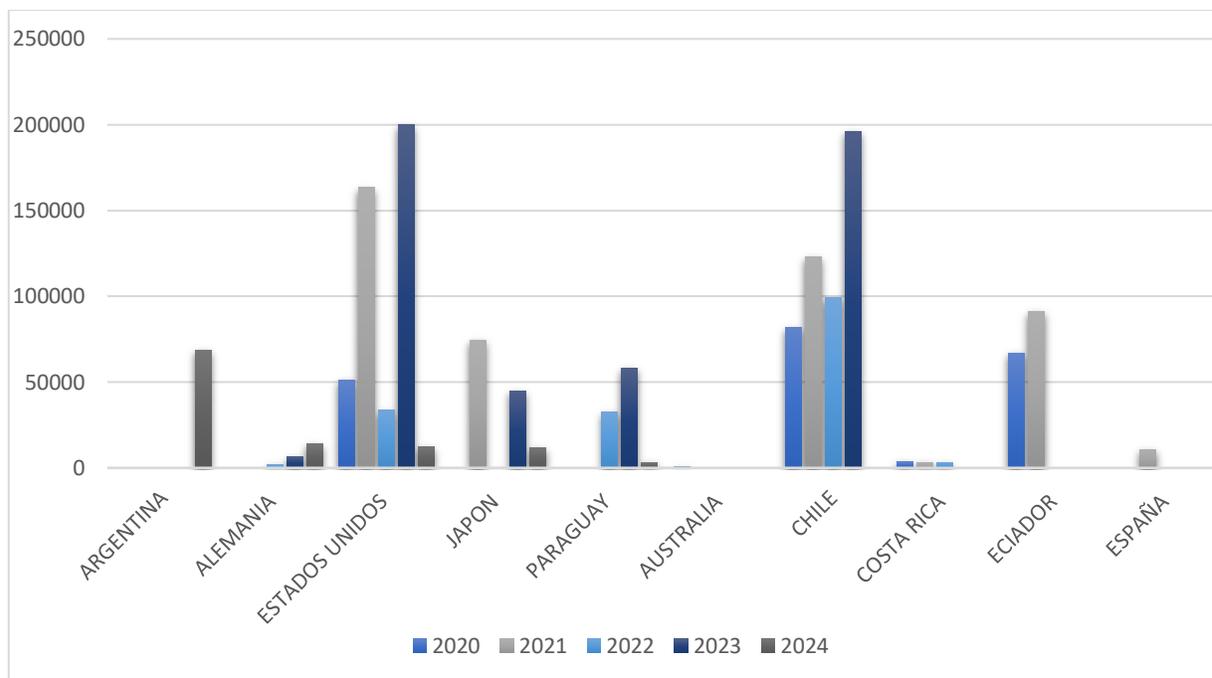


Fuente: Sistema integrado de información productiva

Los datos de la tabla anterior muestran que en los últimos cuatro años Bolivia ha registrado un déficit en las exportaciones de bebidas alcohólicas, ya que las importaciones han superado a las exportaciones. Esto ha impactado los recursos financieros disponibles para actividades de desarrollo y el crecimiento económico del país.

Graficas 2 Países a los cuales Bolivia exporta bebidas alcohólicas

(Valor en dólares americanos)



Fuente: Sistema integrado de información productiva

Tabla 1 Países a los cuales Bolivia exporta bebidas alcohólicas

(valor en dólares americanos)

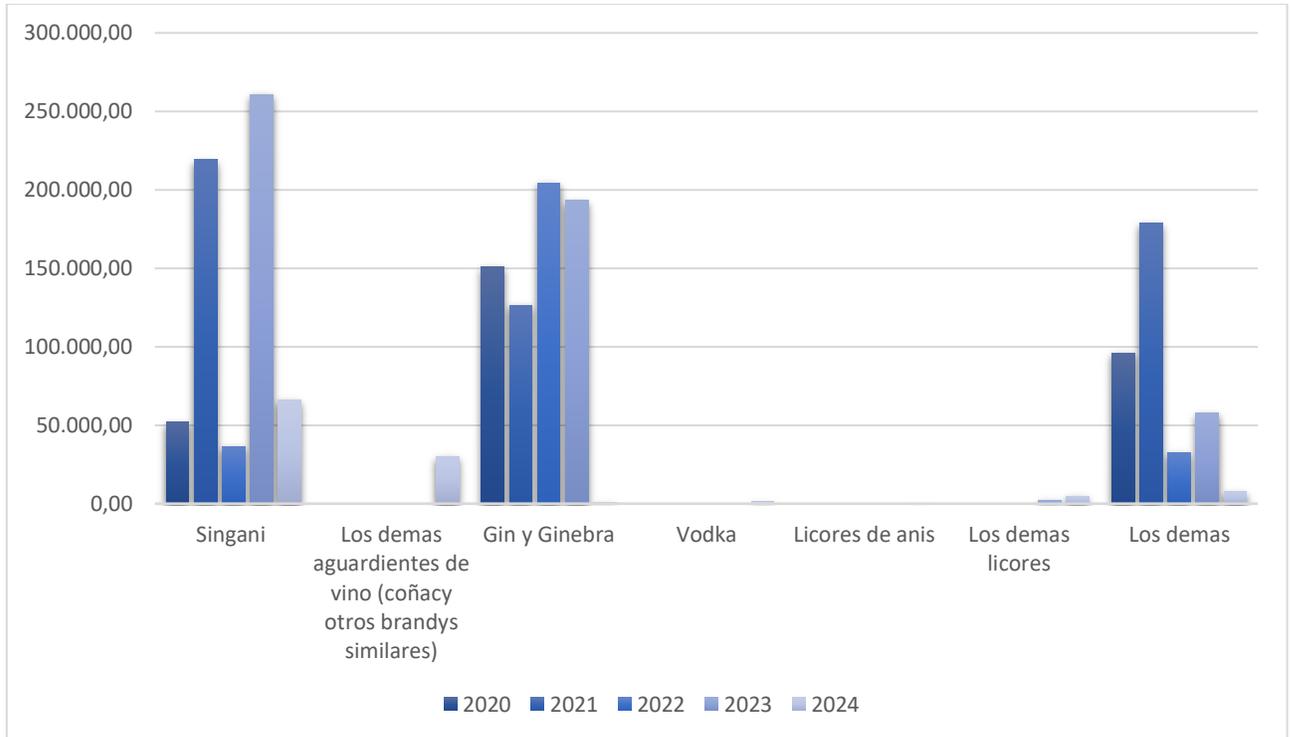
PAISES	2020	2021	2022	2023	2024
ARGENTINA					68.812,20
ALEMANIA			2.040,20	6.787,20	13995
ESTADOS UNIDOS	51.080,30	163.272,20	33.552,00	199.920,00	12522
JAPON		74.550,80	258,5	44.969,40	11814
PARAGUAY			32.438,40	58.041,80	3337,2
AUSTRALIA	816				
CHILE	81.900,00	123.168,60	99.000,00	196.020,00	
COSTA RICA	3.606,10	3.078,00	3.150,00		
ECUADOR	66.968,00	90.858,20			
ESPAÑA		10.694,20			

Fuente: Elaboración propia en base de datos del sistema integrado de información productiva, 2024.

De acuerdo a los datos mostrados en el gráfico y la tabla, los principales mercados en los últimos cuatro años de exportación de bebidas alcohólicas son: Argentina, Alemania, Estados Unidos, Japón, Paraguay, Australia, Chile, Costa Rica, Ecuador, España que simbolizan una cantidad de dinero para Bolivia.

Graficas 3 Productos exportados por Bolivia en bebidas alcohólicas

(Valor en dólares americanos)



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos del sistema integrado de información productiva.

Tabla 2 Productos exportados por Bolivia en bebidas alcohólicas

(Valor FOB expresado en dólares)

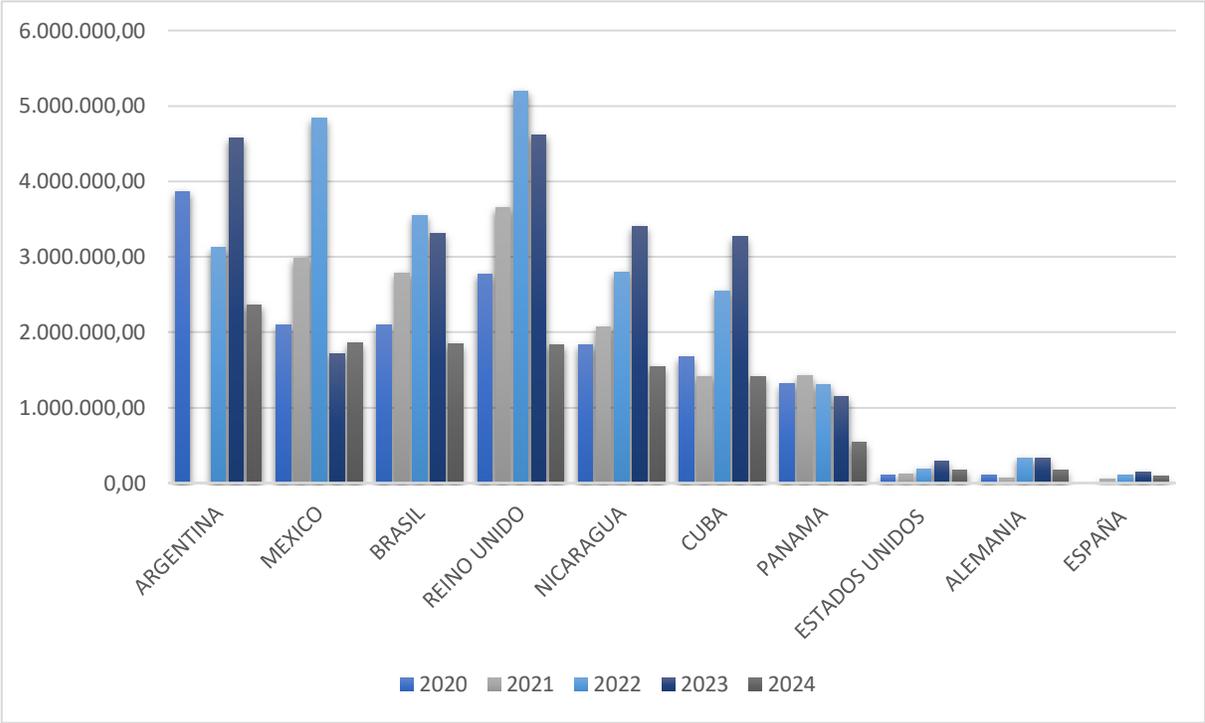
Código	Producto	2020	2021	2022	2023	2024
2208.20.22.00	Singani	51.896,29	219.094,98	36.305,22	260.766,62	66.178,55
2208.20.29.00	Los demás aguardientes de vino (coñac otros brandis similares)					29.849,47
2208.50.00.00	Gin y Ginebra	150.756,12	126.246,60	204.300,00	193.185,00	832,00
2208.60.00.00	Vodka					1.197,13
2208.70.10.00	Licores de anís					141,13
2208.70.90.00	Los demás licores				2.250,00	4.765,76
2208.90.90.00	Los demás, alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas	95.799,20	178.698,22	32.438,40	58.041,80	7.657,53

Fuente: Sistema integrado de información productiva.

En este gráfico y tabla nos muestra los productos más exportados de Bolivia son: Singani, los demás aguardientes de vino (coñac otros brandis similares), Gin y Ginebra, Vodka, licores de anís, los demás licores, os demás, alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico

volumétrico inferior al 80% vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas que ayudan a la economía del país.

**Graficas 4 Países de los cuales Bolivia importa bebidas alcohólicas
(Valor FOB expresado en dólares)**



Fuente: Sistema Integrado de Información Productiva

Tabla 3 Países de los cuales Bolivia importa bebidas alcohólicas

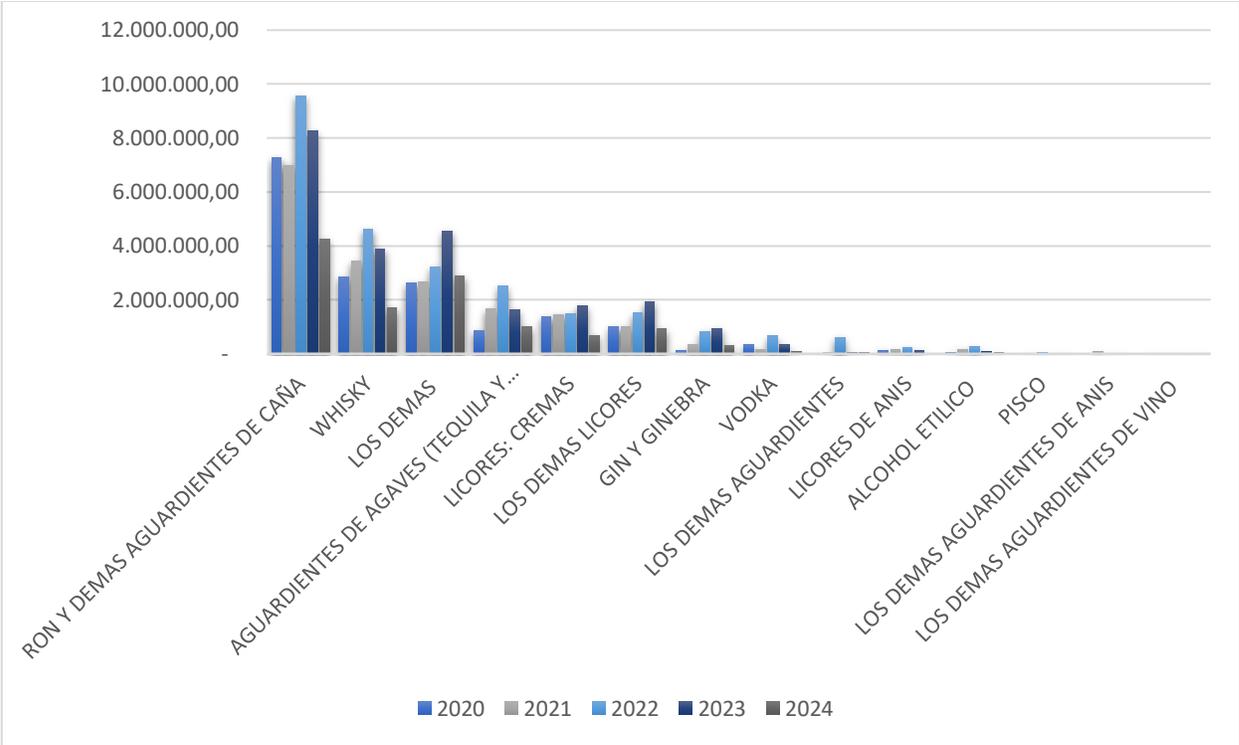
(Valor FOB expresado en dólares)

PAISES	2020	2021	2022	2023	2024
ARGENTINA	3.864.175,00	2850,798,00	3.119.856,00	4.569.446,00	2.358.970,00
MEXICO	2.101.938,00	2.982.153,00	4.835.466,00	1.717.930,00	1.857.742,00
BRASIL	2.094.179,00	2.787.808,00	3.546.031,00	3.305.200,00	1.848.009,00
REINO UNIDO	2.774.531,00	3.651.400,00	5.193.232,00	4.620.038,00	1.836.975,00
NICARAGUA	1.829.103,00	2.066.431,00	2.800.208,00	3.397.020,00	1.547.489,00
CUBA	1.670.383,00	1.409.509,00	2.546.264,00	3.264.538,00	1.413.654,00
PANAMA	1.312.730,00	1.429.152,00	1.308.074,00	1.147.609,00	544.797,00
ESTADOS UNIDOS	101.730,00	116.939,00	187.783,00	284.533,00	166.332,00
ALEMANIA	106.403,00	61.798,00	334.700,00	333.466,00	165.602,00
ESPAÑA		56.479,00	101.266,00	148.636,00	88.101,00

Fuente: Sistema Integrado de Información Productiva.

De acuerdo a los datos mostrados en el gráfico y la tabla, los principales países de los cuales Bolivia importa bebidas alcohólicas son: Argentina, México, Brasil, Reino Unido, Nicaragua, Cuba, Panamá, Estados Unidos, Alemania y España.

Graficas 5 Productos importados por Bolivia en bebidas alcohólicas
(Valor FOB en dólares)



Fuente: Sistema Integrado de Información Productiva.

Tabla 4 Productos importados por Bolivia en bebidas alcohólicas

(Valor FOB en dólares)

CODIGO ARANCELARIO	PRODUCTO	2020	2021	2022	2023	2024
2208.40.00.00	Ron y demás aguardientes de caña	7.276.925,00	6.977.249,00	9.556.900,00	8.255.605,00	4.263.994,00
2208.30.00.00	Whisky	2.864.849,00	3.443.731,00	4.630.707,00	3.878.445,00	1.705.384,00
2208.90.90.00	Los demás, alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas	2.644.178,00	2.657.075,00	3.223.099,00	4.540.973,00	2.902.106,00
2208.90.20.00	Aguardientes de agaves (tequila y similares)	871.296,00	1.675.214,00	2.522.764,00	1.637.391,00	1.007.358,00
2208.70.20.00	Licores: cremas	1.388.223,00	1.454.173,00	1.498.744,00	1.792.182,00	689.968,00
2208.70.90.00	Los demás licores	1.009.306,00	1.014.023,00	1.504.730,00	1.937.632,00	928.952,00
2208.50.00.00	Gin y ginebra	117.626,00	329.932,00	832.971,00	940.345,00	311.236,00
2208.60.00.00	Vodka	334.466,00	170.436,00	660.428,00	333.037,00	78.982,00
2208.90.49.00	Los demás aguardientes	11.842,00	53.030,00	606.889,00	65.341,00	41.897,00
2208.70.10.00	Licores de anís	116.504,00	140.806,00	240.646,00	121.671,00	

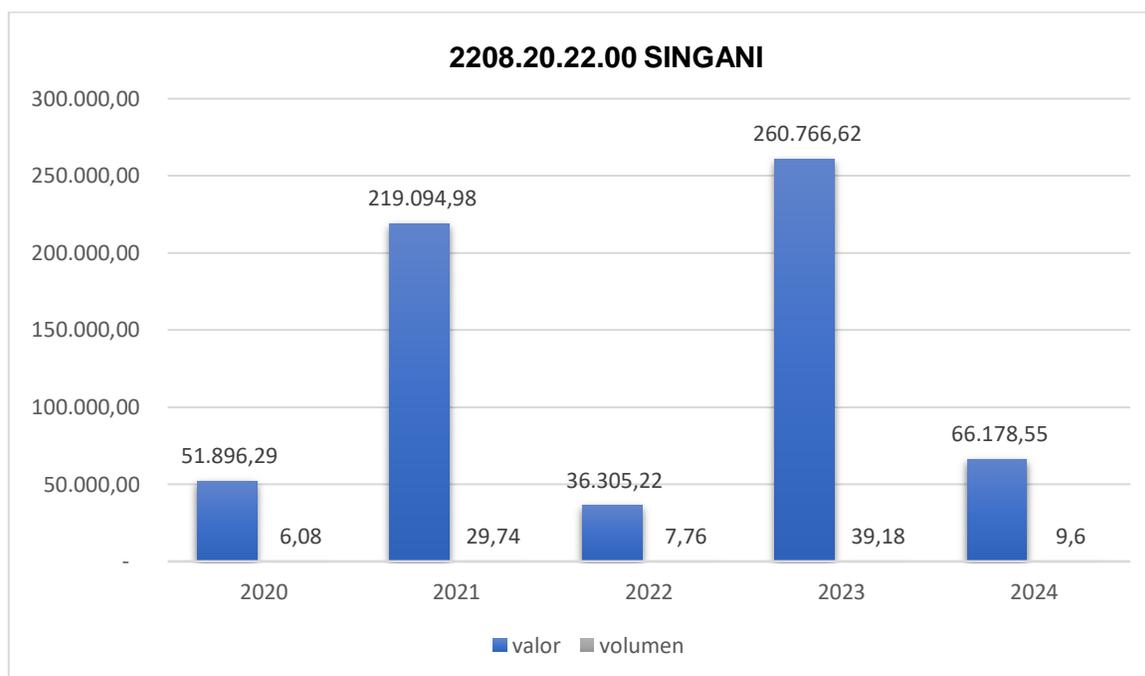
2208.90.10.00	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol.	44.765,00	156.200,00	252.459,00	70.015,00	41.506,00
2208.20.21.00	Pisco		1.314,00	41.226,00	21.689,00	16.027,00
2208.90.42.00	Los demás aguardientes de anís		69.076,00	2.740,00	4.221,00	
2208.20.29.00	Los demás aguardientes de vino (coñac y otros brandis similares)	18.375,00	909,00	18.944,00	28.009,00	4.370,00

Elaboración propia en base a datos obtenidos del sistema integrado de información productiva, 2024.

De acuerdo al gráfico y tabla realizados nos proporcionan una visión clara de la dinámica comercial de Bolivia en el sector de bebidas alcohólicas. De manera evidente, se observa que Bolivia realiza un volumen significativamente mayor de importaciones en comparación con sus exportaciones en esta categoría. Esta tendencia sugiere que el mercado interno boliviano depende en gran medida de productos alcohólicos importados para satisfacer la demanda de los consumidores, lo que podría estar relacionado con factores como la preferencia por marcas extranjeras, la limitada producción nacional, o la falta de competitividad en el ámbito internacional por parte de los productores locales.

2.2.2. Exportación de Singani

Graficas 6 exportación de singani boliviano
(Valor en dólares y volumen en toneladas)



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos del sistema integrado de información productiva.

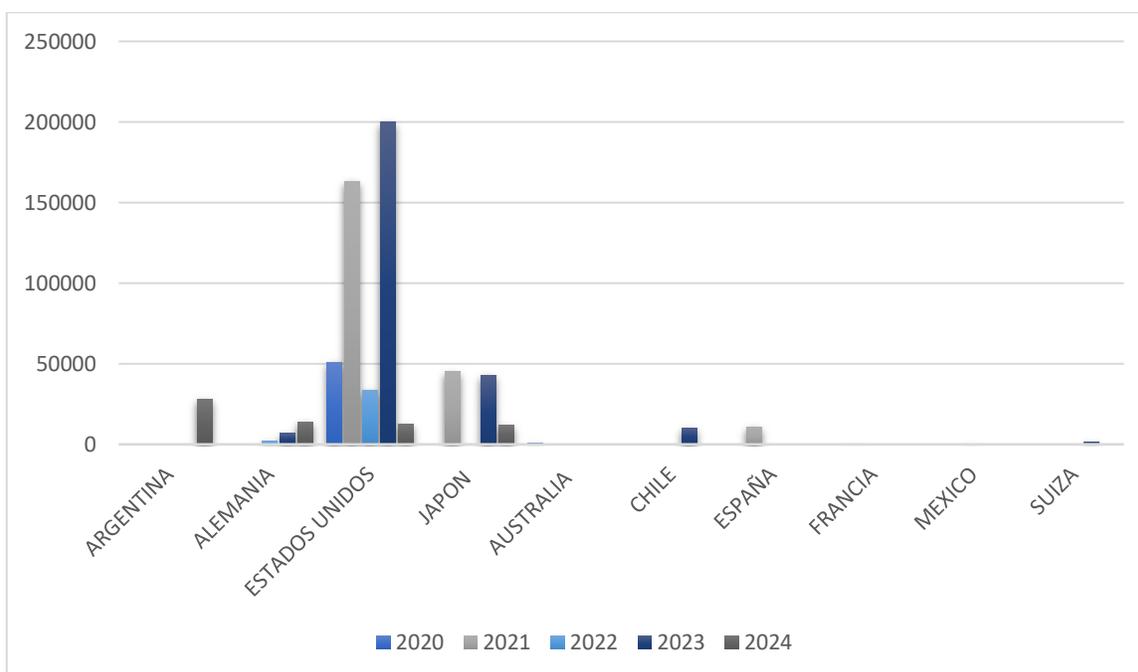
Tabla 5 exportación de singani boliviano
(Valor en dólares y volumen en toneladas)

GESTIÓN	VALOR	VOLUMEN
2020	51.896,29	6,08
2021	219.094,98	29,74
2022	36.305,22	7,76
2023	260.766,62	39,18
2024	66.178,55	9,6

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos del sistema integrado de información productiva, 2024.

Graficas 7 Países a los cuales Bolivia exporta singani

(Valor en dólares)



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos del sistema integrado de información productiva, 2024.

Tabla 6 Países a los cuales Bolivia exporta singani

(Valor en dólares)

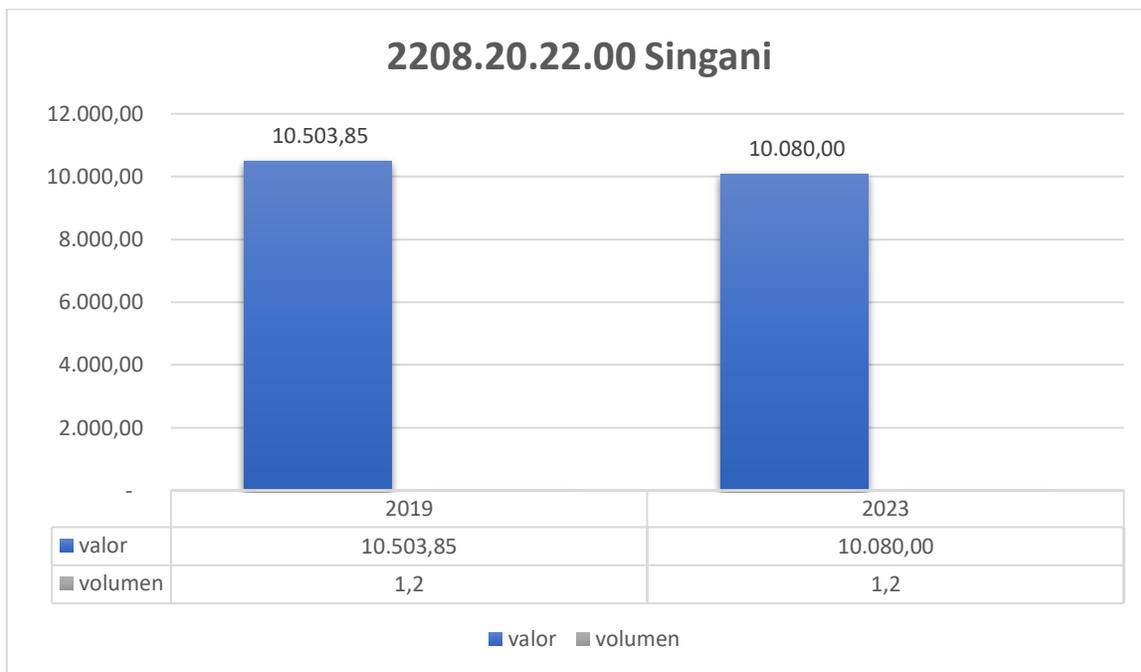
PAISES	2020	2021	2022	2023	2024
ARGENTINA					27.847,55
ALEMANIA			2.040,24	6.787,20	13.995,00
ESTADOS UNIDOS	51.080,29	163.272,16	33.552,00	199.919,99	12.522,00
JAPON		45.030,00	258,48	42.719,43	11.814,00
AUSTRALIA	816,00				
CHILE				10.080,00	
ESPAÑA		10.694,22			
FRANCIA		97,80			
MEXICO			454,50		
SUIZA				1.260,00	

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos del sistema integrado de información productiva, 2024.

2.2.3. Exportación de singani a los países elegidos para el análisis

Graficas 8 Exportación de singani a Chile

(Valor en dólares y volumen en toneladas)

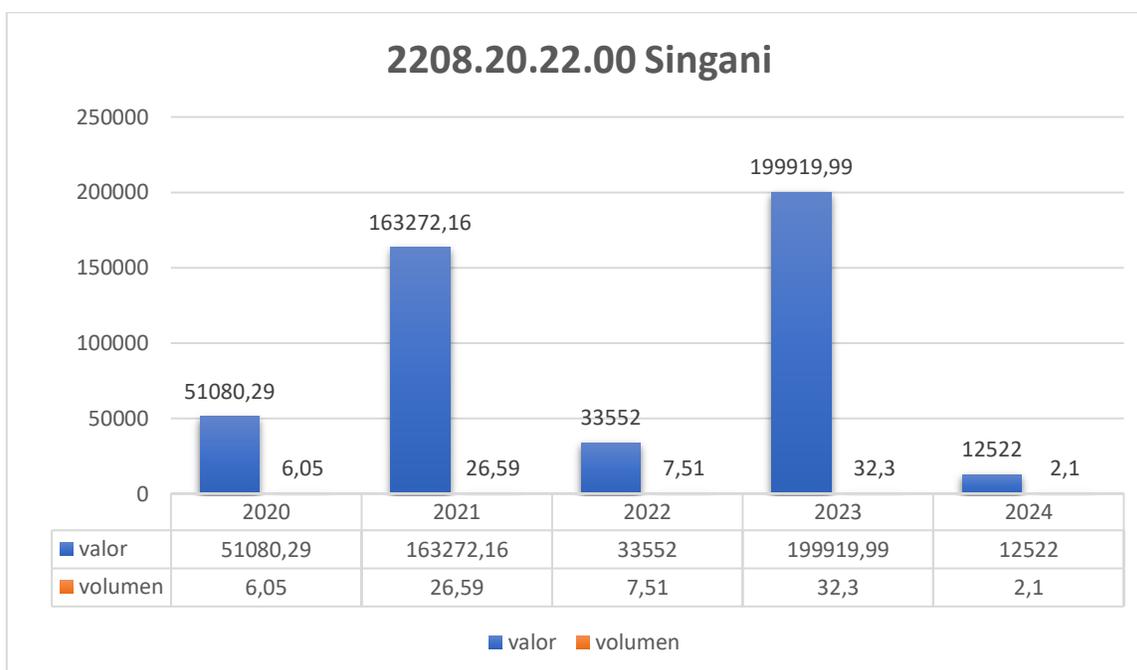


Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos del sistema integrado de información productiva.

En la gráfica y tabla presentadas, se puede observar que Chile actúa como importador de este producto, aunque en volúmenes relativamente pequeños. Es importante destacar que el departamento de Tarija es el principal exportador de este producto hacia el mercado chileno, lo que subraya su relevancia en la cadena de suministro y en las relaciones comerciales entre ambas regiones.

Graficas 9 Exportación de singani a Estados Unidos

(Valor en dólares y volumen en toneladas)



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos del sistema integrado de información productiva.

De acuerdo con los datos presentados en la gráfica y la tabla, se puede observar que Estados Unidos ha sido el principal importador de singani en los últimos años. Este país ha demostrado un creciente interés en el producto, consolidándose como el mercado más importante para nuestras exportaciones de singani durante este período. Este aumento en la demanda subraya la creciente popularidad del singani en mercados internacionales y resalta la importancia estratégica de Estados Unidos como socio comercial clave en la industria del singani.

2.2.4. Producción de Singani en Bolivia

Tabla 7 Producción de singani Boliviano en el año 2022

Producto	Unidad de medida	Año 2022
Singani	Litros	6.000.000

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Ministerio de Relaciones Exteriores

De acuerdo al dato mostrado en la tabla, la producción de singani para la exportación es de 6.000.000 millones a nivel Bolivia para las exportaciones de singani boliviano. Este producto ya está siendo exportado del departamento de Tarija, por este motivo Camargo que es uno de los productores más grandes de vino y singani al igual que La Paz y Potosí, quiere hacer crecer su economía tanto para el país como para el municipio.

2.2.5. Producción de Singani Bodegas La Dorada

Tabla 8 Producción de singani de Bodega “La Dorada”

Producto	Unidad de medida	2020	2021	2022	2023
Singani	Litros	3.000	3.500	4.000	4.000

Fuente: Elaboración Propia en base datos obtenidos de estadísticas de Bodega La Dorada

En esta tabla podemos observar el crecimiento de producción del singani de bodega la dorada del municipio de Camargo en estos 3 años, ya que por la pandemia hubo un déficit de ventas para este producto, teniendo un superávit en ventas el 2023 por el Día de la tradición Camargueña y FENAVIT.

2.2.6. Bolivia en el mercado

2.2.6.1. Bolivia en el mercado del Perú

Debido a los nexos culturales que Bolivia y Perú poseen ambos países tienen acuerdo mutuos desde la Confederación Perú-boliviana, es más fácil entender a los consumidores del Perú y poder ingresar a su mercado. Para Bolivia es importante engranar con este país en todo aspecto, debido a que Perú le puede otorgar una salida al océano Pacífico para poder sacar sus productos con más facilidad convirtiendo al mercado boliviano en un mercado competitivo a nivel mundial.

Varios aspectos hacen que Bolivia como Perú se vean afectados en su economía y son: el narcotráfico y el contrabando. Que al darse estos de manera mutua causan que ambos pierdan dinero de la misma manera. Esto debería ser analizado dentro de las políticas de administración de ambos países. Pese a todo lo mencionado el mercado del Perú podría ser muy atractivo a la producción boliviana debido a dos aspectos importantes: la distancia entre Bolivia y Perú es corta favoreciendo al transporte otro es el pago de aranceles lo que significa que el producto boliviano se vuelve más competitivo dentro del mercado peruano.

Cuadro 1 Ficha Técnica de Singani para Perú

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Producto	Singani de 75ml
Partida Arancelaria	2208.20.22.00
Materia prima	Uva
Tipo de producto	Tradicional
Capacidad de producción en Bolivia	6,000,000
Gravamen arancelario	0%
Precio unitario	7,24 USD

A photograph of a clear glass bottle of Singani wine on a bar counter. The bottle has a white label with a gold crest and the text 'La Dorada SINGANI'. The background shows a blurred bar setting with other bottles and a person's hands.

Fuente: Elaboración Propia

Este cuadro nos muestra nuestro producto por el cual estamos elaborando este análisis, su partida arancelaria, su preferencia arancelaria en dicho país.

2.2.6.2. Bolivia en el Mercado de Chile

Bolivia goza de un acuerdo económico con Chile (ACE 22) que beneficia a ambos países en la exportación libre de aranceles en más de 300 productos, entre agrícolas, textiles e industriales. Con la firma del tratado de paz y amistad de 1904 que otorgaba a Bolivia libre tránsito para los productos bolivianos por los puertos chilenos, a cambio de ceder el territorio del Litoral. Desde ese momento Chile se convirtió en un pilar fundamental para el comercio (importaciones y exportaciones) de Bolivia.

Lamentablemente, en los últimos años Bolivia tiene un saldo negativo con Chile, debido a que Chile exporta más productos (gracias a su capacidad industrial), de los que Bolivia puede exportar hacia Chile, volviendo a Bolivia no competitiva en relación con Chile.

Cuadro 2 Ficha Técnica de Singani para Chile

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Producto	Singani de 75ml
Partida Arancelaria	2208.20.22.00
Materia prima	Uva
Tipo de producto	Tradicional
Capacidad de producción en Bolivia	6,000,000
Gravamen arancelario	0%
Precio unitario	7,24 USD



Fuente: Elaboración Propia

Este cuadro nos muestra nuestro producto por el cual estamos elaborando este análisis, su partida arancelaria, su preferencia arancelaria en dicho país.

2.2.6.3. Bolivia en el Mercado de Brasil

Al firmar el acuerdo Bolivia- Mercosur (ACE N°36), todos los miembros de este acuerdo se benefician con el libre tránsito de una cantidad significativa de bienes y servicios para Bolivia.

Cuadro 3 Ficha Técnica de Singani para Brasil

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Producto	Singani de 75ml
Partida Arancelaria	2208.20.22.00
Materia prima	Uva
Tipo de producto	Tradicional
Capacidad de producción en Bolivia	6,000,000
Gravamen arancelario	0%
Precio unitario	7,24 USD



Fuente: Elaboración Propia

Este cuadro nos muestra nuestro producto por el cual estamos elaborando este análisis, su partida arancelaria, su preferencia arancelaria en dicho país.

2.2.6.4. Bolivia y el Mercado de los Estados Unidos

Bolivia goza de muchos beneficios en el mercado estadounidense, ya que éste último otorga preferencias arancelarias a todos los productos de origen boliviano. La preferencia actual con la que goza Bolivia es: Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), fue instituido el 1 de enero de 1976 actualizándose el 31 de diciembre de 2017, el cual se extiende hasta la fecha. Permitiéndole aumentar la cantidad de sus exportaciones y poder ingresar nuevos productos volviendo a la industria boliviana más competitiva.

Cuadro 4 Ficha Técnica de Singani para Estados Unidos

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Producto	Singani de 75ml
Partida Arancelaria	2208.20.22.00
Materia Prima	Uva
Tipo De Producto	Tradicional
Capacidad de Producción En Bolivia	6,000,000
Gravamen Arancelario	0%
Precio Unitario	7,24 USD

A photograph of a clear glass bottle of Singani wine on a bar counter. The bottle has a white label with a yellow crest and the text 'La Dorada SINGANI'. In the background, other bottles and a person are visible, suggesting a bar or restaurant setting.

Fuente: Elaboración Propia

Este cuadro nos muestra nuestro producto por el cual estamos elaborando este análisis, su partida arancelaria, su preferencia arancelaria en dicho país.

Analizaremos el mercado de Estados Unidos porque podemos observar que de los 4 países estudiados Estados Unidos es el más factible para poder exportar nuestro producto.

2.2.6.4.1. Mercado Estados Unidos

La realización de un perfil de exportación sirve para brindar a las empresas la información necesaria sobre los compradores y los competidores, y poder ingresar a un mercado distinto al nacional. Por esto se realizan estudios donde se desarrollan todos estos aspectos.

Los principales beneficios de un perfil de mercado son los siguientes:

- Alertar a los exportadores sobre las oportunidades de negocio.
- Mejorar las relaciones y estimular el diálogo con la comunidad empresarial local.
- Formar al personal en técnicas de investigación de mercados y adquisición de experiencia para un producto específico.
- Utilizar la metodología empleada en los perfiles de mercado como terreno de prueba para mejorar la cooperación con los asesores de comercio nacional ubicados en el exterior.
- Organizar y fomentar debates sobre producto y mercados específicos con la comunidad local de negocios.

Es por esta razón que se desarrolló un diagnóstico extenso donde se estudió cada mercado al cual se piensa exportar, el que otorga beneficios a Bolivia al momento de ingresar a su país de manera libre sin pago de aranceles. Se estudió todos los aspectos que influyen en las exportaciones e importaciones, su economía y finanzas las que demuestran el estado económico del país al que se quiere exportar.

Se desarrollará basándose en lo anteriormente mencionado el estudio del mercado del Singani de Bodegas “La Dorada” para los mercados de Estados Unidos, Perú, Chile y Brasil.

Ya que la economía de Estados Unidos se recupera poco a poco. Ya que a las personas de este país les gusta productos de buena calidad, son personas curiosas al momento de adquirir y consumir nuevos productos, es por esta razón que las personas empezaron a exportar este producto de Bolivia.

Por último, los compradores de artículos de lujo buscan experiencias y pueden impulsar el Singani. Este grupo usualmente ve el Singani como un lujo en acontecimientos especiales y

por ser productos hechos con ingredientes naturales que también es muy bueno para la salud si no se toma en exceso.

2.2.6.4.2. Tendencias en la industria y su comportamiento

Se señala que en el mercado de Estados Unidos se consume el singani en ocasiones especiales como bares, comidas familiares, aniversarios.

Estados Unidos no solo exporta singani de Bolivia sino otros productos similares a este producto como el vino, por eso Bolivia quiere promocionar otros productos ya que es rico en materia prima.

El singani en la actualidad no es un producto de consumo inmediato como tal. también es utilizado en la gastronomía.

2.2.6.4.3. Acceso al Mercado de Estados Unidos

Bolivia goza de un SGP con Estados Unidos que le otorga rebajas arancelarias, Todos los productos que se exportan a ese país deben ser cultivados, extraídos del suelo, cosechados o fabricados en territorio boliviano. El SGP beneficia a 4.881 productos entre bienes agrícolas e industriales, dentro de los mismos se encuentra el singani de 750ml.

2.2.6.4.4. Formas De Operar en Estados Unidos

Son cuatro las maneras para ingresar al mercado norte americano:

- **Mediante agentes:** Los cuales se encargarán del pedido, la exportación, los documentos necesarios para poder operar en ese país y la distribución.
- **Distribuidores:** Se debe buscar una empresa establecida en Estados Unidos, la que se dedique a la distribución de todo producto exportado a Estados Unidos y sobre todo que tenga experiencia.
- **Subsidiaria comercial:** Cuando la empresa ya tiene un tiempo exportando y sobre todo sus ventas aumentan en cantidades significativas necesitan una subsidiaria comercial para cubrir los factores económicos, logísticos y legales de manera óptima.
- **venta directa:** La empresa debe contar con una comercializadora o distribuidora en el país de destino y pueda comercializar su producto directamente al consumidor.

2.2.6.4.5. Costos

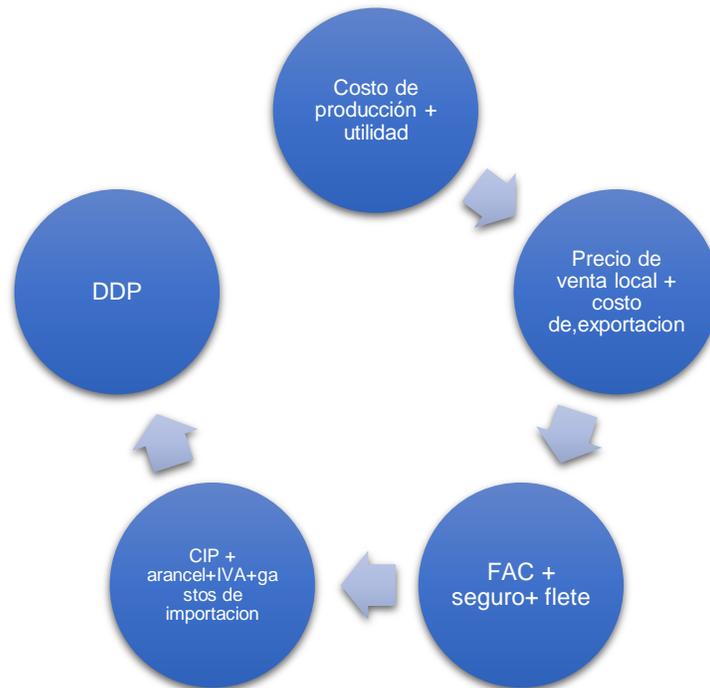
Existen dos formas de establecer el precio en país destino:

2.2.6.4.6. Costing

Se basa en conocer los costos totales del producto, agregar una utilidad deseada y, así se obtiene el precio de venta. Se parte de los costos para determinar el Precio, es decir; se suman todos los costos que la empresa tendrá y el resultado se coloca como base para la venta en el mercado de destino del producto.

Para determinar el precio de exportación según este método es el siguiente:

Esquema 1 Determinación del precio Costing



Fuente: Elaboración propia con base a ProMéxico

- a) **Costo de producción:** Es una estimación de todos los gastos que se realizan dentro del área de producción de la empresa para elaborar un producto. Entre estos tenemos la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.
- b) **Utilidad:** Es el provecho que se saca al valor de un bien.

- c) **Costos de exportación:** Son todos aquellos gastos que se realizan en el país de origen, entre estos se pueden citar:
- Embalaje.
 - Carga en almacén de salida.
 - Envío al puerto o zona de descarga.
 - Trámites en la aduana de exportación.
- d) **Seguro:** Es un mecanismo que protege al exportador contra cualquier riesgo que exista en el comercio internacional, permitiéndole que se pueda resarcir del daño causado por determinados accidentes que impidan la entrega del producto según contrato con los importadores.
- e) **Flete:** Se refiere al costo que se realiza por el transporte de una mercadería de un país de origen a un país destino.
- f) **Arancel:** Es un impuesto o gravamen que se aplica a los bienes que ingresan a un país determinado (importados).
- g) **IVA:** El impuesto al valor agregado, es un impuesto que se paga sobre el valor añadido de un producto, después de su producción y al momento de su venta.
- h) **Gastos de importación:** Son los costos de los productos que están ingresando al país de destino, entre esos tenemos:
- Gastos de aduana.
 - Gastos de embarque.
 - Los canales de distribución, después del DDP (el máximo de obligaciones para el vendedor). Tendrá diferentes precios, debido a que cada uno determinará sus propias utilidades.

2.2.6.4.7. Pricing

Es la técnica consiste en determinar el precio de venta con base a un precio definido en el mercado. Partiendo de ello. Realiza un retroceso de gastos a efecto de identificar la utilidad que el mercado permita. Resulta de comparar los costos de la empresa exportadora con el precio del producto puesto en fabrica, se obtiene de restar los gastos correspondientes al precio de referencia en el mercado.

2.2.6.4.8. Documentos de Exportación

Según los datos de la Cámara de Exportadores de Chuquisaca, para exportar un producto a Estados Unidos se requiere de:

- **Factura comercial:** La misma que no está sujeta a régimen tributario interno, le permite declarar el valor y el contenido de la mercancía. Esta debe contener.
 - NIT, alfanumérico, el número de orden a la factura dosificada
 - Lugar y fecha de emisión.
 - Información general de la empresa exportadora.
 - Información general de la empresa importadora.
 - Medio de transporte.
 - INCOTERMS acordados.
 - Forma de pago acordado.
 - Partida arancelaria del producto.
 - Detalle y la cantidad de la mercancía.
 - Valor unitario y total de la mercancía.
 - Firma del exportador y sello de la empresa.
 - Se debe establecer el desglose del valor en frontera, que debe incluir el flete al interior del país, según normativa aduanera.

Si se desea la devolución de Impuestos por la exportación la empresa deberá dosificar por el Sistema de Impuestos Nacionales (SIN), la misma que le brinda un código alfa numérico, el cual sirve para hacer seguimiento a las exportaciones.

- **Lista de empaque:** Es elaborado por el exportador con detalle específico. Esta lista debe tener relación con la factura comercial con la misma numeración y así será útil para que el funcionario de aduanas pueda verificar la exportación. Los datos que este documento debe contener son los siguiente:
 - Número de factura comercial.
 - Lugar y fecha de emisión.
 - Información general de la empresa exportadora.
 - Información general del importador.
 - Partidas arancelarias.

- Cantidad total, contenido, peso neto y bruto.
- Cantidad de cajas contenidas en el embarque.
- Descripción del embalaje.
- Marcas y tallas de la mercancía.
- Firma del exportador y sello de la empresa.
- **Declaración Única de Exportación (DUEX):** Es una declaración jurada donde el exportador certifica que todas las mercancías las que están en la factura comercial. Este se debe realizar a través del SUMA, el cual facilita el proceso de exportación, de manera que todos los que quieran exportar puedan obtener le DUE por internet. (Gestiopolis,2004)
- **Certificado de Origen SGP:** Para que las mercancías puedan certificar su origen y beneficiarse del SGP deben cumplir con los requisitos mencionados anteriormente.
- **Certificado de Inocuidad Alimentaria:** En este caso para el singani este es un documento que no debe faltar. Es que es emitido por SENASAG, para que este certificado pueda ser emitido se debe tener el certificado de Registro Sanitario, el mismo que se otorga a todas las empresas alimenticias.

Para obtener este certificado se requiere de:

- Carta de solicitud de registro dirigida al jefe Distrital del SENASAG.
- Nombre o razón social de la empresa.
- Croquis de ubicación de la empresa.
- Capacidad productiva por mes.
- Nombre y marca del producto de la empresa.
- Refacción de ingredientes aditivos, identificados por su nombre genérico y su referencia numérica internacional.
- Muestra de etiqueta por producto.
- Tiempo de almacenamiento que garantice la vida útil del producto, en condiciones normales de conservación y almacenamiento.
- Deposito en cuenta del SENASAG.

Según datos de Cámara forestal de Bolivia,2016 en su nuevo comunicado se mencionan los siguientes costos para toda la documentación que se debe realizar por SENAVEX.

Tabla 9 Costos por emisión de Certificado de Origen

PROCESO	DESCRIPCIÓN	VENTA CERTIFICADO	EMISIÓN	TARIFA TOTAL SERVICIO DE EMISIÓN DE C.O. (BS)
Emisión de certificado de origen	Exportaciones según valor FOB entre 0 – 750	70,00	50	120
	Exportaciones según FOB entre 751 – 10.000	70,00	158	228
	Exportaciones según valor FOB entre 10.001 – 50.000	70,00	266	336
	Exportaciones según valor FOB entre 50.001 – 100.000	70,00	374	444
	Exportaciones según valor FOB entre 100.001 en adelante	70,00	506	576
	Reemplazo de Certificados de Origen	70,00	266	336

Fuente: Cámara forestal de Bolivia, 2016

El certificado de origen se debe realizar para cada producto exportado. De acuerdo al precio, es decir, si se exportara más de un tipo de Singani, se deberá realizar la compra de este certificado por cada uno de estos, también se los realizan de acuerdo el valor a ser exportado.

Todos estos costos, son por servicios que el Servicio Nacional de Verificación de Exportación (SENAVEX) realiza y con lo que todo exportador debe contar.

tabla 10 Costos de servicios convexos

PROCESO	DESCRIPCIÓN	Tarifa del servicio (Bs)
Registro Único de Exportadores	Asociaciones, Fundaciones, Cooperativas, Organizaciones de pequeños productores, Organizaciones no gubernamentales, Empresas o Administración Pública, Empresa Unipersonal o Persona Natural	140
	Sociedades Comerciales	180
Declaración Jurada de Origen	Acuerdo o preferencia arancelaria revisada	80
Emisión Certificado SUCRE	Exportaciones según valor FOB Menor a USD 50.000	300
	Exportaciones según valor FOB Mayor a USD 50.000	550
Servicios varios	Impresiones de C.O.	5
	Impresiones de Docs.	5
	Impresiones de DUE.	5
	Legalización RUEX	100
	Legalización C.O.	100
	Legalización Factura Comercial	150
	Centro Público	60
	Sellados Doc. de Exportaciones (Mayor a 50000)	50
Sellados Doc. de Exportaciones (Menor a 50000)	25	

Fuente: Cámara forestal de Bolivia, 2016

Así también y según Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, para ingresar al mercado norteamericano se necesitan de varios requisitos, los que son medidas no arancelarias:

- **Ley contra el bioterrorismo (United States InterAmerican Community Affairs, 2015):** Todos los productos que entran a los Estados Unidos están obligados a cumplir con la Ley contra el Bioterrorismo. Esta ley protege la producción, distribución y venta de alimentos de origen norteamericano e importados en contra de posibles atentados terroristas, para cumplir con este requisito se precisa de los siguientes pasos:
- **Registro de instalaciones alimenticias (Food facility registration).** Las Instalaciones donde se fabriquen, procesen, envasen o almacenen alimentos para consumo humano o animal que serán comercializados dentro de los Estados Unidos deberán registrarse ante la Administración de Alimentos y Medicamentos (Food and Drug Administration FDA).

El registro de la instalación ante la FDA debe ser efectuada por el propietario, operador o agente a cargo de la fábrica. El documento para este registro necesita contener la siguiente información:

- Nombre de la instalación, dirección, número de teléfonos, correo electrónico.
- Nombre de la casa matriz, si la empresa es una subsidiaria.
- Nombre, dirección, teléfono y correo electrónico del propietario, operador o agente a cargo de la instalación.
- Nombre, dirección, teléfono y correo postal del agente en Estados Unidos.
- Los nombres comerciales que use la instalación.
- Categoría de los productos alimenticios.
- Declaración de que la información proporcionada es verdadera y que la persona que envía el registro está autorizada a hacerlo.
- **Notificación previa de alimentos importados (Prior notice).**

La Ley contra el Bioterrorismo exige que la FDA reciba notificación previa de los alimentos importados a los Estados Unidos desde diciembre del 2003. Buena parte de la información requerida por la notificación previa es usualmente proporcionada por los importadores o brókeres al servicio de Aduanas de los Estados Unidos (Bureau of Customs and Border Protection CBP).

Sin embargo, la ley exige que esta información sea proporcionada también a la FDA antes del arribo de los alimentos a los Estados Unidos. La FDA usará esta Información para revisar, evaluar y juzgar la información antes de que el alimento arribe a puerto estadounidense.

La notificación previa debe ser recibida y confirmada electrónicamente por la FDA no más de 15 días antes del arribo y no menos del tiempo especificado según los modos de transporte utilizado, como se indica: 2 horas antes del arribo por vía terrestre, 4 horas antes del arribo por vía aérea o férrea y 8 horas antes del arribo por vía marítima.

- **Establecimiento y mantenimiento de registros.** Las personas que manufacturen procesen, empaqueten, transporten, distribuyan, reciban, almacenen o importen alimentos deberán crear y mantener los registros que determine la FDA como necesarios, para identificar la fuente inmediata de origen y el destinatario inmediato de los alimentos.

- **Detención administrativa.** La FDA está autorizada a detener de manera inmediata alimentos cuando considere que existe una evidencia o información creíble de que éstos constituyen una amenaza seria a la salud o a la vida de las personas o animales.

Las dos primeras normativas son de cumplimiento obligatorio para toda exportación de alimentos y bebidas a los Estados Unidos, tanto frescos como procesados.

2.2.6.4.9. Logística

Para poder exportar a Estados Unidos se debe gestionar de la mejor manera pensando en realizar las siguientes actividades:

2.2.6.4.10. Gestión del pedido

Para este primer paso se debe determinar:

El presupuesto. Entregar todas las cotizaciones a la empresa importadora, o a la empresa que desea exportar. Deben ir con la firma correspondiente y la aclaración de cada producto.

2.2.6.4.11. Sección del embalaje

Tiene como objetivo:

- Proteger la mercancía contra riesgos que ocurran: en el transporte y por el cambio de temperatura.
- Facilitar la manipulación, recepción, distribución y control de los productos en aduanas.
- Ayudar con el impacto visual, la información legal, los atributos del producto, el vehículo de identidad corporativa, el valor informativo, la adecuación de imagen al producto y la visibilidad frontal y oblicua.

El embalaje correcto para la exportación del singani es el contenedor, el cual ayuda en las operaciones de carga, descarga y el transbordo, si es que existiese.

Este cumple la función de aislante del calor y del frío. Limita la temperatura dentro del mismo para conservar a los productos frescos. Puede ser de diversos tipos, pero para exportar singani es necesario que sea **isotermo**, para cumplir las funciones antes mencionadas.

El mismo que debe cumplir con pruebas para determinar la calidad y cuantificar la cantidad, es por esto que se realizan:

- **Apilado.** Es una prueba que se realiza de la resistencia que se aplica en la parte superior del embalaje, para determinar cantidad de fardos que puede resistir en su encima.
- **Trepidaciones.** Son temblores que se le realizan al embalaje para determinar la resistencia que este tiene.
- **Choques durante el transporte.** Se lo realiza para garantizar el diseño del embalaje.
- **Caídas.** Con esta prueba se determinala resistencia que el embalaje tiene cuando ocurra un accidente de esta clase.
- **Reventamiento.** Se lo realiza para establecer la resistencia óptima del embalaje y de esta manera conservar el contenido que existe en su interior.
- **Condiciones climáticas.** En esta prueba se tiene que exponer al embalaje a cambios climáticos drásticos y determinar su resistencia.

Se realizan la identificación y los marcados necesarios, los cuales son: la semiótica y el código de barras.

2.2.6.4.12. Selección del medio de transporte

Considerar los siguientes aspectos para la selección del transporte:

- Tipo de producto.
- Peso.
- Dimensión.
- Punto de origen y de destino.
- Plazo de entrega.
- Coste del transporte.
- Seguridad.

Para exportar el singani a Estados Unidos por ser un producto con corta vida, se piensa que es mejor él envió por vía aérea, ya que ésta mejora la rotación de los almacenes y reduce los costos financieros derivados de las demoras que otros medios pueden causar.

Para que el costo se reduzca es pertinente que el canal de comercialización sea indirecto, que el cliente importador se dirija directamente a la compañía aérea para contratar el servicio de su transporte.

Se puede la tarifa aérea de Corates o "Specific Commodity Rates", el cual se aplica en base a una lista establecida a determinado tipo de mercancías, con un volumen unitario suficientemente importante.

Es necesario llenar el conocimiento aéreo para transportar mercancías por vía aérea. Es el documento básico para este transporte y cumple una serie de funciones:

- Demuestra la existencia del contrato de transporte ya que al reverso tiene el clausulado del mismo.
- Es carta de instrucción al personal del transporte.
- Sirve como certificación de datos, pesos, volúmenes, etc.
- Se usa como declaración para el despacho aduanero.
- Es acuse de recibo de la mercancía transportada.
- Sirve como factura de transporte.

2.3 Análisis Y Discusión

El análisis de mercado fue fundamental para identificar el mejor destino de exportación para el singani de "Bodega La Dorada". Se utilizaron herramientas como la gráfica de potencial de exportación, la gráfica de comercio para evaluar la viabilidad de exportación a cuatro países: Brasil, Perú, Chile y Estados Unidos.

Estas herramientas permitieron una evaluación detallada de factores como la demanda del mercado, la competencia, las barreras comerciales y las oportunidades de crecimiento en cada país. Gracias a este análisis exhaustivo, se identificaron los destinos más prometedores para maximizar el impacto y la rentabilidad de las exportaciones de singani, asegurando que 'Bodega La Dorada' pueda optimizar sus estrategias comerciales y posicionarse de manera efectiva en el mercado internacional.

2.3.1. Elección del Mercado de EE. UU.:

La elección de Estados Unidos como el mercado más atractivo se basa en varios factores clave. Primero, EE. UU. tiene un mercado maduro para bebidas alcohólicas, con una demanda creciente de productos artesanales y de origen único, como el singani. En comparación con Brasil, Perú y Chile, el conocimiento y la aceptación del singani en EE. UU. es significativamente mayor, lo que reduce los riesgos asociados con la entrada a un nuevo mercado.

Además, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de Bolivia, en el último año, Estados Unidos representó un porcentaje en las exportaciones de singani, consolidándose como el mayor importador de este producto boliviano. Este dato refuerza la decisión de focalizar los esfuerzos de exportación en dicho mercado.

2.3.2. Facilidades de Exportación entre Bolivia y EE. UU.:

Bolivia y Estados Unidos tienen acuerdos comerciales que facilitan la exportación de productos bolivianos, incluyendo el singani. Uno de los acuerdos más relevantes es el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), que permite la entrada de productos seleccionados al mercado estadounidense con aranceles reducidos o nulos. Además, la red logística entre ambos países está bien desarrollada, lo que permite una distribución eficiente y segura del singani en Estados Unidos.

2.3.3. Comparación con Otros Mercados:

Brasil, Chile y Perú, aunque representan mercados potenciales para el singani, presentan una serie de desafíos significativos. En estos países, el singani es un producto relativamente desconocido, lo que implicaría la necesidad de realizar esfuerzos sustanciales en marketing y estrategias de posicionamiento para lograr su aceptación y reconocimiento.

Además, a diferencia de Estados Unidos, que se beneficia de acuerdos comerciales favorables como el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), estos países no disponen de condiciones similares. Aunque algunos de ellos tienen acuerdos preferenciales, estos acuerdos no son tan ventajosos como el SGP, lo que podría incrementar los costos de exportación y, en consecuencia, afectar la competitividad del singani en esos mercados.

En particular, Chile es el único de estos países que ha importado singani, aunque en cantidades limitadas durante los años 2019 y 2023. Este hecho subraya el potencial de mercado aún no plenamente explotado, así como la necesidad de estrategias específicas para incrementar la presencia del singani en la región y superar los desafíos asociados con la introducción de un producto nuevo en mercados menos familiarizados con él."

2.3.4. Conclusión del Análisis:

"Basado en un análisis exhaustivo que incluye la demanda del mercado, las exportaciones previas y las facilidades logísticas y aduaneras, se concluye que Estados Unidos representa el mercado más prometedor para la exportación de singani. Este país no solo ofrece una demanda creciente para el producto, sino que también se beneficia de acuerdos comerciales favorables, como el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), que facilita una mayor competitividad y menores costos de exportación.

Estados Unidos se destaca como la opción más favorable en el presente, es fundamental no descuidar los otros mercados potenciales. Brasil, Chile y Perú presentan oportunidades a largo plazo que, a pesar de los desafíos actuales, podrían convertirse en mercados valiosos con estrategias adecuadas.

Se recomienda mantener una vigilancia continua sobre estos mercados y explorar oportunidades de expansión a medida que evolucionen las condiciones comerciales y se

desarrollen nuevas estrategias de marketing y posicionamiento. Esto permitirá a 'Bodega La Dorada' maximizar su alcance global y aprovechar las oportunidades emergentes en el futuro

CAPITULO III

CONCLUSIONES

Bolivia se beneficia de varios acuerdos comerciales que facilitan la exportación de productos, incluido el singani. Tras un análisis detallado del mercado, se ha confirmado que Estados Unidos es el destino más atractivo para la exportación de singani de "Bodega La Dorada". Este mercado no solo muestra una demanda consolidada, sino que también ofrece condiciones favorables para la exportación gracias a los acuerdos comerciales vigentes, como el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).

Es recomendable mantener una vigilancia constante sobre las exportaciones y las condiciones del mercado en Brasil, Chile y Perú para identificar posibles oportunidades futuras. A pesar de los desafíos actuales en estos mercados, como el bajo nivel de conocimiento del producto y la falta de acuerdos comerciales tan ventajosos como los que se tienen con Estados Unidos, existe el potencial de que se conviertan en mercados viables a medida que el reconocimiento del singani crezca y se fortalezcan las relaciones comerciales.

Para realizar este análisis, se recurrió a fuentes secundarias y confiables para estudiar las características de los mercados de Estados Unidos, Perú, Chile y Brasil. La investigación se centró en comprender la demanda y las condiciones de estos mercados.

Se eligió el singani de "Bodega La Dorada" para la exportación debido a su versatilidad y potencial de consumo en diversas actividades. A partir de este estudio, se llegaron a las siguientes conclusiones:

- **Cumplimiento de Objetivos:**
 - Se estableció una base teórica sólida para la búsqueda de mercados alternativos para la exportación.
 - Se realizó un diagnóstico exhaustivo para conocer la demanda comercial del singani en los países analizados.

- **Conclusiones:**

- **Estados Unidos** es el mercado más atractivo para la exportación de singani de "Bodega La Dorada". El análisis de las exportaciones de Bolivia muestra que este país es el principal mercado para el singani, con una demanda estable y favorable.
- **Brasil, Chile y Perú** presentan desafíos significativos debido al bajo conocimiento del singani y la falta de familiaridad con el producto. Aunque estos países podrían ofrecer oportunidades en el futuro, la introducción del singani en estos mercados sería más compleja y requeriría estrategias de marketing adaptadas para superar el desconocimiento del producto.

En resumen, mientras que Estados Unidos se presenta como la opción más prometedora para la exportación inmediata, es crucial seguir evaluando y desarrollando estrategias para entrar en mercados emergentes como Brasil, Chile y Perú a largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA

Análisis de mercado. (2018). http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/analisis-de-mercado_1563825598.pdf.

http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/analisis-de-mercado_1563825598.pdf

Análisis exploratorio de datos. (s. f.). Introducción a la estadística | JMP.

https://www.jmp.com/es_co/statistics-knowledge-portal/exploratory-data-analysis.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20an%C3%A1lisis%20exploratorio%20de%20datos&text=El%20an%C3%A1lisis%20exploratorio%20de%20datos%20es%20un%20proceso%20de%20investigaci%C3%B3n,se%20puede%20averiguar%20de%20ellos

Buscador según arancel aduanero. (s. f.).

<https://siip.produccion.gob.bo/repSIIP2/formArancelAduanero.php?x=e>.

Cortés, D. (2021, 3 diciembre). ¿Qué es el comercio exterior?

<https://www.cesuma.mx/blog/que-es-el-comercio-exterior.html>

Desarrollo de instrumentos de evaluación: Pautas de observación. (s. f.).

<https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A356.pdf>.

Equipo editorial, Etecé. (2023). Observación: tipos, objetivo, métodos y características.

Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/observacion/>

Instituto Nacional de Estadística. (2023, 18 marzo). Exportaciones - INE. INE.

<https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/comercio-exterior/cuadros-estadisticos-exportaciones/>

Marco metodológico. (s. f.). <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0091595/cap03.pdf>.

<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0091595/cap03.pdf>

Mecalux. (s. f.). Análisis prescriptivo: un plan a medida para la cadena de suministro.

<https://www.mecalux.es/blog/analitica-prescriptiva>

Ortega, C. (2021, 28 julio). ¿Qué es el análisis de diagnóstico?

<https://tudashboard.com/analisis-de-diagnostico/>

¿Qué es el Análisis Exploratorio de Datos? - Comunidad Huawei Enterprise. (s. f.). Comunidad

Huawei Enterprise. <https://forum.huawei.com/enterprise/es/%C2%BFqu%C3%A9-es-el-an%C3%A1lisis-exploratorio-de-datos/thread/873277-100757>

¿Qué es el análisis predictivo? - Explicación del análisis predictivo - AWS. (s. f.). Amazon Web

Services, Inc. <https://aws.amazon.com/es/what-is/predictive-analytics/#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20predictivo%20consiste%20en,y%20extra polar%20las%20tendencias%20ocultas>

Reconocimiento de denominación de origen de singani boliviano abre las puertas al incremento de exportaciones de este producto | MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES. (s. f.).

<https://www.cancilleria.gob.bo/webmre/node/3834#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20nacional%20de%20vino,producci%C3%B3n%20despu%C3%A9s%20de%20la%20cerveza.>

REVISIÓN DOCUMENTAL EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN. (s. f.).

<https://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/1000/1771/1771.pdf>.

Roldán, P. N. (2022). Comercio exterior. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/comercio-exterior.html>

Trade map. (s. f.). <https://www.trademap.org/Index.aspx>.

<https://www.trademap.org/Index.aspx>

Exportaciones de BOLIVIA. (s. f.-a). [https://data-](https://data-bolivia.produccion.gob.bo/comex/busqueda?depto=0&text=Bebidas%20alcoholicas&c)

[bolivia.produccion.gob.bo/comex/busqueda?depto=0&text=Bebidas%20alcoholicas&c](https://data-bolivia.produccion.gob.bo/comex/busqueda?depto=0&text=Bebidas%20alcoholicas&c)

omex=export&uvalor=un&uvolumen=tn&clasificador=&g1=2019&g2=2024&min_mes=1&max_mes=6&pais=105&sort=name&sw_valor=valor

Importaciones *a* *BOLIVIA.* (s. f.). https://data-bolivia.produccion.gob.bo/comex/busqueda?depto=0&text=Bebidas%20alcoholicas&comex=import&uvalor=un&uvolumen=tn&clasificador=&g1=2019&g2=2024&min_mes=1&max_mes=6&pais=0&sort=name&sw_valor=valor

ANEXOS

Anexo 1

GLOSARIO DE TÉRMINOS ADUANEROS Y DE COMERCIO EXTERIOR DEFINICIONES APLICABLES

ABANDONO EXPRESO Ó VOLUNTARIO: Es el acto mediante el cual aquel que tiene el derecho de disposición sobre la mercancía, la deja a favor del Estado, ya sea en forma total o parcial, expresando esta voluntad por escrito a la administración aduanera.

ABANDONO DE HECHO O TÁCITO: Es el acto mediante el que la administración aduanera declara abandonada en favor del Estado, las mercancías que permanezcan en almacenamiento bajo control de la aduana, fuera de los plazos establecidos por ley y su reglamento.

ACUERDO DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA: Se entiende como el compromiso asumido por dos o más países, para participar en el proceso de eliminación de las restricciones de la movilidad de las mercancías, capitales y personas, de la armonización de políticas económicas y de la adopción de una moneda única.

ADMINISTRACIÓN ADUANERA: Es la unidad administrativa, desconcentrada de la Aduana Nacional.

ADMISIÓN DE MERCANCÍAS CON EXONERACIÓN DE LOS TRIBUTOS ADUANEROS: Es la importación de mercancías para el consumo, con exención del pago de los tributos aduaneros independientemente de su normal clasificación arancelaria, o del importe de los tributos que las gravan normalmente, con tal que se importen en determinadas condiciones y con una finalidad específica.

ADMISIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO: Régimen aduanero que permite recibir ciertas mercancías, dentro del territorio aduanero nacional, con suspensión del pago de los tributos aduaneros, destinadas a ser reexportadas en un período de tiempo determinado, luego de haber sido sometidas a una transformación, elaboración o reparación.

ADMISIÓN TEMPORAL PARA REEXPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO: Régimen aduanero que permite recibir en el territorio aduanero nacional, con suspensión del pago de tributos aduaneros de importación, ciertas mercancías con un fin destinadas a su reexportación en un plazo determinado, sin que hubieran sufrido modificación alguna, excepto

su depreciación normal de las mercancías, como consecuencia del uso que se hubiera hecho de las mismas.

ADUANA DE DESTINO: Toda oficina aduanera donde finaliza una operación de tránsito aduanero.

ADUANAS DE FRONTERA: Cumplen el control del comercio exterior, tanto en importación como en exportación de mercancías, en las fronteras del territorio nacional, en las principales vías de comunicación del país con el exterior y en aquellos lugares que se consideren estratégicos.

ADUANA DE PARTIDA: Toda oficina aduanera donde comienza una operación de tránsito aduanero.

ADUANA DE PASO: Toda oficina aduanera que no siendo ni la aduana de partida ni la aduana de destino, interviene en el control de una operación de tránsito aduanero.

ADUANAS INTERIOR CON DEPÓSITO ADUANERO: Están ubicadas en lugares en el interior del territorio nacional, facultadas para controlar el ingreso y salida de mercancías, permitiendo en importaciones y exportación de mercancías la aplicación de distintos regímenes aduaneros.

ADUANAS INTERIORES DE ZONAS FRANCAS: Son las que están ubicadas en proximidades de las zonas francas, cuya función es de realizar el control y fiscalización de las operaciones de comercio exterior, así como de las labores desarrolladas por los concesionarios de zonas francas.

ADUANA NACIONAL: Organismo encargado de aplicar la legislación aduanera, relativa a la importación y exportación de mercancías y a los otros regímenes aduaneros, de percibir y hacer percibir los tributos aduaneros que les sean aplicables y de cumplir las demás funciones que se le encomienden.

AFORO: Operación que consiste en una o varias de las siguientes actuaciones: reconocimiento de mercancías; verificación de su naturaleza y valor; establecimiento de su peso, cuenta o medida; clasificación en la nomenclatura arancelaria y determinación de los tributos que les sean aplicables.

ANÁLISIS: Examen cualitativo y/o cuantitativo de las mercancías, practicado por un laboratorio de la aduana autorizado por ésta, cuando así lo requiera su correcta clasificación arancelaria o su valoración.

b) Vigilar las vías de acceso a la zona franca de modo permanente o intermitente, exigir de las personas que introduzcan mercancías,

c) Que lleven registros o una contabilidad de materias que les permitan controlar la circulación de mercancías.

d) Proceder a un control por sondeo de las mercancías admitidas a fin de asegurarse de que no se les someten más que a operaciones autorizadas y que no se ha introducido ninguna mercancía no autorizada.

CONTROL POR AUDITORIA: Las medidas mediante las cuales la Aduana se cerciora con respecto a la exactitud y a la autenticidad de las declaraciones a través del examen de los libros, de los registros, de los sistemas comerciales y de toda la información comercial que obra en poder de las personas o de las empresas interesadas.

CONTENEDOR: Un recipiente (cajón portátil), tanque movable o análogo que responde a las siguientes condiciones:

a) Constituye un compartimiento cerrado, total o parcialmente, destinado a contener mercancías.

b) Tenga carácter permanente y, por lo tanto, sea suficientemente resistente como para soportar su empleo repetido,

c) Haya sido especialmente ideado para facilitar el transporte de mercancías, por uno o más medios de transporte, sin manipulación intermedia de la carga,

d) Esté construido de manera tal que permita su desplazamiento fácil y seguro en particular al momento de su traslado de un medio de transporte a otro,

e) Haya sido diseñado de tal suerte que resulte fácil llenarlo o vaciarlo,

f) Su interior sea fácilmente accesible a la inspección aduanera sin la existencia de lugares donde puedan ocultarse mercancías,

g) Esté dotado de puertas u otras aberturas provistas de dispositivos de seguridad que garanticen su inviolabilidad durante su transporte o almacenamiento y que permitan recibir sellos, precintos, marchamos u otros mecanismos apropiados, sea identificable mediante marcas y números gravados en forma que no puedan modificarse o alterarse y pintados de manera que sea fácilmente visibles y

h) Tenga un volumen interior de un metro cúbico, por lo menos.

CONTRAVENCIÓN ADUANERA: Es todo acto u omisión que infringe o quebrante la legislación aduanera, siempre que no constituya delito aduanero.

CONTROL DE ADUANA: Conjunto de medidas tomadas con vistas a asegurar el cumplimiento de la legislación aduanera, que la Aduana está encargada de aplicar.

DECLARACIÓN DE ADUANA: Acto por el cual se proporcionan en la forma prescrita y aceptada por la Aduana, las informaciones requeridas por ella.

DECLARACIÓN DE MERCANCÍAS: Una declaración realizada del modo prescrito por la Aduana, mediante la cual las personas interesadas indican el régimen aduanero deberá aplicarse a las mercancías, proporcionando la información necesaria que la Aduana requiere para la aplicación del régimen aduanero correspondiente.

DECLARACIÓN CERTIFICADA DE ORIGEN: Información sobre el origen de las mercancías certificada por una autoridad o entidad habilitada para hacerlo.

DECLARACIÓN JURADA: Documento que contiene la información proporcionada bajo juramento por el declarante y que hace responsable a este último respecto al cumplimiento del pago de los tributos aduaneros y otras obligaciones emergentes.

DECLARANTE: Toda persona que a su nombre o en representación de otra presenta una declaración de mercancías.

DEFRAUDACIÓN ADUANERA: Es un delito aduanero consistente en la disminución o el no pago de los tributos aduaneros, por operaciones aduaneras en las que dolosa y falsamente se declara la calidad, cantidad, valor, peso u origen de las mercancías o servicios.

DELITO ADUANERO: Todo acto u omisión mediante el cual se incurra en hechos o actos tipificados como delito de contrabando, defraudación aduanera u otros.

DEPÓSITO DE ADUANA: El régimen aduanero según el cual las mercancías importadas son almacenadas bajo el control de la aduana en un lugar habilitado para esta finalidad, (depósito aduanero) con suspensión del pago de los tributos aduaneros a la importación o exportación.

DEPÓSITO TEMPORAL DE MERCANCÍAS: Son lugares cercados o no, habilitados para el almacenamiento temporal de mercancías bajo control de la aduana, en espera de la presentación de la declaración de mercancías.

DESADUANAMIENTO: El cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para permitir la exportación de mercancías, su ingreso para el consumo o para someter a las mismas a otro régimen aduanero.

DESCARGA: Operación por la cual las mercancías se extraen del vehículo en que han sido transportadas.

DESCONSOLIDADOR DE CARGA INTERNACIONAL: Es un agente de carga internacional, establecido en el lugar de destino o de descarga de la mercancía, responsable de recibir el embarque consolidado de carga consignada a su nombre para desconsolidar y notificar a los destinatarios finales, dentro del plazo de cinco días, computables a partir de la fecha de descarga de la mercancía.

DESIGNACIÓN ARANCELARIA: Es la designación de una mercancía, según los términos de la nomenclatura arancelaria del Sistema Armonizado.

DESPACHANTE DE ADUANA: Es la persona natural y profesional de una Agencia Despachante de Aduana, autorizada por el Ministerio de Hacienda como auxiliar de la función pública aduanera, cuya actividad profesional consiste en efectuar despachos aduaneros y gestiones inherentes a operaciones de comercio exterior, por cuenta de terceros.

DESPACHO ADUANERO: Cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para exportar las mercancías, importarlas para el consumo o someterlas a otro régimen aduanero.

DEVOLUCIÓN DEL GRAVAMEN ARANCELARIO O DRAW BACK: Es el régimen aduanero que en caso de exportación de mercancías, permite obtener la restitución total o parcial del gravamen arancelario que haya gravado a la importación de mercancías, utilizadas o consumidas en la actividad exportadora.

EFFECTOS PERSONALES: Todos aquellos artículos nuevos o usados que razonablemente necesite el viajero para su uso personal durante su viaje, teniendo en cuenta todas las circunstancias de este viaje, con exclusión de toda mercancía importada o exportada.

EFFECTOS DE TRIPULANTES: Prendas y efectos de uso y consumo personal de los miembros de la tripulación, consistentes en un conjunto de ropa, artículos de uso corriente y los demás objetos pertenecientes a los miembros de la tripulación, que se encuentren a bordo de los medios de transporte.

ENVÍOS DE SOCORRO: Las mercancías tales como vehículos u otros medios de transporte, alimentos, medicamentos, vestimentas, mantas, carpas, casas prefabricadas, material de purificación o de almacenamiento de agua u otras mercancías de primera necesidad, enviadas para ayudar a víctimas de catástrofes o siniestros.

También incluye, todo equipamiento, vehículos y otros medios de transporte, animales especialmente entrenados para fines específicos, provisiones, víveres, efectos personales y otras mercancías para el personal de socorro a fin que puedan llevar a cabo sus tareas y para apoyarlos mientras vivan y trabajen en el territorio de la catástrofe en el transcurso de su misión.

ENVÍOS POSTALES: Los envíos de correspondencia y las encomiendas postales, como fueran definidos en el Convenio de la Unión Postal Universal - UPU - y el Acuerdo relativo a las encomiendas postales.

ENVÍOS URGENTES: Las mercancías que deben ser despachadas rápidamente y de manera prioritaria en razón de su naturaleza, por constituir envíos de socorro o por necesidades apremiantes o imperiosas, calificadas por la autoridad competente.

EQUIPAJE DE LOS VIAJEROS: Conjunto de artículos de uso o consumo de los viajeros conducidos al o a los países de su trayecto o destino, en cantidades y valores que no demuestren finalidad comercial.

EQUIPAJE NO ACOMPAÑADO: El que llega con anterioridad o posterioridad a la fecha del arribo del viajero, cualquiera sea la vía de transporte utilizada.

EXPORTACIÓN: Salida de cualquier mercancía de un territorio aduanero.

EXPORTACIÓN DEFINITIVA: El régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación, que salen del territorio aduanero y que estén destinadas a permanecer definitivamente fuera de éste.

EXPORTADOR: Persona que sí o mediante una agencia despachante de aduana presenta una declaración de mercancías de exportación con las formalidades previstas en disposiciones legales.

EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO PASIVO: El régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en un territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente para su transformación, elaboración o reparación en el extranjero y luego reimportadas con el pago de los tributos aduaneros de importación sobre el valor agregado.

FECHA DE VENCIMIENTO: la fecha en la cual se exigirá el pago de los tributos aduaneros o el vencimiento del plazo para el ejercicio de un derecho, el cumplimiento de una obligación o la realización de una operación aduanera.

FORMALIDADES ADUANERAS PREVIAS A LA ENTREGA DE MERCANCÍAS: El conjunto de procedimientos que deberán realizar las personas naturales o jurídicas y la administración aduanera, desde la introducción de mercancías en el territorio aduanero hasta el momento en que se les aplique un determinado régimen aduanero.

GARANTÍA: Obligación que se contrae a satisfacción de la Aduana, con el objeto de asegurar el pago de los tributos aduaneros, sus intereses, actualizaciones, multas y otras responsabilidades que hubiere.

GARANTÍA ESPECÍFICA: Obligación asumida para la ejecución de una operación aduanera específica.

GARANTÍA GLOBAL: Se denomina cuando asegura la ejecución de las obligaciones resultantes de varias operaciones aduaneras.

GARANTÍA PERSONAL: Persona que se obliga, de conformidad con las normas legales prescritas, para responder por los tributos aduaneros y demás obligaciones emergentes de operaciones aduaneras, con todos sus bienes habidos y por haber.

GARANTÍA REAL: Muebles o inmuebles, dinero o títulos valores, mediante los cuales se aseguran expresamente o por disposición de la ley, el cumplimiento del pago de los tributos aduaneros y otras obligaciones emergentes de operaciones aduaneras.

GRAVAMEN ARANCELARIO: El gravamen arancelario es parte del tributo aduanero que grava a la importación o exportación de mercancías.

ILICITO ADUANERO: Todo acto u omisión mediante los cuales se infringe la legislación aduanera, en operaciones aduaneras y de comercio exterior.

IMPORTACIÓN PARA EL CONSUMO: El régimen aduanero por el cual las mercancías importadas pueden permanecer definitivamente dentro del territorio aduanero.

IMPORTADOR: Persona que presenta mediante una agencia despachante de aduana, la declaración de mercancías para el despacho, con el cumplimiento de las formalidades aduaneras.

LEGISLACIÓN ADUANERA: Conjunto de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas, que la Aduana está expresamente encargada de aplicar en operaciones aduaneras y de comercio exterior.

LEVANTE: Acto por el cual la Aduana autoriza a los interesados a disponer de una mercancía que ha sido objeto de un despacho.

LIBRE PLATICA: Autorización otorgada por las autoridades competentes a la llegada de una nave, aeronave u otro vehículo de transporte para que realicen libremente las operaciones de embarque y desembarque.

LIQUIDACIÓN DE LOS TRIBUTOS ADUANEROS: La determinación de la existencia y cuantía de los tributos aduaneros emergentes de una operación aduanera.

LUGAR DE CARGA: Puerto, Aeropuerto, estación ferroviaria, terminal de carga u otros sitios habilitados, donde las mercancías son embarcadas en el medio de transporte.

LUGAR DE DESCARGA: Puerto, aeropuerto, estación ferroviaria, terminal de carga u otros sitios habilitados, donde las mercancías son desembarcadas del medio de transporte.

MANIFIESTO DE CARGA: Documento de embarque que contiene la información sobre las mercancías, que amparan el transporte de mercancías en los medios o unidades de transporte habilitados,

MEDIOS DE TRANSPORTE DE USO COMERCIAL: Nave, aeronave, vagón ferroviario, camiones, tracto-camión o cualquier otro vehículo utilizado para el transporte de mercancías por determinada vía.

MEDIOS DE TRANSPORTE DE USO PRIVADO: Los vehículos, carreteros a motor (incluidos los ciclomotores) y los remolques, barcos y aeronaves, así como sus piezas de recambio, sus accesorios y equipamientos corrientes, importados o exportados por el interesado exclusivamente para su uso personal, con exclusión de todo transporte de personas remunerado y del transporte industrial o comercial de mercancías remunerado o no.

MERCANCÍAS EN LIBRE CIRCULACIÓN: Las mercancías de las que se puede disponer sin restricciones desde el punto de vista aduanero.

MERCANCÍAS EQUIVALENTES: Las mercancías que son idénticas por su especie, calidad y sus características técnicas a las que hubieran sido importadas o exportadas a los efectos de una operación de perfeccionamiento activo o pasivo.

MERCANCÍAS EXPORTADAS CON RESERVA DE RETORNO: Las mercancías que el declarante indique que serán reimportadas y respecto de las cuales sea posible tomar medidas de identificación por parte de la aduana, a fin de facilitar su reimportación en el mismo estado.

MUESTRAS: Parte representativa de mercancías o de su naturaleza, que se utiliza para su demostración o análisis.

MUESTRAS CON VALOR COMERCIAL: Los artículos con un valor comercial que son representativos de una categoría determinada de mercancías ya producidas o que son modelos de mercancías cuya fabricación se proyecta.

MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL: Cualquier mercancía que la Aduana considere de escaso valor comercial o se hallen prohibidos de venta, ingresen o salgan del territorio aduanero para su empleo en exposiciones, ensayos, análisis, degustación, etc., para efectuar órdenes de compra de mercancías de la clase a la que representen.

NORMAS DE ORIGEN: Disposiciones específicas que se aplican para determinar el origen de las mercancías y los servicios producidos en un determinado territorio aduanero extranjero, de acuerdo con los principios y las normas jurídicas establecidas en la legislación nacional y convenios internacionales, que podrán ser preferenciales y no preferenciales.

OBJETOS MUEBLES: Los artículos destinados al uso personal o profesional de una persona o de los miembros de su familia, excepto artículos de carácter industrial, comercial o agrícola, que sean traídos al país por la persona mencionada al mismo tiempo o en otro momento a fin de transferir su residencia a ese país, del modo previsto por la legislación nacional.

OMISIÓN: La ausencia de un acto o de una resolución solicitada a la Aduana dentro de un plazo razonable, conforme a la legislación aduanera, con respecto a un asunto que le haya sido debidamente presentado.

PAÍS DE DESTINO: Último país donde las mercancías deben ser entregadas.

PAÍS DE ORIGEN DE LAS MERCANCÍAS: País en el cual las mercancías han sido producidas, fabricadas o manufacturadas o donde han recibido la forma bajo la cual se efectúa su comercialización, de conformidad con las regulaciones, criterios o normas establecidas en Convenios Internacionales.

PERSONA: Tanto la persona física como la jurídica, capaz de intervenir en operaciones aduaneras y de comercio exterior.

PESO BRUTO: Por peso bruto se entenderá el peso de la mercancía tal como ha sido embalada para su transporte. Este peso incluye todos los envases, cubiertas, fardos y embalajes de todo género, sean exteriores o inmediatos, sin distinción de ninguna clase.

PESO NETO: Se entenderá el peso de la mercancía tal como ha sido embalada para su transporte. Este peso no incluye los envases, cubiertas, fardos y embalajes de todo género, sean exteriores o inmediatos, sin distinción de ninguna clase.

PRESENTACIÓN DE LAS MERCANCÍAS A LA ADUANA: Acción de poner las mercancías a disposición de la Aduana, como parte del cumplimiento de las formalidades aduaneras.

PRODUCTOS COMPENSADORES: Los productos obtenidos como resultado de la transformación, de la elaboración o de la reparación de las mercancías, cuya admisión bajo el régimen de perfeccionamiento activo haya sido autorizado.

RECONOCIMIENTO DE MERCANCÍAS: La inspección física de las mercancías por parte de la Aduana a fin de cerciorarse que la naturaleza, el origen, la condición, la cantidad y el valor de las mismas corresponde a la información contenida en la declaración de mercancías.

RECURSO: Acto mediante el cual una persona natural o jurídica directamente afectada por una resolución o por una omisión de la aduana, impugna la resolución u omisión mencionada ante una autoridad competente.

RÉGIMEN ADUANERO: Tratamiento aplicable a las mercancías sometidas al control de la aduana, de acuerdo con la Ley y reglamentos aduaneros, según la naturaleza y objetivos de la operación aduanera.

REGÍMENES SUSPENSIVOS DE TRIBUTOS ADUANEROS: Denominación genérica de los Regímenes Aduaneros que permiten la entrada o salida de mercancías a/o desde el territorio aduanero, con suspensión del pago de los tributos aduaneros a la importación o a la exportación.

REEXPEDICIÓN: Es la salida a territorio extranjero de las mercancías a zonas francas. También es reexpedición la salida de las mercancías de una zona franca comercial a una zona franca industrial.

REIMPORTACION: Importación en un territorio aduanero de mercancías que han sido exportadas temporalmente desde el mismo territorio.

REIMPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO: El régimen aduanero que permite la importación para el consumo con exoneración del pago de los tributos aduaneros a la importación, de mercancías que hubieran sido exportadas temporalmente, y se encontraban en libre circulación o constituían productos compensadores, siempre que estos o las mercancías no hayan sufrido en el extranjero ninguna transformación, elaboración o reparación.

REEMBARQUE: Acción material de volver a embarcar una mercancía ya descargada.

REEXPORTACIÓN: Exportación desde un territorio, de mercancías que han sido importadas anteriormente.

REMITENTE AUTORIZADO: La persona habilitada por la aduana a expedir mercancías directamente desde sus instalaciones sin necesidad de presentarlas ante la aduana de partida.

REPOSICIÓN DE MERCANCÍAS EN FRANQUICIA ARANCELARIA: Régimen aduanero, por el cual se importan mercancías en franquicia total de los tributos aduaneros de importación, en proporción equivalente a las mercancías que, habiendo sido nacionalizadas, fueron transformadas, elaboradas o incorporadas en mercancías destinadas a su exportación definitiva.

RESOLUCIÓN: El acto individual mediante el cual la Aduana resuelve sobre un asunto de acuerdo a la legislación aduanera.

RETIRO: El acto por el cual la Aduana autoriza a los interesados disponer de las mercancías que son objeto de un desaduana miento.

ROL DE TRIPULACIÓN: Nómina de los miembros de la tripulación de las naves, aeronaves y demás medios de transporte, con indicación de los datos exigidos por la Legislación vigente.

RUTAS LEGALES: Únicas vías de transporte autorizadas por las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, para el tráfico de las mercancías que se importen o se exporten o circulen en tránsito aduanero.

SELLOS ADUANEROS: **Marcas**, precintos o distintivos de seguridad que estampa la Aduana para la aplicación de ciertos regímenes (Tránsito Aduanero, en particular) generalmente con el fin de prevenir o de permitir la constatación de cualquier daño a la integridad de los bultos o de los dispositivos de cierre de los vehículos o de los equipos de transporte. Pueden también servir de medio de identificación de las mercancías.

SISTEMA DE CANAL DOBLE (ROJO/VERDE): Es un sistema de control aduanero simplificado que permite a los viajeros que llegan a realizar una declaración de mercancías, eligiendo entre dos tipos de canales. Uno de ellos identificado por símbolos de color verde, para los viajeros que llevan mercancías cuya cantidad o valor no excedan los límites admitidos, exonerados de los tributos aduaneros a la importación y que no sean objeto de prohibiciones o restricciones. El otro, identificado mediante símbolos de color rojo destinado a los viajeros que no se encuentran dentro de la anterior situación.

TERCERO: Cualquier persona que no es parte en una relación jurídica aduanera.

TERRITORIO ADUANERO: Territorio de un estado en el cual las disposiciones de su legislación aduanera son aplicables.

TIENDAS LIBRES DE TRIBUTOS (DUTY FREE SHOPS): Tiendas Libres de Tributos (Duty Free Shops), son locales autorizados por la Aduana Nacional, ubicados en los aeropuertos internacionales, para almacenar y vender mercancías nacionales o extranjeras, con exoneración del pago de tributos aduaneros, a los viajeros que salen del país.

TRÁFICO FRONTERIZO: Los desplazamientos efectuados en una y otra parte de la frontera aduanera por personas residentes en una de las zonas fronterizas adyacentes.

TRANSBORDO: El régimen aduanero en aplicación del cual se trasladan, bajo control de una misma administración aduanera, mercancías de un medio de transporte a otro, o al mismo en distinto viaje, incluida su descarga a tierra, a objeto de que continúe hasta su lugar de destino.

TRÁNSITO ADUANERO NACIONAL: Es el transporte de mercancías de los depósitos de una aduana interior a los de otra aduana interior, dentro del territorio nacional, bajo control y autorización aduanera, con suspensión del pago de los tributos aduaneros.

TRÁNSITO ADUANERO INTERNACIONAL: El régimen aduanero que permite el transporte de mercancías bajo control aduanero, desde una aduana de partida hasta una aduana de destino, en una misma operación en el curso de la cual, se cruzan una o más fronteras.

TRANSPORTADOR: La persona que transporta efectivamente las mercancías o que tiene el mando o la responsabilidad del medio de transporte.

TRANSPORTADOR INTERNACIONAL: Es toda persona autorizada por la autoridad nacional competente, responsable de la actividad de transporte internacional para realizar las operaciones de transporte internacional de mercancías, utilizando uno o más medios de transporte de uso comercial.

TRIBUTOS ADUANEROS: Los gravámenes e impuestos internos que gravan a las importaciones o exportaciones de mercancías.

UNIDAD DE TRANSPORTE: Parte del equipo de transporte que sea adecuado para la utilización de mercancías que deban ser transportadas y que permita su movimiento completo durante el recorrido y en todos los medios de transporte utilizados.

VALOR DECLARADO EN ADUANAS: Es el valor obtenido y consignado en la declaración de mercancías, de acuerdo a las disposiciones legales en vigencia, de mercancías contenidas en

un envío, que están sometidas a un mismo régimen aduanero y clasificadas en una misma partida arancelaria.

VERIFICACIÓN DE DECLARACIÓN DE MERCANCÍAS: La acción llevada a cabo por la Aduana a fin de cerciorarse que la declaración de mercancías haya sido correctamente realizada y que los documentos justificativos correspondientes cumplen con las condiciones prescritas.

VERIFICACIÓN PREVIA: Revisión o inspección de las mercancías antes que sean colocadas bajo otro régimen aduanero determinado.

VIAJERO: Toda persona que ingrese o salga temporalmente del territorio de un país donde no tiene su residencia habitual (no residente), y; toda persona que vuelva al territorio de un país donde tiene su residencia habitual después de haber estado temporalmente en el extranjero (residente de regreso en su país).

ZONA FRANCA: Una parte del territorio de un Estado en el que las mercancías allí introducidas, se considerarán generalmente como si no estuviesen en el territorio aduanero, en lo que respecta a los tributos aduaneros a la importación.

ZONA DE VIGILANCIA ADUANERA: Parte del territorio aduanero en el cual la tenencia y la circulación de las mercancías pueden estar sometidas a medidas especiales de control aduanero.

ZONA FRONTERIZA: Faja de territorio adyacente a la frontera terrestre o sus costas, en la cual la tenencia y la circulación de mercancías pueden estar sometidas a medidas especiales de control aduanero.

Anexo 2

La Comunidad Andina (CAN)

La Comunidad Andina, integrada por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú es un organismo internacional líder en integración en el continente, que trabaja por el mejoramiento de la calidad de vida de 115 millones de ciudadanos andinos.

La CAN cuenta con diversos órganos e instituciones que integran el Sistema Andino de Integración (SAI), cuyo objetivo es alcanzar un desarrollo integral, equilibrado y autónomo,

mediante la integración andina, con proyección hacia una integración sudamericana y latinoamericana.

Desde el 26 de mayo de 1969, cuando se suscribió en Colombia, el Acuerdo de Cartagena, Tratado Constitutivo que fija los objetivos de la integración andina, define su sistema institucional y establece sus mecanismos y políticas, se puso en marcha el proceso andino de integración, conocido en ese entonces como Pacto Andino, hoy Comunidad Andina.

Anexo 3

ALADI

Es el mayor grupo latinoamericano de integración. Sus trece países miembros comprenden a Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, representando en conjunto 20 millones de kilómetros cuadrados y más de 510 millones de habitantes. (Ver indicadores socioeconómicos)

El Tratado de Montevideo 1980 (TM80), marco jurídico global constitutivo y regulador de ALADI, fue suscrito el 12 de agosto de 1980 estableciendo los siguientes principios generales: pluralismo en materia política y económica; convergencia progresiva de acciones parciales hacia la formación de un mercado común latinoamericano; flexibilidad; tratamientos diferenciales en base al nivel de desarrollo de los países miembros; y multiplicidad en las formas de concertación de instrumentos comerciales.

La ALADI propicia la creación de un área de preferencias económicas en la región, con el objetivo final de lograr un mercado común latinoamericano, mediante tres mecanismos:

- Una preferencia arancelaria regional que se aplica a productos originarios de los países miembros frente a los aranceles vigentes para terceros países.
- Acuerdos de alcance regional (comunes a la totalidad de los países miembros).
- Acuerdos de alcance parcial, con la participación de dos o más países del área.

Tanto los acuerdos regionales como los de alcance parcial (Artículos 6 a 9) pueden abarcar materias diversas como desgravación arancelaria y promoción del comercio; complementación económica; comercio agropecuario; cooperación financiera, tributaria, aduanera, sanitaria; preservación del medio ambiente; cooperación científica y tecnológica; promoción del turismo;

normas técnicas; y muchos otros campos previstos a título expreso o no en el TM 80 (Artículos 10 a 14).

Los países calificados de menor desarrollo económico relativo de la región (Bolivia, Ecuador y Paraguay) gozan de un sistema preferencial. A través de las nóminas de apertura de mercados que los países ofrecen a favor de los PMDER; de programas especiales de cooperación (ruedas de negocios, reinversión, financiamiento, apoyo tecnológico); y de medidas compensatorias a favor de los países mediterráneos, se busca una participación plena de dichos países en el proceso de integración.

El Tratado de Montevideo 1980 está abierto a la adhesión de cualquier país latinoamericano. De hecho, el 26 de agosto de 1999 se perfeccionó la primera adhesión al Tratado de Montevideo 1980, con la incorporación de la República de Cuba como país miembro de la Asociación.

Asimismo, el 10 de mayo de 2012, la República de Panamá pasó a ser el Decimotercer país miembro de la ALADI.

Por otra parte, también fue aceptada la adhesión de la República de Nicaragua, en la Decimosexta Reunión del Consejo de ministros (Resolución 75 (XVI)), realizada el 11 de agosto de 2011. Actualmente, Nicaragua avanza en el cumplimiento de las condiciones establecidas para constituirse en país miembro de la Asociación.

La ALADI abre además su campo de acción hacia el resto de América Latina mediante vínculos multilaterales o acuerdos parciales con otros países y áreas de integración del continente (Artículo 25).

Asimismo, contempla la cooperación horizontal con otros movimientos de integración del mundo y acciones parciales con terceros países en vías de desarrollo o sus respectivas áreas de integración (Artículo 27).

La ALADI da cabida en su estructura jurídica a los más vigorosos acuerdos subregionales, plurilaterales y bilaterales de integración que surgen en forma creciente en el continente. En consecuencia, le corresponde a la Asociación –como marco o “paraguas” institucional y normativo de la integración regional- desarrollar acciones tendientes a apoyar y fomentar estos esfuerzos con la finalidad de hacerlos confluir progresivamente en la creación de un espacio económico común.

Anexo 4

Acuerdo de Complementación Económica N.º 22 BOLIVIA – CHILE

Las relaciones económicas y comerciales de Bolivia con la República de Chile, se inscriben en el marco del Acuerdo de Complementación Económica N.º 22 (ACE 22), suscrito el 6 de abril de 1993, en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, conforme al marco jurídico del Tratado de Montevideo 1980 (ALADI) y en sustitución del Acuerdo de Alcance Parcial No. 27 del 30 de abril de 1983. El texto del ACE 22 está en el vínculo adjunto.

Objetivos:

Sentar las bases para una creciente y progresiva integración de las economías de los países signatarios; Facilitar, ampliar y diversificar el intercambio comercial de bienes y servicios entre los países signatarios, fomentar y estimular actividades productivas localizadas en sus territorios y facilitar las inversiones de cada país signatario en el territorio del otro.

Crear condiciones para lograr un avance armónico y equilibrado en el comercio bilateral; Servir de marco jurídico e institucional para el desarrollo de una más amplia cooperación económica en aquellas áreas que sean de mutuo interés; y Establecer mecanismos para promover una activa participación de los agentes económicos privados en los esfuerzos para lograr la ampliación y profundización de las relaciones económicas entre los países signatarios y conseguir la progresiva integración de sus economías.

Anexo 5

Bolivia y EEUU acuerdo de fortalecimiento económico

A partir de hoy, Bolivia se unirá a los nueve países que han firmado un Memorando de Entendimiento sobre la Iniciativa América Crece (Roth in the Americas), dirigida a apoyar el desarrollo económico catalizando la inversión del área privada en proyectos de infraestructura y energía.

El Memorando de Entendimiento, firmado este martes 25 de agosto de 2020 por la Canciller Karen Longaric y el Encargado de Negocios de EEUU Bruce Williamson, permitirá atraer mayores inversiones del sector privado en infraestructura conectando a este sector de los Estados Unidos con las oportunidades existentes en nuestro país para que la inversión del

sector privado en infraestructura sea transparente, competitiva y acorde con las mejores prácticas internacionales.

Entre las actividades que impulsa la iniciativa está la organización de mesas redondas de empresa a empresa y de empresa a gobierno, el apoyo a misiones comerciales y viajes de estudio, la realización de estudios de viabilidad comercial, la prestación de conocimientos técnicos para mejorar el clima de inversión y el respaldo a la financiación de proyectos.

A partir de este acuerdo se crea un compromiso diplomático de alto nivel, en el marco oficial de los memorandos de entendimiento (MOU), y asistencia técnica e intercambios, así como el aprovechamiento de los diálogos bilaterales y los foros regionales existentes para compartir las mejores prácticas bilateralmente a través de instituciones regionales, asociaciones empresariales y grupos de la sociedad civil.

Esta iniciativa ya se realiza en Argentina, Chile, Jamaica, Panamá, Colombia, Ecuador, Brasil, El Salvador y Honduras, con el objetivo de fomentar la creación de empleo y reactivar el crecimiento económico al facilitar los proyectos de infraestructura que se necesitan con urgencia en estos países.