

# PERFIL DE MERCADO PALQUI



Marzo 2009

PERFIL DE MERCADO CORRESPONDIENTE AL RESULTADO 3 DE LA CONSULTORÍA "EVALUACIÓN DEL IMPACTO COMERCIAL DEL BIOCERCOMERCIO EN BOLIVIA – SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS"

Elabora:



Financia:



## Sumario

El presente estudio hace un análisis del desempeño del café de palqui boliviano (*Cestrum Parqui*) en el contexto internacional, así como también del desempeño de los principales mercados importadores y exportadores de este producto a nivel mundial.

- El principal país importador de los “demás sucedáneos del café” el año 2007 fue Austria, quien importó USD11,5 millones en valor y 1,8 miles de toneladas en volumen logrando una participación de mercado de 18,84% y un crecimiento anual en valor importado de 31% entre las gestiones 2003 - 2007. Francia y Arabia Saudita fueron los seguidores
- Uganda fue el principal exportador de los demás sucedáneos del café a nivel mundial el año 2007. Las exportaciones de este país alcanzaron los USD10,8 millones en valor exportado y 7,3 miles de toneladas en volumen con lo cual obtuvo una participación del total exportado por el mundo de 15,29% y un crecimiento anual en valor de 194% entre las gestiones 2003 - 2007. Kenya y Países Bajos son el segundo y tercer exportado más grande de estos productos a nivel mundial, respectivamente
- En general las tendencias más notorias en el mercado del café, son las cada vez mayor preferencia de los consumidores por productos que poseen etiquetas o certificaciones internacionales que garantizan la protección ambiental, las buenas prácticas de producción y la equidad social. Entre las certificaciones de este tipo y de mayor renombre a nivel internacional destacan la certificación de producción orgánica y la etiqueta de Comercio Justo Fair Trade, las cuales se enfocan en aspectos diferentes, pero que son de gran aceptación entre los consumidores
- Las propiedades alimenticias del café de palqui pueden permitir que este producto sea posicionado en nichos de mercados enfocados más en la salud, donde se pueden obtener mayores ingresos

## **Introducción**

La actual crisis financiera que viene azotando al mundo entero a partir de finales del tercer trimestre del año 2008, tiene un impacto directo en el comercio mundial de bienes y servicios. Este impacto se está viendo reflejado principalmente en la disminución de los volúmenes de exportación a nivel mundial y en la caída de los precios de los productos exportados. La actual crisis sin lugar a dudas afectará las exportaciones bolivianas, ya que en tiempos de crisis los países tienden a proteger aún más sus industrias para fortalecer su economía y mantener sus niveles de empleo estableciendo mayores barreras para la importación de bienes y servicios. Por su parte, los mayores mercados de bienes y servicios a nivel mundial (UE y Estados Unidos) son las regiones más afectadas por la crisis actual, en donde ya se han registrado un gran aumento del nivel de desempleo, lo cual afecta la demanda de productos, generando un efecto negativo en las economías que tienen a estos mercados como sus principales socios comerciales.

### **Descripción del producto**

El palqui (*Cestrum parqui*) es una planta originaria de las regiones templadas y cálidas de América. El palqui habita en Argentina, Perú, Uruguay, Brasil y Chile. Es un arbusto siempre verde de tallos rectos de color cenicienta y de hojas malolientes. El principal uso que se le da a esta planta es medicinal. Sus hojas sirven para tratar heridas, herpes y demás erupciones de la piel, también se preparan infusiones con su tallo. De la semilla de esta planta se obtiene el café de palqui, el cual se ha comprobado tiene mayores propiedades nutritivas que la soya por lo que resulta ser un producto mucho más saludable.

### **Partidas arancelarias**

Las exportaciones/importaciones de café de palqui así como el de otros productos del biocomercio, no están claramente especificadas en una partida arancelaria debido a que los volúmenes del comercio de estos productos no son tan significativos con respecto a otros productos tales como el café tradicional el cual si se encuentra claramente especificado en una partida arancelaria. Por lo mencionado anteriormente, para el desarrollo del presente estudio se utilizó la partida arancelaria "09.01.90 - los demás, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción" la cual es la partida que incluye el comercio del producto objeto de estudio.

### **Metodología**

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes secundarias como ser, estadísticas, publicaciones, artículos de sitios Web relacionados con el comercio internacional y de manera más específica con el biocomercio. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país destino, luego se muestran los principales destinos de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen, valor y con el crecimiento relativo para un periodo de cinco años, del 2003 al 2007, en el caso de que existieran datos; con esto se hace referencia a los principales países importadores y a los países competidores directos de Bolivia.

En el análisis cualitativo, se describen las principales tendencias en el mercado, como ser comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios, así como también tendencias en el producto, desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados.

## Principales destinos de las exportaciones bolivianas

No existen registros de exportación de café de palqui boliviano al mundo hasta el año 2007.

## Principales mercados importadores en el mundo

Los principales países importadores de “los demás sucedáneos del café” (incluye el café de palqui), el año 2007 fueron Austria (18,84% de participación del total importado por el mundo), Francia (11,19%) y Arabia Saudita (9%); los cuales tuvieron tasas promedio de crecimiento anual en valor de 31%; 28% y 29% respectivamente entre los períodos 2003 - 2007.

Otros grandes importadores de significativa importancia son: Portugal, Sudán, Malasia y Emiratos Árabes Unidos.

**Cuadro N° 3.73**  
**Principales países importadores de los demás sucedáneos del café en el mundo**  
**Año 2007, expresado en miles de USD y toneladas**

<b>País</b>	<b>Valor (en miles de USD)</b>	<b>Volumen (en toneladas)</b>	<b>Crecimiento 2003 - 2007 %</b>
Austria	11.599	1.869	31
Francia	6.887	903	28
Arabia Saudita	5.537	2.261	29
Portugal	2.979	434	46
Sudán *	2.681	1.523	294

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (febrero 2009)

Datos espejo (\*)

Las importaciones de Austria de sucedáneos del café el año 2008 fueron USD7 millones el primer trimestre, USD0,4 millones el segundo trimestre, USD1,2 millones el tercer trimestre y 7,1 millones el cuarto trimestre. Por su parte, las importaciones de Francia fueron de USD2,4 millones el primer trimestre, USD1,9 millones el segundo trimestre, USD2 millones el tercer trimestre y USD2,1 millones el cuarto trimestre del año 2008. No hay información disponible sobre las importaciones de sucedáneos del café para Arabia Saudita el año 2008.

## Principales países exportadores en el mundo

El año 2007, Uganda fue el principal exportador a nivel mundial de “los demás sucedáneos del café” logrando una participación en las exportaciones mundiales del 15,29% y un crecimiento anual en valor de 194% entre las gestiones 2003 - 2007. Así mismo Kenya se ubicó en segundo lugar con una participación de las exportaciones mundiales del 14,79% y un crecimiento de 92% entre el 2003 - 2007. Países Bajos fue el tercero con 9,83% de participación y 102% de crecimiento entre los mismos períodos.

**Cuadro N° 3.74**  
**Principales países exportadores de los demás sucedáneos del café en el mundo**  
**Año 2007, expresado en miles de USD y toneladas**

<b>País</b>	<b>Valor (en miles de USD)</b>	<b>Volumen (en toneladas)</b>	<b>Crecimiento 2003 - 2007 %</b>
Uganda	10.809	7.326	194
Kenya	10.453	4.160	92
Países Bajos (Holanda)	6.945	509	102
Estados Unidos	4.677	1.787	22
Reino Unido	3.947	525	23

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (febrero 2009)

No existe información disponible al 2008 de las exportaciones de los principales países exportadores de sucedáneos del café.

## **Tendencias**

El café de palqui es un producto nuevo y poco conocido en nuestro medio, y aún menos en mercados extranjeros por lo que no existen tendencias específicas sobre este producto. Sin embargo, el café de palqui es un producto similar al café tradicional por lo que las tendencias aplicables a este podrían ser adaptadas al café de palqui.

En general el mercado mundial del café (tradicional) presenta tendencias bastante marcadas en los últimos años. Un ejemplo de estas tendencias son la cada vez mayor preferencia de los consumidores finales y de los intermediarios, por productos certificados internacionalmente que garantizan la sostenibilidad de la producción, el cuidado del medio ambiente, la calidad del producto, el impacto social, etc. Entre estas certificaciones, las de Comercio Justo (Fair Trade Label) y la certificación de Producción Orgánica son las más conocidas. En la UE la certificación de Comercio Justo es incentivada principalmente por los mayores supermercados y tostadores de café y junto a la Certificación Orgánica cubrieron el 2% del mercado total del café (CBI). En la UE existen también otras certificaciones que están siendo ampliamente aceptadas por el mercado europeo como ser: la certificación UTZ y el esquema de certificación "4C" Código Común para la Comunidad Cafetalera.

Otra tendencia importante en el mercado del café es la conveniencia y el consumo de pequeñas porciones; es decir la tendencia hacia el consumo de productos de rápido y fácil consumo; como el café instantáneo, las bolsitas de café y el café helado. De la misma manera y en la misma línea que la certificación orgánica, está la tendencia de los consumidores, especialmente europeos, a consumir alimentos más saludables los cuales forman parte de su estilo de vida.

## **Canales de distribución**

El café de palqui es un producto que hasta la fecha no ha sido exportado a ningún país, por lo menos no en cantidades ni valores significativos. Para su exportación, primeramente, se debería lograr posicionar el producto en el mercado nacional y después pensar en su comercialización externa, cumpliendo todos los requisitos

legislativos y no legislativos de los países a los que se desee exportar. Si se logran las condiciones necesarias para exportación, la distribución del café de palqui se la podría realizar vía traders especializados (si se cuenta con alguna certificación internacional como ser la etiqueta de Comercio Justo Fair Trade o la de Producción Orgánica) los cuales se dedican a la comercialización de una amplia gama de productos orgánicos y no de uno solo en particular, en nichos específicos de mercado los cuales pueden ofrecer buenas oportunidades para el producto. Es necesario resaltar, que primeramente se debe lograr posicionar al producto en el mercado nacional para pensar a futuro en la exportación.

## **Precios**

El precio del café de palqui como producto terminado en supermercados nacionales gira en torno a Bs7,50.- (aprox. USD1,06). En mercados externos si se llega a estar en condiciones de exportación (volumen y calidad) y se logra aplicar para una certificación internacional como ser la certificación de Comercio Justo Fair Trade, aparte de mejorar la imagen del producto en el mercado internacional se logra una prima en el precio del producto, por el hecho de estar cumpliendo con los requisitos necesarios para la obtención de la certificación como ser los factores medioambientales, sociales, etc.

## **Puntos críticos de acceso a mercados**

Como exportador boliviano que se prepara para acceder a mercados extranjeros, es necesario ser consciente de los requerimientos de acceso a los mercados de tus socios comerciales y de los gobiernos extranjeros.

Los requerimientos son demandados a través de la legislación, etiquetas, códigos y administración de sistemas. Estos requerimientos están basados en temas del medio ambiente, la salud, la seguridad del consumidor y en intereses sociales que diferirán de acuerdo al producto y al país que se quiere exportar.

Para el sector de alimentos, los requerimientos más importantes en la UE son la Trazabilidad y el Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control, conocido por sus siglas en inglés como HACCP.

### **Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP**

El sistema de HACCP, que tiene fundamentos científicos y carácter sistemático, permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos.

Es un instrumento para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse principalmente en el ensayo del producto final. Todo sistema de HACCP es susceptible de cambios que pueden derivar de los avances en el diseño del equipo, los procedimientos de elaboración o el sector tecnológico.

En lo que se refiere a higiene, todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la confiabilidad de los alimentos y bebidas durante la preparación, procesamiento, tratamiento, empaquetado, transporte, distribución y mercadeo.

Los riesgos que existen pueden ser de cuatro tipos:

- **Físicos:** partes plásticas en una lata de vegetales
- **Químicos:** detergentes en jarras
- **Microbiológicos:** sopa de pescado deteriorada
- **Macrobiológicos:** ratones

## **Trazabilidad**

Bajo la Ley europea, "trazabilidad" significa la habilidad para rastrear cualquier alimento, animal productor de alimento o sustancia que será usada para el consumo a través de todas las etapas de producción, procesamiento y distribución.

Significa también rastrear los alimentos a través de la cadena de producción y distribución para identificar y dirigirse a los riesgos y proteger la salud pública (de enfermedades transmisibles y la presencia de químicos por encima de los límites aceptados).

La trazabilidad es una herramienta de administración de riesgo que permite a los operadores en el negocio de los alimentos o autoridades que retiren o recuerden a los productos que hayan sido identificados como no seguros.

La trazabilidad es la piedra angular de la política de seguridad alimentaria de la UE. La Ley General de Alimentos de la UE entró en vigencia en el año 2002 y hace que la trazabilidad sea obligatoria para todas las empresas del rubro de los alimentos.

Los requisitos mencionados anteriormente son solo los requisitos generales para el sector alimentos en la UE pudiendo existir requerimientos adicionales que deben ser cumplidos y que pueden variar de acuerdo al país que se pretende acceder. Uno de estos requisitos es la Regulación (EEC) 2092/91 sobre Producción Orgánica en la UE, la cual establece las reglas principales para productos orgánicos, incluyendo el etiquetado, las reglas de producción y la inspección de los sistemas.

Para mayor información sobre los requisitos exigidos para la introducción de alimentos en la UE, se recomienda buscar en:

- Centro de Promoción de Importación desde Países en Desarrollo - [www.cbi.eu/marketinfo](http://www.cbi.eu/marketinfo) - Esta sección contiene un menú desplegable el cual filtra la información de acuerdo al sector industrial seleccionado y al país que se quiere exportar, mostrando toda la información relacionada al sector o al producto en cuestión.
- [www.exporthelp.europa.eu](http://www.exporthelp.europa.eu) - Sitio Web creado para facilitar a los países en desarrollo el acceso al mercado europeo. En la sección de "Requisitos y Gravámenes" se puede encontrar toda la información necesaria sobre los requisitos para introducir cualquier producto en la UE.

En los Estados Unidos, la importación de alimentos esta regulada por la FDA - Food and Drug Administration y de manera más específica por la ley federal "Federal Food, Drug and Cosmetic Act" en la cual se prohíbe la importación de artículos que presenten algún tipo de adulteración en el producto, en el empaque o embalaje; o que presentan condiciones antihigiénicas.

Otra ley importante que cumplir para introducir alimentos en el mercado norteamericano es la Ley 107 - 188 sobre Bioterrorismo, la cual fue adoptada el año 2002 para garantizar la seguridad de la salud pública y que se aplica para todas las

importaciones o tránsito de alimentos por el territorio de los Estados Unidos. Esta ley implica que todas las empresas que exportan productos agroindustriales a los Estados Unidos se deben registrar ante la FDA y mantener archivos que permitan realizar la trazabilidad de todos los insumos del producto.

Existen también rigurosos requisitos de etiquetado del producto los cuales necesariamente deben ser cubiertos. Para mayor información sobre los requisitos necesarios para acceder al mercado de los Estados Unidos, se recomienda buscar en:

- Food and Drug Administration - FDA - [www.fda.gov](http://www.fda.gov) - Contiene información sobre los requisitos necesarios para exportar alimentos a los Estados Unidos.
- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos - [www.usda.gov](http://www.usda.gov) - Es el encargado de manejar todos los temas relacionados a la agricultura en los Estados Unidos, posee información relacionada y links a los Sitios Web de otras oficinas de estado vinculadas a la agricultura.
- Proexport Colombia - [www.proexport.com.bo](http://www.proexport.com.bo) - Contiene guías de exportación a distintos países del mundo entre ellos Estados Unidos.

## Oportunidades

El palqui es una planta que puede ser aprovechada de muchas maneras. Aparte del café de palqui, el cual posee características similares a las del café tradicional, se ha determinado que las semillas de esta planta son más nutritivas que la soya y tienen propiedades medicinales para el sistema respiratorio, lo cual puede ser utilizado para posicionar el producto en nichos de mercados que prefieran productos más saludables, que a su vez son mercados que están creciendo a niveles acelerados y son los que presentan los mayores ingresos.

## Ferias y sitios de comercio virtual

- **Sial – El sitio de mercado global de alimentos** – es una vitrina de innovación y una verdadera plataforma de negocios a nivel mundial. Es la feria líder para la industria de alimentos. Para más información, dirigirse a: <http://www.sial.fr>
- **ABCDirect** - Este Sitio Web contiene un directorio de más de 120.000 compañías, clasificadas en 50.000 productos y más de 100.000 marcas. La dirección es: <http://www.abcdirect.nl>
- **Europages** - Motor de búsqueda B2B europeo, el cual tiene catalogados a 1.500.000 proveedores, fabricantes y distribuidores en Europa y a nivel internacional. Para más información dirigirse a: <http://www.europages.com>
- **Biztradeshows** - Contiene un motor de búsqueda de ferias de todas las industrias las cuales pueden ser filtradas por industria, por país, por fecha y por organizador. La dirección es: <http://www.biztradeshows.com>
- **Asociación Internacional de Ferias de América – AFIDA-** Contiene un motor de búsqueda de ferias y eventos de distintas industrias en América. La dirección es: <http://www.afida.org>
- **Federación de Asociaciones Comerciales Internacionales** - Es el sitio oficial de la Federación de Asociaciones Comerciales Internacionales. Entre otros, contiene un listado de las 450 asociaciones y las 450.000 compañías miembros de la Federación; las cuales están dedicadas a la promoción del comercio internacional, a la importación - exportación de productos, a la administración de logística internacional y muchas más. La dirección es: <http://www.fita.org>

- **Prochile** - En el sector de "ferias internacionales" ofrece un listado de distintas ferias del sector de alimentos, industrias y servicios a realizarse en distintas partes del mundo. <http://www.prochile.cl>

## **Fuentes de información**

### **Sitios Web**

- Centro de Promoción de Importaciones desde Países en Desarrollo  
[www.cbi.eu](http://www.cbi.eu)
- Código Común para la Comunidad Cafetalera  
[www.sustainable-coffee.net](http://www.sustainable-coffee.net)
- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos  
[www.usda.gov](http://www.usda.gov)
- Export Help Desk  
[www.exporthelp.europa.eu](http://www.exporthelp.europa.eu)
- Fairtrade Labelling Organization (FLO) International  
[www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)
- Food and Drug Administration (FDA)  
[www.fda.gov](http://www.fda.gov)
- Organización Internacional del Café (ICO)  
[www.ico.org](http://www.ico.org)
- Proexport Colombia  
[www.proexport.com.bo](http://www.proexport.com.bo)
- Revista "Just Drinks"  
[www.just-drinks.com](http://www.just-drinks.com)
- Trade statistics for international business development - TRADE MAP  
[www.trademap.org](http://www.trademap.org)

### **Fuentes fotográficas**

- [www.florachilena.cl](http://www.florachilena.cl)
- [www.infojardin.com](http://www.infojardin.com)
- [www.chileflora.com](http://www.chileflora.com)