

En Bolivia, un grupo de esforzadas empresas sobrevivió al colapso del sector del látex reorientándose a la recolección y procesamiento de castaña amazónica. Principal exportación de la región amazónica, esta nuez humilde pero difícil podría la salvación de la preciosa selva pluvial. El CCI ha ayudado a los exportadores a resolver los problemas ligados a la gestión de la calidad, en el marco de un proyecto de aumento de las exportaciones bolivianas en diez sectores económicos.

En el norte de Bolivia, las zonas rurales que rodean las ciudades de Riberalta y Cobija se están beneficiando de la recolección y procesamiento de castaña amazónica (también conocida como nuez o castaña de Brasil). Al mismo tiempo, este sector en expansión está salvando la selva pluvial, creando empleo y sacando de la pobreza a miles de trabajadores y sus familias.

La subsistencia de estas comunidades dependía tradicionalmente de la extracción de látex o caucho natural, sector que fue progresivamente desplazado en los años setenta por la producción de Asia Meridional y los cauchos sintéticos. Este choque económico tuvo efectos devastadores para los habitantes de la región. Sin embargo, levantaron cabeza y se dedicaron a una nueva actividad muy prometedora: la castaña amazónica.

En 2003, el valor total de mercado de la castaña fue de US\$ 48 millones; principal exportación de la región amazónica, la castaña se recolecta en una zona que abarca 100.000 kilómetros (más de dos veces el territorio de Suiza). Unas 28.000 familias dependen directamente del sector, que genera hasta 100.000 empleos, directa e indirectamente.

La castaña amazónica se produce principalmente en Bolivia, que controla el 80% del mercado. Los otros productores son Brasil y Perú. La castaña crece en la zona fronteriza entre los tres países.

### **La amenaza de la deforestación**

Pero la castaña amazónica es de difícil recolección, ya que se encuentra únicamente en la espesura, a razón de uno a tres árboles de gran tamaño por hectárea. Estos árboles demoran unos 40 años en alcanzar su plena madurez antes de comenzar la recolección.

La selva pluvial del Amazonas está siendo destruida sistemáticamente a medida que los agricultores, en su desesperación por arrancar medios de subsistencia a esa tierra, queman indiscriminadamente fajas de selva para disponer de terrenos cultivables. Después de varias cosechas, se desplazan a otra zona, donde la destrucción de la selva continúa. Este método es una amenaza para el frágil ecosistema del Amazonas y también para el sector de la castaña, ya que los árboles productores son silvestres.

### **Nuevos problemas para el control de plagas**

En la etapa posterior a la cosecha, la castaña es vulnerable a la aflatoxina, un moho difícilmente controlable debido al alto grado de humedad de la selva en el período de cosecha.

Los empresarios del sector de la castaña fueron especialmente afectados por una norma adoptada por la Unión Europea (UE) en 1998 que fijaba el nivel de aflatoxinas en la castaña en 4 ppb (partes por 1.000 millones), inferior al nivel de 20 ppb aplicado en Australia y Estados Unidos).

Dado que la UE representa cerca del 50% del mercado, los empresarios decidieron movilizarse. Por medio de su Cámara de Exportadores del Noroeste, crearon un centro de formación y calidad para la región norte de Bolivia, con un laboratorio de control sanitario e higiene en Riberalta y otro de control de la calidad en Cobija. Pero la falta de competencias técnicas dificultaba sus avances.

### **Resultados mensurables**

En el proyecto del CCI, iniciado en 2001 con el apoyo de la Secretaría de Estado de Economía (**seco**) de Suiza, participaron cinco de las 20 empresas de la región. El proyecto resultó en la creación de un centro de formación y calidad, que analiza los despachos de exportación para verificar el cumplimiento de los requisitos en materia de seguridad de los alimentos y aumentar así la ventaja competitiva del sector. Este centro sirve de foro sobre la formación en ámbitos como la calidad del producto, control de plagas y seguimiento de las tendencias del mercado. En sus locales también hay instalaciones deportivas y sociales, como un campo de fútbol y un teatro, que cumplen una importante función en la comunidad local.

Gracias a esta asistencia técnica, las empresas han mejorado su embalaje de exportación y sus vínculos con los mercados, y han establecido sistemas de análisis de riesgos y control de puntos críticos. Las repercusiones en el sector han sido apreciables, ya que en 2003 las exportaciones llegaron a 16,3 millones de kilos, frente a 7,25 millones en 1995.

Las mejoras en materia de higiene, condiciones laborales y viabilidad económica a largo plazo incitaron a las otras 15 empresas a solicitar también la asistencia del CCI.

“La formación, las buenas condiciones laborales y el control de la calidad son inversiones rápidamente rentables”, observa Wilfredo Jurado, asesor técnico principal del proyecto en Bolivia.

“La inversión en control de la calidad y en certificación es necesaria no sólo para mejorar las ventas, sino para tener acceso a los mercados extranjeros. Asimismo, las mejores prácticas de embalaje han reducido los costos y las pérdidas de productos durante el transporte, mejorando las relaciones con los compradores”, explica.

“Este proyecto ha potenciado la capacidad de la región para evolucionar en un entorno económico en constante cambio, y creado empleos productivos para su población”, dice

Eric Álvarez Gurza, Jefe de la Oficina para Asia, el Pacífico, América Latina y el Caribe, dependiente de la División de Coordinación de la Cooperación Técnica del CCI. “Esto favorece al sector exportador de castaña; cabe esperar que si éste crece, los agricultores no tendrán necesidad de seguir quemando bosques.”

## Aumentar las exportaciones en Bolivia

En el marco de este mismo proyecto del CCI, otras empresas bolivianas están incursionando en el mercado globalizado.

El proyecto se inauguró en 2001, tras una evaluación de necesidades efectuada por el CCI conjuntamente con el Viceministerio de Industria, Comercio y Exportaciones, el Centro de Promoción Bolivia, el Instituto Boliviano de Comercio Exterior y la Cámara de Exportadores de Santa Cruz. A fin de aumentar y diversificar las exportaciones, el proyecto seleccionó diez sectores de productos no tradicionales con posibilidades de llegar a mercados especializados de todo el mundo: quinoa, castaña amazónica; textiles y confecciones de algodón; textiles y confecciones de pelo de camélido; productos orgánicos; artículos manufacturados de madera; artículos manufacturados de cuero; frijoles; joyas de oro y plata, y vinos de tierras altas.

Para el proyecto se seleccionaron empresas que operaban en más de una zona geográfica, eran ya exportadoras o tenían productos con gran potencial de exportación, y producían bienes con valor añadido respecto de los cuales el CCI tenía experiencia.

“Los productos de estas empresas eran prometedores, pero había que mejorarlos para que correspondieran a los requisitos de los mercados internacionales,” explica Pablo Lo Moro, Oficial de Promoción Comercial del CCI para Asia-Pacífico, América Latina y el Caribe. “Hemos ayudado a estas empresas a superar sus dificultades.”

En el proyecto participaron entidades de distintos horizontes, como empresas, organismos públicos, asociaciones comerciales, institutos de normalización e instituciones educativas. Para llegar a las zonas más remotas de Bolivia, el proyecto se desplegó en siete de las nueve regiones de Bolivia: La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Tarija, Oruro, Beni-Pando y Cobija.



*Una calidad homogénea y el cuidado por los detalles son aspectos cruciales para los exportadores bolivianos que deseen entrar en las cadenas de abastecimiento internacionales. La gestión de la calidad exige controlar cada etapa del proceso de producción. Ingrid Vargas, gerenta de producción de la empresa boliviana San Agustín, hace el control final de los productos para la exportación. (Photo: CCI)*

## Resultados prometedores

“Primeramente, el proyecto ha servido de ejemplo”, dice el Sr. Lo Moro. “Al trabajar con estas empresas, hemos mostrado que es posible exportar con éxito. En segundo lugar, al colaborar con instituciones locales, como las universidades, creamos capacidades locales. Es importante impartir formación a personas que a su vez formarán a otros Bolivianos. El próximo paso será impulsar el desarrollo y la sostenibilidad de los servicios nacionales de fomento empresarial.”

Se prevé que, gracias al proyecto, cinco organizaciones empresariales, ocho laboratorios y 25 empresas se dotarán este año de un sistema de gestión de la calidad y solicitarán su acreditación. Más de 60 profesionales han seguido la formación para el uso del Sistema de Gestión Empresarial (BMS) del CCI, impartida por la *Universidad Privada Boliviana*. Se creó una entidad nacional, el *Organismo Boliviano de Envase*, que proseguirá las actividades del proyecto y la formación. Se formularon recomendaciones encaminadas a fortalecer el Centro de Promoción Bolivia. Un nuevo sitio web presenta las exportaciones y permite obtener información comercial y técnica sobre Bolivia.

Los tres estudios de caso resumidos a continuación ilustran los mismos principios que se han aplicado en otros sectores del proyecto.

### **Ascender en la escala de valor añadido**

La Industria Maderera Sali, de Cochabamba, comenzó exportando maderas rojas finas, como caoba y roble boliviano, que tienen poco valor añadido. Con la ayuda de un proyecto del CCI financiado por Dinamarca (1990-1994), la empresa invirtió en equipo de procesamiento y secado a fin de obtener productos capaces de competir con las maderas de Asia. También comenzó a fabricar puertas con nuevas variedades. Esta diversificación redujo la presión sobre los bosques amenazados, lo que sumado a los estrictos sistemas de gestión ambiental de la empresa mejoró el impacto de sus actividades.

En el marco del proyecto del CCI apoyado por la seco, la Maderera Sali está mejorando sus prácticas de gestión medioambiental, control de la calidad y embalaje, al tiempo que obtiene formación para sus recursos humanos. La diversificación le permite abastecer a proyectos internacionales de desarrollo inmobiliario. Sus exportaciones se destinan esencialmente a Chile y Estados Unidos.

“El apoyo del CCI ayudó a esta empresa a producir y exportar bienes más complejos”, dice el Sr. Jurado. “Al diversificar su catálogo de productos, la empresa está contribuyendo a revitalizar el sector maderero del país.”

La empresa ha sabido sortear las condiciones económicas nacionales adversas y resistido a los cambios cíclicos de la demanda de madera en los mercados internacionales. Muchos de sus competidores no lo han logrado. Sus exportaciones han crecido de forma sostenida desde 1998, pasando de US\$ 700.000 a US\$ 1 millón en 2001. Desde 1993, la Maderera Sali abastece a la gran cadena Home Depot Stores, de Estados Unidos.

### **Las saludables exportaciones de quinoa**

Otra empresa de Cochabamba, Andean Valley S.A., comenzó en la exportación a granel de quinoa, cereal que crece principalmente en el altiplano andino, en Bolivia y Perú. La quinoa es muy apreciada por sus propiedades nutritivas y se comercializa tanto en tiendas dietéticas como en tiendas de alimentación general.

Con el apoyo del CCI, la empresa diversificó su oferta, incluyendo alimentos de quinoa procesada. Andean Valley también consiguió la certificación orgánica para algunos de

sus productos, logrando así acceso al creciente y lucrativo mercado de los segmentos especializados.

La empresa participó en todas las actividades patrocinadas por el CCI a su alcance, y por lo general contribuyó a sufragar sus costos. “Esta participación ayudó de manera sustancial a mejorar la calidad de nuestros productos y nuestra competitividad internacional. Con el apoyo de comercialización del CCI, hemos logrado un aumento considerable de las exportaciones”, dice el gerente Javier Eduardo Fernández.

Dejando su dependencia tradicional de los compradores estadounidenses, Andean Valley vende ahora a Dinamarca y Alemania. Los pedidos aumentan, y también la oferta. Esta vitalidad del mercado está ayudando a reducir la pobreza, ya que la quinoa es cultivada principalmente por pequeños agricultores en las zonas más desfavorecidas del altiplano boliviano.

### **Beneficios del comercio justo para recolectores de frijoles**

La empresa Bolivian Shoji exporta frijoles (rojo, poroto, negro, alubia, carioca y haba). La base productiva de la empresa está formada por pequeños agricultores participantes en un programa de comercio justo, destinado a reducir la pobreza en la zona. Bolivian Shoji ofrece a los agricultores asistencia técnica, financiación y compromisos de compra de su cosecha, la que es procesada en las instalaciones de la empresa, en el parque industrial de Santa Cruz.

El mercado está totalmente orientado al extranjero: Brasil, Colombia, Japón y España, entre otros países. El CCI ha prestado ayuda en la difusión y en el control de la calidad (requisitos de seguridad de los alimentos y embalaje). Por ejemplo, un asesor técnico propuso utilizar un nuevo saco de plástico de 1 kg para resolver el problema de las pérdidas en despachos al Japón.

Las ventas se elevaron a US\$ 1 millón en 2003, y deberían llegar a US\$ 1,2 millones en 2004. El Sr. Lo Moro concluye: “Hemos logrado avances considerables, pero queda mucho trabajo por delante, conectando a las empresas con los mercados internacionales. Al mismo tiempo, el proyecto ha fortalecido a las instituciones y el sector empresarial comprende mucho mejor la importancia de los mercados de exportación. Es un buen ejemplo de cómo aprovechar las calificaciones técnicas del CCI para ayudar a crear capacidades.”

---

### **Liberar el potencial exportador boliviano**

Bolivia es uno de los países más pobres de América Latina, ya que el 70% de su población vive por debajo del umbral de pobreza. En los años noventa, el país avanzó hacia la consolidación de una economía de mercado, al suscribir un acuerdo de libre comercio con México, obtener la calidad de Asociado del MERCOSUR y emprender un programa de privatización. Pero Bolivia sigue registrando uno de los niveles más bajos de exportación por habitante de América Latina.

Bolivia es un país sin litoral, encerrado en un continente gigantesco y limitado por una difícil topografía. Con un clima que varía en función de la altura, dispone de sólo un 2,76% de tierra cultivable. Las distancias son enormes, dentro del país y entre éste y los posibles mercados de exportación. Estos factores, a los que se suman las crisis políticas y económicas, han coartado el potencial de exportación de Bolivia.

Para un mercado nacional reducido, lograr compradores internacionales es esencial a fin de relanzar el crecimiento económico y superar la pobreza. Pero los exportadores bolivianos afrontan numerosos problemas para diversificar su economía, que hoy depende de los productos básicos. Entre los recursos que el país debe obtener figuran los siguientes:

- Competencias de gestión en ámbitos como la logística del transporte internacional de carga.
- Sistemas fiables de información comercial, capacitación y medios para llevar a cabo estudios de mercado.
- Una mejor comprensión de los requisitos de control de la calidad y embalaje de exportación.
- Formación en diseño de productos y atención de las necesidades de las empresas exportadoras.
- Una red de instituciones públicas y organizaciones de apoyo al comercio para el fomento de las exportaciones.

*Texto de Dianna Rienstra  
Con la colaboración de Natalie Domeisen*

[http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/696/Una\\_nuez\\_para\\_salvar\\_la\\_selva.html](http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/696/Una_nuez_para_salvar_la_selva.html)