

# ¡Exportemos!

Nº 24

Publicación mensual - Año 3, mayo de 2008



Instituto Boliviano de Comercio Exterior

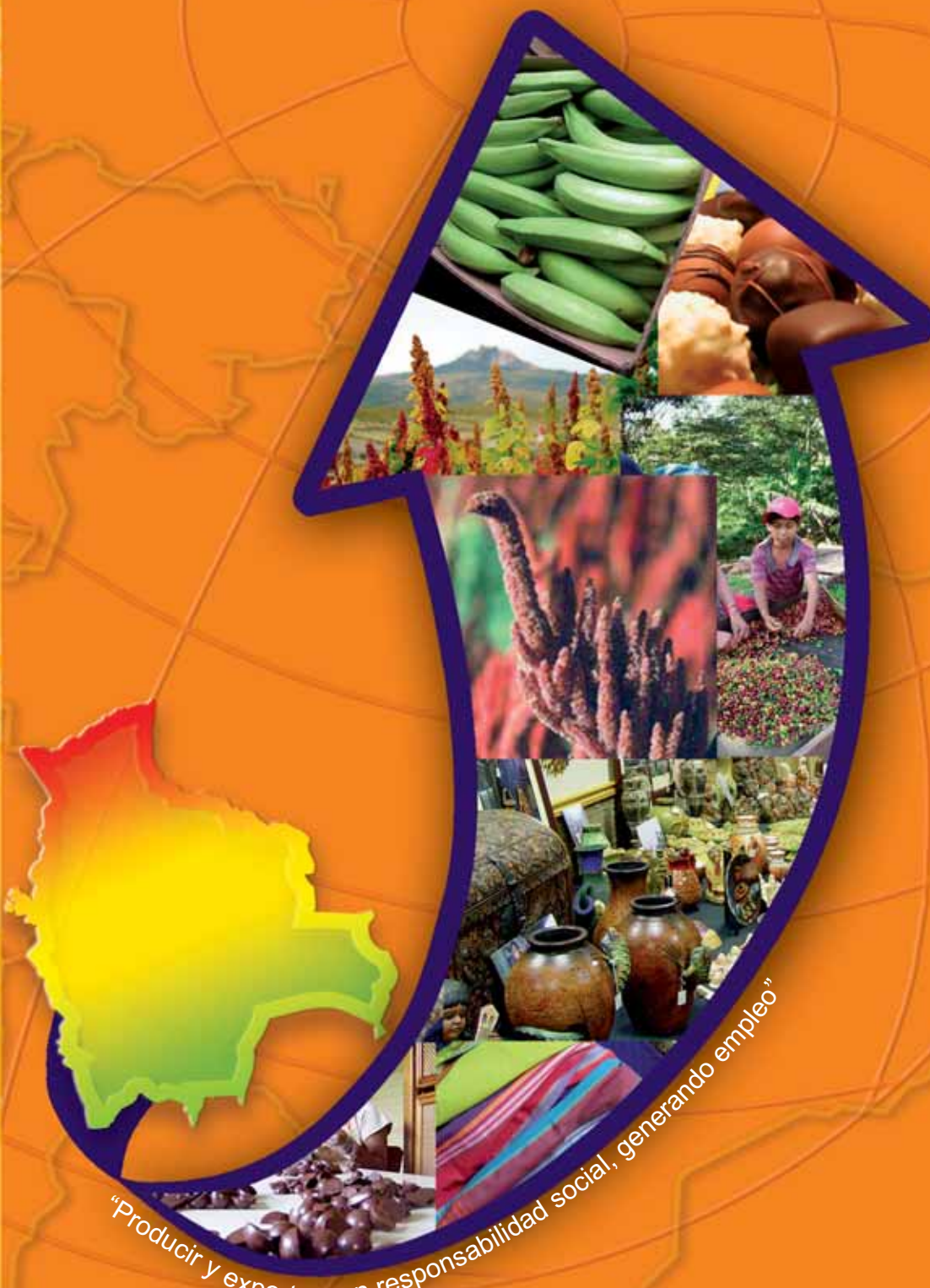


## CONTENIDO

	Págs.
<b>Editorial</b>	
<b>Temas Institucionales</b>	1-2
• CANEB - IBCE	
<b>Producción con Potencial Exportador</b>	3
• Banano o plátano	
<b>Comercio Justo</b>	4-5
• Los productores de Comercio Justo	
<b>Escuela de Comercio y Negocios de la Cámara Nacional de Comercio Cultura Empresarial - ECOM</b>	6-7
<b>Panorama Nacional</b>	8
• Nace negocio con flores de quinua	
• Pequeñas firmas apuestan por el chocolate en Sucre	
<b>Panorama Internacional</b>	9
• Brasil podría tener planta de etanol celulósico en 5 años	
• China cede en disputa por textiles	
<b>Datos Estadísticos</b>	10
• Exportaciones Bolivianas abril 2007 - 2008	
<b>Perfil de Mercado</b>	11-12
• India	
<b>Ferias y Eventos Comerciales</b>	13



Los puntos de vista expresados en esta publicación no necesariamente reflejan la opinión de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID, ni del Gobierno de los Estados Unidos.



“Producir y exportar con responsabilidad social, generando empleo”



## Editorial

### ALIMENTOS Y BIOCOMBUSTIBLES: OPORTUNIDAD PARA BOLIVIA

Según un último Reporte del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos ("La oferta y demanda agrícola global: factores que influyen en el creciente aumento en los precios de los alimentos commodities" - USDA, mayo 2008) todo parece indicar que la mayoría de los granos y aceites vegetales difícilmente retrocederán del nivel histórico que han alcanzado sus precios, superando en más del 60% al que tenían hace 2 años atrás.

El informe de la FAO y OCDE de fines de mayo indica que el precio promedio de los alimentos básicos (leche, carnes, oleaginosas, azúcar) en el período 2009-2017 estará un 20 a 80% por encima del promedio del período 1998-2007. Podemos esperar entonces, que los precios de la carne de cerdo y de vaca subirán un 20%; el azúcar un 30%; el trigo, el maíz y la leche descremada en polvo un 40% a 60%; la manteca y oleaginosas más del 60% y los aceites vegetales más del 80%.



La subida de precios que se creía era coyuntural, se ha tomado estructural. El crecimiento más lento de la oferta de alimentos en el mundo contrasta con un incremento más rápido en la demanda, rompiendo así el equilibrio que había hasta la pasada década.

Para que esto haya ocurrido mucho ha tenido que ver: a) las condiciones adversas del cambio climático global; b) el debilitamiento del dólar; c) el alza del precio del petróleo; d) la creciente demanda por biocombustibles; e) el aumento de los costos de producción agrícola; f) la sustitución de los holdings, por países importadores de alimentos; y, g) las políticas adoptadas por algunos países para mitigar su propia "agroinflación". Desde los años '90 el fuerte crecimiento en el ingreso medio en los países en desarrollo -junto con el aumento de la población- acrecentó la demanda por comida. La subida del ingreso per cápita se tradujo en un aumento del consumo no solo de "alimentos básicos" sino también en un "cambio de su dieta incluyendo más carnes, lácteos y aceites. Más consumo de carne supuso, naturalmente, mayor demanda de cereales y proteína vegetal.

De otra parte, los inventarios de alimentos bajaron: sin la "Guerra Fría", no se justificaba ya tener stocks de seguridad (v.gr. en la China) siendo que el comercio más liberalizado en la OMC redujo las barreras al comercio en el mundo, lo que también hizo que los inventarios privados cayeran, llegando a los más bajos niveles desde los años '70, haciendo que el consumo de oleaginosas superara a la oferta en 7 de los 8 años del actual siglo.

Con tan bajas reservas de "alimentos commodities" en el mundo, los precios de los alimentos se han vuelto mucho más vulnerables a una caída en la producción en una o más áreas de productivas. USDA advierte que si este año ocurriera una caída por el clima o las plagas, los precios de los alimentos aumentarían mucho más, considerando además las restricciones a la exportación -como las que increíblemente se están dando en Bolivia en rubros excedentarios- exacerban los impactos en el precio hacia el alza.

Por si ello fuera poco, la caída del dólar en los Estados Unidos desde el año 2002 abarató sus productos de exportación alentando su compra, lo que presionó los precios de los alimentos a su alza. Igual fenómeno aconteció con el petróleo que -cotizándose en dólares- su menor valor alentó a los países importadores a incrementar sus compras, haciendo rentable la producción de biocombustibles.

La producción de etanol de maíz en los Estados Unidos aumentó desde el 2003, y la de biodiésel en base a colza en la Unión Europea desde el 2005 (la UE sustituirá el 10% del su combustible fósil hasta el 2020, por lo que tendrá que importar). Cada vez más países adelantan políticas para incrementar su producción, aunque en el campo del etanol los Estados Unidos y el Brasil (con caña de azúcar) son líderes, en tanto que Argentina lo es en la exportación de biodiésel de soja. La producción mundial de biocombustibles se ha duplicado desde el 2003 y muy probablemente se volverá a duplicar hasta el 2012.

Los factores que han incentivado la expansión de la producción de bioetanol han sido: a) El incremento del precio del petróleo; b) La incertidumbre sobre el normal abastecimiento de petróleo desde fuentes tradicionales (v.gr. Venezuela, Medio Oriente); c) Las preocupaciones sobre los efectos de la contaminación global; y, d) El objetivo medioambiental de usar combustibles de "quemado más limpio".

Frente a tal panorama, Bolivia tiene dos opciones: una proactiva -apostar por producir más alimentos y biocombustibles sostenibles- u otra reactiva, como hasta ahora, lo que podría condenarla a ser parte de los 100 millones de personas que se sumarán a los 850 millones que ya padecen hambre en el mundo. Prohibir exportaciones de alimentos no es lo más inteligente ni solidario; la solución es producir más alimentos, como lo dijo en la Cumbre de Alto Nivel Sobre Seguridad Alimentaria de la FAO el Secretario General de la ONU, Ban Ki Moon. Bolivia tiene 15 millones de hectáreas para uso agrícola, de los cuales ocupa menos de 3. ¿Qué clase de "cambio" es éste, que amenaza convertimos en un país importador de alimentos que además hay que subvencionarlos, mientras a los productores bolivianos se imponen "precios justos", que cambian de nivel?

Gary Antonio Rodríguez Álvarez, MSc  
Gerente General  
INSTITUTO BOLIVIANO DE COMERCIO EXTERIOR - IBCE

## Consejo Editorial

### CANEB

Lic. Eduardo Bracamonte Velasco  
Presidente

Ing. José Ribero Calvimontes  
Gerente General

### IBCE

Ing. Ernesto Antelo López  
Presidente

Lic. Gary A. Rodríguez Álvarez  
Gerente General

### COORDINACIÓN GENERAL

Lic. Soraya Fernández Jáuregui  
Representante Ejecutiva del IBCE en La Paz

### STAFF

Lic. Irina Chambi - IBCE  
Lic. Rosario Quisbert - IBCE  
Lic. Renán Flores - CANEB

### CANEB

Oficina Central: Av Arce 2017 esq. Goitía (1er. Piso)  
Telf.: (591-2) 2440943 o Fax. (591-2) 2441491  
Casilla 12145 - www.caneb.org.bo  
La Paz - Bolivia

### IBCE

Oficina Central Santa Cruz de la Sierra:  
Av. Las Américas N° 7, Piso 13  
Torre CAINCO • Telf.: (591-3) 3362230  
Fax. (591-3) 3324241 • Casilla 3440  
E-mail: ibce@ibce.org.bo  
www.ibce.org.bo  
Bolivia

Representación en La Paz:  
Av. Arce 2017 esq. Goitía (2do. Piso)  
Telf.: (591-2) 2444575 - 2152229  
Fax. (591-2) 2152229 • Casilla 4738  
E-mail: ibce-lpz@ibce.org.bo  
Bolivia





# 1. Temas



## Institucionales

### CÁMARA NACIONAL DE EXPORTADORES DE BOLIVIA

La Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB), tiene a bien informar las actividades realizadas en el marco de la agenda del mes de mayo de 2008

#### △ Tercera Ronda de Negociaciones CAN - UE.

Durante el mes de mayo, la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia, en representación del gremio exportador, asistió a la III Ronda de negociaciones CAN – UE realizada en Quito-Ecuador, para desempeñar funciones de asesoramiento a los Negociadores que representan a Bolivia, durante esta semana se informó los avances en cada una de las mesas de negociación, y los compromisos que Bolivia ha asumido para dar continuidad al trabajo que debe prevalecer para la siguiente Ronda.

La CANEB, realizó visitas a las principales Instituciones que se encuentran relacionadas al desarrollo exportador de Ecuador, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) y la Federación de Exportadores con las cuales se iniciaron lazos estratégicos de asesoramiento que ayudarán a fortalecer las actividades en beneficio del sector exportador de ambos países.

#### △ Congreso de Exportadores 2008

En la ciudad de Tarija en fecha 16 de mayo de 2008, se realizó el Congreso Ordinario de la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB) dando cumplimiento a los Artículos 20 y 21 de sus Estatutos.

El Congreso Ordinario de la CANEB, contó con la participación de los delegados de las ocho Cámaras afiliadas que representan a los exportadores de todo el país.

Dentro de este evento se realizó la presentación de la memoria institucional de las gestiones 2006 y 2007 así como los estados financieros auditados y el plan estratégico institucional que guiará el curso de las acciones de la Cámara por los próximos cinco años.



Las cámaras afiliadas procedieron a la presentación de informes de gestión donde resaltaron los principales logros y la problemática que deben encararse para seguir con un crecimiento constante del sector exportador.

Como acto central del evento se procedió a la elección del nuevo Directorio de CANEB por las gestiones 2008 – 2010, responsabilidad que fue encomendada al Lic. Eduardo Bracamonte Velasco que fue reelegido como Presidente, la 1º Vicepresidencia de CANEB estará a cargo del Sr. Humberto Pinto Roca y la 2º Vicepresidencia a cargo del Sr. Saul Cabrera Briggs. La elección fue realizada por unanimidad y por consenso pleno como determinan los estatutos de la Cámara.

El acto de posesión del nuevo Directorio contó con la presencia del Presidente de la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia, Gabriel Dabdoub y el representante del Prefecto del departamento de Tarija, Mauricio Lea Plaza, asimismo asistieron nuestro amigos de la cooperación que en forma constante brindan apoyo a nuestra institución, PROCOIN y PRO Chile.



Durante la posesión del nuevo Directorio, el Lic. Bracamonte centró su discurso en una propuesta al Gobierno Central, sobre los grandes temas a ser resueltos, dentro los cuales se destacan los siguientes:

- Fortalecer la institucionalidad pública vinculada al sector exportador.
- Mejorar sustantivamente los estándares de las normas sanitarias.
- Generar un entorno adecuado que permita un mejor aprovechamiento de las oportunidades comerciales que la globalización brinda a nuestra oferta exportable.
- Desarrollar condiciones normativas favorables y estables que impulsen el desarrollo del sector, eliminando políticas con sesgo anti exportador y prohibición de exportaciones.
- Desarrollo de infraestructura y mantenimiento de carreteras, puentes e hidrovías.
- Buscar el equilibrio macroeconómico para generar estabilidad y no incertidumbre en las actividades productivas.

# INSTITUTO BOLIVIANO DE COMERCIO EXTERIOR

## III Foro "Las MIPyMES en las Exportaciones Bolivianas"



El 21 de mayo pasado en el "Salón Roble" del Hotel Plaza se realizó el III Foro del 2008 denominado: "Las MIPYMES en las Exportaciones Bolivianas", evento al que asistieron más de 100 personas entre micro, pequeños y medianos productores; Asociaciones de productores; gremios empresariales; cooperación internacional y ONG's. El sector gubernamental estuvo representado por 20 funcionarios, destacando al Viceministro de Comercio y Exportaciones Huáscar Ajata y el Superintendente de Empresas, Rolando Morales. Presentación realizada por la Consultora Ana María Solares Gaité.

El estudio da cuenta que hay más de 1.000 MIPYMES exportadoras en Bolivia, al menos 800 en el sector manufacturero. Sus ventas han llegado a más de 80 países, destacando Estados Unidos, la Unión Europea; Perú, China Popular, Chile y Argentina como los principales. Su mayor aporte se da en las exportaciones no tradicionales, si bien



Sra. Ana María Solares Gaité



el análisis es parcial, siendo que solo se tomó en cuenta las ventas legales, cuando el sector suele moverse en la informalidad.



### Principales expresiones y conclusiones del foro

- La importancia de la MIPYMES como generadoras de empleo, con un gran potencial productivo por desarrollar está fuera de duda y supera de lejos a sectores extractivos como hidrocarburos o minería.
- Las MIPYMES necesitan mercados externos seguros para exportar; más allá de la afinidad ideológica, las negociaciones tienen que enfocarse en mercados con alta capacidad de compra de manufacturas, como Estados Unidos o Europa.
- Las MIPYMES son la opción para salvar la aguda falta de empleos y ser el freno para que la gente no se vaya del país buscando mejores días para sus hijos.
- Es recomendable una alianza público-privada para disponer de mayor información relevante que permita encaminar políticas de apoyo a las MIPYMES.
- Las MIPYMES tienen un gran potencial para desarrollarse y generar empleo en el sector agropecuario, teniendo en cuenta el crecimiento de la demanda y la subida de precios de los productos alimenticios, y la velocidad de respuesta de muchas unidades productivas.
- El contrabando también afecta a las MIPYMES, lo que compromete incluso el éxito de cualquier futuro Proyecto para apoyarlas. Con las actuales dimensiones que ha llegado a tener esta delictiva actividad, dentro de poco ya no se podrá saber qué es legal y qué es ilegal.
- La formalización de las MIPYMES es necesaria, y para ello es necesario facilitar el camino con tal propósito.

### Participación del IBCE en otras actividades:

- Participación activa en los Comités de mesas de trabajo en la negociación de Acuerdo de Asociación entre la Comunidad Andina y la Unión Europea
- Participación en la Secretaría de la Comisión de Comercio Exterior (COMEX) de la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB)



## 2. Producción con



# Potencial Exportador

### PLÁTANOS O BABANOS

#### Nombre científico: *Musa – paradisiaca*

#### Antecedentes

El Plátano originario de Asia llegó a América en el año 1516, donde le cambiaron el nombre a banana, convirtiéndose en uno de los alimentos básicos de los países tropicales y caribeños. El banano en Bolivia es originario de la amazonía subtropical, en sus variedades originales criollas es un producto abundante en la zona de Alto Beni y Caranavi donde toda la producción es orgánica. En la región del Chapare de Cochabamba se han introducido variedades mejoradas y parte de esa producción es orgánica. Tanto en el Alto Beni como en el Chapare es un producto alternativo a la producción de coca ilegal.

En Bolivia, actualmente existen 63.895 has. de banano cultivadas, la zona de mayor producción es el trópico de Cochabamba, (según la Secretaría Nacional de Agricultura y Ganadería), cubriendo el mercado regional, nacional, y el mercado internacional en pequeña escala. En la región de Caranavi y adyacentes (Yungas-La Paz), actualmente, existen 600 has. de producción orgánica de este cultivo, de los cuales el 85% tiene como principal mercado el desayuno escolar a las ciudades de La Paz y el Alto y el 15% restante el mercado nacional.

#### Cualidades

No podemos dejar de mencionar que este fruto es rico en minerales como potasio (revitaliza los tejidos musculares), calcio (fortifica huesos y dientes), hierro (ayuda a la adecuada transportación de oxígeno en la sangre) y fósforo (mejora el funcionamiento de los sistemas óseo y nervioso), además de que posee vitaminas A, C y del complejo B, que previenen el envejecimiento celular y ayudan a crear defensas contra enfermedades respiratorias, como el resfriado. El plátano no engorda, muy al contrario, por su riqueza en potasio ayuda a equilibrar el agua del cuerpo al contrarrestar el sodio y favorecer la eliminación de líquidos, por contener un 75% de agua, hidratos de carbono, fibra y muchas calorías.



La pulpa del banano contiene sustancias con efecto antiséptico (elimina bacterias) en el conducto intestinal, suaves aceites que reducen inflamación e irritación de las mucosas, además de una proteína, la pectina, que favorece la evacuación del colon. Cuando esta fruta se encuentra madura ayuda a aliviar molestias generadas por gastritis o úlcera, además de que combate el estreñimiento y es eficaz en el tratamiento de colitis y hemorroides. Por otra parte, las evidencias muestran que cuando está verde es eficaz para controlar la diarrea.

#### Uso

La gran variedad de formas hacen de la banana o el plátano un alimento extremadamente versátil. La forma más frecuente y simple de consumo es como fruta de postre. En trozos se incorpora a ensaladas de fruta, gelatinas y otros postres, así como a batidos y otras bebidas; se usan también en tortas y bizcochos. Cocidas, las bananas se usan como acompañamiento para algunas carnes en recetas tropicales, así como en el arroz a la cubana. Con azúcar morena, jugo de limón o vinagre y especias se preparan salsas o mermeladas, a veces muy picantes. Se consumen hervidos, fritos o asados. Como parte de estofados complementan o suplantán a la yuca.

#### Variedades cultivadas de banano en Bolivia

Se cultivan siete variedades de banano: banano – cavendish, banano - dulce cajita (ladys finger), banano - fhia 1, banano - fhia 18, banano - grand naine, banano – mokotaqui, banano – valery, banano – Williams, más una variedad de plátano papancha (french plantain); el único producto industrializado con presencia en el mercado es el banano deshidratado o “kisa”, la harina de plátano se dejó de producir ya que no es un producto rentable.

### Exportación de Plátano o banano

La exportación de plátano o banano se realiza según las siguientes partidas arancelarias NANDINA:

0803.00.11.00	Bananas o plátanos frescos tipo «plantain» (plátano para cocción)
0803.00.12.00	Bananas o plátanos frescos tipo «cavendish valery»
0803.00.19.00	Bananas o plátanos frescos - los demás
0803.00.20.00	Bananas o plátanos frescos - Secos

En la gestión 2007 Bolivia exportó más de 8,9 millones de dólares americanos de bananos y un volumen de 77,7 millones de Kg., siendo sus principales destinos Argentina, Chile, Suiza y Nueva Zelanda, según orden de importancia.

### Perspectivas de mercado

Los principales países productores de plátanos son los países tropicales y caribeños de Sudamérica y en muchísima menor proporción, en el sudeste asiático. Los principales consumidores de banano son Estados Unidos, la Unión Europea y Japón que abarcan aproximadamente el 67% de la demanda mundial, estos países constituirían también un mercado potencial para los bananos orgánicos, según La Agencia de las Naciones Unidas, las importaciones de bananas cultivadas orgánicamente han crecido aproximadamente un 30 % por año; sin embargo los países en desarrollo representan tan solo el 16% de la demanda de importaciones mundiales de banano.



## 3. Comercio



# Justo

### Los productores de Comercio Justo

Los productores de Comercio Justo varían mucho de una zona a otra y de un producto a otro. Pueden ser federaciones de productores, cooperativas, familias. Tal vez lo más importante del Comercio Justo no sea el precio justo, sino la prefinanciación.



Los productores de Comercio Justo pueden ser federaciones de productores, cooperativas, familias, talleres para minusválidos, organismos estatales, empresas privadas y, cada vez más frecuentemente, grupos que producen bienes en el marco de la economía social. El tamaño de estos grupos es muy variable: en la actualidad, la red más grande de exportación de productos de Comercio Justo es el Frente Solidario de Pequeños Cafetaleros de América Latina, que representa a más de 200.000 cafetaleros.

Sin embargo, todos estos grupos tienen una cosa en común: la marginación. Por razones económicas o geográficas, falta de experiencia o falta de recursos, estos grupos no tendrían acceso directo al mercado local o mundial sin el apoyo de las organizaciones de productores de Comercio Justo.

En la actualidad, los socios de EFTA importan productos de unas 800 organizaciones de productores de Comercio Justo en 45 países distintos del Sur, o sea, unas 800.000 familias, que representan 5 millones de personas aproximadamente.

### Ventajas que obtienen los productores de Comercio Justo

Es indudable que las ventajas para los productores de Comercio Justo son muchas y de diversa índole. En primer lugar, tienen un acceso directo a un mercado que no habría sido posible en otras circunstancias. Al tener acceso directo al mercado europeo, los productores de

Comercio Justo suelen también encontrar salidas en el comercio tradicional gracias a las ferias donde exponen a los negociantes tradicionales. Se fomenta mucho esta práctica para evitar que los productores de Comercio Justo dependan demasiado de su sistema.

La mayor parte de los productores de Comercio Justo venden tan sólo una pequeña parte de su producción al Comercio Justo. El resto se vende en el mercado tradicional según las condiciones de éste. La parte comprada a buen precio por las organizaciones de Comercio Justo reduce el volumen de productos disponibles y obliga a los intermediarios a ofrecer precios más altos para obtener las cantidades que quieren. Este efecto se ha verificado con la miel en el estado de Chiapas (México), las nueces de Brasil en Perú, el cacao en Bolivia, el té en Zimbabwe, etc. Esto quiere decir que no sólo los productores que





tienen la suerte de vender su producción al Comercio Justo obtienen precios más altos, sino que los demás, igual de marginados, también se benefician de la existencia del Comercio Justo.

La mayor parte de los pequeños productores han tenido malas experiencias con intermediarios que hacen pedidos y nunca compran el producto acabado o que se niegan a pagar el precio convenido. La estabilidad de la producción y, por tanto, de los ingresos y la garantía de una relación a largo plazo, es la mayor ventaja para los productores y les permite planificar algo su porvenir.

Estas garantías adicionales de Comercio Justo hacen que muchos productores de Comercio Justo permanezcan fieles a su cooperativa aun cuando los precios suben y los intermediarios les ofrecen precios más altos que ésta. Saben que, cuando el precio del producto vuelva a caer, no podrán contar con que los intermediarios o los especuladores les echen una mano.



Producir para el Comercio Justo supone también otras ventajas. Así, muchas organizaciones de Comercio Justo ofrecen ayuda a los productores. Este apoyo puede ser técnico, como es el caso de los especialistas en moda que ayudan a los productores para que puedan seguir las modas europeas. También puede tratarse de formación en métodos de producción, investigación para desarrollar alimentos orgánicos o usar textiles y otros materiales que preservan el medio ambiente, asesoramiento en materia financiera o administrativa, etc.

Además, muchas organizaciones de Comercio Justo también conceden préstamos (en lugar de donaciones, para no desvirtuar la relación comercial) para que los productores puedan aumentar su producción. Con este aumento, hace falta más inversión y más circulante, como los pagos adelantados, puesto que los bancos no quieren dejar dinero a los productores marginados que son "malos riesgos", las organizaciones de Comercio Justo prestan su apoyo. La relación personal a largo plazo reduce los riesgos de falta de pago y la posibilidad de devolución con productos hace el préstamo atractivo para ambas partes.



## Bolivia

Organizaciones de productores e instituciones, entre las cuales figuran el Comité Nacional de Competitividad y Productividad de las Cadenas de Productores de Quinua (CONACOPRO), el Centro de Desarrollo Integral de la Mujer Aymara (CDIMA), la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB) y la Organización Nacional de Arte Popular crearon la Plataforma nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo con el objetivo de definir líneas estratégicas de una propuesta nacional referida a este novedoso rubro económico.

La misión de la plataforma es socializar el concepto de economía solidaria y Comercio Justo en las bases de productores y organizaciones sociales. Una meta es crear plataformas regionales en todo el país que apoyen el comercio con justicia basado en el diálogo y el respeto entre el productor y el consumidor



# ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS DE LA CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO CULTURA EMPRESARIAL

La Cámara Nacional de Comercio de Bolivia es una institución empresarial privada, sin fines de lucro, con independencia económica y política, creada para defender los intereses de sus asociados, promoviendo el desarrollo empresarial de los sectores del Comercio y los Servicios, en un marco de sana competencia, en la perspectiva de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido en el ámbito económico y social del país, en el contexto globalizado.



Es una Institución inspirada en principios éticos y de compromiso con el empresariado que busca la excelencia y creatividad entendiendo que el futuro de un país depende directamente del talento de sus recursos humanos, en todo aspecto, desde aquellos que tienen a su cargo la dirección de los órganos estatales, que legislan, ejecutan y administran justicia, así como también, y con la misma importancia, de quienes están inmersos en la actividad productiva diaria de bienes y servicios: Los gerentes, los administradores, los empleados, los trabajadores por cuenta propia, los cooperativistas, los trabajadores familiares, en síntesis, todas las personas que desarrollan labores productivas en el país.

Según el modelo empresarial más simple, una organización productiva está compuesta por tres factores: la tierra, el capital y la mano de obra y, la manera en que ellos son armonizados, lleva el nombre de tecnología. Cualquier agente que conjuncione estos factores adquiere la categoría de empresario, desde la unidad productiva más pequeña en la que prima el trabajo familiar, con escaso capital, un espacio reducido donde desarrollar sus actividades y cierta tecnología, hasta las grandes empresas, generadores de numerosos puestos de trabajo, con varias sucursales, maquinaria moderna y elevados cánones tecnológicos.

No obstante, el crecimiento y desarrollo de cualquier entidad pública o privada está en función del fortalecimiento de estos factores productivos, ya sea brindando facilidades para el crédito, capacitación para los recursos humanos, posibilidades de acceso a la tecnología o simplemente otorgando seguridad jurídica al interior o exterior de las mencionadas instituciones.

En este sentido, la Cámara Nacional de Comercio de Bolivia, en sus 118 años de vida institucional, se ha dedicado fervientemente al fomento, incentivo e impulso de los factores productivos mencionados, pero con un alcance más extenso que trasciende la organización interna de las empresas y se traduce en representación a sus afiliados y al sector empresarial en su conjunto para conseguir mayores y mejores mercados a nivel local y global, reglas y normas estables y equitativas en el entorno social e institucional del país, generando mecanismos que favorezcan la actuación y relación de quienes hacen negocio en Bolivia.



Es así que, considerando a la capacitación y formación de funcionarios y empresarios profesionales y técnicos como una de sus más importantes premisas, la Cámara Nacional de Comercio ha creado su área formal de educación, la Escuela de Comercio y Negocios (ECOM), como una respuesta puntual y objetiva a las necesidades que ha tenido el privilegio de conocer y detectar a lo largo del constante relacionamiento con los micro, pequeños, medianos y grandes empresarios.

La Escuela de Comercio y Negocios posterior a la obtención de la autorización para su funcionamiento, en fecha 18 de enero de 2006, mediante Resolución Ministerial Administrativa de Ministerio de Educación inicia sus actividades el 29 de junio del mismo año, ofreciendo, inicialmente, dos niveles de capacitación y formación. El primero, orientado a jóvenes bachilleres y personas adultas con deseos de obtener carreras de corta duración, en sus programas de Técnico Superior en Comercio Exterior y Técnico Superior en Administración Comercial, ciclo de estudios que comprende dos años y medio de clases y un semestre para graduación. Las carreras poseen una visión totalmente práctica, en la que los conocimientos teóricos son adaptados, ajustados y complementados con la experiencia de los docentes, de manera que puedan ser utilizados inmediatamente por los estudiantes en nuestro medio. Prueba de ello, radica el hecho que a lo largo de cada carrera se realizan prácticas profesionales en empresas, en su mayoría afiliadas a la Cámara Nacional de Comercio, donde los estudiantes, ya





desde el segundo año de estudios deben cumplir con cierto número de horas semestrales aplicando sus conocimientos y poniéndolos al servicio de las instituciones que así lo requieran.

El segundo nivel de capacitación con el que nace la Escuela de Comercio y Negocios y que se ha venido desarrollando con mucho éxito hasta la fecha está orientado al mercado de profesionales. Mediante un convenio de apoyo institucional firmado con la Universidad Privada Boliviana, a partir del segundo semestre del año 2007 se han impartido especializaciones a nivel Diplomado en áreas como las Finanzas Aplicadas, Comercio Exterior, Gestión del Talento Humano, Marketing de Productos y Servicios, Métodos Alternativos de Solución de Controversias (Conciliación y Arbitraje) y Gestión de Calidad en Pymes. Este último ha sido objeto de financiamiento por parte de la Unión Europea a través del Programa de Desarrollo del Comercio y Promoción de las Inversiones (PROCOIN).



A la fecha, la Escuela de Comercio y Negocios ha incursionado en más niveles de capacitación, tal como la Capacitación Corporativa, misma que recoge las necesidades específicas de cada empresa y luego de un proceso de diagnóstico, transfiere instrumentos, herramientas y técnicas en aula, con el orientación específica para cada empresa necesita para, finalmente, aplicar un proceso de seguimiento y evaluación en el que se validan las destrezas, habilidades y competencias construidas en beneficio de la entidad.



Por su parte, la oferta de Cursos Cortos ha tomado especial interés para la ECOM. Con módulos no mayores a 10 horas académicas se confeccionan capacitaciones que abordan temas puntuales y específicos del área económica, administrativa, financiera, marketing, recursos humanos, e-commerce, apertura de mercados, logística, tributación, aranceles, entre otros. Estos cursos son diseñados con la participación de expertos en cada tema y se los desarrolla de manera profunda y exigente, con mucho énfasis en la parte práctica. Dentro de este grupo también se encuentran las capacitaciones destinadas a la micro y pequeña empresa. En ellas se enfoca con particular importancia las necesidades de estas unidades productivas, tratando de impartirles los conocimientos que sean efectivamente en su beneficio. Por ejemplo, el año 2007 se desarrolló el Programa de Capacitación: Generando Desarrollo Económico para Fortalecer la Democracia, financiado con

fondos del Gobierno de los Estados Unidos, que contó con la participación de más de 180 microempresarios distribuidos en las ciudades de La Paz, El Alto y Santa Cruz, a quienes, además, se realizó un diagnóstico individual y, posteriormente, se definieron las líneas de acción que podían seguir en pos del crecimiento y la resolución de problemas.

Finalmente, la Escuela de Comercio y Negocios, con una periodicidad de dos semanas, realiza seminarios y conferencias de temas de actualidad, cuyo propósito es informar y poner en conocimiento del empresario tópicos sobre últimas normativas, procedimientos, avances tecnológicos, recientes herramientas administrativas, etc.

Actualmente, la ECOM cuenta con ocho aulas totalmente equipadas con mobiliario modular, mesas y sillas capaces de acondicionarse a las distintas actividades y dinámicas que se deseen hacer en aulas, cumpliendo con condiciones ergonómicas y antropométricas suficientes para brindar comodidad a sus estudiantes, pizarras antireflexivas, computadoras portátiles y fijas, equipos audiovisuales como data shows, papelógrafos, retroproyectoras, televisores, reproductores de DVD y acceso permanente a Internet.

Al encontramos en el corazón de la ciudad de La Paz, en pleno centro financiero y laboral, conformado por las Avenidas Camacho y Bueno, garantizamos que nuestros estudiantes puedan acceder de manera fácil a nuestras instalaciones.

En consecuencia se ha cuidado hasta el más mínimo detalle dentro de todo el proceso en la gestión del conocimiento, entendiendo que la educación es un beneficio y un derecho del cual no debe marginarse a ningún ser humano, y que debe contar con la mejor calidad, esmero y dedicación de todos quienes se dedican a esta loable labor, pensamiento diario que guía el trabajo y que reflejan la filosofía sobre la cual descansa nuestras actividades: Pasión, Actitud y Disciplina

**Para mayor información:**  
**Edificio La Urbana - Av. Camacho y Bueno - Piso 3**  
**Teléfono Piloto: 2204020**  
**www.ecom.edu.bo**  
**LA PAZ - BOLIVIA**



## 4. Panorama



# Nacional

### Nace negocio con flores de quinua

Según el periódico Los Tiempos de Cochabamba, un grupo de 50 mujeres de Caracollo, Oruro, inauguraron el primer negocio de transformación de la flor de quinua, un producto que es promovido para exportación.



La agrupación denominada Programa de Auto Ayuda Social - Caracollo (PAS) se encarga de trabajar con las panojas o "flores de quinua" que forman parte del paisaje del altiplano boliviano durante el verano, período de formación del llamado "grano de oro de los Andes". Hace dos años, el proyecto MAPA financiado por USAID/Bolivia, identificó a las flores de quinua como un potencial producto que coadyuve en la magra economía de las familias de agricultores del altiplano boliviano. El proyecto trabajó durante dos años en la experimentación y validación de tecnologías de preservación e inmortalización de las flores, al punto de haber generado una técnica adecuada, que es con la que actualmente trabajan las mujeres estableciendo un negocio permanente de acopio, transformación y comercialización.

Se prevé que un primer embarque parta con destino a Italia para que en ese mercado el producto sea promovido en las ferias: Festival Lo Spirito del Planeta Chiuduno en la ciudad de Bérgamo. Evento Cultural Boliviano con Degustación Gastronómica en Bérgamo; y Festival Latinoamericano del 15 de junio al 15 de agosto de 2008 en Milán, a través de la empresa La Maison de Marcelo Antezana.



### Pequeñas firmas apuestan por el chocolate en Sucre

Según el periódico el Correo del Sur de Chuquisaca informó que la industria chocolatera en Sucre atraviesa uno de sus mejores momentos debido a la sólida imagen que proyectan las grandes empresas, que se complementan con las pequeñas, a fin de impulsar a un sector productivo eminentemente ligado a la identidad regional.



Si bien Sucre tiene una larga tradición en la producción de esos productos, básicamente relacionada con dos o tres fábricas, en los últimos años se verificó el ingreso de pequeños productores que con sus primeras armas apuestan a reforzar la imagen de Sucre como la cuna del chocolate en Bolivia.



De acuerdo con la Vicepresidenta de la Cámara de Industria y Comercio de Chuquisaca, Susy Sandóval, entre septiembre de 2007 y marzo de 2008 esta institución ejecutó un proyecto de apoyo al sector, que brindó asistencia técnica a las empresas pequeñas para que puedan mejorar la calidad de sus productos e incrementen la competitividad en la región. La iniciativa contó con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), cuya participación significó la inversión de 135.000 dólares americanos.

Sandóval explicó que, para ejecutar el Plan, esa entidad tuvo que identificar a personas que trabajan el chocolate, mujeres principalmente, quienes ejercían esta labor por debajo de los mismos estándares de una producción artesanal; muchas de ellas sólo con conocimientos básicos de la elaboración del chocolate.

Comentó que, gracias al proyecto del BID, las productoras pequeñas se beneficiaron con el mejoramiento de sus empaques y otros componentes, que lograron que estas pequeñas fábricas ahora tengan una presencia prácticamente empresarial.



## 5. Panorama



# Internacional

### Brasil podría tener planta de etanol celulósico en 5 años

De acuerdo a la Agencia Reuters, Brasil podría tener una planta de etanol celulósico de producción a gran escala dentro de tres a cinco años, en medio de un avance en la investigación sobre la próxima generación de biocombustibles, de acuerdo al centro tecnológico azucarero del país sudamericano.

"En tres a cinco años podríamos tener una unidad para producir etanol de segunda generación a gran escala a precios competitivos," precisó Nilson Boeta, director del centro de tecnología para la caña de azúcar, un importante centro de investigación con sede en el estado de Sao Paulo.

Brasil y países como Estados Unidos y Canadá se están apresurando para desarrollar etanol celulósico a partir de residuos de productos como las astillas de madera, un proceso que se ha topado con obstáculos tecnológicos que están siendo superados gradualmente.

En Brasil, los insumos serían el bagazo de la caña de azúcar, así como otras partes de esa planta.

### China cede en disputa por textiles

Según la agencia oficial china de noticias Xinhua informo que la medida, que entró en vigor el 1º de junio, busca frenar el incremento de las exportaciones de estos productos a los mercados de Estados Unidos y la Unión Europea, pero también afecta a los de otros países, incluidos los de América Latina. Estados Unidos y la Unión Europea habían acusado a China de inundar sus mercados tras la eliminación de las cuotas de la Organización Mundial del Comercio el pasado 1º de enero.

El Departamento de Comercio estadounidense anunció el restablecimiento de cuotas a siete categorías de exportaciones textiles chinas y la Unión Europea había advertido que consideraba imponer sanciones similares.

La Comisión de Derechos Aduaneros del Consejo de Estado chino anunció también la imposición de tarifas a la exportación de hilo de lino, como lo había solicitado la Unión Europea. Pero, paralelamente, autorizó rebajas a las tarifas para tres tipos de calzoncillos y pantalones cortos, y la desaparición completa de los aranceles sobre accesorios de prendas de punto. Tras el anuncio de Pekín, el comisario europeo de Comercio, Peter Mandelson, dijo que los europeos impondrán cuotas a una gama de textiles de exportación.

Calidad que nos abre caminos a todo el mundo...



Exportando 8 millones de prendas al año.

  
América Textil S.A.

## 6. Datos

# Estadísticos

## Exportaciones Bolivianas<sup>1</sup> al mes de Abril de 2008

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2007-2008(p)  
(En millones de dólares estadounidenses)

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Enero Abril 2007	Enero Abril 2008	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>1,292</b>	<b>2,046</b>	<b>753</b>	<b>58.3</b>
Agríc., Ganadería, Caza, Silvic y Pesca	37	62	25	66.0
Extracción de Hidrocarburos	647	995	349	53.9
Extracción de Minerales	280	484	205	73.3
Industria Manufacturera	329	504	175	53.2

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2007-2008(p)  
(En miles de toneladas brutas)

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Enero Abril 2007	Enero Abril 2008	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>5,805</b>	<b>6,529</b>	<b>724</b>	<b>12.5</b>
Agríc., Ganadería, Caza, Silvic y Pesca	69	99	30	42.9
Extracción de Hidrocarburos	4,996	5,528	532	10.6
Extracción de Minerales	211	302	91	43.3
Industria Manufacturera	530	600	71	13.4

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPALES PRODUCTOS, 2007-2008(p)  
(En millones de dólares estadounidenses)

PRODUCTOS	Enero Abril 2007	Enero Abril 2008	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>1,292</b>	<b>2,046</b>	<b>753</b>	<b>58.3</b>
Gas Natural	559	915	356	63.6
Mineral de Zinc	194	256	62	31.8
Soya y Productos de Soya	56	146	91	162.0
Mineral de Plata	86	137	51	58.8
Combustibles	88	81	(7)	(8.0)
Estaño Metálico	27	70	42	154.3
Productos Alimenticios	30	58	28	93.6
Oro Metálico	7	56	49	651.5
Mineral de Plomo	41	49	8	19.2
Productos Textiles	9	41	32	345.6
Otros Productos	194	237	43	22.1

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPALES PRODUCTOS, 2007-2008(p)  
(En miles de toneladas brutas)

PRODUCTOS	Enero Abril 2007	Enero Abril 2008	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>5,805</b>	<b>6,529</b>	<b>724</b>	<b>12.5</b>
Gas Natural <sup>(1)</sup>	4,801	5,436	634	13.2
Soya y Productos de Soya	318	354	36	11.4
Mineral de Zinc	126	239	113	89.6
Combustibles	195	92	(103)	(52.7)
Productos Alimenticios	73	77	4	5.2
Maderas y Manufacturas de Madera	40	41	1	2.5
Azúcar	15	39	24	160.2
Mineral de Plomo	17	35	18	109.8
Frutas y Frutos Comestibles	5	31	26	501.1
Semillas y Habas de Soya	30	30	0	0.1
Otros Productos	186	156	(30)	(16.3)

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN DEPARTAMENTO, 2007-2008(p)  
(En millones de dólares estadounidenses)

DEPARTAMENTO	Enero Abril 2007	Enero Abril 2008	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>1,292</b>	<b>2,046</b>	<b>753</b>	<b>58.3</b>
Chuquisaca <sup>(1)</sup>	15	56	41	265.4
La Paz	93	121	28	29.8
Cochabamba <sup>(1)</sup>	106	122	17	15.8
Oruro	94	118	25	26.2
Potosí	205	433	228	110.8
Tarija <sup>(1)</sup>	464	640	176	37.9
Santa Cruz <sup>(1)</sup>	293	531	237	80.9
Beni	18	19	2	10.0
Pando	4	5	1	22.0

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN DEPARTAMENTO, 2007-2008(p)  
(En miles de toneladas brutas)

DEPARTAMENTO	Enero Abril 2007	Enero Abril 2008	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>5,805</b>	<b>6,529</b>	<b>724</b>	<b>12.5</b>
Chuquisaca <sup>(1)</sup>	126	312	186	147.6
La Paz	47	51	4	9.0
Cochabamba <sup>(1)</sup>	310	500	191	61.6
Oruro	32	27	(5)	(16.4)
Potosí	130	255	125	96.0
Tarija <sup>(1)</sup>	3,861	3,859	(2)	(0.0)
Santa Cruz <sup>(1)</sup>	1,287	1,514	226	17.6
Beni	9	7	(2)	(22.7)
Pando	4	4	0	2.3

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPAL PAÍS DE DESTINO, 2007-2008(p)  
(En millones de dólares estadounidenses)

PAÍS DE DESTINO	Enero Abril 2007	Enero Abril 2008	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>1,292</b>	<b>2,046</b>	<b>753</b>	<b>58.3</b>
Brasil	461	872.1	411	89.1
Corea del Sur	25	240.7	216	861.2
Argentina	148	172.2	24	16.2
Estados Unidos	103	141.9	39	37.4
Perú	81	93.2	12	15.2
Venezuela	112	77.3	(34)	(30.7)
Japón	48	72.3	24	50.8
Colombia	28	59.3	31	112.9
Suiza	55	56.1	1	1.8
Bélgica	39	50.7	11	28.2
Resto de Países	192	210.0	18	9.4

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPAL PAÍS DE DESTINO, 2007-2008(p)  
(En miles de toneladas brutas)

PAÍS DE DESTINO	Enero Abril 2007	Enero Abril 2008	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>5,805</b>	<b>6,529</b>	<b>724</b>	<b>12.5</b>
Brasil	4,002	5,073	1,071	26.8
Argentina	928	637	(291)	(31.3)
Perú	185	154	(31)	(16.7)
Venezuela	8	121	112	1,325.0
Corea del Sur	176	116	(60)	(34.1)
Estados Unidos	60	69	8	13.9
Colombia	113	65	(48)	(42.5)
Japón	18	55	37	206.9
Bélgica	62	55	(8)	(12.2)
Chile	55	50	(5)	(8.5)
Resto de Países	197	134	(63)	(32.0)

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPALES ZONAS GEOECONÓMICAS, 2007-2008(p)  
(En millones de dólares estadounidenses)

REGIÓN ECONÓMICA	Enero Abril 2007	Enero Abril 2007	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>1,292</b>	<b>2,046</b>	<b>753</b>	<b>58.3</b>
Asoc. Latinoam. Integración (ALADI)	815	1,314	500	61.3
Mercado Común del Sur (MERCOSUR)	665	1,135	471	70.8
Comunidad Andina (CAN)	125	146	21	16.8
Resto de Países (Chile Cuba y México)	24	33	8	33.4
TLC de Norteamérica (NAFTA)	128	186	58	45.6
Unión Europea	97	134	38	38.9
Acuerdo de Bangkok	26	242	216	833.1

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPALES ZONAS GEOECONÓMICAS, 2007-2008(p)  
(En miles de toneladas brutas)

REGIÓN ECONÓMICA	Enero Abril 2007	Enero Abril 2008	Variación Absoluta	Variación Porcentual
<b>TOTAL</b>	<b>5,805</b>	<b>6,529</b>	<b>724</b>	<b>12.5</b>
Asoc. Latinoam. Integración (ALADI)	5,524	6,130	606	11.0
Mercado Común del Sur (MERCOSUR)	5,159	5,855	696	13.5
Comunidad Andina (CAN)	307	222	(85)	(27.7)
Resto de Países (Chile Cuba y México)	58	53	(5)	(8.8)
TLC de Norteamérica (NAFTA)	71	89	18	25.9
Unión Europea	59	99	40	67.2
Acuerdo de Bangkok	11	125	114	1,013.6

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

(p): Preliminar

(1): Información sujeta a modificación según reportes de YFPB

www.ine.gov.bo  
e-mail: ceninf@ine.gov.bo



## 7. Perfil de



# Mercado - India



**Nombre oficial:** República de la India

**Capital:** Nueva Delhi

**Superficie:** 3.287.590 km<sup>2</sup>

**Moneda:** Rupia india (INR)

**Idiomas:** Hindu, Inglés

**Organización Territorial:** La India está subdividida en 28 Estados, seis Territorios de la Unión y un Territorio Capital Nacional. Las ciudades más importantes son Bombay (17 millones), Calcuta (13 millones), la capital Nueva Delhi (11 millones), Chennai (o Madrás, 7 millones), Hyderábâd (6 millones), Bangalore (5 millones), Ahmadâbâd, Kânpur, Poona, Nâgpur, Lucknow y Jaipur.

### Demografía

**Población:** 1.147.995.898 habitantes (est. 2008)

**Densidad:** 318 hab./km<sup>2</sup>

### Economía

**PIB:** 925.426 millones de dólares (2007)

**PIB per cápita:** 824 dólares (2007)

**Tasa de crecimiento anual:** 8,9%

**Fuente:** Fondo Monetario Internacional

**Sectores económicos:** La economía de India muestra elevada diversidad, abarcando la agricultura, artesanía, manufacturas textiles e infinidad de servicios. La agricultura ha sido siempre, y sigue siendo aún, la base de la economía india. En la alimentación tiene bastante importancia el arroz, el trigo, el maíz, el mijo, el sorgo, el té, café y la caña de azúcar, son alimentos esenciales para la población de este país. En menor escala se cultivan el tabaco y el opio. Por otra parte la producción de árboles frutales y de plantas oleaginosas (algodón,

sésamo, alfóncigo y colza) que también importante. Existe un gran patrimonio forestal, rico en maderas preciosas como: la teca, el palo rosa, el sándalo y, además, el bambú.

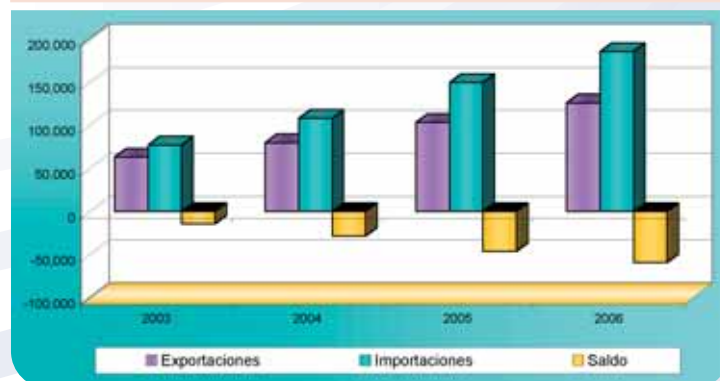
La ganadería ocupa un lugar primordial; cuentan con aproximadamente 176.900.000 cabezas de bovino, aunque por motivos religiosos se prohíbe el consumo de carne, pues las vacas son animales sagrados para los hindúes. Los búfalos llegan a los 55.149.000 cabezas. Los ovinos alcanzan los 43.000.000 y los caprinos los 69.229.000 cabezas. Los recursos mineros se basan en la extracción del carbón, hierro, manganeso, mica y bauxita. Hay poco metano y petróleo. Las industrias, que aprovechan la existencia de materias primas y de grandes recursos hidroeléctricos, se han desarrollado rápidamente con criterios de moderna racionalización. La principal industria es la textil (algodón y yute); le siguen la siderúrgica, la mecánica (material ferroviario, aéreo, bicicletas), la electrónica, la química, la industria papelera, las refinerías de petróleo, así como industrias del cuero, cemento, alimentarias, aceites y de la elaboración del tabaco. Junto a las grandes empresas se conserva viva una floreciente artesanía.

El liberalismo económico, la industria tecnológica y la globalización han permitido que en los últimos años se haya desarrollado un gran número de personas educadas y con dominio de inglés, estos acontecimientos están convirtiendo a India en uno de lugares preferidos para la ubicación de las actividades internas de la empresa. Asimismo, la India es el mayor exportador de trabajadores altamente calificados de servicios informáticos y financieros.

**Exportaciones:** 126.126 millones de dólares (2006)

**Importaciones:** 185.385 millones de dólares (2006)

### Evolución del Comercio entre la India y el Mundo (Expresado en millones de dólares americanos)



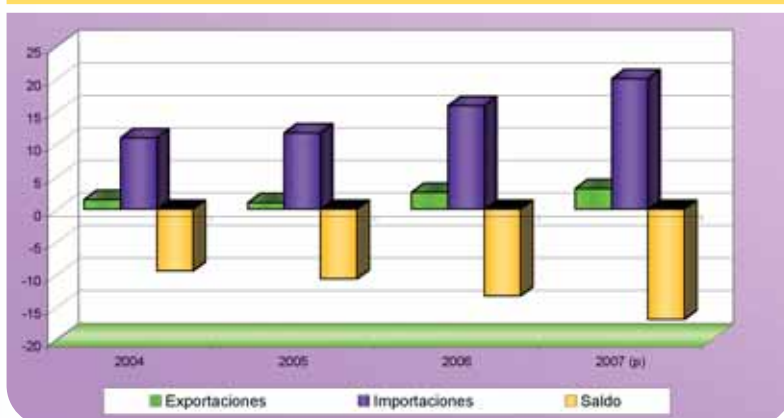
*Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE*

## Relación Comercial Bolivia – India

No existe un acuerdo comercial suscrito entre Bolivia y la India, sin embargo, el comercio en los últimos años se ha incrementado paulatinamente como se puede observar en el siguiente gráfico. Las exportaciones hacia este país asiático se basan sobre todo en productos minerales y materias primas; los cueros y lana de pelo fino tienen un gran potencial. El Gobierno boliviano debería considerar realizar un acercamiento con este país puesto que la economía hindú es la cuarta más importante del mundo en términos de Paridad de Poder Adquisitivo y es la segunda economía con mayor crecimiento, con una tasa de crecimiento del 8,9% al finalizar el año 2007. El crecimiento constante de la clase media lo convierte en un mercado atractivo para las exportaciones bolivianas.

Las exportaciones totales de Bolivia a la India el 2006 en volumen fueron de 10.612.806 Kg. con un valor de 2.567.522 de dólares americanos y para el 2007(p) el volumen exportado fue de 8.397.968 kg. con un valor de 3.151.318 millones de dólares americanos .

**Bolivia: Relación Comercial con la India**  
(Expresado en millones de dólares americanos)



(p): datos preliminares  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística- INE  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

## BOLIVIA: PRINCIPALES 10 PRODUCTOS EXPORTADOS A INDIA

Expresado en dólares americanos

NANDINA	PRODUCTO	2006		2007 (p)		VARIACIÓN	
		VALOR	PART	VALOR	PART	ABSOLUTA	RELATIVA
		\$US	%	\$US	%		
4105100000	PIELAS CURTIDAS O CRUST, DE OVINO	991,630	0.39	1,997,240	0.63	1,005,610	101.41
2528100000	BORATOS DE SODIO NATURALES Y SUS CONCENTRADOS	886,054	0.35	645,074	0.20	-240,979	-27.20
2528900000	LOS DEMAS BORATOS NATURALES Y SUS CONCENTRADOS	-	-	137,773	0.04	-	-
4104110000	CUEROS Y PIELAS CURTIDOS O "CRUST", DE BOVINO	88,498	0.03	106,500	0.03	18,002	20.34
4102210000	CUEROS Y PIELAS EN BRUTO DE OVINO PIQUELADOS SIN LANA	49,576	0.02	103,800	0.03	54,224	109.38
5101190000	LAS DEMAS, LANA SUCIA, SIN CARDAR NI PEINAR	28,606	0.01	61,693	0.02	33,086	115.66
7103109000	LAS DEMAS PIEDRAS PRECIOSAS Y SEMIPRECIOSAS NATURALES	31,457	0.01	32,763	0.01	1,306	4.15
7404000000	DESPERDICIOS Y DESECHOS DE COBRE	-	-	22,080	0.01	-	-
5105291000	LANA Y PELO FINO U ORDINARIO ("TOPS") LAS DEMÁS	7,358	0.00	19,017	0.01	11,660	158.47
7602000000	DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE ALUMINIO	-	-	12,900	0.00	-	-
	LOS DEMÁS PRODUCTOS	484,344		12,478	0.00	-471,867	-97.42
<b>TOTAL EXPORTACIONES A LA INDIA</b>		<b>1,575,892</b>	<b>0.81</b>	<b>3,151,318</b>	<b>1.00</b>	<b>583,795</b>	<b>22.74</b>
<b>TOTAL EXPORTACIONES RESTO DE LOS PAÍSES</b>		<b>4,078,280,744</b>		<b>4,776,937,708</b>		<b>699,648,594</b>	<b>17.16</b>
<b>TOTAL EXPORTACIONES BOLIVIA</b>		<b>4,079,856,637</b>		<b>4,780,089,026</b>		<b>700,232,389</b>	<b>17.16</b>

(p): datos preliminares  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE



## 8. Ferias y Eventos



# Comerciales

### PRIMERA FERIA EXPO MADERA & MUEBLE

La Cadena de Madera y sus Manufacturas del departamento de Tarija, invitan a la Feria especializada del sector. Pretende concentrar en ella a los empresarios de toda cadena productiva, así como proveedores de insumos y maquinaria.

**Fecha:** Del 21 al 24 de agosto de 2008

**Lugar:** Campo Ferial San Jacinto - Tarija - Bolivia

**Contacto:** cadema@cosett.com.bo

### IX CONGRESO IBEROLATINOAMERICANO DE APICULTURA

Con el objetivo de reunir a todos los apicultores de América Latina, de la Península Ibérica y del mundo. Con este evento se avanzará hacia la constitución de un Consejo Multinacional Apícola, que vele por fortalecer los lazos de intercambio de la comunidad apícola Ibero-latinoamericana y que sea la responsable de regular la postulación y direccionar la ejecución de los Congresos

**Fecha:** Del 9 al 13 de julio de 2008. Concepción - Chile

**Contacto:** contacto@apicongreso.com

### III CONGRESO NACIONAL DE CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD - FUNDACIÓN DE HISTORIA NATURAL

Organizado por el departamento de Biodiversidad y Biología Experimental, DBBE.; Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, FCEyN; UBA y la Dirección Nacional de Ordenamiento Ambiental y Conservación de la Diversidad. Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación

**Fecha:** Del 11 al 14 de agosto de 2008. Buenos Aires - Argentina

**Lugar:** Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

**Contacto:** Intendente Güiraldes 2620, Pabellón 2, Planta Baja, Ciudad Universitaria - Argentina

### III FERIA INTERNACIONAL AMBIENTAL Y DE ENERGIAS RENOVABLES

Participarán en esta 2° edición expositores nacionales y extranjeros, presentando una importante oferta de tecnologías de gran relevancia en la sociedad moderna de nuestros días a nivel internacional

**Fecha:** Del 10 al 12 de septiembre de 2008

**Lugar:** Centro Costa Salguero - Buenos Aires - Argentina

**Contacto:** info@fiaer.com.ar

**EL PUNTO BOLIVIANO**

**Apoyando el desarrollo de nuestro país**

TEXTILES, CUEROS, MARROQUINERÍA, JOYERÍA, ARTESANÍAS, ALIMENTOS, ADORNOS PARA EL HOGAR, MUEBLES, MANTELERÍA, COSMÉTICOS Y MUCHO MÁS.

**A LA HORA DE COMPRAR TU DECIDES...!**

¿Matar nuestras industrias, y aumentar el desempleo en nuestro país?  
O... APOYAR LA PRODUCCIÓN NACIONAL CONSUMIENDO SOLO LO NUESTRO,

**EL FUTURO DE NUESTRAS EMPRESAS ESTÁ EN TUS MANOS.**

Edif. Handal Sub suelo Av. Mcal. Santa Cruz Esq. Socabaya Telff. 2-408307 • Fax. 2-145298  
elpuntoboliviano@hotmail.com

**Instituto Boliviano de Normalización y Calidad**

**IBNORCA**

**Nuestros servicios a nivel nacional:**

- NORMALIZACIÓN
  - Elaboración de Normas Bolivianas
  - Comités Técnicos Virtuales
  - Venta de Normas Técnicas Nacionales e Internacionales
- CERTIFICACIÓN ISO 9000
- CERTIFICACIÓN ISO 14000
- CERTIFICACIÓN OSHAS 18000
- CERTIFICACIÓN ISO 22000
- CERTIFICACIÓN DE PRODUCTO SELLO
- CERTIFICACIÓN DE SOLDADORES
- CERTIFICACIÓN COSTO BRUTO DE PRODUCCIÓN
- INSPECCIONES METALMECÁNICAS E HIDROCARBUROS
- INSPECCIONES QUÍMICAS Y DE MATERIALES
- CAPACITACIÓN
  - Especialistas en Sistemas de Gestión de la Calidad
  - NI - ISO 9001
  - Especialistas en Sistemas de Gestión Ambiental
  - NI - ISO 14001
  - Especialistas en Sistemas de Seguridad y Salud Ocupacional
  - NI - OHSAS 18001
  - Especialistas en Sistemas de Inocuidad Alimentaria
  - NI - ISO 22000
  - Cursos de Consultores en Sistemas de Gestión de la Calidad
  - NI - ISO 9001
- BASE DE DATOS DE CONSULTORES ISO 9000 - CALIDATA
- PROGRAMA NOREXPORT
- CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
- LABORATORIO QUÍMICO Y DE ALIMENTOS

**Nuestras Direcciones:**

LA PAZ	COCHABAMBA	SANTA CRUZ	SUCRE	TARJIA	ORURO
Av. Baud 1011 - Medios Calle 1011	Av. Chuquiaguani 1011 Sancti Spiritus	Av. Del Espanto Nacional 1011 Calle 1011 - 2	Calle España 1011 Nº 1011 - 1011	Calle España 1011 Nº 1011 - 1011	Calle Potosí 1011 Nº 1011 - 1011
Teléfono: 2041 - 2107788 2041 - 2107789 Fax: 2041 - 2107789 e-mail: info@ibnorca.org	Teléfono: 2041 - 2107788 2041 - 2107789 Fax: 2041 - 2107789 e-mail: info@ibnorca.org	Teléfono: 2041 - 2107788 2041 - 2107789 Fax: 2041 - 2107789 e-mail: info@ibnorca.org	Teléfono: 2041 - 2107788 2041 - 2107789 Fax: 2041 - 2107789 e-mail: info@ibnorca.org	Teléfono: 2041 - 2107788 2041 - 2107789 Fax: 2041 - 2107789 e-mail: info@ibnorca.org	Teléfono: 2041 - 2107788 2041 - 2107789 Fax: 2041 - 2107789 e-mail: info@ibnorca.org

**IBNORCA es miembro de:**

- ISO (International Organization for Standardization)
- IEC (International Electrotechnical Commission)
- ISO/TC 176 (Technical Committee 176 for Textiles)
- ISO/TC 242 (Technical Committee 242 for Leather)
- ISO/TC 341 (Technical Committee 341 for Footwear)
- ISO/TC 371 (Technical Committee 371 for Jewelry)
- ISO/TC 372 (Technical Committee 372 for Gemstones)
- ISO/TC 373 (Technical Committee 373 for Pearls)
- ISO/TC 374 (Technical Committee 374 for Gemstones)
- ISO/TC 375 (Technical Committee 375 for Gemstones)
- ISO/TC 376 (Technical Committee 376 for Gemstones)
- ISO/TC 377 (Technical Committee 377 for Gemstones)
- ISO/TC 378 (Technical Committee 378 for Gemstones)
- ISO/TC 379 (Technical Committee 379 for Gemstones)
- ISO/TC 380 (Technical Committee 380 for Gemstones)
- ISO/TC 381 (Technical Committee 381 for Gemstones)
- ISO/TC 382 (Technical Committee 382 for Gemstones)
- ISO/TC 383 (Technical Committee 383 for Gemstones)
- ISO/TC 384 (Technical Committee 384 for Gemstones)
- ISO/TC 385 (Technical Committee 385 for Gemstones)
- ISO/TC 386 (Technical Committee 386 for Gemstones)
- ISO/TC 387 (Technical Committee 387 for Gemstones)
- ISO/TC 388 (Technical Committee 388 for Gemstones)
- ISO/TC 389 (Technical Committee 389 for Gemstones)
- ISO/TC 390 (Technical Committee 390 for Gemstones)
- ISO/TC 391 (Technical Committee 391 for Gemstones)
- ISO/TC 392 (Technical Committee 392 for Gemstones)
- ISO/TC 393 (Technical Committee 393 for Gemstones)
- ISO/TC 394 (Technical Committee 394 for Gemstones)
- ISO/TC 395 (Technical Committee 395 for Gemstones)
- ISO/TC 396 (Technical Committee 396 for Gemstones)
- ISO/TC 397 (Technical Committee 397 for Gemstones)
- ISO/TC 398 (Technical Committee 398 for Gemstones)
- ISO/TC 399 (Technical Committee 399 for Gemstones)
- ISO/TC 400 (Technical Committee 400 for Gemstones)

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO**

Protección y Centro de Información de la OMC - WTO

## Servicios ofrecidos por el IBCE:

- ↔ Consultorías
- ↔ Datos estadísticos
- ↔ Desarrollo de perfiles y estudios de mercados a pedido
- ↔ Información comercial
- ↔ Publicaciones

Boletín

**¡Exportemos!**

Publique y suscríbese



REPRESENTACIÓN IBCE LA PAZ:

Avenida Arce Nº 2017 – Esquina Goitia – 2º Piso  
Teléfono: (591-2) 2444575 – 2152229  
E-mail: [ibce-lpz@ibce.org.bo](mailto:ibce-lpz@ibce.org.bo)  
[www.ibce.org.bo](http://www.ibce.org.bo)  
LA PAZ – BOLIVIA