

¡Exportemos!

Nº 9

Publicación mensual - Año 2, enero de 2007



Instituto Boliviano de Comercio Exterior

CONTENIDO

	Págs.
Editorial	
Temas Institucionales • IBCE - CANEB	1-2
Producción con Potencial Exportador • PALMITO	3
Desarrollo Alternativo Integral • TRÓPIFLOR a Nueva York	4
Exportación con Inclusión Social • Responsabilidad Social en la Empresa	5
Programa de Desarrollo del Comercio y Promoción de las Inversiones (PROCOIN) • PROCOIN apoya el desarrollo exportador de PYMES y MICROPYMES	6-7
Panorama Nacional • Bolivia exporta vinos a Finlandia • Evo Morales proyecta relaciones comerciales con India, Irán y Sudáfrica	8
Panorama Internacional • Negociación entre la CAN-UE empieza en marzo • Reactivan conversaciones de Doha	9
Datos Estadísticos • EXPORTACIONES COMPARATIVAS 2005-2006	10
Perfil de Mercado • Estados Unidos de América	11
Ferias y Eventos	13
Direcciones Útiles	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.



“Exportar con responsabilidad social, generando empleo”



CADEXOR
Cámara de Exportadores de Oruro



CADEXTAR
CÁMARA DE EXPORTADORES DE TARJA



CÁMARA DE EXPORTADORES DEL NOROESTE



Editorial

Los números que arrojan las exportaciones en la gestión 2006 fueron muy significativos. Se registró un incremento del 41,86% en relación a la gestión 2005 y se alcanzó un valor total exportado de 4.069,22 millones de dólares. Estos números fríos son muy importantes y sería injusto no mostrarlos como un gran logro. Sin embargo, es a su vez necesario no sólo basarnos en la superficie de los resultados y, más bien, tratar de entrar en el detalle de lo que representan estas cifras en términos de aporte a la generación de empleo y de bienestar que permitan que tengamos una Bolivia digna y justa.



El amplio crecimiento de las exportaciones durante la gestión 2006 se debió, principalmente, al aumento sin precedentes de los precios de los minerales, al incremento en el precio y los volúmenes de las exportaciones de hidrocarburos y, también, al acrecentamiento de la oferta en las industrias manufactureras. Esto último debe ser destacado por el valor agregado que se incorpora al producto y que, consiguientemente, se constituye en un generador de empleos.

Como señalamos, no se puede dejar de destacar el aumento significativo de las exportaciones de minerales y de hidrocarburos, pero a la vez, debemos estar concientes de que estos dos sectores no son grandes generadores de empleo. No podemos caer en falsos triunfalismos que nos impidan encontrar líneas de acción que proporcionen un desarrollo sostenible en aquellos sectores que realmente generan trabajo y bienestar como son las industrias manufactureras, el complejo de las oleaginosas (aceites, torta, grano, etc.), alimentos derivados de la quinua, confecciones de fibra de llama y alpaca y, porqué no, incluir a los sectores nacientes y con gran porvenir como son las exportaciones de servicios.

Este buen momento por el que están atravesando principalmente las exportaciones de minerales e hidrocarburos debe ser el punto de soporte para que la palanca del desarrollo movilice acciones que generen competitividad sostenida del sector exportador. Articular iniciativas entre el sector privado, público, académico y la sociedad civil es fundamental, ya que sin un compromiso compartido para el desarrollo productivo nacional, veremos pasar el ciclo de los hidrocarburos como la época ya vivida de los minerales, cuando Bolivia fue uno de los principales exportadores de estaño del mundo y lo único que creó a su paso fue pobreza, historias y leyendas que si no se transforman en enseñanza objetiva, nuevamente nos alejarán de la posibilidad de embarcarnos tangiblemente en el tren del progreso.

Ing. José Ribero Calvimontes
GERENTE GENERAL

CÁMARA NACIONAL DE EXPORTADORES DE BOLIVIA - CANEB

Consejo Editorial

CANEB

IBCE

Lic. Eduardo Bracamonte Velasco
Presidente

Sr. Hans Hartmann Rivera
Presidente

Ing. José Ribero Calvimontes
Gerente General

Lic. Gary A. Rodríguez Álvarez
Gerente General

COORDINACIÓN GENERAL

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

STAFF

Lic. Ronny Pattzi - CANEB
Lic. Irina Chambi - IBCE
Lic. Rosario Quisbert - IBCE

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. Velarde 131 o Telf.: (591-3) 3362230
Fax. (591-3) 3324241 Casilla 3440
E-mail: ibce@ibce.org.bo

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



1. Temas



Institucionales

INSTITUTO BOLIVIANO DE COMERCIO EXTERIOR

IBCE PROMUEVE "DESARROLLO EXPORTADOR CON INCLUSIÓN SOCIAL"

En acto público llevado a cabo el miércoles 13 de diciembre del pasado año, los Presidentes del INSTITUTO BOLIVIANO DE COMERCIO EXTERIOR (IBCE), Hans Hartmann Rivera, del INGENIO AZUCARERO GUABIRÁ S.A. (IAG), Ing. Cristóbal Roda Vaca, y de la UNION DE CAÑEROS DE GUABIRÁ (UCG), Lic. Guillermo Aguilera, firmaron el Convenio de Mutua Cooperación, relativo a la ejecución del Proyecto "Desarrollo Exportador con Inclusión Social", teniendo como testigos de actuación a Directores de IAG y UCG, representantes del sector azucarero de la caña de azúcar, una actividad históricamente importante en la región Oriental del país, así como del Representante de SECO en Bolivia, Sr. Thomas Hentschel.



Firma del Convenio de Mutua Cooperación Proyecto "Desarrollo Exportador con Inclusión Social"



El Presidente del IBCE informó que el concepto de "Desarrollo Exportador con Inclusión Social" que promueve este Instituto desde el pasado año, con el apoyo de la Secretaría de Estado de Economía de la Confederación Suiza (SECO), está acorde con la tendencia mundial de "promover el rostro social de la globalización" a través de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en consonancia con el Pacto Global de la ONU. Pero, a diferencia de la definición amplia de RSE que manejan otras entidades, este Proyecto está delimitado a los "stakeholders", aquellos actores que interactúan con las empresas exportadoras. Como criterio sobresaliente, el Proyecto, identifica la situación y/o el riesgo de exclusión social de actores que se ven afectados o beneficiados por la empresa, en sus relaciones internas como externas.



"CENTRO DE PROMOCIÓN ARGENTINA" EN SANTA CRUZ

El pasado 19 de enero en la ciudad de Santa Cruz, el Cónsul General de Argentina, Fernando R. De Martini (acompañado de la Cónsul Adjunto, Patricia E. Hurtado) fueron recibidos por el Presidente y Gerente General del INSTITUTO BOLIVIANO DE COMERCIO EXTERIOR (IBCE), Hans Hartmann Rivera y Gary Antonio Rodríguez, respectivamente, para informar sobre el "Centro de Promoción Argentina" abierto en Santa Cruz de la Sierra, poniendo de relieve el diplomático argentino que tal iniciativa obedece a la prioridad que asigna el Presidente de su país, Néstor Kirchner, a la relación bilateral con Bolivia



Sr. Fernando R. de Martini
Cónsul General de Argentina

Fernando R. de Martini es Ministro de Carrera del Servicio Exterior Argentino, y fue designado Director del flamante Centro de Promoción en Santa Cruz, el cual se suma a otros ocho Centros que Argentina tiene en Nueva York, Los Ángeles, Miami, San Pablo, Barcelona, Milán, Frankfurt y Shanghai. Para Hartmann, la instalación del noveno Centro de Promoción Argentina en Santa Cruz es un tácito reconocimiento a la importancia que el vecino país asigna a Santa Cruz, como el "motor económico de Bolivia".

El Presidente del IBCE dijo que ambas entidades comprometieron esfuerzos para fortalecer los vínculos económicos y comerciales, así como de cooperación bilateral, buscando revertir los insuficientes resultados que para Bolivia está dejando el acuerdo de libre comercio suscrito con el MERCOSUR. El Cónsul argentino propuso que ambas entidades intercambien información comercial relevante, para incrementar las ventas bolivianas al vecino país, así como para atender terceros mercados, habiéndose convenido que el IBCE elabore una lista de la oferta exportable prioritaria del país a fin de identificar potenciales clientes en la República Argentina.

De Izquierda a Derecha - Sr. Fernando R. de Martini y Patricia E. Hurtado (Argentina)
Hans Hartmann Rivera y Gary Antonio Rodríguez representantes del IBCE



CÁMARA NACIONAL DE EXPORTADORES DE BOLIVIA

ACTIVIDADES DE LA CÁMARA NACIONAL DE EXPORTADORES DE BOLIVIA – 2006

La Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB), durante la gestión 2006, ha desempeñado diferentes funciones en beneficio del sector exportador, a través de Relaciones Interinstitucionales, los Seminarios y eventos de capacitación realizadas; y las gestiones vinculadas a normas y leyes que rigen el comercio exterior en nuestro País.

RELACIONES INSTITUCIONALES

Las relaciones comprenden un grupo de actividades de interacción cotidiana, entre sectores: Público y Privado.



Relaciones con Instituciones del Sector Público

Asamblea Constituyente

Elaboración del documento Ponencia para la Asamblea Constituyente y reformas a la Constitución Política del Estado.

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

- ✓ Reactivación del Consejo Asesor Empresarial del Acuerdo de Complementación Económica ACE 22 Bolivia – Chile; participación activa de la CANEB
- ✓ Solicitud de Unificación de Precintos SENASAG - FELCN - ANB, actuando la Cancillería como ente coordinador
- ✓ Gestión en los Estados Unidos de Norteamérica, con el Vicepresidente de la República, a objeto de presentar al Congreso Americano las preocupaciones del Sector Exportador por la suspensión del ATPDEA; participación activa de la CANEB
- ✓ Participación de la Comisión Interinstitucional, que se encarga de evaluar los temas relativos a Zonas Francas y Puertos Libres

Ministerio de Producción y Microempresa

- ✓ Miembro del Consejo Nacional de Exportaciones – CONEX
- ✓ Participación de reuniones de coordinación para poner en marcha la Red de Fomento a las Exportaciones en Santa Cruz
- ✓ Apoyo de Información referente al sector minero, para el sistema geográfico

- ✓ Apoyo de Información para Estadísticas de Exportaciones con relación a la Certificación de Origen tramitada, rechazada o validada
- ✓ Miembro pleno del Consejo Interinstitucional de Zonas Francas – COINZOFRA

Ministerio de Hacienda

Servicios de Impuestos Nacionales - Temas relativos a la neutralidad impositiva y devolución de CEDEIM's

CEPROBOL

- ✓ Miembro del Directorio de CEPROBOL
- ✓ Participación en las Reuniones de Directorio - aprobación del POA y a Convocatoria Pública para el Director Ejecutivo

IBNORCA

- ✓ Miembro del Directorio de IBNORCA
- ✓ Miembro del Comité Técnico Normalizador

Relaciones con Instituciones del Sector Privado

Confederación de Empresarios Privados de Bolivia – CEPB

Participación dentro de las siguientes comisiones:

- Comisión de Comercio Exterior
- Comisión de Aduana
- Comisión Tributaria

Miembro del Consejo Directivo de esta institución, y a cargo de la Secretaría de la Comisión de Comercio Exterior

Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

- ✓ Publicación mensual, de manera conjunta con el IBCE, del Boletín EXPORTEMOS, promoviendo temas de apoyo y difusión del sector exportador
- ✓ Alianza Estratégica Interinstitucional con el IBCE, que define:
 - Apoyo y coordinación en la elaboración de eventos
 - Apoyo y coordinación en la edición de publicaciones
 - Apoyo técnico en temas relacionados al comercio exterior

Cámara Forestal de Bolivia

- ✓ Retroalimentación de información continua de exportadores del sector de productos Forestales Maderables y no Maderables
- ✓ Apoyo y coordinación en la elaboración de eventos

SEMINARIOS Y EVENTOS CANEB - 2006

- ✓ Formulario 210 IVA Exportadores
- ✓ Primer Encuentro Nacional de Certificación de Origen - CANEB
- ✓ Seminario "La Política Cambiaria del BCB"
- ✓ Presentación del nuevo Sistema Administrativo de Certificación de Origen (SADCO)
- ✓ Foro Internacional para la Micro y Pequeña Empresa en el marco de su inserción al Contexto Internacional: PYME's de Latinoamérica y el Caribe
- ✓ Coloquio devolución Impositiva (en conjunto con la CAMEX)
- ✓ Capacitación Nacional del manejo de herramientas informáticas de última generación (SADCO)

2. Producción con



Potencial Exportador

PALMITO

Nombre científico: *Chamaerops humilis*



Bolivia se incorpora en la producción de palmito durante los años 60, con la explotación de palmeras en los departamentos de Santa Cruz, Beni, Pando y Cochabamba, con el objetivo de exportar el producto a los mercados de Argentina y Brasil. A partir de 1986, el Proyecto del Instituto Boliviano de Tecnología Agropecuaria - Chapare (IBTA) con financiamiento de Agencia de Cooperación del Gobierno de Estados Unidos (AID) inició investigaciones en cuanto al

establecimiento, manejo y producción de palmito con material genético proveniente de Costa Rica y Perú, aunque la introducción de estos materiales ya se había iniciado a fines de los años setenta con del Proyecto del Programa de Desarrollo Chapare – Yungas (PRODES) financiado por AID, con el propósito de promover la producción de fruta.

Cualidades

Su aporte destacable de fibra lo convierte en un alimento que proporciona una importante sensación de saciedad, favorece el tránsito intestinal y contribuye al mantenimiento de niveles correctos de colesterol en la sangre. Esto, unido a su escaso valor calórico, hace que esté especialmente indicado en el tratamiento dietético de la obesidad y el estreñimiento, principalmente. Además, contiene hidratos de carbono y altas cantidades de hierro y calcio.

Uso

Se puede utilizar en ensaladas, ceviches como bocaditos con mezclas de salsas y otros encurtidos e, inclusive salteados o fritos, además sirve como acompañamiento de una variedad de platos y añade un toque de sabor y adorno a diversas comidas. Los corazones del palmito son suaves, de color marfil, textura firme y sabor delicado.



Principales características de producción

Las características climatológicas y agro-ecológicas óptimas para el cultivo del palmito son las zonas húmedas y muy húmedas tropicales, crece a una altura de 1.800 y 4.000 mts.; en condiciones naturales, crece en zonas ubicadas por debajo de los 800 m.s.n.m., con temperaturas promedio entre los 24°C y 30°C. Los suelos más aptos son los de origen aluvial, que tengan buen drenaje, en particular en los primeros 80 a 120 cm. de profundidad.

Ciclo Productivo y Cosecha

El palmito se puede cultivar durante todo el año en forma escalonada, obteniendo hasta dos cosechas por planta al año.



Empaque

El palmito es empacado en latas o frascos de cristal. Las latas son de acero delgado revestido con capas de esmaltes sanitarios y los frascos de cristal son generalmente redondos y cubiertos con una tapa esmaltada y un casquete.



Exportación de Palmitos

Virtualmente, la totalidad del palmito que se comercializa en el mercado mundial es procesado en conserva, debido a su carácter perecedero en estado fresco. La exportación de palmito en conserva se realiza bajo la clasificación:

NANDINA: 2008.91.00.00 "palmitos en conserva".

Bolivia exportó el 2006 palmito en conserva a: Argentina, Chile, Estados Unidos, Francia y Canadá, en orden de importancia, un total de \$us. 7,13 millones de dólares americanos.

Perspectivas de mercado

El palmito considerado como un producto "gourmet". Dentro de la ALADI, los países que más consumen palmito son Argentina y Chile. Por otro lado, Francia y España lideran el consumo de palmito dentro de la Unión Europea. Le siguen Italia, Holanda y Bélgica con un gran margen de diferencia. Los mercados norteamericanos de Canadá y Estados Unidos también son de suma importancia.

3. Desarrollo Alternativo



Flores tropicales bolivianas alegran el invierno de Nueva York

Cuatro embarques de prueba de flores tropicales tuvieron buena aceptación en EE.UU.



Una vez más, la Unidad de Exportación de Tropiflor “con el apoyo del Gobierno de Estados Unidos a través de su Agencia de Cooperación USAID/Bolivia”, tuvo la experiencia de exportar flores tropicales, en esta ocasión, directamente a Nueva York, EUA.

Cada uno de los embarques transportó 30 cajas de las llamadas Tabaco –de un peso total de 400 kilos-, que salieron del Trópico de Cochabamba primero hacia Miami en un día, arribando a Nueva York al día siguiente. Las cajas de Heliconias y Bastones del Emperador viajaron consolidadas con rosas y claveles.

El comprador de este emprendimiento exportador posee una tienda de flores en Nueva York, de modo que las vistosas plantas bolivianas tuvieron desde el inicio, un lugar seguro para su venta. Adicionalmente, la florería neoyorkina se constituyó en una base logística para su distribución a otras tiendas. Las flores viajaron acompañadas de follaje, que también recibió una gran acogida por parte del comprador.

Una de las ventajas competitivas que se intenta construir para la realización de estos embarques es la generación de alianzas con las líneas aéreas nacionales, para conseguir mejores fletes que permitan una competencia igualitaria de las flores tropicales bolivianas con las de Ecuador y Colombia.

La proyección para 2007 contempla realizar 4 envíos semanales de flores tropicales a Nueva York, en vista del interés generado por los embarques de prueba. Los resultados de este emprendimiento arrojaron las siguientes conclusiones:

-Existe un cliente seguro, quien sometió las flores tropicales a prueba en EUA

-Se ha comprobado que el Bastón del Emperador es la flor que más éxito tiene en ventas, por lo que se podría enviar 10 cajas de esta variedad junto con 20 cajas de otras variedades

-Cada lote mínimo de exportación considera 35 cajas Tabaco de flores tropicales y 5 cajas de follaje. Para el cliente, la importación de una

mayor cantidad de flores significa una disminución en costos de internación y distribución local

Las mujeres productoras de las flores tropicales del Trópico de Cochabamba se encuentran desarrollando recién su potencial exportador. A través de los embarques de prueba se ha podido comprobar que se trata de un mercado con comportamiento estacional según la plaza en la que se intente ingresar. De igual modo, se ha probado que es posible colocar ciertos volúmenes de flores en EE.UU., los cuales –con el tiempo- podrán incrementarse.

Una acción necesaria entonces, es la diversificación de los destinos de exportación de este rubro, para garantizar un nivel de compra regular durante todo el año.

No cabe duda, sin embargo, que esta experiencia ha sido muy positiva con miras a consolidarse en 2007 como un atractivo negocio.

Aclaración



El hecho de que en el artículo de TROPIFLOR del boletín EXPORTEMOS anterior, se haya incluido el logo de SECO, no da lugar a entender que la actividad mostrada es realizada o apoyada por dicha institución. Destacamos que la nota se refiere exclusivamente a una actividad apoyada por el Programa de Desarrollo Alternativo Integral de USAID/Bolivia.

Por lo que dejamos claro a nuestros lectores, que fue un error involuntario el haber incluido el logo de SECO en dicho artículo y pidiendo disculpas a USAID/Bolivia, por algún mal entendido ante dicha institución.



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.

Exportación con



La responsabilidad social en la empresa

Inclusión Social



Responsabilidad social no es más una opción, es un requerimiento que debe estar en la estrategia corporativa. Las empresas que quieran hacer negocio a expensas de la sociedad y el medio ambiente, obtendrán éxitos ilusorios.

Cada vez adquieren mayor repercusión las actividades de responsabilidad social. Es importante resaltar que la principal responsabilidad de una empresa es invertir capital, asumir riesgo y con ello generar puestos de trabajo y hacer negocios cumpliendo con las leyes. Por tanto, la contribución de la empresa es generar prosperidad económica. Toda institución que atente contra esto afectará el principal motor del desarrollo.

Cuando una organización diseña su estrategia, en el corazón de la misma está la propuesta de valor que comprende un conjunto de requisitos que la compañía debe cumplir para cubrir las necesidades de sus clientes. Pero cuando a esta estrategia se le agrega una dimensión social, entonces se lograrán altos niveles de productividad y resultados no solo en cuanto a la empresa, sino también en los programas de responsabilidad social que ésta impulsa.

Hay cuatro Argumentos que sostienen un programa sólido de responsabilidad social:

1ro. Se refiere a sustentabilidad: el accionar de la organización respetando el medio ambiente. Por ejemplo, Dupont ha ahorrado en los últimos 15 años más de US\$ 2.000 millones en energía, mientras que McDonald's ha reducido los residuos sólidos de sus empaques en 30% en el mismo período. Estas decisiones no solo han sido buenas para el ambiente, sino que han sido decisiones inteligentes para el negocio.

2do. Obligación moral: actuar en sociedades saludables, las empresas deben actuar como buenos ciudadanos y tratar de hacer las cosas bien. Un caso interesante fue el ingreso de Google a China, donde el Gobierno censura los contenidos de Internet, un tema reñido con los principios morales que imperan en Estados Unidos de América.

3ro. Licencia para operar: este factor está relacionado con establecer diálogos constructivos con entes reguladores, comunidades aledañas, ONGs, etc. Aquí es donde se ven más casos de reacciones defensivas en vez de planteamientos pro- activos alineados con la estrategia general de la empresa.

4to. Esta la reputación, que está íntimamente relacionado con generar una imagen adecuada de la organización en el mercado.

Si los Gobiernos, ONGs y otras fuerzas vivas de la sociedad civil debilitan la habilidad de las empresas de operar en forma productiva, podrán ganar batallas pero a la larga perderán la guerra, ya que al debilitarse la competitividad también se debilitarán los sueldos, la creación de nuevos puestos de trabajo, la generación de riqueza para pagar impuestos y en última instancia para sostener a organizaciones sin fines de lucro.

La responsabilidad social de la empresa no es más una opción, es un *requerimiento obligatorio que debe estar integrado a la estrategia corporativa y su implementación debe estar difundida a lo largo de la organización*. Hay que dejar atrás la confrontación entre gerentes dedicados al negocio y los encargados de manejar los programas de responsabilidad social, para buscar integrarlos en equipos transfuncionales, haciendo que las políticas de responsabilidad social sean productivas para el entorno y a la vez refuercen la efectividad de la estrategia de las empresas.

Fuente: www.elcomercioperu.com.pe





PROCOIN APOYA EL DESARROLLO EXPORTADOR DE PYMES Y MICROPYMES.

Mucho se ha dicho en torno al potencial exportador del país, y a los notables logros que ha alcanzado Bolivia en las últimas gestiones. Si bien las últimas cifras son alentadoras en cuanto a este desempeño, no se han traducido en mejoras sustanciales en los niveles de empleo y reducción de la pobreza.



Como indican las estadísticas, las exportaciones bolivianas siguen centrándose en determinados productos y mercados. Se basan en gran medida en materias primas, fruto de las industrias extractivas y apenas aparecen productos con valor agregado.

No obstante, las exportaciones no tradicionales están mejorando su desempeño en estos últimos años, apareciendo y consolidando nuevos sectores de exportación como joyería en oro y plata, textiles con valor agregado, artesanía, agrónichos de exportación, o muebles entre otros.

Son estos sectores los que representan un nuevo horizonte de las exportaciones bolivianas, tanto en lo que se refiere a menor dependencia de la coyuntura internacional de precios, como en lo relativo a reducción de la pobreza, informalidad, y mejora de las cifras de empleo.



Por este motivo, PROCOIN, dedica un decidido apoyo a la internacionalización de PyMEs y MicroPymes en los sectores mencionados. Entre las iniciativas desarrolladas cabe mencionar como decisivas las siguientes:

- ❖ Asistencia Técnica Directa a empresas en todo el país, más de 400 empresarios han recibido asesoría, diagnóstico y asistencia en todo lo relativo a la implementación de planes de exportación en Bolivia
- ❖ Capacitación en áreas específicas, detectadas como claves en el proceso exportador: 2.290 horas de capacitación en la gestión 2006, y más de 2.700 personas formadas en áreas como: logística, envase y embalaje, contratación internacional, promoción de exportaciones, inteligencia de mercados, etc.
- ❖ Fomento del asociacionismo mediante figuras como los consorcios de exportación, y la consecución de alianzas estratégicas





UNION EUROPEA



- ❖ Fortalecimiento y capacitación de Cámaras de Exportadores, Cámaras de Comercio, e Industria nacionales y regionales

Entre las acciones más recientes llevadas a cabo en apoyo a los sectores exportadores no tradicionales cabe destacar:

- ❖ Elaboración del Plan Estratégico de COCEDAL, Asociación que aglutina a todos los productores artesanos en la ciudad de El Alto
- ❖ Asistencia Técnica a Productores de Lana de Camélidos en Orkhoruro
- ❖ Apoyo al desarrollo y promoción del sector textil boliviano, mediante la actividad: "Diseño y Moda Boliviana con Identidad Propia", y financiación de un desfile de diseñadores bolivianos en Alta Roma (Italia)



- ❖ Capacitación a productores de miel en todo el territorio nacional, en el cumplimiento de la normativa internacional necesaria para la garantía de producto orgánico
- ❖ Capacitación a productores de Café en Caranavi - La Paz
- ❖ Apoyo a empresas fabricantes de software en la obtención de la certificación ISO 9001

En cuanto a las acciones previstas en este año 2007, podemos mencionar como significativas las siguientes actividades de apoyo:

- ❖ Elaboración de Planes Estratégicos para Asociaciones y Organizaciones Artesanales en todo el país

- ❖ Apoyo en la utilización de páginas Web y otras herramientas de promoción para empresas, asociaciones y organizaciones de microempresarios
- ❖ Prospección y elaboración de estudios de mercado para la comercialización a través de redes de Comercio Justo y Economía Solidaria
- ❖ Capacitación en áreas críticas de comercio internacional para productores y asociaciones de MyPyMEs
- ❖ Inventarización de todas las entidades públicas y privadas ligadas al comercio exterior, así como de los apoyos y servicios que brindan, para la creación de una plataforma única de información al potencial exportador
- ❖ Apoyo y Asistencia Técnica Directa a Consorcios de Exportación creados e identificados por el Programa
- ❖ Apoyo en la organización y participación en ferias internacionales y misiones comerciales
- ❖ Fortalecimiento de Cámaras, y otras asociaciones representativas del Sector Privado, exportador o potencialmente exportador mediante el refuerzo de capacidades técnicas, coordinación y formación de técnicos y formadores
- ❖ Apoyo en la obtención de certificaciones ISO

El equipo técnico de PROCOIN desea que estas actividades puedan coadyuvar de manera decisiva en la consolidación de sectores no tradicionales de exportación, por lo que invitan cordialmente a todos los productores, microempresarios, exportadores o potenciales exportadores a recabar mayor información en las oficinas del Proyecto tanto en la ciudad de La Paz como en la ciudad de Santa Cruz indicadas en este documento. Asimismo, pueden consultar periódicamente la programación de actividades en nuestra página **Web: www.procoin.org.bo**.

Lic. Alberto Pinto Blanco
DIRECTOR NACIONAL DE PROCOIN
UNIDAD EJECUTORA

Lic. Cristina Novio
RESPONSABLE DE ASISTENCIA
TECNICA INTERNACIONAL

Edificio Mariscal Ballivián
Calle Mercado Nº 1328 - Piso 18, Of. 6-7
Teléfonos: (591-2) 2111389 / 2111371 / 2111348
Fax: (591-2) 2111371
La Paz – Bolivia

4. Panorama



Nacional

Bodegas bolivianas exportarán vinos a Finlandia desde este año



Las bodegas bolivianas que producen los vinos La Concepción y Kohlberg sellaron un contrato con la empresa finlandesa Payumar para la exportación a Finlandia de 18.000 botellas al año, esto significará ingresos por \$us 75.000.

Marko Naukkarinen, Gerente de Payumar, explicó que llevaron muestras de los vinos La Concepción y Kohlberg para una degustación “ciega”; es decir, los catadores desconocían la marca y procedencia de las bebidas. “Se lograron excelentes resultados, lo que fue clave para firmar el contrato de exportación”, sostuvo el Ejecutivo.



Finlandia se presenta como un mercado atractivo para los vitivinícolas, tomando en cuenta que el consumo per cápita supera los siete litros; en Bolivia es 1,5 litros. “Por el elevado consumo hay vinos de todas partes del mundo, pero nosotros promoveremos los ‘vinos de altura de Bolivia’ por la excelente calidad”, dijo Naukkarinen. Entre los vinos que prefieren los finlandeses están cabernet sauvignon, malbec, syrah y barbera.

Otra de las empresas que logró buenos resultados es Bodegas Milcast. Su gerente, Ramón Castellanos, aseguró que este mes enviarán su producto a España y que para mayo exportarán por tercera vez a Perú sus vinos Aranjuez Terruño y Tanat Merlot. “Se explora Brasil y Colombia para nuevos envíos. Nuestras exportaciones crecieron un 18% el año pasado”, agregó.

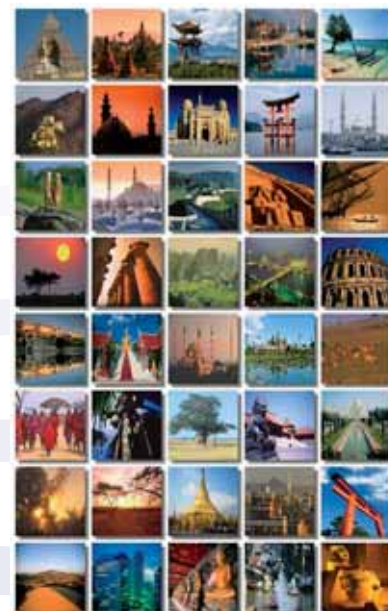
Presidente Morales proyecta relaciones comerciales con India, Irán y Sudáfrica

Al presentar su informe anual ante el Congreso Nacional, el Presidente Evo Morales proyectó priorizar las relaciones comerciales con India, Irán y Sudáfrica, para mejorar las condiciones de desarrollo del país. También explicó que estos países tienen acuerdos comerciales con Estados Unidos y por ello se tiene “bien sentadas las bases para poder efectivizar esos acuerdos”.



Se especificó que estos acuerdos serán para créditos, cooperación y fundamentalmente para la importación de algunos instrumentos que efectivicen la industrialización de los productos bolivianos. Sin embargo, para ello dijo “lamentablemente” se acudirán a países industrializados, pero desde África, Medio Oriente o Europa se conseguirán las herramientas con precios más bajos. Existen países desarrollados e industrializados que cuentan con las maquinarias adecuadas para Bolivia, pero con precios muy altos, en ese entendido “mediante la Cancillería se realizarán acuerdos comerciales para buscar el desarrollo de nuestro país” dijo el Presidente Evo Morales.

En el informe, el Jefe de Estado también proyectó una lógica de integración en Sudamérica basada en las reglas del comercio justo para que los pequeños productores se beneficien de estos procesos que deberían culminar con un acuerdo de moneda única.



5. Ámbito



Internacional

Negociación entre la CAN-UE empieza en marzo

El periódico "La Republica" de Perú informó, que las negociaciones para un acuerdo de asociación comercial y política entre la Comunidad Andina (CAN) y la Unión Europea (UE) comenzarán en marzo 2007 en Bolivia, así lo confirmó Mercedes Aráoz Ministra de Comercio Exterior y Turismo de Perú.



"La comisión mixta se celebrará los días 6 y 7 de marzo en la ciudad de La Paz-Bolivia", y allí se iniciará la negociación, dijo la Ministra ante los representantes de las Cámaras de Comercio de la UE en Lima, a quienes explicó las estrategias de las negociaciones comerciales de Perú.

Agregó que tras concluir el proceso de valoración conjunta, el bloque europeo considera una prioridad la desgravación para los productos de la UE, la simplificación y armonización aduanera además, resolver los problemas de contrabando y transporte terrestre en la región andina, entre otros aspectos.

Reactivan las conversaciones de Doha

La BBC de Londres informó que los Ministros de comercio de cerca de 30 naciones acordaron reactivar las conversaciones de Doha para liberalizar el comercio global. Pascal Lamy, Director General de la Organización Mundial de Comercio (OMC) dijo que la Ronda de Doha estaba "viva y continuará".

Paralelamente las conversaciones durante el Foro Económico Mundial en Davos, Suiza, fueron vistas como una de las últimas oportunidades para revivir la Ronda de Doha antes que expiren los poderes especiales para negociar tratados comerciales del presidente estadounidense George W. Bush, el próximo julio.

Luego de esa fecha, el congreso estadounidense podría bloquear partes clave de cualquier acuerdo comercial, lo que daría al traste con el tratado. Lamy dijo que el Gobierno estadounidense buscará obtener una extensión de sus poderes especiales. Esto le otorgaría a las negociaciones comerciales una "ventana de oportunidad", añadió, diciendo que "es una cuestión de meses y no de trimestres".

2007: nuevo año, el mismo propósito...

2004

2005

2006

... exportar y crecer junto a Bolivia


Ametex

6. Datos

Estadísticos

Exportaciones Bolivianas¹ Gestión 2006

EXPORTACIONES BOLIVIANAS, 2005-2006(p)
(En millones de dólares estadounidenses)

EXPORTACIONES BOLIVIANAS	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	2,868	4,069	1,201	41.9
Agric.Ganad, Caza, Silvic y Pesca	172	159	(13)	(7.6)
Extracción de Hidrocarburos	1,401	2,010	609	43.5
Extracción de Minerales	351	792	442	125.6
Industria Manufacturera	945	1,108	163	17.2

EXPORTACIONES BOLIVIANAS, 2005-2006(p)
(En miles de toneladas brutas)

EXPORTACIONES BOLIVIANAS	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	17,221	18,379	1,158	6.7
Agric.Ganad, Caza, Silvic y Pesca	295	285	(10)	(3.4)
Extracción de Hidrocarburos	14,539	15,531	992	6.8
Extracción de Minerales	474	558	84	17.7
Industria Manufacturera	1,913	2,005	92	4.8

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPALES PRODUCTOS, 2005-2006(p)
(En millones de dólares estadounidenses)

PRODUCTOS	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	2,868	4,069	1,201	41.9
Gas Natural	1,087	1,672	585	53.8
Mineral de Zinc	201	547	347	172.1
Aceites Crudos de Petroleo	314	339	25	8.0
Torta de Soya (Soja)	214	209	(6)	(2.3)
Mineral de Plata	89	164	75	84.3
Oro Metálico	78	126	48	61.5
Estaño Metálico	101	117	15	15.8
Aceite de Soya en Bruto	97	100	3	3.1
Joyería de Oro	64	73	9	14.1
Nueces del Brasil (Castaña)	75	70	(5)	(6.7)
Otros Productos	550	653	103	18.7

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPALES PRODUCTOS, 2005-2006(p)
(En miles de toneladas brutas)

PRODUCTOS	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	17,221	18,379	1,158	6.7
Gas Natural	13,809	14,835	1,026	7.4
Torta de Soya (Soja)	1,088	1,100	12	1.1
Aceites Crudos de Petroleo	728	696	(31)	(4.4)
Mineral de Zinc	339	414	75	22.1
Aceite de Soya en Bruto	192	199	6	3.6
Harina de Habas de Soya (Soja)	80	79	(1)	(1.3)
Bananas o Platanos Frescos	56	72	16	28.6
Habas de Soya (Soja)	146	70	(76)	(52.1)
Torta de Girasol	34	57	23	67.6
Medera Aserrada	35	53	18	51.4
Otros Productos	714	804	90	12.6

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN DEPARTAMENTO, 2005-2006(p)
(En millones de dólares estadounidenses)

DEPARTAMENTO	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	2,868	4,069	1,201	41.9
Chuquisaca	17	95	78	458.8
La Paz	241	305	63	26.6
Cochabamba	291	375	83	28.9
Oruro	194	350	156	80.4
Potosí	264	558	293	111.4
Tarija	985	1,321	336	34.1
Santa Cruz	806	992	186	23.1
Beni	64	65	1	1.6
Pando	7	10	3	42.9

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN DEPARTAMENTO, 2005-2006(p)
(En miles de toneladas brutas)

DEPARTAMENTO	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	17,221	18,379	1,158	6.7
Chuquisaca	198	865	667	336.9
La Paz	117	138	20	17.9
Cochabamba	1,115	1,099	(16)	(1.4)
Oruro	96	123	27	28.1
Potosí	364	382	19	4.9
Tarija	11,238	11,013	(225)	(2.0)
Santa Cruz	4,064	4,723	659	16.2
Beni	22	26	4	18.2
Pando	8	10	3	25.0

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPAL PAÍS DE DESTINO, 2005-2006(p)
(En millones de dólares estadounidenses)

PAIS DE DESTINO	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	2,868	4,069	1,201	41.9
Brasil	1,115	1,562	447	40.1
Japon	135	378	243	180.0
Argentina	261	371	111	42.1
Estados Unidos	385	354	(31)	(8.1)
Peru	125	232	107	85.6
Suiza	107	210	103	96.3
Venezuela	170	195	25	14.7
Colombia	180	154	(26)	(14.4)
Reino Unido	59	79	20	33.9
Belgica	22	61	38	177.3
Resto de Países	309	473	163	53.1

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN PRINCIPAL PAÍS DE DESTINO, 2005-2006(p)
(En miles de toneladas brutas)

PAIS DE DESTINO	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	17,221	18,379	1,158	6.7
Brasil	12,000	12,781	781	6.5
Argentina	2,604	2,668	63	2.5
Venezuela	744	813	69	9.3
Perú	342	519	177	51.8
Colombia	561	488	(73)	(13.0)
Japón	185	252	67	36.2
Estados Unidos	302	151	(150)	(50.0)
Chile	98	150	52	53.1
Paraguay	44	71	27	61.4
Suiza	39	60	21	100.0
Resto de Países	302	426	124	41.1

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN REGION ECONOMICA, 2005-2006(p)
(En millones de dólares estadounidenses)

REGIÓN ECONOMICA	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	2,868	4,069	1,201	41.9
ALADI	1,931	2,635	705	36.5
Mercado Común del Sur	1,567	2,158	591	37.7
Comunidad Andina	307	397	89	29.3
Resto de Países(Chile y Mexico)	56	81	25	44.6
TLC de Norteamerica (NAFTA)	424	424	0	0.0
Union Europea	163	243	80	49.1

EXPORTACIONES BOLIVIANAS SEGÚN REGION ECONOMICA, 2005-2006(p)
(En miles de toneladas brutas)

REGIÓN ECONOMICA	Ene. a Dic. 2005	Ene. a Dic. 2006	Variación Absoluta	Variación Porcentual
TOTAL	17,221	18,379	1,158	6.7
ALADI	16,412	17,533	1,121	6.8
Mercado Común del Sur	15,394	16,334	940	6.1
Comunidad Andina	907	1,038	131	14.4
Resto de Países(Cuba,Chile y Mexico)	111	161	50	45.0
TLC de Norteamerica (NAFTA)	328	183	(145)	(44.2)
Union Europea	137	161	24	17.5

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA
(p): Preliminar
1: No incluye reexportaciones ni efectos personales

7. Perfil de



Mercado - Estados Unidos de América



Nombre oficial: Estados Unidos de América

Capital: Washington, DC

Superficie: 9.631.418 km²

Moneda:

Dólar estadounidense (\$, USD)

Idioma: Inglés

División política:

Estados Unidos de América está conformado por 50 estados y un distrito federal. Tiene varios territorios dependientes ubicados en Antillas y Oceanía.

Demografía

Población: 298.444.215 habitantes (2006)

Densidad: 32 hab./km.

Economía

PIB: 12.277.583 millones de dólares (2005)

PIB per cápita: 41.399 dólares al (2005)

Tasa de crecimiento anual: 3.5% (2005)

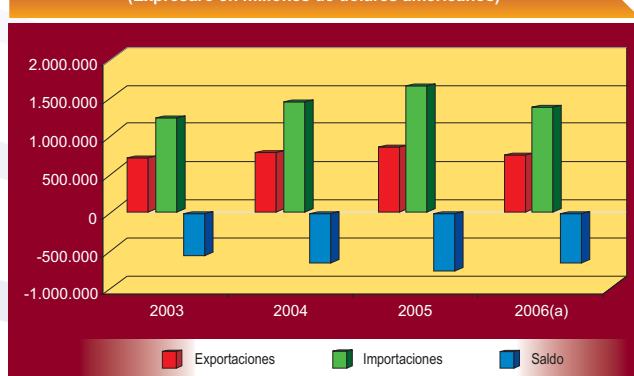
Fuente: US Department of Commerce Bureau of Economic Analysis

Principales producciones: Estados Unidos tiene recursos ricos en minerales con extensos yacimientos de oro, petróleo, carbón y uranio. Son los principales productores de maíz, trigo, azúcar y tabaco, entre otros productos de la industria agrícola. El sector manufacturero produce, entre otras cosas, automóviles, aviones, armamento y electrónicos. La industria más grande es ahora el sector de servicios en el que trabajan unos tres cuartos de los residentes. Las cadenas de tiendas (comida, ropa, tecnología) en casi la totalidad de los países.

Exportaciones: 894.631 millones de dólares (2005)

Importaciones: 1.677.371 millones de dólares (2005)

Balanza Comercial de los Estados Unidos de América
(Expresado en millones de dólares americanos)



(a): datos acumulados hasta el tercer semestre de 2006

Fuente: US Department of Commerce - Bureau of Economic Analysis

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

Relación Comercial Bolivia – Estados Unidos de América

Bolivia goza de preferencias arancelarias no recíprocas a partir de 1974 mediante el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), otorgado por Estados Unidos a los países en vías de desarrollo, entre ellos Bolivia, para fomentar su crecimiento económico con relación al mundo. El SGP para Bolivia fue complementado con la Ley de Preferencias Comerciales Andinas y de Erradicación de la Droga (ATPDEA), que entró en vigor el 5 de agosto del 2002 y concluyó a fines del 2006. El pasado año el Senado norteamericano aprobó la ampliación del ATPDEA por seis meses más para Bolivia, Ecuador, Perú y Colombia (hasta junio de 2007). La decisión de ampliar por un plazo mayor se encuentra en debate por el Gobierno de los Estados Unidos. La particularidad del ATPDEA es que incluye productos que en la anterior Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (LPA) no tenían acceso (confecciones textiles, manufacturas de cuero y derivados de petróleo).

Bolivia Relación Comercial con Estados Unidos
(Expresado en millones de dólares americanos)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística- INE


Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

En el año 2006, las ventas bolivianas a Estados Unidos sumaron 354 millones de dólares, consolidándose como el mercado más importante para las manufacturas bolivianas donde se estima participan 823 empresas exportadoras, la mayoría micro, pequeñas y medianas empresas que producen una variedad de 1.001 productos con valor agregado en los sectores de textiles y orfebrería. De no ampliarse el ATPDEA después de la última prorroga se debería contar con un Acuerdo de largo alcance entre Bolivia y Estados Unidos para precautelar los 400 millones de dólares que se exportan y los empleos que esto genera.

BOLIVIA: PRINCIPALES 10 PRODUCTOS EXPORTADOS A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
Expresado en dólares americanos



NANDINA	PRODUCTO	2005		2006		VARIACIÓN	
		VALOR \$US	PART %	VALOR \$US	PART %	ABSOLUTA	RELATIVA
		8001100000	ESTAÑO EN BRUTO SIN ALEAR	80.134.844	0,21		
7113190000	ARTÍCULOS DE JOYERÍA DE LOS DEMÁS METALES PRECIOSOS	63.767.410	0,17	72.525.097	0,20	8.757.687	13,73
2709000000	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO	104.037.691	0,27	30.462.852	0,09	- 73.574.839	- 70,72
4418200000	PUERTAS Y SUS MARCOS DE MADERA	17.546.947	0,05	15.625.891	0,04	- 1.921.056	- 10,95
0801220000	NUECES DEL BRASIL SIN CASCARA	15.622.600	0,04	14.948.767	0,04	- 673.833	- 4,31
2611000000	MINERALES DE VOLFRAMIO Y SUS CONCENTRADOS	5.190.989	0,01	11.510.755	0,03	6.319.766	121,74
6105100000	CAMISAS DE ALGODÓN, DE PUNTO	12.907.037	0,03	11.095.549	0,03	- 1.811.488	- 14,03
2710192200	FUELOILS (FUEL)	7.956.719	0,02	10.444.433	0,03	2.487.714	31,27
4407240000	MADERA ASERRADA DE LAS MADERAS TROPICALES	7.501.028	0,02	10.361.590	0,03	2.860.563	38,14
6109100000	"T-SHIRTS" Y CAMISETAS DE ALGODÓN, DE PUNTO	9.543.320	0,02	8.112.761	0,02	- 1.430.559	- 14,99
	LOS DEMÁS PRODUCTOS	60.316.656	0,16	74.993.249	0,21	14.676.593	24,33
TOTAL EXPORTACIONES A ESTADOS UNIDOS		384.525.240	1,00	353.953.083	1,00	- 30.572.157	- 7,95
TOTAL EXPORTACIONES RESTO DE LOS PAÍSES		2.367.407.953		3.715.269.837		1.347.861.884	56,93
TOTAL EXPORTACIONES BOLIVIA		2.751.933.193		4.069.222.920		1.317.289.727	47,87

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE



P.H.S.E.

DAMOS VALOR AGREGADO A SUS RE
QUERIMIENTOS Y NECESIDADES AL IGUAL QUE EN LOS PAISES MAS DESARROLLADOS

1- SEGURIDAD FÍSICA DE TODO TIPO DE INSTALACIONES Y CUSTODIA DE VALORES:

- Industrias, Fabricas, Depósitos y Centro Comerciales.
- Casa Comerciales y Comercio en General.
- Condominios, Urbanizaciones, Multifamiliares, zonas.
- Colegios, Universidades y Hospitales, (EN TODOS LOS PROCESOS APLICAMOS LA NORMA BOLIVIANA)

2- POLITICA DE CALIDAD

- Supervisión los 365 días al año y las 24 horas a su servicio.

3- SERVICIO INTEGRADO CON LAS SIGUIENTES DISCIPLINAS: Para un mercado globalizado y responsablemente sostenible: EXPECTATIVAS DE NUESTROS SERVICIOS.

- Dirigido a todas la organizaciones, para que tengan procesos de costos bajos.
- Ambientalmente y socialmente responsables.
- Aplicable a grandes , pequeñas y medianas organizaciones.
- Dondequiera que se encuentren(en el departamento de La Paz, a nivel nacional e internacional)
- Implantación de servicios con normas requeridas y otras necesidades; otras necesidades de las organizaciones donde el cliente es satisfecho en sus demandas. JHSA, ISO 9000, OHSAS 18000, ISO 14000, ISO 26000

Calle Prolongación Illampu N° 407 P. : 1 Of : 3 – 4
WWW.comerciodphse.html *e-mail: phse@latinmail.com
Teléfono. : (2) 231-7027* Cel: 720-84447 – 719-53119

8. Ferias y Eventos



Comerciales

Nacionales

Concurso PYME Andino 2006-2007 "Fortaleciendo la Integración Comercial Andina"

El Proyecto de Cooperación CAN-UE busca estimular y reconocer las iniciativas empresariales innovadores de las PYMEs de cada país miembros de la Comunidad Andina que hayan logrado éxito, de manera individual o asociativa en su actividad comercial, dentro la Subregión Andina.

Participantes: Empresas definidas como micro, pequeñas y medianas conforme dispone la legislación de cada país miembro de la Comunidad Andina y que consideren haber alcanzado un nivel de excelencia en la exportación de sus productos o servicios hacia la Subregión Andina

Informes: Viceministerio de Relaciones Económicas y Comercio Exterior, Unidad de Integración Latinoamericana

Dirección: Junín esquina Ingavi (Plaza Murillo) 6º Piso - Teléfono 2408900 int. 3623

E-mail: lespinoza@ree.gov.bo.

ENCUENTRO EMPRESARIAL - MISIÓN COMERCIAL DE LA CÁMARA DE MADRID

Misión Comercial Multisectorial, organizada por la Cámara Oficial Española de Comercio e Industria en Bolivia y la Cámara de Comercio de Madrid, que estará integrada por empresarios madrileños, con el objeto de establecer contactos de negocios en Bolivia en los sectores de informática, consultoría, telecomunicaciones, equipamiento médico, editorial y alimentario.

Para concretar entrevistas:

La Paz: Sra. Amina Rojas – Teléfonos: 2440505 – 2113498

E-mail: cam_esp@entelnet.bo; aminarojas@entelnet.bo

Santa Cruz: Delegación de la Cámara, Sra. Mónica Alba

Teléfono: 3397830,

E-mail: camesp@entelnet.bo



Instituto Boliviano de Normalización y Calidad






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 OHSAS 18000
- CERTIFICACIÓN ISO 22000
- CERTIFICACIÓN DE PRODUCTO BELLO
- 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
 - NB - ISO 9001
 - Especialistas en Sistemas de Gestión Ambiental
 - NB - ISO 14001
 - Especialistas en Sistemas de Seguridad y Salud Ocupacional
 - NB - OHSAS 18001
 - Especialistas en Sistemas de Inocuidad Alimentaria
 - NB - ISO 22000
 - Cursos de Consultores en Sistemas de Gestión de la Calidad
 - NB - ISO 9001
- BASE DE DATOS DE CONSULTORES ISO 9000 - CALIDATA
- PROGRAMA NOEXPORT
- CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
- LABORATORIO QUÍMICO Y DE ALIMENTOS

IBNORCA es miembro de:










ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

Nuestras Direcciones:

<p>LA PAZ</p> <p>Av. Sucre N° 1786 - Miraflores Calle 5000 Teléfono: 2440505 Fax: 2440505 e-mail: info@ibnorca.org</p>	<p>COCHABAMBA</p> <p>Av. Obispo N° 214 Calle 5000 Teléfono: 3397830 Fax: 3397830 e-mail: info@ibnorca.org</p>	<p>SANTA CRUZ</p> <p>Av. De Sucre N° 407 Calle 5000 Teléfono: 3397830 Fax: 3397830 e-mail: info@ibnorca.org</p>	<p>SUCRE</p> <p>Calle Sucre N° 44 Teléfono: 3397830 Fax: 3397830 e-mail: info@ibnorca.org</p>
<p>TRUJILLA</p> <p>Calle Sucre N° 200 Teléfono: 3397830 Fax: 3397830 e-mail: info@ibnorca.org</p>	<p>ORURO</p> <p>Calle Potosí N° 1485 Teléfono: 3397830 Fax: 3397830 e-mail: info@ibnorca.org</p>		

9. Direcciones



Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (CAINCO)

Cámara de Comercio y Servicios de Cochabamba

Cámara de Industria y Comercio de Chuquisaca

Cámara de Comercio de Oruro

Cámara Departamental de Comercio e Industria de Potosí

Cámara de Industria y Comercio de Pando

Cámara Americana de Comercio de Bolivia

Cámara Boliviana-Americana de Comercio

www.cainco.org.bo

www.cadeco.org

www.ciccho.com.bo

E-mail: camacor@coteor.net.bo

E-mail: camarap@cotapnet.com.bo

E-mail: cicpando@entelnet.bo

www.amchambolivia.com

www.bolivia-us.org

POTENCIAL EXPORTADOR ACUDE A PROCOIN



PROCOIN



PROGRAMA DE DESARROLLO DEL
COMERCIO Y PROMOCION DE
LAS INVERSIONES



**Programa de la Unión Europea y el Gobierno de Bolivia
para apoyar a las empresas medianas y pequeñas en todo
el proceso de exportación y alcanzar mercados
internacionales, en forma de cooperación.**

OFICINA CENTRAL LA PAZ:

Edif. Mariscal Ballivián - Calle Mercado N° 1328 Piso 18

Telfs.: (591-2) 2111371 - 2111348 - 2111389

Fax: (591-2) 2111371

E-mail: secretaria@procoin.org.bo

OFICINA SANTA CRUZ:

Av. Velarde N° 131 (Ed. CADEX)

Telf.: (591-3) 3362030

E-mail: villaverde@procoin.org.bo