

PERFIL DE INVESTIGACIÓN

1. Introducción

Bolivia se encuentra encaminada en una política económica basada en el libre mercado y la apertura de comercio exterior, en la que los sectores público y empresarial han asumido el reto de impulsar las exportaciones y consolidar la inserción de Bolivia en los mercados internacionales.

Para conocer un poco más la necesidad de que exista un libre comercio entre los países, se hace necesario mencionar a los organismos internacionales que tienen que ver con el comercio exterior, por lo que se menciona algunos de ellos como ser: O.M.C., MERCOSUR, COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES, ALCA.

La Organización Mundial de Comercio (O.M.C.) creada el 1° de enero de 1995 en la ciudad de Ginebra (Suiza), es un órgano internacional importante que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países y que son reglas fundamentales del comercio internacional y las políticas comerciales.

Sus objetivos buscan ayudar a que las corrientes comerciales circulen, con la máxima libertad posible, para alcanzar gradualmente una mayor liberación mediante negociaciones y establecer un mecanismo imparcial de solución y diferencias.

Todos los acuerdos de la O.M.C., están inspirados en varios principios simples y fundamentales que configuran el sistema multilateral de comercio, entre estos principios figuran la no discriminación, un comercio más libre, políticas previsibles, la promoción de la competencia y las disposiciones especiales para los países en vías de desarrollo.

Los países en vías de desarrollo, reciben atención adicional de la O.M.C., lo cual llevó a la posibilidad de introducir, antes de lo establecido, en el calendario, los

aranceles más bajos y menores obstáculos no arancelarios en lo que respecta a los productos de interés para ese grupo de países. Existen 154 miembros en la O.M.C., Bolivia se inscribió el 12 de septiembre de 1995.

Otro organismo internacional que es prioritario mencionar es el MERCOSUR que el 26 de marzo de 1991, bajo la denominación del Tratado de Asunción, puso en marcha el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) entre los países de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

La Comunidad Andina de Naciones (CAN) se inició con la suscripción del Acuerdo de Cartagena el 26 de mayo de 1969, está constituida por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú y los órganos e instituciones del Sistema Andino de Integración (SAI). Antes de 1996, era conocida como el Pacto Andino o Grupo Andino.

Venezuela fue miembro hasta el 2006. Chile originalmente fue miembro entre 1969 a 1976, pero se retiró durante el régimen militar de Augusto Pinochet debido a incompatibilidades entre la política económica del país y las políticas de integración de la CAN. Este país se integró a la CAN como miembro asociado el 20 de septiembre de 2006.

Uno de los principales logros de la CAN en el campo comercial es la libre circulación de mercaderías de origen andino en el mercado ampliado; Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú han formado una zona de libre comercio, es decir, un espacio en el que sus productos circulan libremente en la subregión, sin pagar aranceles.

El Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) es el nombre oficial con se designa la expansión del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o TLC) a todos los países de Centroamérica, Sudamérica y el Caribe, excepto Cuba. Los esfuerzos para unir las economías de las Américas en una sola área de libre comercio se iniciaron en la Cumbre de las Américas, que se llevó a cabo en Miami,

EE.UU., en diciembre de 1994. Los Jefes de Estado y de Gobierno de las 34 democracias de la región acordaron la creación de un Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), en la cual se eliminarán progresivamente las barreras al comercio y a la inversión. Resolvieron, igualmente, que las negociaciones con miras a lograr el acuerdo finalizarían a más tardar el año 2005 y que lograrían avances sustanciales en el establecimiento del ALCA.

Otra de las Organizaciones es la Alternativa Bolivariana para América Latina y el Caribe (ALBA) que es una propuesta de integración diferente, mientras que el ALCA responde a los intereses del capital transnacional y persigue la liberación absoluta del comercio de bienes y servicios, el ALBA pone en énfasis en la lucha contra la pobreza y la exclusión social, por lo tanto, expresa los intereses de los pueblos latinoamericanos.

En este sentido, el objeto de estudio es identificar el impacto de los acuerdos de integración económica en el sector exportador del Departamento de Tarija; especialmente en lo que se refiere a las cadenas productivas de la vid, vinos y singanis.

La investigación científica del presente trabajo se desarrolla en base a una metodología deductiva y analógica, en gran parte de la investigación.

Así mismo, el presente estudio contiene las políticas y estrategias para la exportación de productos relevantes como la vid, vinos y singanis; por otro lado, se rebela datos actualizados sobre el nivel de exportaciones de Bolivia, tipos de cambio real como mecanismo de incentivo al logro de la competitividad, a través de la depreciación real en un sistema de tipo de cambio flexible.

Este trabajo, constituye un importante aporte a la iniciativa o emprendimiento de empresas con ánimos de exportación, es decir, que serán los beneficiarios de esta

investigación de emprendimiento, relacionado a la creación: registro de la empresa y preparación de la documentación para realizar una exportación.

2. Planteamiento del problema

Todo está basado en la necesidad de tener competitividad de los productos, los sectores más dinámicos fueron: telecomunicaciones, construcción y obras públicas; petróleo crudo y gas natural y los servicios financieros; sin embargo, el deterioro de los precios de los principales productos de exportación, consecuencia de la crisis internacional, determinó un sustancial ensanchamiento del déficit en cuenta corriente.

La continua integración económica y comercial de los países, producto del proceso de globalización que vienen experimentando las economías, privilegia la actividad de bienes transables, porque de su accionar se deriva el grado de apertura económica y la competitividad en un entorno de libre competencia.

Las contracciones del comercio y de los precios internacionales, producto de las repercusiones de la crisis internacional, se ha traducido en una mayor vulnerabilidad de nuestro comercio exterior.

La crisis también ha afectado a nuestro sector exportador, que ha tenido que competir con precios internacionales extremadamente bajos, sin apoyo ni políticas por parte del gobierno que favorezcan a las exportaciones.

El balance de comportamiento de nuestro comercio exterior en los últimos años muestra que el valor del comercio de mercancías, ha registrado una tendencia declinable.

Frente a esa realidad, las estrategias y acciones, tendientes al desarrollo de la competitividad y a la expansión de las exportaciones deberán asumir un interés

especial para el Departamento de Tarija y la sociedad civil; tomando en cuenta que las exportaciones tarijeñas se basan en la agroindustria, lo que nos llevaría a diseñar y ejecutar las políticas comerciales y de integración favorable para el desarrollo de las actividades privadas de producción y exportación mediante una franca coordinación y una concertación efectiva entre los agentes involucrados.

Actualmente, las políticas de fomento y desarrollo de la oferta exportable, prácticamente, se han limitado a operar y administrar los regímenes de interacción temporal de insumos para productos exportables, de zonas francas, de neutralidad tributaria para las exportaciones mediante la devolución del IVA, ICE en los casos pertinentes y aranceles a los exportadores y a facilitar los trámites y procedimientos de exportación, los cuales, carecen del procedimiento legal para la creación de una empresa exportadora con capacidad de negociación en el mercado internacional, tampoco se conoce a cabalidad los documentos indispensables de exportación.

En Tarija, los principales productos exportados son los del sector agroindustrial, pero no existe una política efectiva para estimular las cadenas productivas del vino y singanis hacia las exportaciones, pese a su escasa capacidad productiva con respecto a otras cadenas productivas en Santa Cruz sobre el aceite, el sector de la viticultura es un motor de desarrollo en el mercado interno, pero no así en el aporte a la balanza comercial, por tanto, los productores de este sector vitivinícola conocen de políticas de fomento a las exportaciones.

3. Formulación del problema

¿En qué medida la falta de apoyo del gobierno departamental y regional a pesar de la existencia de políticas nacionales de fomento a las exportaciones está limitando el desarrollo de la actividad económica departamental destinada a las exportaciones que se traduzcan en un desarrollo económico de la región?

4. Formulación de la hipótesis

El desarrollo de estrategias y políticas regionales, basado en el análisis del sector productivo del Departamento, permitirá aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado externo a objeto de insertar de manera significativa al sector de la vid, vinos y singanis en las exportaciones y contribuir de mejor manera al desarrollo regional.

4.1 Variable dependiente. Permitirá aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado externo a objeto de insertar de manera significativa al Departamento de Tarija en las exportaciones y contribuir de mejor manera al desarrollo regional.

4.2 Variable independiente. El desarrollo de estrategias y políticas regionales basado en el análisis del sector productivo del Departamento.

5. Objetivos

A continuación se fijan los siguientes objetivos de investigación:

5.1. General

Determinar el impacto y las repercusiones de las políticas de fomento a las exportaciones en el Departamento de Tarija.

5.2. Específicos

Son los siguientes:

- Proponer políticas de exportación al sector vitivinícola y agroindustrial, entre otros.
- Determinar el grado de promoción de las exportaciones en Tarija, buscando su diversificación, el incremento de volúmenes exportados y la incorporación de proyectos específicos de promoción.

- Identificar los efectos de la fluctuación de los tipos de cambio nominal en las exportaciones y competitividad de nuestra economía en el mercado internacional.
- Analizar las políticas comerciales y administrativas que afectan a las exportaciones.
- Determinar la organización y las capacidades empresariales de los empresarios en cuanto a los procedimientos y trámites de exportación.

6. Metodología de investigación

La metodología que se utilizó en el presente trabajo está enfocada en el análisis descriptivo del marco teórico y del diagnóstico, los métodos son el deductivo y el analógico, a partir de datos bibliográficos acordes al tema e investigación y en las diferentes páginas web.

El marco teórico está basado en la investigación bibliográfica mediante la selección de conceptos y criterios de las fuentes actualizadas y autorizadas y otras fuentes relacionadas con el tema.

En el diagnóstico y el modelo propuesto, se aplicó con énfasis el método inductivo, que permitió elaborar conclusiones generales sobre las bases reales y propositivas del trabajo de investigación.

7. Alcance

7.1. Espacial. El alcance del presente trabajo de tesis engloba la temática de las políticas de fomento a las exportaciones y promoción dentro del Departamento de Tarija “especialmente, el sector vitícola”.

7.2. Temporal. La investigación se realizó a partir del 2007 hasta la presente gestión.

7.3. Teórico. La investigación corresponde al campo de la administración aplicada, concerniente al área de marketing y su aplicación en las ventas o exportaciones de productividad.

PRIMERA PARTE

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DE LAS

POLÍTICAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1.1. Introducción

El comercio es una de las razones fundamentales para la relación internacional entre los países del mundo, cada vez se hace más imperiosa la búsqueda de oportunidades en los escenarios del comercio internacional.

Es evidente que las oportunidades están dadas, no menos efímeras; cada país, a través de los agentes económicos, se proyecta en el plano de la superación intelectual y poder competir con capacidad y decisión en las interrelaciones humanas.

El desafío de hoy es regla general y es obligatorio que sea eficientemente estructurada, en lo referido al país en su conjunto, pues en ella conforman las unidades económicas capaces de generar fuerzas dinámicas para el país, por ende, para el bienestar común.

A comienzos del siglo XXI se vislumbra la mentalidad de los países del mundo: de que sólo será posible sobrevivir en el futuro que se aproxima, con capacidad creativa e intelectual de los agentes económicos. Es preciso recordar que los países desarrollados de hoy, un día fueron subdesarrollados, sin embargo, ellos supieron implantar programas de acción conjunta con capacidad creativa y estrategias para el desarrollo económico social.

La ciencia y la tecnología son el resultado de la capacidad intelectual, propia de la humanidad, que requiere voluntad y decisión para ejecutarla; es cierto que tiene que ver con los aspectos financieros para obtener dichos resultados. Es necesario estar conscientes de que la investigación y desarrollo es el camino ideal para el desarrollo económico de las naciones.

Según Barrera Ojeda, René “En el país existen unidades económicas con potencialidades enormes, dispuestas a competir en el escenario del comercio internacional con la decisión firme de obtener oportunidades y beneficios, pues para ello las empresas nacionales y extranjeras acreditadas en el país, para competir con el mercado externo, requieren de recursos humanos calificados, con **know how** definidos, para desempeñar en las distintas áreas de la actividad económica.”¹

1.2. Definición de política

Podría definirse como una decisión específica o una serie de decisiones destinadas a ganar una ventaja competitiva en el mercado.

La política implica *decisiones que se consideran prudentes y sagaces, la acción refinada y analítica de las personas que están en el más alto nivel de toma de decisiones*, actos repetidos y rutinarios que puedan ser programados o sometidos a reglas decisorias, comprende también el estudio y evaluación de decisiones para ejecución y acción.

Las políticas son declaraciones o ideas generales que guían el pensamiento en la toma de decisiones, para asegurar que las decisiones caigan dentro de ciertas fronteras.

Usualmente no requiere acción, sino que tienen el propósito de orientar a los gerentes en su compromiso con las decisiones que tomaron en última instancia. La esencia de la política es la descripción; por otra parte, las estrategias se ocupan de la dirección en la cual se aplicarán los recursos humanos y materiales con el fin de incrementar la probabilidad de lograr los objetivos relacionados.

1.2.1. Tipos de políticas

Se hace referencia a tipos de políticas, existen muchas, dependiendo del área.

En relación con el nivel de la estructura organizativa a la que pertenezcan:

- Políticas generales de empresa que son la guía con la que deben conformarse las demás políticas.

¹ **REF.** René Barrera Ojeda, Consultor – Catedrático en Logística Aduanera y Comercio Internacional. (El A.B.C. Del Operador De Comercio Exterior y Aduana)

- Políticas de gestión que establezcan las principales orientaciones para los niveles más altos directivos de la empresa.
- Políticas operativas que conciernen a los niveles medios, o sea, aquellos que reciben planes y programas de los dirigentes.
- Políticas funcionales propias de unidades especializadas para una empresa lucrativa, las principales estrategias y políticas que dan una dirección general a las operaciones suelen encontrarse en las áreas siguientes:
 - ✓ Crecimiento
 - ✓ Finanzas
 - ✓ Organización
 - ✓ Personal
 - ✓ Relaciones públicas
 - ✓ Productos o servicios
 - ✓ Mercadotecnia.

1.2.2. Políticas administrativas

En este subtema se parte del concepto de administración, que es un proceso distintivo que consiste en la planeación, organización ejecución y control, ejecutados para determinar y lograr los objetivos, mediante el uso de gente y recursos.

Las políticas administrativas mediante el uso de ese concepto orientan al logro de algo específico; el éxito administrativo, está comúnmente considerado como el grado hasta el cual se han logrado los objetivos mediante la implementación de políticas y estrategias. Estas políticas y estrategias, nos llevarán a definir el plan estratégico, que engloba la visión, misión, objetivos y metas de la empresa.

Las políticas administrativas también engloban las distintas áreas de una empresa tanto el de mercadotecnia, de producción, financiera, personal, de oficinas, etc.

1.3. Importancia de las políticas

Es muy importante tomar en cuenta la importancia de las políticas, puesto que las mismas afectan a la planeación; también a otras áreas de la administración; las principales políticas y estrategias, naturalmente, influirán en la estructura de la organización y, a través de esto, en otras funciones del gerente.

Una empresa puede tener una política de crecimiento mediante adquisiciones de otras compañías, mientras que otra tendrá una política de crecer sólo al ampliar los mercados y productos actuales.

Tal vez una forma de marcar una distinción significativa sea decir que las políticas orientarán nuestro pensamiento en la toma de decisiones.

La función primordial de las políticas y estrategias es unificar y dar dirección a los planes. En otras palabras, influyen sobre el curso que una empresa intentará seguir, pero por sí solas no aseguran que una organización consiga llegar a donde aspira hacerlo.

Las políticas y estrategias ayudan a los gerentes a planear, al orientar las decisiones de operación y a menudo a tomar de antemano la decisión. El principio fundamentales, por tanto, que cuanto más cuidadosamente desarrolladas y más claramente comprensibles sean las políticas y estrategias, más congruentes y eficaces serán los planes resultantes.

1.4. Definición de exportación

Exportación: “Es el régimen que consiste en la extracción de mercancías del territorio aduanero nacional hacia el exterior o zonas francas al amparo de los documentos exigibles por las disposiciones legales.”²

1.4.1. Exportación

En este apartado se presenta de manera resumida la Ley 1489 de 16 de abril de 1993 (Ley de Desarrollo y Tratamiento Impositivo de las Exportaciones) que establece las normas fundamentales en materia de exportación de mercancías y servicios. De

² **REF.-** D. S. 23098-92, D. S. 22410-90, D. S. 22526-90, Ley 1489-93, Convención de Kyoto 1973 (El A.B.C. Del Operador De Comercio Exterior y Aduanas.)

acuerdo a esta ley, exportación definitiva de mercancías y servicios es todo acto por el cual mercancías o servicios son comercializados fuera del territorio nacional; así mismo, se considera exportación a la salida de mercancías hacia zonas francas que se encuentren en territorio nacional.³

1.4.2. Exportación definitiva

Exportación definitiva es el régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación que salen del territorio aduanero y que están destinadas a permanecer definitivamente fuera del país, sin el pago de los tributos aduaneros, salvo casos establecidos por ley.

El estado garantiza la libre exportación de mercancías, con excepción de aquellas que están sujetas a prohibición expresa y de las que afectan a la salud pública, la seguridad del Estado, la preservación de la fauna y flora y del patrimonio cultural, histórico y arqueológico de la nación.

Cuando las mercancías tengan que ser exportadas por aduana distinta a aquella donde se presentó la Declaración de Mercancías de exportación, serán transportadas bajo el Régimen de Tránsito Aduanero hasta la aduana de salida.

El despacho de las mercancías de exportación se formaliza y tramita por intermedio de un Despachante de Aduana ante la administración aduanera, en los lugares donde no existe el sistema de Ventanilla Única de Exportación (SIVEX).

Las mercancías de producción nacional, exportadas al extranjero que no hubieran sido aceptadas por el país de destino, no hubieran arribado al país de destino, no tuvieran la calidad pactada, estuviera prohibida su importación en el país de destino, o hubieran sufrido daño durante su transporte, una vez embarcadas, podrán reimportarse en el mismo estado, sin el pago de tributos aduaneros, debiendo el exportador, cuando corresponda, restituir los tributos devueltos por el estado en la operación inicial de exportación definitiva.⁴

³ **REF.** Guía del Exportador; Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, Gestión 2007-2008

⁴ **REF.-** Ley General de Aduanas; Capítulo V, Exportación Definitiva, Artículo 98 – 99 –100 -101.

1.4.3. Régimen de exportación

Continuado con la ley 1489, se presenta este régimen de manera resumida: El Régimen General de Exportaciones actualmente está definido en la ley mencionada en la que se establece, entre otros temas, la neutralidad impositiva para las exportaciones, posibilitando la devolución de impuestos internos mediante el sistema de crédito-débito fiscal y la devolución de aranceles de importación pagados en las materias primas e insumos incorporados en las mercancías de exportación.

El Decreto Supremo Reglamentario N°. 23944 establece la devolución de aranceles mediante un mecanismo simple que considera la devolución del 4% a exportaciones menores y 2% a exportaciones medianas de manera automática. Para las exportaciones mayores se procede a calcular el coeficiente de devolución correspondiente de acuerdo a la estructura de costos de la industria.

Adicionalmente al Régimen General, existen dos regímenes: Régimen de Internación Temporal para Exportación (RITEX) y las Zonas Francas Industriales.

◆ Régimen de Internación Temporal para Exportación (RITEX)

Mediante este régimen, mejorado a principios de 1997 por el D. S. N° 24480, las empresas pueden internar materias primas y bienes intermedios sin pago de aranceles de importación ni impuestos internos por un periodo máximo de 120 días, tiempo en el cual la empresa deberá pagar los impuestos que le fueron suspendidos en el momento de internar las materia primas y bienes intermedios.

Actualmente, se viene desarrollando mecanismos más ágiles y un mayor tiempo de permanencia de la mercadería internada a fin de posibilitar un mejor aprovechamiento de este régimen.

◆ Zonas Francas Industriales

Las Zonas Francas Industriales, gozando de los principios de segregación aduanera y fiscal, son administradas por empresas del sector privado, quienes se adjudican una concesión de administración por 40 años. A pesar de ser un mecanismo con bastante

éxito en otros países, en Bolivia sólo existe una Zona Franca Industrial en funcionamiento con una empresa establecida. Esto se debe, principalmente, a conflictos de interpretación de los impuestos exentos en zona franca, puesto que no está definido aún si el impuesto a la renta (utilidades) se aplica en zona franca.

El gobierno viene realizando mejoras a la normativa tanto en los reglamentos operativos como en el proyecto de la Ley de Exportaciones, por lo que se espera que este régimen sea más efectivo.

1.5. Administración de los regímenes de exportación

Considerando que la adecuada aplicación de los regímenes de exportación es la base para el desarrollo de las exportaciones, se velará por la aplicación del concepto de neutralidad impositiva y una mayor eficiencia en la entrega de (CEDEIM's). Por otro lado, los regímenes especiales del RITEX y las Zonas Francas serán objeto de evaluación permanente para identificar los principales problemas mediante diagnósticos semestrales, con el fin de dar a estos instrumentos, especialmente el RITEX, mayor agilidad para las operaciones de exportaciones.

Adicionalmente, se deberán normar los nuevos regímenes o mecanismos de incentivo que pudieran surgir de la aprobación de la nueva Ley de Exportaciones.

1.6. Antecedentes y análisis de las políticas de fomento a las exportaciones

La globalización de la economía mundial y la cada vez más acelerada apertura y liberación comercial son fenómenos que, en los últimos años, han transformado radicalmente los conceptos teóricos tradicionales sobre comercio internacional y han motivado que los gobiernos y estados nacionales deban realizar cambios estructurales en sus economías domésticas para adecuarse a las nuevas exigencias de un mercado internacional cada vez más exigente y competitivo. De ahí la importancia de un funcionamiento cercano a lo óptimo de los mercados clases; los de tecnología, capital físico, capital humano y divisas.

Para lograrlo se justifican las políticas, es decir, las orientadas hacia llenar los vacíos y superar los estrangulamientos más importantes, que se produzcan en dichos

mercados. La diferencia entre las actuales políticas de desarrollo productivo y las políticas industriales, del pasado radica, justamente, en la importancia que se otorga al perfeccionamiento de los mercados de factores. En este sentido, Bolivia cuenta con un gran potencial latente para aumentar su productividad.

1.6.1. Antecedentes históricos

La política de promoción de exportación de Bolivia, en el pasado, estuvo marcada por una inestabilidad institucional y de objetivos. En el pasado reciente una de las instituciones que tuvo mayor permanencia en el tiempo fue IMPEX (creado en 1987 y disuelto a principios de 1998), cuyo logro no respondió a lo inicialmente esperado, debido fundamentalmente a problemas presupuestarios y de inestabilidad funcionaria y de una inadecuada estructura en el seno del poder ejecutivo. Si bien esta institución realizaba acciones de apoyo en material de promoción de exportaciones (perfiles de mercado, captación de demandas internacionales, organización de ferias y misiones empresariales), su labor no tuvo los efectos deseados; por el contrario fueron marginales.

Esto también se debió a la falta de orientación de una estrategia de promoción. Por otro lado, durante varios años se venía diseñando un plan de trabajo con agregados comerciales, pero sin éxito, habiendo sido una de las causas la falta de coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto. En 1994, coincidentemente con un cambio de gobierno, se crea la dirección de Promoción de Exportación, (OPE) y la Dirección de Promoción de Inversión (OPI) en el Ministerio de Relaciones Exteriores, y Culto con el fin de dar a este Ministerio un papel activo en la promoción económica, aprovechando el personal hasta ese momento existente en las embajadas y consulados. Esto logró desarrollar un trabajo importante, con los agregados comerciales así como montar una red nacional para la difusión del trabajo hacia las empresas exportadoras.

1.6.2. Antecedentes institucionales

Considerando las deficiencias observadas a principios de los años 90 en el IMPEX, así como el débil papel del estado en la actividad de promoción de Exportaciones, diferentes instituciones del sector privado o financiados con recursos internacionales fueron surgiendo para dar un impulso a la tarea de promoción de exportaciones y de inversiones en Bolivia.

Actualmente se cuenta con instituciones fuertes tales como el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), la fundación Bolin Vest y la fundación Bolivia Exporta. Adicionalmente, se fueron generando proyectos de corto y mediano plazo financiados con recursos de organismos internacionales o de cooperación internacional, dando lugar a la multiplicación de acciones a favor del sector exportador.

Esta situación era propicia para que varias empresas reciban apoyo de más de una institución para el mismo objetivo en desmedro de otros que no tenían acceso a ningún apoyo.

1.7. Marco general de la estrategia de fomento

El marco general de la estrategia de fomento está basado en la tarea de analizar los temas más relevantes para el diseño de una estrategia, así como los instrumentos necesarios para ello.

Una de las constataciones fue que en Bolivia se había realizado permanentemente estudios y estrategias cada dos años, aproximadamente, sin poder efectivizarlas debido a la falta de financiamiento, falta de definición de objetivos a largo plazo, inestabilidad institucional y era obvio que se debían tomar decisiones inmediatas.

Una de las precisiones conceptuales importantes fue la de considerar que es necesaria una acción integral tanto sobre las condiciones de producción y de exportación como sobre el ambiente de negocios que pueda existir en la economía (de negocio) nacional.

Estas acciones forman parte de lo que el presente gobierno denomina **fomento a las exportaciones**, es decir, que el fomento es el marco general que debe impulsar a las

empresas exportadoras. En este concepto se incluyen temas normativos, de regulación y de promoción.

Por lo tanto, la actividad de promoción de exportaciones es una acción dentro de la política global de fomento; la promoción busca actuar directamente sobre las empresas y sus productos.

1.7.1. Objetivos de crecimiento

El plan de acción del actual gobierno, contempla metas de crecimiento de la economía nacional que van desde el 4.3% hasta un 7% hasta el año 2008.

Estas proyecciones se contemplan con las del déficit del sector público, cuyo valor está programado para 2007 en 4.4%, habiéndose estimado que el mismo debe reducirse gradualmente hasta llegar a 1,9% en el 2008.

Los parámetros anteriores requieren una tasa promedio de crecimiento de las exportaciones de 10% aproximadamente, la misma, que se puede expresar de la siguiente manera.

- ◆ Industria extractiva-minerales y metales. Crecimiento anual promedio de 8.14%.
- ◆ Industria extractiva-combustibles. Crecimiento anual promedio de 17.92%.
- ◆ Productos agrícolas y manufacturas. Crecimiento anual promedio de 11.60%

Esta necesidad de crecimiento exige esfuerzos diferenciados según los sectores de exportación, tanto en la industria extractiva (minerales, metales y combustibles) como en los productos agrícolas y manufacturas. En el caso de los minerales se tratará, sobre todo, de impulsar inversiones intensivas en capital y seguir un crecimiento de las actuales empresas exportadoras para lograr la tasa deseada.

1.7.2. Hacia una estrategia de integración a la economía internacional

La modernización de las políticas comerciales de un país se agota en el desmantelamiento de las restricciones al movimiento comercial.

Junto con ello, es necesario desarrollar una estrategia de integración a los mercados internacionales e instrumentarla mediante un conjunto de orientaciones y medidas coherentes, que lleven a favorecer las actividades productivas.

La promoción de la competitividad internacional de la producción del país, junto con la promoción de exportaciones no tradicionales, forma necesariamente parte de un conjunto de políticas, con las cuales se busca implementar una estrategia de transformación productiva.

Existe evidente necesidad de medidas complementarias directamente orientadas a promover las exportaciones y facilitar la reestructuración de los sustitutos de importaciones, así como mejorar la competitividad sistemática. Es importante dar señales nítidas sobre la conveniencia de invertir e innovar para expandir y mejorar la capacidad exportadora. Para lograrlo resulta crucial un manejo cambiario equilibrado, mecanismo de desarrollo productivo, evitando caer en políticas pasivas.

El sector público puede contribuir a mejorar un desempeño en los mercados externos mediante un esfuerzo de apoyo institucional a la actividad exportadora, en particular, en las áreas de información así en la promoción de la oferta exportada en el exterior.

1.8. Facilitación de negocios

En un mundo competitivo y moderno, que exige instituciones públicas que apoyen al exportador en lo que se llama “**facilitación de negocios**”; reduciendo al máximo las trabas burocráticas, se buscará de manera permanente la simplificación de trámites y procedimientos de exportación, de modo que permitan al exportador dedicar un menor tiempo a los trámites y uno mayor en sus actividades de producir y exportar. En este ámbito, se trata de simplificar los registros que actualmente se realizan dentro y fuera del SIVEX (trámites, autorizaciones, legalización de documentos, duplicación de requisitos).

Por otro lado, será necesario facilitar la mayor información posible y en forma oportuna (estadísticas de exportación, datos sobre potenciales importadores en el exterior, normas legales vigentes en Bolivia y sus reglamentos, etc.) y orientar al

exportador de manera personalizada en sus requerimientos (Unidad de Atención al Empresario).

Esta actividad no se limita a las acciones y trámites que se realizan al interior del Vice ministerio de Exportaciones y sus entidades dependientes, sino que se amplía a todas las instituciones públicas que, de una u otra forma, intervienen en el proceso exportador.

El Vice ministerio de Exportaciones debe constituirse a través de sus instancias correspondientes, en “**gestor de soluciones**” para los problemas que impiden el avance de los negocios por causas exclusivamente operativas.

1.9. Políticas de exportación en Bolivia

La importancia de las exportaciones para el desarrollo económico del país está más allá de la duda, sin embargo, durante muchos años, el sector exportador no ha sido beneficiado con una política clara, estable y bien estructurada, que permita una acción enérgica y decidida por parte del gobierno en apoyo al desarrollo de las mismas.

Las políticas de apertura externa y liberación del sistema económico nacional, que constituyen la parte sustancial del modelo generaron, entre otros efectos, un desenvolvimiento económico orientado por señales de mercado, un alto coeficiente de apertura externa y una expansión de la inversión extranjera directa en el país.

En general, la política de exportaciones busca estimular el desarrollo de la producción transable y coadyuvar al incremento y la diversificación de las exportaciones, que sólo pueden realizarse sostenidamente cuando cuentan con los grados de competitividad suficientes para garantizar un posicionamiento permanente en los mercados externos.

En ese sentido, la política de exportaciones aspira a estimular y facilitar el desarrollo de la oferta exportable y abrir mercados externos para la realización de la misma, actuando en consecuencia sobre la demanda.

1.10. Estrategia de fomento de las exportaciones

Tomando en cuenta el concepto de estrategias, que es la ciencia y arte de ampliar las destrezas y recursos de una empresa para lograr sus objetivos básicos en las condiciones más ventajosas, una empresa desarrolla un diseño estratégico basado en una serie de decisiones administrativas que ponen en relación y delimitan la interdependencia de las fases de formulación, ejecución, organización y control del proceso de formulación de política.

El tal sentido, la estrategia de fomento de las exportaciones busca que entre las empresas nacionales y extranjeras exista un vínculo que estimule una sostenida mejoría de la calidad y el desarrollo de nuevos productos, acrecentando la flexibilidad de las empresas nacionales; en tal sentido, existan nuevas oportunidades de comercio. Muchos países han reconocido las ventajas de consolidar en una sola institución las entidades de apoyo a las exportaciones; estas entidades deben tener financiamiento estable y personal profesional calificado, con los que se logra tener mayor influencia en las decisiones de políticas que afectan a las exportaciones.

Otra de las estrategias, es la aplicación del progreso técnico al proceso productivo, con miras a adquirir competitividad internacional, lo cual, ha estado en el centro de la preocupación.

Se ha insistido en que es necesario adquirir competitividad internacional, sea para exportar o para sustituir importaciones de manera eficiente, lo cual no solo requiere de políticas macroeconómicas y comerciales adecuadas, sino también políticas micro y macroeconómicas, es decir, modernización de la empresa misma (tecnología, equipos, organización, relaciones laborales) asimismo, de su entorno (los mercados de factores).

1.10.1. Estrategia selectiva de las exportaciones

La estrategia anual selectiva elige anualmente 5 y 7 productos a los que se brindará una atención privilegiada (no excluyente) con el fin de:

- ◆ Mostrar resultados inmediatos.

- ◆ Resolver problemas puntuales de los sectores.
- ◆ Posicionar la exportación en el mercado internacional.

Después de transcurrido un año se realizará una evaluación de los resultados y, en función de ello, se tomara nuevos productos o se continuarán acciones con algunos de los del primer año.

Es necesario reiterar, en este punto, que no se deja de lado las acciones sobre los productos de la oferta exportable de Bolivia, sino que los mismos son considerados en la estrategia sectorial previamente explicada.

Del mismo modo, el que un producto de la **estrategia anual selectiva** ya no sea considerado en el siguiente año (por los buenos resultados observados) no querrá decir que se lo descuida, sino que pasará a recibir el mismo tratamiento y apoyo que los otros productos de su sector.

Los criterios de selección de los productos deben basarse en lo siguiente:

- ◆ Que con el conjunto de productos seleccionados se tenga una cobertura nacional.
- ◆ Que los productos se hayan exportado durante los últimos años, aunque sea con niveles pequeños.
- ◆ Que los productos seleccionados muestren diferentes grados de madurez en los mercados externos.
- ◆ Que los productos tengan un potencial crecimiento.

Adicionalmente a estos criterios, se requiere que algunos productos estén considerados en el “**desarrollo alternativo**” (cultivos sustitutos de la coca) como una medida de apoyo a la erradicación de coca excedentaria en Bolivia.

Esta estrategia ayudará a que las empresas exportadoras hagan conocer sus productos a nivel internacional y consigan su consolidación a nivel nacional, logrando el desarrollo para el país y la región.

1.10.2. Estrategia sectorial de exportaciones

Cuando se habla de estrategia sectorial se hace referencia a las ventajas que ofrece el sector en materia de exportación.

Por las características de producción y por la intensidad de los capitales invertidos para su producción, en primera instancia, se consideran los sectores agrícolas, industria primera-semielaborada e industria elaborada.

A su vez, cada uno de estos sectores se divide en subsectores para hacer posible una acción focalizada.

En este sentido, se consideran los subsectores: oleaginosas, forestal, hortofrutícola, textiles y confecciones, alimentos y bebidas etc.

Cada uno de estos subsectores es objeto de diseño de una estrategia particular, considerando los lineamientos. Uno de los aspectos más importantes es la identificación de mercados objetivo para cada subsector, puesto que los diferentes acuerdos comerciales así como las **zonas de libre comercio**, de las cuales Bolivia participa hacen que se realice esfuerzos focalizados para un mejor aprovechamiento de las ventajas arancelarias conseguidas.

Por otro lado, también se observa que una parte de los competidores de Bolivia en estos mercados tienen también, en cierta medida, similares preferencias arancelarias, por lo que el ingreso a los mercados debía concebirse con base y en acciones integrales y de mediano y largo plazo, posibilitando una rápida adecuación de los productos.

El análisis de los problemas que afectan a cada sector o subsector es analizado según que estos sean institucionales, coyunturales o estructurales. Esta división permite programar fácilmente las acciones en procura de la solución a los problemas.

Finalmente, analizar con cada uno de los sectores, nuevos mecanismos de fomento a las exportaciones o de impacto general para el conjunto de las exportaciones.

1.10.3. Estrategias regionales de las exportaciones

Con base en todos los estudios realizados sobre la oferta exportable, la competitividad de nuestra producción así como la experiencia empresarial, se viene diseñando un perfil que sirva como base para el diseño de una estrategia regional de las exportaciones, lo que significa, en cierto modo, una especialización (no necesariamente exclusiva) en la producción de cada región.

Esto permitirá, asimismo, una especialización de las instituciones de apoyo así como los esfuerzos de transferencia de tecnología (cursos de capacitación y especialización, etc.)

Adicionalmente, una estrategia de estas características servirá para la especialización en la prestación de servicios al exportador de acuerdo a cada región.

Considerando que es necesario llevar adelante una política que comprende a todas las regiones del país en el proceso de inserción en mercados externos, se decidió impulsar una política de acción regional principalmente, para resolver los problemas institucionales y estructurales que impiden un despegue exportador.

Si bien el esquema de trabajo es similar al de la estrategia sectorial, los problemas a estudiar son de naturaleza muy diferente.

En el ámbito regional se trata de propiciar un ambiente que facilite y estimule el mercado de empresas a la actividad exportadora; en este sentido, se trata de problemas institucionales, o sea, los de trámites de exportación legales, certificación de calidad; otros problemas principales son la estructura, los caminos apropiados, estructura de aeropuertos etc., sin excluir los problemas habituales de falta de información.

El programa de ejecución de la estrategia regional viene siendo diseñado con visitas a diferentes regiones a fin de priorizar las acciones a seguir. Si bien, conceptualmente, los problemas de cada región ya pueden ser identificados previamente a las visitas, de lo que se trata, es de detectar, a juicio de los empresarios de cada región, cuales son las acciones que tendrán mayor impacto en el corto y mediano plazo.

En las regiones con poca presencia en las exportaciones es importante crear un efecto de imitación en los empresarios, por lo que es necesario mostrar resultados con las empresas que ya están a punto de exportar. En este sentido, el responder a sus necesidades se estará insertando, un poco esfuerzo, a varias empresas en mercados externos, lo que tendrá su efecto de difusión importante en el empresariado.

Por otro lado, la escasez de recursos tanto humanos como financieros impiden, en un corto y mediano plazo, llevar adelante acciones planificadas en un contexto más amplio. En otras palabras, se trata de encontrar respuestas concretas a problemas concretos con resultados altamente positivos.

1.11. Estrategia de inserción externa (acuerdos comerciales y de integración)

Mediante esta estrategia se indagará sobre la apertura de mercados alternativos a nuestra producción para evitar la dependencia de un solo mercado.

Asimismo, se debe cuidar las sensibilidades del aparato productivo del país, mediante negociaciones que contemplen la apertura de nuevas oportunidades para nuestra oferta exportable y preserven el mercado nacional para la sustitución eficiente de importaciones. En este sentido, de acuerdo a las regiones económicas de integración, se tienen los siguientes lineamientos.

▪ CAN

Consolidar la diversificación de las exportaciones en Perú y ampliarla a los tres países de la región.

Incentivar la inversión andina de Bolivia a fin de que se pueda incrementar la producción de bienes que son ofertados también por el MERCOSUR.

▪ MERCOSUR

Concentrar los esfuerzos de exportación en las regiones fronterizas de Brasil y Argentina.

Realizar esfuerzos para eliminar o encontrar mecanismos que contrarresten las medidas para-arancelarias que existen o que pudieran surgir en el futuro.

Generar alianzas estratégicas con inversores del MERCOSUR para el desarrollo de productos ganaderos y frutícolas (y otros rubros a identificarse) que favorezcan el enfrentarse a mercados externos de manera conjunta.

- **Nafta**

Determinar a través de las negociaciones en el ALCA, la inclusión de preferencias arancelarias para los productos importantes de nuestra oferta exportable, así como darle mayor permanencia en el tiempo para dar seguridad a las inversiones.

Buscar alianzas con empresas comercializadoras que proporcionen transferencia de tecnología y nuevos mercados así como capitales para el desarrollo de productos exportables.

- **Unión Europea**

Lograr la ampliación de la vigencia del S.G.P.-Andino para la oferta exportable de Bolivia

Establecer alianzas con empresas comercializadoras que proporcionen transferencia de tecnología y nuevos mercados, así como capitales para el desarrollo de productos exportables.

Desarrollar normas nacionales y mecanismos para su adecuada implementación, por parte de los exportadores bolivianos, con el fin de evitar el efecto negativo de las nuevas restricciones en estos mercados.

- **Chile**

Buscar una mayor complementación económica.

Avanzar en normas de sanidad en Bolivia para enfrentar el mercado chileno.

Impulsar inversiones chilenas en sectores de productos transables y que impliquen transferencia de tecnología.

- **APEC**

El mercado Asia-Pacífico, debe constituirse en un mercado alternativo a la producción boliviana de productos agropecuarios, principalmente la soya. Pese a la crisis que sufre en la actualidad, este mercado es uno de los de más acelerado crecimiento y tiene un potencial aún mayor por la apertura que viene realizando la China.

Se deben aplicar instrumentos comerciales, en un esfuerzo de mediano y largo plazo que permitan la apertura de ese mercado. Al mismo tiempo, se trabajará en la transferencia de tecnología y alianzas estratégicas para agilizar el proceso de penetración a este mercado.

1.12. Preferencias comerciales

La situación geográfica y el progreso en la economía internacional gracias a los acuerdos integracionistas, han ubicado a Bolivia en un lugar importante en el contexto comercial del Continente Americano.

La suscripción de acuerdos bilaterales y multilaterales, en el marco de la organización mundial del comercio, como la Unión Aduanera con la Comunidad Andina; la creación de zonas de libre comercio con el MERCOSUR y el Perú; el Tratado de Libre Comercio con México; el acuerdo de Complementación Económica con Chile y el SGP con Estados Unidos, Unión Europea y el Japón; facilitan a Bolivia el acceso a diferentes mercados internacionales

La política integracionista de Bolivia, mediante acuerdos subregionales y compromisos de negociación con bloques comerciales regionales, coadyuva a la armonización de normas, la adopción de políticas comerciales de apertura mediante la eliminación de barreras proteccionistas y al fortalecimiento de la progresiva liberación del comercio en el hemisferio.

Los acuerdos comerciales suscritos por Bolivia atraen nuevos inversionistas, quienes se benefician del trato preferencial existente para los productos de origen boliviano. A continuación, se describen los acuerdos comerciales suscritos.

1.13. Acuerdos comerciales vigentes

Marco Multilateral

- ✍ Organización Mundial de Comercio (O.M.C.)
- ✍ Compromisos de Bolivia en la O.M.C.

Marco Regional

- ✍ Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- Resolución 252: Establecimiento del Régimen General de Origen.
- Resolución 70: Régimen General de Salvaguardias.
- Resolución: Solución de Controversias.

Acuerdos de Alcance Regional

- Nómima de Apertura de Mercados (NAM)
- Preferencia Arancelaria Regional (PAR)
- Acuerdo de las Semillas.
- Acuerdo de Bienes Culturales y Científicos.

Acuerdos de Alcance Parcial de Complementación Económica

- ACE **22**: Bolivia - Chile
- ACE **31**: Bolivia - México
- ACE **36**: Bolivia - MERCOSUR
- ACE **47**: Bolivia – Cuba

Acuerdo Subregional

- Comunidad Andina (CAN)
- Decisión 324: Zona de Libre Comercio
- Decisión 370: Arancel Externo Común

- Decisión 416: Calificación de Origen
- Decisión 417: Requisitos para el Establecimiento de Requisitos Específicos de Origen
- Decisión 371: Sistema Andino de Franjas de Precios
- Decisión 439: Marco de Liberalización del Comercio de Servicios
- Decisión 414: Perfeccionamiento de la Zona de Libre Comercio Andina

1.14. Preferencias comerciales unilaterales para Bolivia

Sistemas Generales de Preferencias – S.G.P.s

- Unión Europea
- Estados Unidos de Norte América
- Canadá
- Japón

Sistema General de Preferencias Andino - UE – S.G.P. Drogas

Ley de Preferencias Arancelarias Andina – Estados Unidos de Norte América

Acuerdos Comerciales en Negociación

Marco Multilateral

- Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA)

1.15. Ejecución de la política de exportaciones

En el marco de la globalización de los mercados y la apertura comercial vigente en el ámbito mundial, la exportación de mercancías y servicios constituye un factor fundamental de desarrollo para todos los países, puesto que permite consolidar y ampliar mercados externos, así como inversiones, tecnología y divisas.

En ese sentido, la mayoría de los países ha definido estrategias para el crecimiento de sus exportaciones y ha ejecutado mecanismos que les permiten hacer competitiva su actividad exportadora, en términos cuantitativos y cualitativos.

Conscientes del rol fundamental que cumplen las exportaciones en el desarrollo económico del país, el gobierno nacional ha asumido medidas tendientes a desarrollar la producción exportable nacional, consolidar, ampliar y diversificar las exportaciones, así como los mercados de exportación.

Muestra de esto es la creación del Ministerio de Comercio Exterior e Inversión (septiembre, 1997), cuya principal función, en materia de exportación, es formular y ejecutar políticas y acciones orientadas a la promoción de las exportaciones y de la competitividad externa del país, apoyada por las diferentes Direcciones mencionadas a continuación:

1.15.1 Dirección general de regímenes de exportación

Corresponde a la D.G.R.E. velar por la correcta aplicación de los regímenes de exportación: Régimen General, Régimen de Internación Temporal para Exportación (RITEX), Zonas Francas y otros regímenes que se prevén en la nueva Ley de Exportaciones.

Asimismo, su labor está destinada a mejorar la normativa que regula los procedimientos y trámites de exportación pre y post exportación.

Asimismo, esta Dirección General es el canal de comunicación del Vice ministerio de Exportaciones con el Servicio Nacional de Aduanas, el Servicio de Impuestos Internos y el RECSA, por lo que todo contacto del Vice ministerio con estas instituciones se realiza a través de esta Dirección.

1.15.2. Dirección general de fomento a las exportaciones

La D.G.F.E. tiene como principal actividad la implementación de las estrategias sectorial, regional y selectiva de las exportaciones bolivianas. Asimismo, apoya en la promulgación de normas necesarias para brindar mayor competitividad a las empresas exportadoras.

En este campo se considera, por ejemplo, la aprobación de normas de calidad, la certificación de laboratorios de calidad, etc. Por otro lado, corresponde a esta

Dirección generar nuevos mecanismos de fomento, los mismos que, cuando se considere necesario, deben ser oficializados mediante norma legal.

Esta Dirección desempeña un rol importante en la identificación de los problemas a resolver para la **“facilitación de negocios”** en cada uno de los sectores y regiones de producción. Sin embargo, además de identificarlos, la D.G.F.E. coordinara con las otras instancias del Vice ministerio para viabilizar soluciones, excepto cuando se trate de acciones relacionadas con el S.N.A., el S.N.I.I. o el RECSA.

1.15.3. Dirección general de comercio exterior

La D.G.C.E. es la responsable de la aplicación de la inserción externa, mediante el análisis adecuado de las economías de los mercados externos y de instrumentos que permiten un mejor acceso a los mismos. Por otro lado, le corresponde realizar el seguimiento a todos los acuerdos comerciales y de integración.

Su apoyo es importante en la elaboración de Perfiles-país, que serán realizados de acuerdo al país donde se realicen misiones empresariales o se tenga programado una participación en eventos internacionales. Estos análisis tendrán que estar orientados a la política económica del país, en cuestión, y las perspectivas de negocios de los productos a promocionar en base a la información de acuerdos comerciales.

1.15.4. Sistema de Ventanilla Única de Exportaciones (SIVEX)

Esta entidad descentralizada es la responsable de los trámites de exportación, en un proceso de permanente simplificación y disminución de los requisitos exigidos a los exportadores, gracias a los Consejos Consultivos regionales, se harán propuestas al Vice ministerio para elaborar documentos legales que permitan mayor agilidad y menores requisitos en el proceso de exportación.

Asimismo, es responsable de supervisar todos los trámites de exportación que se realizan en los diferentes distritos del país y viabilizar canales adecuados de coordinación con las otras instancias que intervienen en el proceso de trámites específicos para determinados productos (INALCO, INBOPIA, INLSA, etc.) con el

fin de realizar un adecuado intercambio de información y registros que eviten duplicaciones y pérdida de tiempo al empresario.

El SIVEX es el responsable de la “**facilitación de negocios**” en el área que corresponde a la disminución del tiempo de trámites y efectiva aplicación de las disposiciones legales sobre esta materia.

1.15.5 Centro de Promoción Bolivia (C-PROBOL)

El C-PROBOL tiene la misión de implementar los aspectos operativos de promoción, asistencia técnica y capacitación resultantes de las Estrategias: Sectorial, Regional y Selectiva de las Exportaciones.

Asimismo, la participación de los Agregados Comerciales será vital para la implementación de la Estrategia de Inserción Externa, como brazo operativo de las definiciones que se propongan en la D.G.C.E.

La participación en Ferias Internacionales, la organización de Misiones Empresariales tendrán que estar enmarcadas en lo establecido en las Estrategias: Sectorial, Regional y Selectiva de las Exportaciones así como la Estrategia de Inserción Externa.

Todos los aspectos operativos a nivel de la empresa (micro) son desarrollados por el C-PROBOL (oferta exportable, demandas del exterior, misiones empresariales, etc.) en tanto que los aspectos normativos y legales son asumidos por las respectivas Direcciones Generales del Vice ministerio.

Debido al permanente contacto con los empresarios, el C-PROBOL, a través de sus respectivas gerencias, tiene la misión de retroalimentar al Vice ministerio en los problemas de procedimiento, operativos, etc., que confrontan los mismos a fin de darle una solución estructural con la participación de la Dirección General que corresponda.

Por su parte, la “**Unidad de Atención al Empresario**” es la responsable de viabilizar la “**facilitación de negocios**” mediante la adecuada y oportuna provisión, orientación de los empresarios en temas legales, operativos, de trámites, socios comerciales, etc., además de proveer información actualizada y oportuna sobre la economía boliviana,

las exportaciones, las inversiones, directorios de exportadores y compradores en el exterior, etc.

Esta oficina permitirá, asimismo, el acceso de empresarios a fuentes de información internacional a través del Internet o mediante el acceso directo, con un costo que cubra los gastos de operación.

Para facilitar la difusión de información, esta Unidad dispondrá de paquetes de información de acuerdo a los temas de posible consulta, tratando de cubrir de manera exhaustiva los temas más importantes en la toma de decisiones.

CAPÍTULO II

ASPECTOS LEGALES EN LAS EXPORTACIONES

2.1. Introducción

Toda actividad comercial está vinculada a una legislación que permita regular la actividad económica y financiera de una empresa; en este sentido, la legislación relacionada con las exportaciones de mercancías está valorada y encaminada por la Ley de Exportaciones Aduaneras y el Código Tributario vigente en el Estado Plurinacional de Bolivia.

El presente acápite, contempla generalidades sobre bases conceptuales involucradas en las exportaciones, tales como: los tributos de exportación, gravamen aduanero, impuesto al valor agregado y su incidencia en las exportaciones.

2.2 Concepto de impuesto

Impuesto es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador una situación independiente de toda actividad estatal relativa al contribuyente. Los tributos son: los impuestos, las tasas y contribuciones especiales.

Otra clase de tributo es la tasa cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva de un servicio público individualizado.

2.3. Concepto de arancel

Es una nomenclatura de todas las mercancías a importar o exportar ordenadas sistemáticamente de acuerdo a su naturaleza y codificadas numéricamente, en la que se indica la descripción, el porcentaje del G.A. a pagar y la Unidad a que corresponde tales mercancías.

2.4. Tributación en las exportaciones

En las exportaciones existen varios impuestos que son tomados en cuenta:

- Impuesto al Valor Agregado
- Impuesto al Consumo Especifico

- Gravamen Arancelario

2.4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Creado mediante la Ley 843 de 20/05/86 y reglamentado por el Decreto Supremo N° 21530, el Impuesto al Valor Agregado es un impuesto que grava las ventas, servicios, contratación de obras, importación y alquileres.

Esta ley está vigente desde el 1° de abril de 1887, este impuesto grava actividades tales como:

- Venta habitual de bienes, muebles
- Contrato de obras
- Servicios técnicos y profesionales
- Servicios públicos y privados
- Importaciones definitivas
- Alquiler de muebles e inmuebles
- Arrendamiento financiero de bienes, muebles (LEASING)

La alícuota del impuesto es del 13% o su equivalente incremental del 14,94% sobre el precio (CIF), pero lo que en realidad se paga es la diferencia entre débito y crédito fiscal IVA.

El débito fiscal se obtiene del 13% de las ventas o servicios facturados y el crédito fiscal equivale al 13% de las compras realizadas siempre con la actividad grabada.

Este impuesto debe estar incluido en el precio final de venta, es decir que no debe mostrarse por separado en las facturas.

2.4.2. Impuesto al Consumo Específico (ICE)

El pago de este impuesto sólo se efectúa para una nómina de productos; los bienes que pagan este impuesto son: las camionetas, minibuses, destinados para el transporte de 10 hasta 18 pasajeros, los cuales estarán sujetos a una alícuota del 10% sobre la base imponible.

Los vehículos para el transporte de mercancías de alta capacidad en volumen y tonelaje y que constituyen bienes de capital, no están sujetas a este impuesto.

Ventas en el mercado interno e importaciones definitivas de bienes para consumo final:

- ❖ Cigarrillos y tabacos
- ❖ Vehículos automotores
- ❖ Bebidas refrescantes
- ❖ Cerveza
- ❖ Bebidas alcohólicas, etc.

2.4.3. Gravamen arancelario

Es el derecho de aduana o impuesto aplicable a las mercancías importadas para el consumo definitivo, en el territorio aduanero.

Los gravámenes aduaneros vigentes son:

- ⚡ 10% régimen general. ----- bienes de consumo masivo
- ⚡ 5% bienes de capital ----- bienes de uso
- ⚡ 2% régimen especial ----- diaria y publicaciones de la partida (4902) ⁵

El territorio aduanero, sujeto a la potestad aduanera y la legislación aduanera boliviana, salvo lo dispuesto en convenios internacionales y leyes especiales, es el territorio nacional y las áreas geográficas de territorios extranjeros donde rige la potestad aduanera boliviana, en virtud a tratados internacionales suscritos por el estado boliviano.

Para el ejercicio de la potestad, el territorio aduanero se divide en zona primaria y zona secundaria.

⁵ **REF.- D. S. 24440-96.** (El ABC del Operador de Comercio y Aduanas)

Zonas primarias

La zona primaria comprende todos los recintos aduaneros en espacios acuáticos o terrestres destinados a las operaciones de desembarque, embarque, movilización o depósito de las mercancías, las oficinas, locales o dependencias destinadas al servicio directo de la Aduana Nacional, puertos, aeropuertos, caminos y predios autorizados para que se realicen operaciones aduaneras. También están incluidos en el concepto anterior los lugares habilitados por la autoridad tales como los recintos de depósito aduanero, donde se desarrollan las operaciones anteriormente indicadas.

Zonas secundarias

La zona secundaria es el territorio aduanero no comprendido en la zona primaria, y en la que no se realizarán operaciones aduaneras, sin embargo, la Aduana Nacional realizará, cuando corresponda, las funciones de vigilancia y control aduanero a las personas, establecimientos y depósitos de mercancías de distribución mayorista en esta zona.⁶

2.4.3.1. Arancel cero

Definiremos arancel cero como la liberación de todos los impuestos arancelarios en la introducción de mercaderías a un determinado país, previo tratado que exista con aquel determinado país al cual quisiéramos exportar.

Un ejemplo muy claro es lo que Bolivia está tratando de hacer con los Estados Unidos de Norte América para la introducción de textiles en los siguientes meses.

2.5. Ley de Exportación (Ley N° 1489)

Mediante el Congreso Nacional el 16 abril de 1993 se ha sancionado la Ley de Exportaciones.

2.5.1. Alcance de esta Ley

Artículo 1º. La presente Ley alcanza a todas las mercancías y servicios del universo arancelario.

⁶ **REF.-** Ley General de Aduanas; Título Primero, Capítulo Único – Artículo 4.

Quedan fuera del alcance de esta Ley, aquellas mercancías y servicios, objeto de legislación específica, con excepción de los que corresponden al sector minero-metalúrgico.

2.5.2. Definiciones y clasificaciones

Artículo 2°. Exportador es toda persona natural o jurídica a cuyo nombre se efectúa una exportación a partir del territorio aduanero.

Artículo 3°. Se define como exportación definitiva de mercancías y servicios todo acto por el cual mercancías o servicios, son comercializados fuera del territorio aduanero. Las mercaderías que retornen al territorio aduanero pagarán los derechos arancelarios y se devolverán los valores actualizados de los beneficios recibidos.

Artículo 4°. Se define como exportación definitiva de mercancías y servicios todo acto por el cual éstos son remitidos fuera del territorio aduanero para su eventual retorno a Bolivia, cumpliendo para ello con los requisitos y reglamentos.

Artículo 5°. De igual manera, se considera como exportación a los fines y alcances de la presente Ley, todo acto por el cual mercancías o servicios producidos o generados fuera de las zonas francas, y ubicados en el territorio aduanero, son introducidos a una de ellas.

Artículo 6°. A los fines y alcances de la presente Ley, no se considera como exportación:

- a) La salida de mercancías que proviene de un país extranjero y se encuentren en tránsito por el territorio nacional con destino a un tercer país.
- b) La reexpedición de mercancías que salgan de las zonas francas con destino a otro país.
- c) Las exportaciones temporales.
- d) Toda mercancía que ingresa al país bajo el sistema de zonas francas y del RITEX, siempre y cuando no haya sido sometida a ningún proceso de transformación ni incorporación, en su mismo estado, a otro producto exportado.

Artículo 7°. A los fines de la presente Ley, la mercancía que salga de las zonas francas nacionales será considerada reexpedida siempre que cumpla con los requisitos y reglamentos aplicables sobre porcentaje de componente local, normas de origen, de reenvío y otros que fuesen legislados o reglamentados por las autoridades bolivianas en concordancia con disposiciones, acuerdos y normas internacionalmente aceptados; otorgándoles, si fuera el caso, el certificado de origen boliviano, con fines de identificación de procedencia a las mercancías reexpedidas de las zonas francas industriales.

2.5.3. De las garantías

Artículo 8°. Se complementa el Artículo 8° de la Ley de Inversiones N° 1182 del 17 de septiembre de 1990 de la manera siguiente: se garantiza la libertad de importación de mercancías y servicios con excepción de aquellos que:

- a) Afecten a la salud pública
- b) Afecten a la seguridad del estado
- c) Afecten a la preservación de la fauna y flora y al equilibrio ecológico, particularmente la internación de desechos nucleares.
- d) Tengan prohibición expresa mediante Ley de la República o instrumentos jurídicos internacionales.

De igual manera, se garantiza la libertad de exportación de mercancías y servicios, con excepción de aquellos que tengan prohibición expresa mediante

Ley de la “República” y de aquellos que afecten a:

- a) La salud pública
- b) La seguridad del Estado
- c) La preservación de la fauna y flora y el equilibrio ecológico.
- d) La conservación de patrimonios artístico, histórico y del tesoro cultural de la nación.

Las materias incluidas en el inciso c) del segundo párrafo del presente artículo deberán sujetarse a las leyes y reglamentos que las rigen para establecer los casos y las circunstancias en los cuales se podrá autorizar su exportación.

Artículo 9°. Los exportadores podrán acceder de manera directa al financiamiento internacional, en términos libremente acordados entre las partes, sujetándose a las previsiones del Artículo 15° de la Ley de Inversiones.

Las empresas exportadoras del sector público deberán sujetarse a la normatividad vigente.

Artículo 10°. El Estado garantiza en todo el territorio nacional, el libre tránsito y transporte de todo tipo de mercaderías con excepción de aquellas sujetas a ley especial o instrumentos internacionales vigentes. Se suprimen y eliminan las aduanillas y toda forma de imposición que grave el libre tránsito de mercancías dentro del territorio nacional. Queda fuera del alcance de esta disposición el pago de peajes de utilización de carreteras y otras vías de transporte y comunicación.

Artículo 11°. Las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que realicen exportaciones, ya sea ocasional o sistemáticamente, estarán en libertad de utilizar, al momento de exportar, los servicios de empresas, entidades públicas, privadas u organizaciones gremiales, pudiendo en todo caso efectuar sus trámites de exportación en forma personal y directa. Queda exceptuada del alcance de este artículo la Aduana Nacional cuyos servicios continuarán siendo obligatorios para todos los exportadores en la forma y bajo las modalidades previstas al efecto en las leyes y reglamentos correspondientes.

Artículo 12°. Los exportadores de mercancías y servicios, sujetos de la presente ley, recibirán la devolución de los impuestos internos al consumo y de los aranceles sobre insumos y bienes incorporados en las mercancías de exportación, considerando la incidencia real de éstos en los costos de producción, dentro de las prácticas admitidas en el comercio exterior, basadas en el principio de neutralidad impositiva.

2.5.4. Del tratamiento tributario y arancelario

Artículo 13°. Con el objeto de evitar la exportación de componentes impositivos, el Estado devolverá a los exportadores un monto igual al Impuesto al Valor Agregado (IVA) pagado, incorporado en el costo de las mercancías exportadas. La forma y las modalidades de dicha devolución, serán reglamentadas por el Poder Ejecutivo sobre la base de lo previsto en el último párrafo del Artículo 11° de la Ley 843.

Artículo 14°. Con el objeto de evitar la exportación de componentes impositivos, se incorpora como último párrafo del Artículo 74° de la Ley 843 de 20 de mayo de 1986, el siguiente texto: Los exportadores recibirán la devolución del monto del Impuesto a las Transacciones, pagado en la adquisición de insumos y bienes incorporados en las mercancías de exportación. Dicha devolución se hará en forma y bajo las condiciones a ser definidas mediante reglamentación expresa.

Artículo 15°. Con el objeto de evitar la exportación de componentes impositivos, se incorporan al final del Artículo 80° de la Ley 843, los siguientes párrafos.

Asimismo no se consideran comprendidos en el objeto de este impuesto, los bienes detallados en el anexo al artículo 79°, de esta Ley, destinados a la exportación, para lo cual su salida de fábrica o depósito fiscal no será considerada como venta.

Los exportadores que paguen este impuesto al momento de adquirir bienes detallados en el anexo al Artículo 79°, actualizado de esta Ley, con el objeto de exportarlos, recibirán una devolución del monto pagado por este concepto, en la forma y bajo las condiciones a ser definidas mediante reglamentación expresa, cuando la exportación haya sido efectivamente realizada.

Artículo 16°. El Estado devolverá a los exportadores, en el marco de convenios internacionales o multinacionales, los montos efectivamente pagados por ellos o por terceras personas por concepto de gravámenes aduaneros derivados de la importación de mercancías y servicios del Universo Arancelario, incorporados en el costo de las mercancías exportadas. Los métodos de identificación y de cálculo serán reglamentados por el Poder Ejecutivo.

Artículo 17°. Se modifica el Artículo 20° de la Ley de Inversiones N° 1182, de la manera siguiente:

Las zonas francas industriales, zonas francas comerciales o terminales de depósito, autorizadas por el Poder Ejecutivo funcionarán bajo el principio de segregación aduanera y fiscal y con exención de imposiciones tributarias y arancelarias de conformidad con la reglamentación correspondiente.

Las empresas de comercialización internacional tendrán el mismo tratamiento otorgado a las terminales de depósito.

Artículo 18°. Las personas que deseen instalarse dentro de una de las zonas francas, deberán llevar un registro contable de sus operaciones separado de cualquier otra oficina, casa matriz, sucursal, subsidiaria, filial o empresa con las que pudieran tener relación fuera de la zona franca.

Artículo 19°. Se define como Régimen de Internación Temporal para Exportación (RITEX), el régimen aduanero que permite recibir dentro del territorio aduanero bajo un mecanismo suspensivo de derechos de aduana, impuestos y todo otro cargo de importación, mercancías destinadas a ser enviadas al exterior después de haber sido sometidas a un proceso de ensamblaje, montaje, incorporación a conjuntos, máquinas, equipos de transporte en general o a aparatos de mayor complejidad tecnológica y funcional, mantenimiento, adecuación, producción o fabricación de bienes. El RITEX estará sujeto a la reglamentación que elabore el Poder Ejecutivo.

Artículo 20°. El Estado devolverá el Impuesto al Valor Agregado, el Impuesto a las Transacciones y el Impuesto a los Consumos Específicos, pagados por la adquisición de insumos o componentes nacionales incorporados a mercancías que hubiesen sido internadas bajo el régimen del RITEX y las cuales fueran luego exportadas.

Artículo 21°. las empresas que se acojan al Régimen de Internación Temporal (RITEX), ya sea dentro de programas referentes o mercancías específicas o a la totalidad de las mercancías importadas por las referidas empresas para su posterior

incorporación en mercancías exportadas, podrán simultáneamente acogerse a lo previsto en la presente Ley.

Artículo 22°. Las empresas que se acojan al Régimen de Internación temporal (RITEX), deberán llevar un registro contable de sus operaciones separado para los programas incluidos dentro de dicho Régimen.

2.5.5. De la formulación de la política de promoción de exportación y de las derogaciones

Artículo 23°. El Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Exportaciones y Competitividad Económica (MECE), en coordinación con los Ministerios de Finanzas, de Relaciones Exteriores, de Minería y Metalurgia y de Planeamiento y Coordinación, tendrá a su cargo la ejecución de la política de exportación con el objetivo de incrementar y diversificar las exportaciones.

Artículo 24°. Se instituye el Consejo Nacional de Exportaciones, presidido por el Ministro de Exportaciones y Competitividad Económica o su representante que tendrá la competencia de sugerir políticas, programas y estrategias de exportación.

El Poder Ejecutivo reglamentará la composición y las atribuciones de este Consejo incluyendo la representación del sector exportador privado.

Artículo 25°. El Poder Ejecutivo reglamentará la aplicación de la presente Ley.

Artículo 26°. Quedan derogadas todas las disposiciones legales contrarias a la presente Ley.

Las políticas de promoción encaminadas por el gobierno, siempre están orientadas a incentivar la producción dirigida a la promoción de los productos que satisfacen el consumo interno y aquellos que tienen mercado externo, esto significa que el Estado Plurinacional de Bolivia pretende ser competitivo en el mercado internacional a partir de la promoción de nuestros productos en las economías de integración internacional, tales como con el MERCOSUR, ALADI, CAN y en estos último años con el ALBA-TCP.

CAPÍTULO III

TIPOS DE CAMBIO Y POLÍTICAS ECONÓMICAS

3.1. Antecedentes del tipo de cambio

El tipo de cambio fijo estuvo vigente hasta la década de los años 1970 en muchos países del mundo, sin embargo, este tipo de cambio lo fijaba el gobierno y permanecía fijo por mucho tiempo, según decreto y de acuerdo a conveniencias del país.

Por tanto, el tipo de cambio fijo significa que el gobierno a través del Banco Central está en condiciones de comprar y vender divisas, que sean necesarias para efectos de regulación de la demanda y oferta de divisas, de esta forma mantener el tipo de cambio fijo.

En Bolivia desde el D.S. N° 21060, se deja el sistema de tipos de cambio fijo y actualmente se tiene en vigencia un sistema de tipos de cambio flexible, este último se estudiara en esta investigación.

El gobierno, en un sistema de tipos de cambio flexible, realiza una intervención sólo de carácter regulatorio y el proceso de ajuste del tipo de cambio se efectúa a través de la libre oferta y demanda de divisas.

3.1.1. Intervención

La intervención constituye la compra y venta de divisas por parte del Banco Central.

Lo que determina la magnitud de la intervención del Banco Central en un sistema de tipo de cambio fijo, es la balanza de pagos.

Si un país tiene déficit en la balanza de pagos, el Banco Central venderá divisas y acabará agotando la reserva de divisas, por consiguiente, no se podrá continuar interviniendo. Antes de llegar a esta situación, es posible que el Banco no pueda mantener el tipo de cambio fijo por más tiempo, entonces devaluará *la* moneda nacional.

3.2. Tipo de cambio flexible

El tipo de cambio flexible no lo determina el gobierno, sino que se fija en el mercado de divisas, actualmente, en muchos países el gobierno interviene, pero mínimamente.

En un sistema de tipo de cambio Flexible existen dos tipos de fluctuación:

- a. Fluctuación Limpia.** Se da cuando el Banco Central no interviene, sino que se determina libremente en el mercado de divisas.

- b. Fluctuación Sucia.** Es el gobierno que participa en la determinación del tipo de cambio oficial para el mercado de divisas; luego el precio del tipo de cambio para la compra y venta de divisas se determinan en el libre mercado.

La fluctuación del tipo de cambio flexible afecta a las exportaciones o importaciones, como se observa a continuación:

Cuando el tipo de cambio sube, favorece a las exportaciones de los bienes o servicios y la importación disminuye.

Pero si el tipo de cambio *baja*, favorece a las *importaciones* y se genera una disminución en las exportaciones.

3.3. Los indicadores del tipo de cambio y dólar

Los indicadores del tipo de cambio se constituyen de la siguiente manera:

a) Tipo de cambio nominal. También se denomina tipo de cambio liberal, representa la cantidad de moneda nacional que se paga por una moneda extranjera de mayor poder (divisa).

Por ejemplo, el tipo de cambio de 7,07 Bs. por un Dólar Americano (1\$us).

b) Tipo de cambio bilateral. Esto sucede cuando se cambia cierta cantidad de moneda nacional por otra extranjera.

Por ejemplo, el tipo de cambio de 1,79 Bs. por un Peso Argentino (1\$).

Muchas veces, como país interesa conocer el índice del tipo de cambio con respecto a otros países; por tanto, es importante considerar el tipo de cambio multilateral.

c) Tipo de cambio multilateral. También se denomina tipo de cambio efectivo, constituye el precio de una cesta representativa de monedas extranjeras, donde cada uno son ponderadas según su importancia. Estas monedas más representativas pueden estar el Yen Japonés, Euros de la Unión Europea, Cruzeiros del Brasil, entre otros.

d) Tipo de cambio real. Es el cociente entre los precios extranjeros y los nacionales expresados en la misma moneda.

El tipo de cambio real (**R**) mide la competitividad de un país en el comercio internacional, un país es competitivo con su producto cuando realiza más exportaciones. Para identificar la competitividad se tiene la siguiente fórmula:

$$\mathbf{R} = \frac{e \cdot P_f}{P}$$

Donde:

R = Tipo de cambio real

e = Precio de la moneda extranjera expresado en nuestra moneda

P_f = Precio extranjero

P = Precio en nuestro país

Si el tipo de cambio real aumenta, significa que existe una depreciación real, esto favorece a las exportaciones.

Si el tipo de cambio real disminuye, significa que existe una apreciación real, esto favorece a las importaciones.

3.4. El comercio de bienes, el equilibrio del mercado y la balanza comercial

En este modelo, se introduce el comercio exterior, considerando el gasto interior y el gasto en bienes interiores.

- **Gasto interior** (G_i). Es todo el gasto dentro del país; por tanto, representa las sumatorias del consumo, inversión y el gasto de gobierno, es decir:

$$G_i = (\text{Consumo} + \text{Inversión} + \text{Gasto Público})$$

- **Gasto en bienes interiores** (G_b). Son los bienes que se producen en el interior del país. Estos gastos constituyen la suma de todos los gastos interiores más el superávit comercial o exportaciones netas.

El superávit comercial se da cuando las exportaciones son mayores a las importaciones, es decir, exportaciones (X) menos las importaciones (Q).

Obsérvese el gasto en bienes interiores en la siguiente ecuación:

$$G_b = (C + I + G) + (X - Q)$$

Asimismo, el gasto en bienes interiores, depende del nivel de renta y la tasa de interés, es decir, $G_b = G_b (Y , i)$.

3.5. Las exportaciones netas

Las exportaciones netas dependen de tres factores:

Y = Renta interna

Y_f = Renta extranjera

R = Tipo de cambio real

La exportación neta constituye las exportaciones menos las importaciones de bienes o servicios.

Las exportaciones (X), dependen de la renta extranjera y el tipo de cambio real, es decir:

$$X = X(Y_f, R)$$

Las importaciones (Q), están en función de la renta interior y el tipo de cambio real, es decir:

$$Q = Q(Y, R)$$

De esta manera, se tiene la siguiente ecuación de las exportaciones netas (XN):

$$XN = X(Y_f , R) - Q(Y , R)$$

También se puede expresar: $XN = (Y_f , Y , R)$, esto significa que las exportaciones netas dependen de la renta extranjera, renta nacional y el tipo de cambio real.

Las exportaciones netas, permitirán realizar el análisis de la balanza comercial en los siguientes casos:

a) **Superávit en la balanza comercial.** Esto se puede originar por dos caminos:

- Cuando sube el tipo de cambio Real, significa que nuestra moneda se **“devalúa o deprecia”**, esto genera un aumento en nuestras exportaciones y disminución en las importaciones; por tanto, se tiene superávit.
- Cuando aumenta la renta extranjera, significa que los extranjeros tienen más dinero, por consiguiente, aumenta la demanda de nuestros productos, generando, de esta manera, el aumento en nuestras exportaciones.

b) **Déficit en la balanza comercial.** Se puede dar por dos caminos:

- Cuando disminuye el tipo de cambio real, significa que nuestra moneda se **“aprecia o revalúa”**, esto hace que nuestros bienes se hagan más caros, entonces aumentan nuestras importaciones y bajan las exportaciones, por tanto, se tiene déficit.
- Cuando aumenta la renta interior, implica un aumento de nuestra renta, esto genera el aumento de la compra de bienes extranjeros, entonces importaremos más que nuestras exportaciones, por consiguiente, empeora la balanza de pagos.

3.6. Políticas económicas y su efecto en el tipo de cambio

Existen principalmente dos políticas económicas que regulan la economía de un país con respecto a otro, éstas son la política fiscal y la monetaria, que son controladas por el gobierno a través de ciertos mecanismos.

La deficiencia en el manejo de las políticas económicas representa los problemas relativos al nivel de empleo y la balanza de pagos, considerando la política fiscal y la

monetaria como principal mecanismo para orientar la eficacia de la administración del estado y la estabilidad en distintas economías.

La política fiscal, sirve para lograr el equilibrio interior y mejorar el nivel de empleo a partir de un estímulo en las inversiones públicas.

La política monetaria, sirve para alcanzar el equilibrio exterior y nivelar la tasa de interés para que la balanza de pagos sea cero.

Ambas políticas económicas, permiten a un país lograr una estabilidad en la relación internacional y afectan a la apreciación o depreciación del tipo de cambio, el cual genera un cambio en los precios nacionales con respecto al extranjero.

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO IV

DIAGNOSTIGO

CAPÍTULO IV

DIAGNÓSTICO

4.1. Generalidades sobre la investigación

El presente estudio sigue los procesos que indica la metodología de investigación científica, considerando los objetivos de investigación, el análisis actual de las políticas de exportación y los acuerdos de integración comercial en el ámbito internacional.

4.2. Objetivos de la investigación

Los objetivos fundamentales de la investigación son:

4.2.1 Objetivo general

- ◆ Demostrar si las políticas de fomento a las exportaciones están siendo implementadas de manera concreta y eficaz en el sector exportador del Departamento de Tarija.

4.2.2 Objetivo específico

- ◆ Identificar las políticas macroeconómicas vigentes, con el propósito de mejorar el grado de competitividad en el mercado internacional.
- ◆ Determinar la participación de políticas económicas de crecimiento económico en el sector exportador, la organización de las prácticas comerciales, tecnológicas y principales normas de exportación.

4.3. Análisis de la situación actual de las políticas de fomento a las exportaciones

La búsqueda de un crecimiento económico sostenido para nuestro país nos exige la adopción de una serie de acciones en determinados campos.

En ese marco, el rol y aporte del comercio exterior boliviano y, en particular, de las exportaciones ocupan un lugar en la alta prioridad y expectativa en virtud de constituirse en las principales fuentes generadoras de producción, empleo y divisas.

Ello nos lleva a la necesidad de dotar al sector exportador de una nueva dinámica, para cuyo efecto, nuestro propósito es contribuir mediante las políticas de fomento y promoción a las exportaciones, instrumentos y mecánicas de ejecución, política y operativa, modernas y eficientes.

En tal sentido, las empresas que están al tanto de estas políticas pueden beneficiarse al momento de la exportación de distintos tratados bilaterales, liberación de impuestos y aranceles.

4.4. Acuerdos comerciales suscritos por Bolivia

Los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (O.M.C.) se han comprometido a profundizar la liberación del comercio mundial, disminuyendo en forma progresiva los aranceles, eliminando las restricciones no arancelarias y reduciendo las medidas discriminatorias con el objetivo de consolidar y ampliar los mercados internacionales. Bolivia es país miembro de la O.M.C. a partir de la ratificación del Acta Final de la Ronda del Uruguay que crea la organización (Ley N° 1637 de 05 de julio de 1995).

En el marco de las normas de la O.M.C., Bolivia ha suscrito acuerdos regionales, subregionales y bilaterales y es beneficiaria del Sistema General de Preferencias.

Los indicados acuerdos otorgan ventajas arancelarias que, en el caso de las exportaciones, benefician al país en general y a los exportadores en particular.

Los principales acuerdos comerciales de los que el país forma parte son los siguientes:

4.4.1. Organización Mundial del Comercio (O.M.C.)

La O.M.C. constituye el marco institucional que abarca el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT 94), el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS), el Acuerdo General sobre los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC), así como el Entendimiento sobre Solución de Diferencias (ESD) y tiene carácter vinculante para todos sus miembros, que cuentan con derechos y obligaciones.

Entre otras funciones la O.M.C., facilita la aplicación, administración y funcionamiento de los acuerdos comerciales multilaterales (de mercancías y servicios) y los acuerdos plurilaterales; se constituye en el foro para las negociaciones de los miembros; administra el entendimiento relativo a las normas y procedimientos por los que se rige la Solución de Diferencias y del Mecanismo de Examen de Políticas Comerciales de sus Miembros y coopera, según proceda, con el Fondo Monetario Internacional y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento y sus órganos conexos.

Los principios que rigen en la O.M.C. son: comercio sin discriminación, que comprende la cláusula de la Nación Más Favorecida (N.M.F.) y Trato Nacional; transparencia; comercio leal y mayor participación de los Países Menos Adelantados y los en Desarrollo.

4.4.2. Acuerdo de Cartagena

El Acuerdo de Cartagena fue suscrito el 26 de mayo de 1969 por Bolivia, Colombia, Chile, Perú. Actualmente son países miembros de la Comunidad Andina de naciones (CAN) son: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela.

Mediante el Protocolo de Trujillo (marzo, 1996) se crea la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y se establece el Sistema Andino de Integración, conformado por el Consejo Presidencial Andino, el Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores, la Comisión de la Comunidad Andina, la Secretaría General de la CAN, el Tribunal de Justicia de la CAN, el Parlamento Andino, el consejo Consultivo Empresarial, el Consejo Consultivo Laboral, la Corporación Andina de Fomento, el Fondo Latinoamericano de Reservas, el Convenio “Simón Rodríguez” los Convenios Sociales, la Universidad Andina “Simón Bolívar”.

En 1992 se consolida la Zona de Libre Comercio, con excepción de Perú, país que negoció programas de desgravación con Colombia, Ecuador y Venezuela para una nómina de productos. Entre Bolivia y Perú rige una Zona de Libre

Comercio, con excepción de tres productos (aceites refinados) para los que Perú aplicó el nivel arancelario del 2.4% hasta el 31 de diciembre del 2003.

En ocasión de la IX Reunión del Consejo Presidencial Andino (Sucre-Bolivia, Abril de 1997), los mandatarios instruyen a la Comisión de la CAN que proponga y emprenda acciones para establecer al Mercado Común Andino para el año 2005, lo que significa libre movimiento de mercancía, servicios, capitales y personas en la subregión andina.

- a) Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 22 con la República de Chile.
- b) Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 31 con México.
- c) Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 36 con el Mercosur.
- d) Acuerdo de Alcance Parcial AAP N° 34 con la República de Cuba.

Respecto a los mercados externos preferentes de que disponemos, los mismos, están negociados en los acuerdos comerciales y de integración que Bolivia ha suscrito desde décadas pasadas. Cabe decir que nuestro país es de amplia vocación integracionista y ello se refleja en el hecho de haber sido fundador en todos los acuerdos de integración vigentes en la relación latinoamericana.

Por tal motivo, las políticas de fomento a las exportaciones trae muchas ventajas a las empresas exportadoras porque mediante su implementación las empresas logran incentivos a las exportaciones tales como exoneraciones de gravámenes aduaneros, exportaciones temporales con perfeccionamiento pasivo, reposición de materias primas, zonas francas industriales, régimen de DRAW – BACK (Devolución condicionada de impuestos), admisión temporal con perfeccionamiento activo, reposición de materias primas, etc.

4.5. Análisis de la necesidad de políticas en el sector

Se sabe que las políticas están dadas, pero la implementación de estas políticas en el sector exportador del Departamento de Tarija es muy limitada, puesto que las

empresas afirman que los acuerdos bilaterales existentes en Latinoamérica no son respetados por algunos países.

También se conoce que dentro de los acuerdos bilaterales salen a relucir aquellos como el arancel externo común, arancel cero, etc.

Los empresarios tarijeños afirman que la mejor forma de realizar las exportaciones es mediante la promoción, que es el arma fundamental de la venta, lo cual, permite el desarrollo del producto en el mercado, facilita la información que promueve el contrato entre el cliente y el producto.

La mayoría de los empresarios sostienen que las representaciones diplomáticas en el exterior deben asignar mayor relevancia a la actividad comercial y de inversión, deben ser oficinas o representaciones comerciales, tener mayor capacidad de investigación de mercados laborales que requieren ser difundidos y aprovechados por el empresario, para obtener ventajas que permitan mayores condiciones de acceso a los mercados internacionales.

Por otro lado, la mejor forma de establecer contrato con países extranjeros que se interesan por nuestros productos es mediante eventos feriales; por lo tanto, la labor de las instituciones de promoción de exportaciones necesita estar bien respaldada por el gobierno para que, de esta manera, promuevan consecutivamente eventos que facilitan la labor de difusión y promoción de nuestros productos de exportación y de las posibilidades de inversión en Bolivia y el Departamento en sí.

En definitiva para, lograr un desarrollo sostenido, los bolivianos y tarijeños precisan un cambio de mentalidad en el gobierno nacional y departamental como también en los empresarios y en los trabajadores; se tiene que orientar el crecimiento hacia afuera, desarrollar nuestras exportaciones, promover inversiones en base a una política coherente y estable en el tiempo.

4.6. Análisis de la inversión en sector privado

Como anteriormente ya se mencionó, es necesario desarrollar nuestras exportaciones y promover las inversiones.

Las empresas exportadoras deben tener conocimiento de entidades que financian actividades comerciales, porque existen subastas en las que se ofertan al mejor postor las líneas de crédito otorgadas por organismos financieros internacionales con tasas de interés relativamente bajas que, posteriormente, se encarecen con el spread financiero del Banco Central y la Banca Comercial.

Se conoce que una de las dificultades a la que se enfrentan el sector empresarial es el acceso al crédito con el respaldo, para un financiamiento la garantía consiste en una propiedad urbana válida en, por lo menos, dos veces el monto por el requerimiento financiero, para encarar el desarrollo la vía es promoviendo la inversión productiva, porque mediante esta inversión se genera, mayor producción y ésta, a su vez genera empleo y bienestar social; lamentablemente, nuestro país no tiene adecuado nivel de ahorros, consecuentemente, no existe capacidad interna de inversión, por lo que se requiere inversión extranjera.

La actual inestabilidad social, la falta de infraestructura, el costo de dinero y la carga impositiva, sumadas a otras desventajas económicas representan adversidades para la captación de inversión externa, por lo que nuestro país y principalmente nuestro Departamento debe tomar conciencia de la necesidad urgente de promover inversión extranjera, y promover no significa aprobar una ley regulatoria indicando que no existe trato discriminatorio contra el capital extranjero, promover significa crear ventajas comparativas para las nuevas inversiones, fomentar las nuevas inversiones, crear incentivos o exoneraciones fiscales.

En resumen, para atraer inversiones es necesario aprovechar las escasas ventajas comparativas con las que cuenta nuestro país y el Departamento de Tarija, por lo que es imprescindible encarar con urgencia la implementación de ventajas competitivas que facilitan al inversionista, la actividad de producir y exportar con menores costos.

4.7. Análisis del sector industrial

Cuando se menciona al sector industrial, sobre todo, se está haciendo referencia a las empresas en el rubro. Basándonos en la actualidad y tomando en cuenta las industrias

tarijeñas que por falta de capital y por no correr el riesgo en la inversión, no toman la iniciativa de exportar sus productos por temor de ser rechazados en el exterior.

Otro factor que toma en cuenta es de la tecnología porque si no toman en cuenta este aspecto fundamental corren el riesgo de no contar con los grados de competitividad requeridos.

Existen algunas industrias que, con el financiamiento privado, como también el aporte propio están dedicados a incursionar en mercados desconocidos tomando como base los eventos internacionales tales como ferias en diferentes países en los cuales ellos participan en donde invierten un poco de capital para poder exhibir sus productos y, de tal forma, promocionarlos.

En el Departamento existen varias empresas industriales, como:

- La industria maderera
- Industria de alimentos
- Industria avícolas
- Cemento “El Puente”
- Industria de muebles
- Fábrica de Plásticos de Tarija (Tarplast), ect.
- Industrias vitivinícolas.

4.8. Análisis e impuestos

Los aranceles e impuestos son los que se mencionan a continuación, los que serán explicados uno por uno para analizar la importancia que tienen en las políticas de fomento a las exportaciones.

- Aplicación del arancel cero
- Tipos de aranceles e impuestos del sector exportador
- Ventajas arancelarias para el comercio exterior

4.9. Aplicación del arancel cero

La aplicación del arancel cero es para los productos de categoría, que son 273 artículos que se benefician con este arancel.

Existen otros productos que pueden ser exportados con arancel cero a otros países, como por ejemplo: la exportación de textiles a EE.UU. con arancel cero y la importación de algunos productos EE.UU. a Bolivia con arancel cero.

Existe también la desgravación arancelaria, en otros casos, para integrar a los países en cuanto actividad comercial, lo cual, se establecía en el tratado de una desgravación gradual de los aranceles en diferentes categorías.

Categoría A. Desgravación inmediata que para Bolivia significa el 75% de sus exportaciones.

Categoría B. Desgravación gradual entre 4 – 7 años a partir de 1995, entre los cuales se encuentran 612 productos bolivianos (5.12%) de sus exportaciones

Categoría C. Desgravación entre 8 –15 años de forma lineal o escalonada.

4.10. Tipos de aranceles e impuestos en el sector exportador

Existen varios tipos de impuestos y aranceles a las importaciones que son establecidos por acuerdos sean bilaterales o multilaterales.

Algunos impuestos que se toman en cuenta para la exportación:

- a) **Impuesto al Valor Agregado (IVA)**. Es reintegrado por operaciones de exportación contenidas en las compras, que forman parte del costo de los bienes y servicios exportados incluyendo el IVA correspondientes a bienes de capital.

La determinación del crédito fiscal para las exportaciones se realiza bajo las mismas normas que rigen para los sujetos pasivos que realizan operaciones en el mercado interno; como los exportadores no generan débito fiscal por operaciones gravadas, después de restar este crédito fiscal, el excedente de crédito que resultase en el periodo fiscal respectivo será devuelto hasta un

momento máximo igual a la alícuota del IVA aplicada sobre el valor FOB de exportación.

- b) **Impuesto a los consumos específicos.** Pagado por los bienes finales exportados sujetos a este impuesto, será devuelto a los exportadores, previa presentación de la nota fiscal. Se entenderá por costo directo a las materias primas e insumos en general.
- c) **Gravamen aduanero.** Es devuelto por operaciones de exportación, se establecerá en base a los aranceles pagados directamente por el exportador o por terceros en las importaciones de los bienes y servicios incorporados en el costo del producto exportado, incluidas mermas técnicas y deducidos los desperdicios con valor comercial.

4.11. Ventajas arancelarias para el comercio exterior

El comercio exterior está basado en el relacionamiento de Bolivia con el mundo al amparo de los acuerdos comerciales y cooperaciones vigentes, tanto en función a la exportación como a la importación.

Temas como el desarrollo, perfeccionamiento y perspectivas de la comunidad andina; características y evolución del acuerdo Bolivia – Mercosur; la próxima negociación de una zona libre comercio con Chile, resultado de libre comercio con México; el sistema generalizado de preferencia y la ley de preferencias arancelarias andinas. Ciertamente, las ventajas arancelarias con que cuenta el país han resultado un factor determinante para que algunos rubros pudieran amortiguar los sobre costos emergentes de las diseconomías internas aún existentes, que restan competitividad a las exportaciones en el país, un ejemplo muy claro es el alto costo de transporte derivado de una deficiente infraestructura y de la distancia hasta los puertos de embarque que deben recorrer nuestros productos, al ser Bolivia un país geográficamente enclaustrado.

En la medida que dicho costo incide en el precio final de nuestros productos, las rebajas arancelarias en destino cobran una importancia que se torna vital en términos

de competitividad, mientras no se resuelvan las falencias de orden estructural, cuya solución excede al propio esfuerzo de los exportadores.

El tiempo está transcurriendo inexorablemente, se avecina una mayor liberación en el continente, ya sea por la apertura del área del libre comercio de las Américas, que debería arrancar en el año 2005 y que traerá muchas ventajas arancelarias.

4.12. Ejecución del Proyecto de la Ley de promoción a las exportaciones

En la ejecución de la Ley de Promoción a las exportaciones se plantea: la elaboración de una estrategia nacional de promoción de exportaciones, la promulgación de la Ley de Promoción a las exportaciones se incentivarán los eventos feriales para la promoción de los productos. El sector externo de la economía boliviana presenta, desde hace varias décadas, un permanente desequilibrio, nuestra capacidad de generar exportaciones no está correlacionada con las crecientes demandas de productos importados.

Con este simple enunciado se desea reflejar que estamos en el desafío de buscar opciones de corto, mediano y largo plazo que solucionen esta situación desfavorable. Con sentido práctico, es posible afirmar que las exportaciones no son ni más ni menos que el sueldo que recibe el país y, por lo tanto, como sucede en la economía familiar, si los ingresos no alcanzan para afrontar los gastos, ésta entra en crisis.

Bolivia se ha caracterizado por ser un exportador de materias primas provenientes de sus recursos naturales renovables y no renovables, altamente dependientes de las oscilaciones de los precios mundiales, las que además presentan un deterioro permanente en términos de poder adquisitivo o gozan de políticas de protección y subsidios en gran parte de los mercados o de los propios países productores, por lo tanto, la tarea que se debe emprender no es sencilla; esto requiere de un esfuerzo común sostenido y sostenible.

Sostenido, porque la conquista de los mercados se efectúa pacientemente no se trata de vender estrellas fugaces en mercados volátiles, se trata de llegar con productos que ofrezcan perspectivas, que lleguen para quedarse en mercados estables, es decir, se

debe enfrentar una carrera de largo aliento, en la que la solidez de las políticas públicas y su continuidad se constituyan en el pilar fundamental del querer hacer.

Sostenible, por el comportamiento de no obedecer a meras coyunturas de mercado, sino más bien a proyectos con bases sólidas. El mundo moderno ha cambiado sus patrones de consumo, los hábitos de los consumidores del presente son diferentes a los de hace pocos años atrás.

4.13. Ejecución de la Ley General de Aduanas

La globalización de la economía mundial y la cada vez más acelerada apertura y liberación comercial son fenómenos que, en los últimos años, han transformado radicalmente los conceptos teóricos tradicionales sobre comercio internacional y han motivado que los gobiernos y estados nacionales deban realizar cambios estructurales en sus economías domésticas, para adecuarse a las nuevas exigencias de un mercado internacional cada vez más exigente y competitivo.

La importancia descrita del comercio exterior para un país que como Bolivia, que apenas cuenta con 8 millones de habitantes al que le interesa mirar hacia el sector externo donde existe un mercado amplio y siendo las normas aduaneras el pilar para un adecuado funcionamiento de todos los que participan en el rubro aduanero, por muchos años se mantuvo vigente la Ley Orgánica de Aduanas que data de 1929 y pese a ser una buena ley había quedado desfasada y no respondía a las circunstancias actuales, por lo que requiere una reforma que le permita estar vigente.

La Ley General de Aduanas, en sus 14 títulos y 270 artículos, establece con claridad el ejercicio de la potestad aduanera y las funciones y atribuciones que deben cumplir quienes actúan en el comercio exterior y, específicamente, los que intervienen en el ingreso y salida de mercancías del territorio aduanero nacional.

La indicada ley también norma los regímenes aduaneros aplicables a todas las mercancías, las operaciones aduaneras y tributarias y los procedimientos para su juzgamiento.

La importancia de esta ley radica en que, por primera vez, después de muchos años

existe la decisión política de realizar una reestructuración del actual Servicio Nacional de Aduanas convirtiéndolo en un ente autárquico, independiente, autónomo y con presupuesto propio, alejándolo de los avatares políticos y cambios permanentes en sus niveles directivos como actualmente sucede.

La Ley General de Aduanas prevé también controles y sanciones drásticas de tipo penal a quienes cometan delitos de contrabando, defraudación aduanera, etc.

4.14. Reducción y el control de costos en las empresas

La reducción y el control de costos es uno de los principales desafíos que deben enfrentar las empresas como resultado de la globalización.

Una de las maneras más sencillas que el autor de este trabajo encuentra para explicar los efectos de la globalización en la gestión empresarial está expresada en las relaciones siguientes:

Antes: $\text{precio} = \text{costo} + \text{utilidad}$

(Sin consideraciones por la calidad)

Ahora: $\text{utilidad} = \text{precio} - \text{costo}$

(La calidad es imprescindible)

Aunque las expresiones son aritméticamente equivalentes, tienen profundas y diferentes implicaciones en la gestión de las empresas.

Así, la primera, representa la situación antes de la apertura en la que por políticas proteccionistas y una limitada competencia (tanto externa como interna), las empresas tenían un significativo margen de autonomía para fijar los precios en función de sus costos y de las utilidades deseadas con muy pocas consideraciones sobre la calidad.

La segunda, expresa la realidad actual y del futuro mediano en la que el precio está fijado por el mercado, de manera que la única variable de ajuste para lograr los niveles de utilidad deseados es el control y la reducción de los costos.

Por ejemplo, bajar los costos por la vía de reducir el personal conduce frecuentemente a limitar la capacidad productiva o a generar condiciones de alta incertidumbre en los

empleados, con lo que efectivamente disminuye la motivación y baja la productividad.

En general, la experiencia muestra que la única manera de rebajar los costos de manera consistente es a través del incremento real de la productividad del conjunto de la empresa, sea ésta comercial o productiva, de bienes tangibles o intangibles.

4.15. El acceso a mercados: el principio de no discriminación y el compromiso de liberación progresiva

Entre los grandes desafíos analizados, uno de los más importantes es mejorar la competitividad de los productos, pues con la amplia gama de acuerdos comerciales que suscribió el país, la mayoría de ellos para la conformación de zonas libres de comercio, es claro que la apertura y el acceso de mercados en términos arancelarios ya no es un problema sustantivo, más aun si tenemos presente que la tendencia regional y mundial es abolir los aranceles.

A partir de este hecho, lo que resta es diversificar e incrementar la oferta, así como producir con alta calidad para que nuestros productos no sean discriminados, y con el mayor valor agregado posible, a fin de no depender de las oscilaciones de los precios internacionales o de la aplicación de obstáculos técnicos y no arancelarios, cuya práctica es cada vez más frecuente en el comercio internacional.

Para mejorar la competitividad, entre otros aspectos, se ha analizado los mecanismos que nos permitirán brindar un adecuado oxígeno al financiamiento de las exportaciones y desarrollar una intensa y sostenida campaña de promoción de una selecta cartera de proyectos para atraer las inversiones nacionales y extranjeras y difundir en esa campaña nuestras potencialidades en materia de recursos naturales de amplia variedad, la bondad y versatilidad en nuestros recursos humanos y el marco de estabilidad política y económica que el país mantiene.

4.16. Nuevas oportunidades de E – Commerce

Durante los últimos años la evolución del Internet no sólo ha generado un nuevo mundo de oportunidades para las diferentes sociedades o comunidades de obtener

información, educación y entretenimiento de forma tanto económica como operacionalmente sencilla.

También brinda la oportunidad a las empresas con visión, de realizar negocios en todo el mundo, con la misma facilidad que tiene para hacerlos en su propio país de origen y aprovechar las ventajas que ofrece un mercado caracterizado por una economía globalizada por la democratización de la información y por los cambios tecnológicos que están imponiendo las empresas en la forma de hacer negocios.

Por lo que sino aprendemos a desarrollar nuevas alternativas que nos permitan diferenciarnos de la competencia directa tanto en Bolivia como en el resto del mundo estamos perdiendo tiempo, terreno y lo más importante: dinero.

La principal característica del Internet consiste en que es flexible, porque permite la incorporación de nuevas redes y tecnología, por ser interactivo, por tener alcance mundial, por reducir barreras demográficas y distancias, por ser personalizado, económico y por permitir a una empresa obtener una imagen corporativa de clase mundial.

Todas estas facilidades, más el considerable incremento de usuarios en los últimos años y el crecimiento de los negocios del Internet a un ritmo del 94% anual definen el verdadero potencial de realizar comercio electrónico.

4.16.1. ¿Qué es E – Commerce?

E – Commerce es un modelo comercial para competir en mercados virtuales emergentes que permiten comprar, vender productos y servicios en Internet.

Puede ser tan simple como tener un catálogo con un número de teléfono o un sitio en el que se procesen las tarjetas de crédito y órdenes de pedido en tiempo real.

Los sitios pueden ser de pequeñas empresas con pocos productos para vender o tiendas con una gran variedad de productos.

4.16.2. ¿Qué gana una empresa al hacer E – Commerce?

Muchas empresas están utilizando Internet como una vía más práctica tanto

económica como operacional para realizar negocios.

Una empresa puede comprar una cantidad de productos específicos en un país y vender en otro, el mismo día o varios días después, sin que los productos pasen físicamente por el país de origen de la empresa.

Otra empresa puede ofrecer una serie de productos nacionales o importados y comercializar los mismos dentro y fuera del país.

Existen algunas razones por las que una empresa debería pensar en incursionar en lo que ofrece esta nueva era de negocios.

- a) Incrementa el soporte al cliente; si uno piensa en un sitio web como una sucursal que está siempre abierta las 24 horas del día y los 7 días de la semana para sus clientes; la información que necesitan sus clientes ahora puede ser distribuida en forma efectiva y económica a cualquier hora del día y de la noche.
- b) Facilidad de ofrecer nuevos productos/servicios; una empresa puede vender desde fósforos hasta maquinaria pesada, desde noticias hasta reportes y proyectos estadísticos, las oportunidades son limitadas sólo por la imaginación y los recursos.
- c) Facilita las alianzas estratégicas con otras empresas; puede trabajar con empresas en cualquier parte del mundo, que puedan ayudarle a comercializar sus productos/servicios en el mundo real o intercambiar servicios; todo esto invirtiendo poco tiempo y casi nada de esfuerzo.
- d) Reduce los costos de operación; ahorrar dinero es tan importante como ganar dinero. El sitio puede ayudar a ahorrar dinero en la impresión de folletos, órdenes, servicio al cliente, teléfono, fax, etc; ya no se tiene que mandar un catálogo o un muestrario, porque se los puede tener en un sitio en cuestión de segundos y en un tiempo real.

4.17. Análisis del efecto de la crisis financiera mundial

La crisis financiera internacional se convirtió en crisis económica internacional, esto afectó principalmente a los siguientes indicadores y en principales países correspondiente a las gestiones 2008 y 2009:

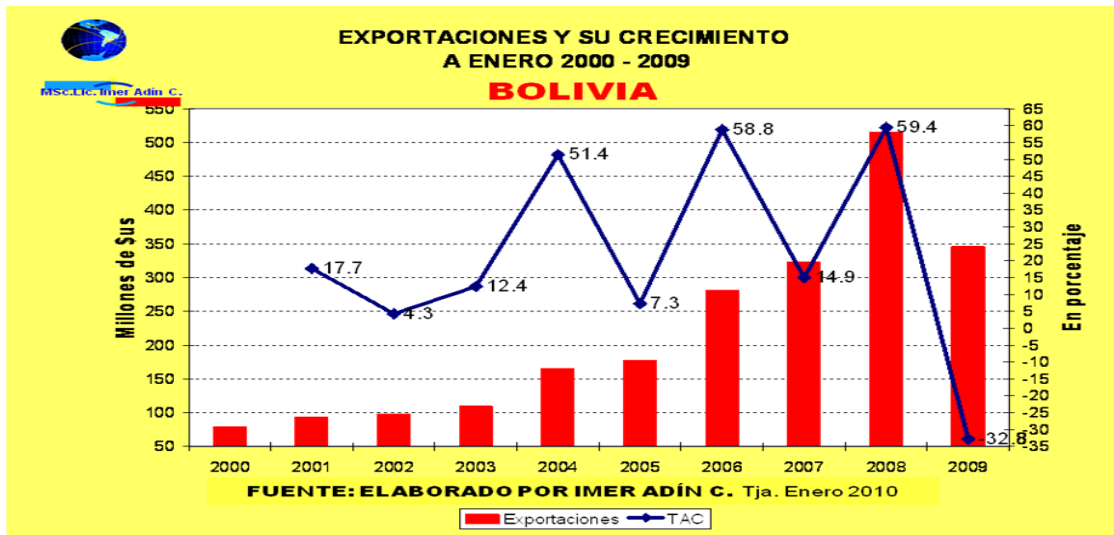
- **Producto interno bruto.** Afecto a **EE.UU.** en -6.2% (decremento); a la Unión Europea en un -5.8%; en el último trimestre de 2008.
Para 2009: Afecto a EE.UU. en -2.2%; Unión Europea -2.4; Japón -5.3; Brasil -0.4; y sólo **China** tuvo un incremento del 6%.
- **En la industria.** Afectó a EE.UU. -10%, Unión Europea -12%, Japón -31%; en Brasil -7%. y China incrementó en **4%**.
- **Desempleo.** Aumento en EE.UU. en **8.1%**, Unión Europea **8.2%**; **Japón 4.1%**, Brasil **8.2%**.
- **Deflación para 2009.** EE.UU. -0.6% y Japón -0.8%.
- **Exportaciones.** En enero de 2009 cayeron en Colombia (café) en 18 %; en México 31%; en Japón 46 %; en China cayó 18% y en febrero en 26%.

Esto significa, que en los dos últimos años la crisis financiera mundial afectó inclusive a las principales economías de muchos países, provocando una disminución relativa en la producción y las exportaciones, a pesar de todo esto, Bolivia tuvo un superávit en la balanza comercial según versiones del gobierno oficial.

4.18. Análisis de las exportaciones y crecimiento

El crecimiento de las exportaciones de Bolivia corresponde a los últimos diez años.

Gráfico 1: Exportación y su crecimiento



Se observa que las exportaciones desde el año 2000 fueron incrementándose gradualmente, pero en el 2008 se valora un gran crecimiento de las exportaciones, esto por las nuevas políticas de nacionalización de los hidrocarburos y fomento a las exportaciones.

Por tanto, en estas dos últimas gestiones Bolivia después de más de veinte años logra un superávit en la balanza comercial, es decir, que las exportaciones fueron mayores a las importaciones según el Gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia.

Tabla 1: Principales Sectores de Exportación

	COMPOSICION EXPORTACIONES			
	2008	Ene-08	Ene-09	TAC
Hidrocarburos	50.2	52.2	51.2	-32.7
Industria	23.7	25.8	22.0	-41.5
Minería	22.2	19.6	22.0	-23.2
Agricultura	3.9	2.4	4.9	41.7
	100.0	100.0	100.0	-31.3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2009

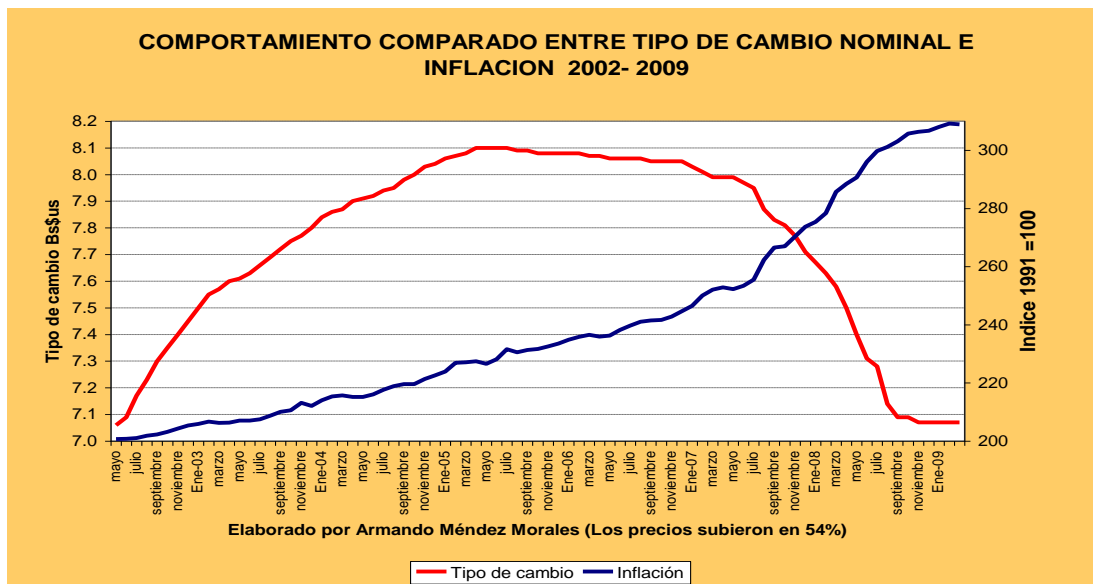
Los principales sectores de exportación que aportan con mayor participación son el sector de los hidrocarburos y, en menor proporción, participa el sector agrícola, esto

se debe a que el gobierno fortaleció la integración económica con vecinos países para la venta del gas a Brasil y Argentina a precios muy competitivos.

4.19. Comportamiento del tipo de cambio nominal y la inflación

En el siguiente gráfico se muestra la relación del tipo de cambio nominal y la inflación correspondiente a las gestiones desde el 2002 hasta el 2009.

Gráfico 2: Tipo de Cambio e Inflación Bolivia 2002-2009

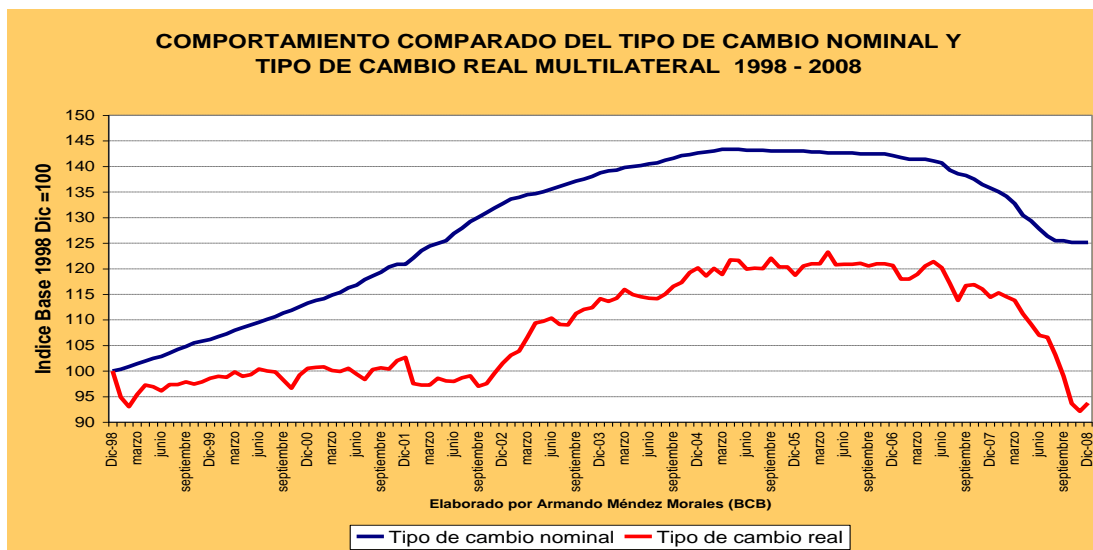


Según el Instituto Nacional de Estadística, el tipo de cambio nominal de la moneda nacional con respecto a la divisa norteamericana, a final del 2005 se apreció hasta un 8,1 por cada unidad de divisa, esto quiere decir que el dólar americano subió en su máxima expresión, pero a partir del 2006 el gobierno del Presidente Evo Morales bajó el tipo de cambio hasta la fecha a 7,07 bolivianos por una unidad de divisa, esto significa que nuestra moneda se apreció. Pero al mismo tiempo la inflación tuvo un ascenso hasta un 54% el 2008 y actualmente según el INE la inflación es del 0,26%, es decir, que se tomó medidas para frenar la inflación en el país.

4.20. Análisis del tipo de cambio nominal y real multilateral

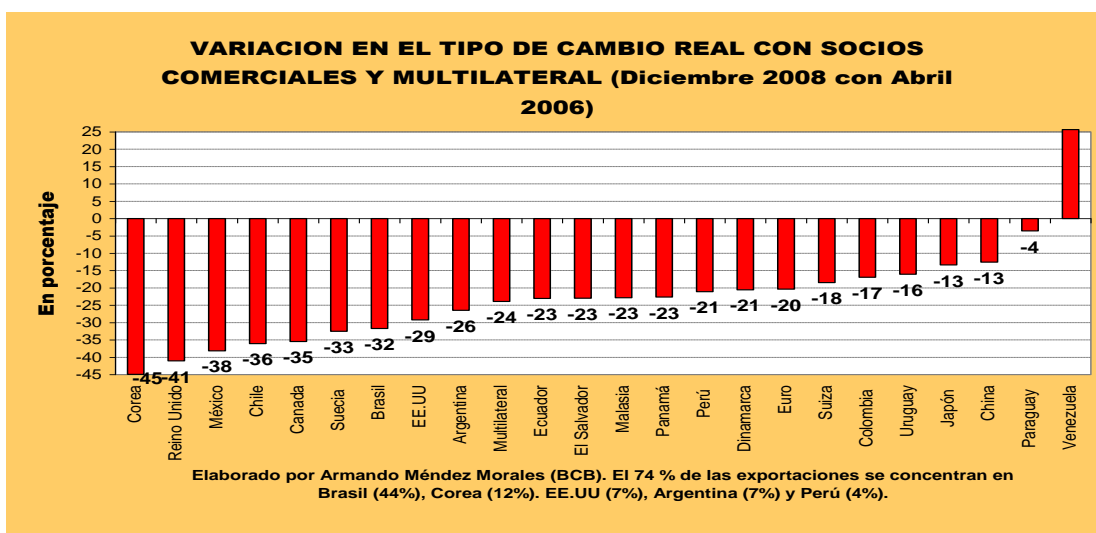
El siguiente gráfico muestra la relación directa del tipo de cambio nominal y el tipo de cambio real en países socios de Bolivia.

Gráfico 3: Tipos de Cambio Nominal y Real



Significa que Bolivia en estos diez últimos años el tipo de cambio real y la competitividad en el mercado internacional dependieron de las variaciones del tipo de cambio nominal.

Gráfico 4: Tipos de Cambio y Principales Socios de Bolivia



Bolivia con sus principales socios, según acuerdos de integración, por ejemplo, con Chile, Brasil, Argentina y Uruguay tuvo una apreciación del tipo de cambio real que favoreció a las importaciones de Bolivia con el resto de los países pero con

Venezuela presentó una depreciación real que favoreció el incremento de las exportaciones de Bolivia.

4.21. Análisis del sector productivo de Tarija

A continuación se realiza un análisis sobre las características de las cadenas productivas en el Departamento de Tarija.

La gran mayoría de la viticultura, vinicultura y la producción de singanis en Bolivia, se realiza en los Departamentos de Tarija y Chuquisaca; en ellos existe una afluencia de uvas y vinos importados y de contrabando; la producción nacional está por debajo de la demanda nacional.

La mayor parte de la materia prima de los vinicultores y productores de singanis depende de los viticultores pequeños y medianos de la región, razón por la cual, la cadena productiva tiene una relación relativamente alta entre eslabones, en comparación a la cadena productiva **“lechería- productos lácteos”**, **“turismo - artesanía popular”**, entre otras.

·El flujo de caja no es bueno en toda la cadena productiva.

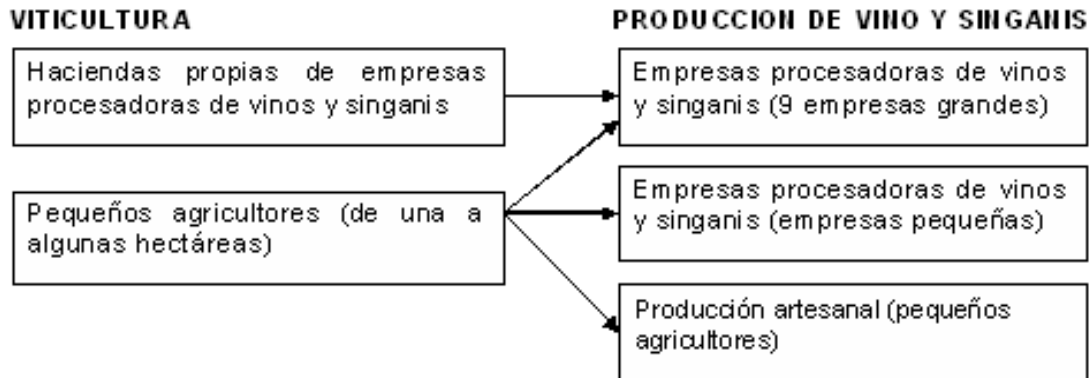
·La cadena productiva de **“uvas, vinos y singanis”** es la tercera cadena, de ocho, que ha suscrito su Primer Acuerdo Boliviano de Competitividad (A.B.C.) entre el sector público y privado, y en el mes de septiembre de 2005 ha renovado su acuerdo, mediante la coordinación de la Unidad de Productividad y Competitividad (U.P.C.), dependiente del Ministerio de Desarrollo Económico (MDE), el Comité de Competitividad de la Cadena (C.C.C.-U.V.S.) y el Consejo Departamental de Competitividad de Tarija (C.D.C.Tarija).

4.21.1. Análisis de sector viticultura y la producción de vino y singanis

El resultado de la información recopilada sobre la situación actual de la cadena productiva del Departamento de **Tarija** se puede sintetizar en el siguiente gráfico, siendo notoriamente diferente al flujo de la cadena productiva de **“ganado**

lechero a productos lácteos” del Departamento de Santa Cruz.

Grafico 5: Viticultura y la producción de vino y singanis



La gran diferencia con la cadena productiva de **“ganado lechero a productos lácteos”**, es que la gran parte de la materia prima de primera instancia en la cadena de producción de **“uvas, vinos y singanis”** depende de los productos de los pequeños y medianos agricultores.

Dicho de otra manera, en la cadena productiva de **“ganado lechero a productos lácteos”** se ha podido observar estratos internos en tal cadena según el tamaño, es decir, la Empresa PIL, que es la más grande en procesamiento lácteo, adquiere la leche cruda de las granjas lecheras grandes, mientras que las empresas medianas y pequeñas se proveen de leche cruda de las granjas lecheras medianas y los productores lácteos artesanales adquieren la leche cruda de las granjas lecheras pequeñas.

Sin embargo, en la cadena productiva de **“uvas, vinos y singanis”** del Departamento de Tarija, no se observa este tipo de estrato interno; por consiguiente, si se supone que la administración agrícola de los pequeños y medianos agricultores, que están río arriba (primera instancia) del flujo de materia prima, es de bajo rendimiento o ineficiente, afectará a toda la cadena de producción.

De la misma manera, el factor negativo del mercado afectará notablemente, no solamente a los productores de vinos y singanis, sino también a los agricultores

vitícolas. En tal circunstancia, la cadena de producción de **“uvas, vinos y singanis ”** es una cadena que tiene **una fuerte influencia mutua o interdependencia** entre cada estrato interno de la misma cadena.

Es en este sentido, que la cadena de producción de **“uvas, vinos y singanis”** la más significativa en Tarija, carece de una política de fomento a las exportaciones por parte del gobierno nacional y departamental.

TERCERA PARTE

CAPÍTULO V

MODELO PROPUESTO

CAPITULO V

MODELO PROPUESTO

5.1. Introducción

Actualmente el sistema económico de Tarija está supeditado a las políticas administrativas y económicas del nuevo Estado Plurinacional de Bolivia, esto ocasiona que el crecimiento y desarrollo departamental dependa de la dinámica legislativa de acuerdo a las exigencias del sector privado productivo, orientado a fomentar las exportaciones y estimular con preferencias tributarias y los vínculos Estado y autonomías departamentales.

Estas circunstancias del nuevo modelo económico social que está adoptando el país tendrán incidencia en las nuevas prácticas en el comercio internacional a través de nuevos acuerdos de integración económica y el fortalecimiento de los países latinoamericanos.

El presente modelo considera esta dinámica en el sentido de proponer aspectos viables y factibles en el tiempo, considerando la incertidumbre de políticas agresivas o restrictivas al sector productivo exportador, en cuanto a la agroindustria del Departamento de Tarija.

Asimismo, se entabla una propuesta vinculada al análisis del macroentorno de la región y las incidencias de los tipos de cambio en los precios de los productos nacionales con respecto a la relación bilateral o multilateral.

Finalmente, el presente modelo presenta las conclusiones más significativas del trabajo de campo y las principales recomendaciones viables en la realidad.

5.2. Políticas administrativas del comercio internacional

Las políticas administrativas en el país están enmarcadas por las decisiones del gobierno a través de legislaciones y normativas que regulan el comportamiento de los procedimientos de la actividad productiva, comercial y financiera principalmente.

Estas políticas administrativas en el Departamento están encaminadas a partir de la nueva Carta Magna, esto hace que Tarija exija autonomía para administrar sus recursos y regular el comportamiento productivo y comercial de acuerdo a las necesidades del sector productivo, especialmente en lo que concierne a fortalecer las cadenas productivas de la región.

En este sentido, los productores que tienen como visión las exportaciones deberán considerar en todo momento el análisis de los factores macro-ambientales relacionados principalmente con lo político legal, económico y social.

Es importante, que el productor con emprendimientos de exportación deba tener presente que el factor político-legal es determinante para la toma de decisiones reguladas por instancias gubernamentales, tal es el caso de la Ley de Exportaciones, que indica la devolución de los impuestos alcanzados por dicha actividad a través de un saldo a favor del contribuyente, asimismo la Ley de Aduanas, en la que se estipula que para realizar los trámites de exportación debe hacerse a través de una Agencia Despachante, la cual realiza la póliza de exportación y facilita el trámite ante el Sistema de Ventanilla Única de Exportación “(SIVEX)”.

También es importante, que el exportador tarijeño considere la dinámica de los indicadores macroeconómicos, relacionados al PIB real, el cual creció significativamente en un 6,15% el 2008 y a pesar de la crisis financiera mundial en el 2009 creció en un 3,15% según el Periódico El Cambio, informe del Presidente del Estado Plurinacional en el Acto de Juramento a su segundo mandato consecutivo. Esto significa que los productores en Bolivia deben confiar en el aparato productivo que impulsa el Estado a favor de la producción del sector agroindustrial y otros.

Asimismo, actualmente, la inversión pública aumentó en más del 50% con respecto a la gestión 2005, el productor debe considerar esta situación al consumo interno, el cual genera un efecto multiplicador en la economía e incentiva la producción nacional.

Lo más determinante para las exportaciones a través del factor económico es el indicador del tipo de cambio real, el cual define la competitividad de nuestros

productos en el extranjero, por tanto, el exportador tiene que considerar que cuando existe una apreciación real de nuestra moneda con respecto al extranjero, significa que favorece a las exportaciones porque el precio de nuestros productos se hacen más bajos con relación al otro país.

Lo mencionado quiere decir que seremos más competitivos en ese mercado internacional, por ejemplo, actualmente el tipo de cambio real aumentó respecto a Chile, significa que existió una depreciación real de nuestra moneda, por tanto, nos conviene hacer negocios de exportación con Chile, es decir, resulta vender nuestros productos a los chilenos porque nuestros precios son más bajos que los de ellos.

Del mismo modo, el *factor social* es determinante para el proceso productivo de nuestras exportaciones en el sentido de la disponibilidad de la mano de obra en el mercado laboral, asimismo, los movimientos sociales o sindicales que frecuentemente se movilizan por demandas salariales, por lo que el exportador debe considerar a este sector, más conflictivo en la región, para prever acciones de contratación, traslado y acuerdo con sus proveedores.

Si el país o la región está movilizada por sectores como el autotransporte, educación y salud, esto ocasiona que la actividad productiva del sector exportador se vea afectada en los compromisos de exportación del comercio internacional acordado, lo que incidirá directamente en sus costos de embalaje, flete terrestre, marítimo, aéreo o férreo, descargue, cotización, almacenes, promoción del producto y otros aranceles aduaneros.

5.3. Procedimientos para la comercialización de los productos al extranjero

Toda empresa que desea comercializar o exportar tiene obligación de cumplir con trámites legales y documentos de exportación.

5.3.1. Para ser una empresa exportadora

En Bolivia las empresas exportadoras legalmente constituidas, deben cumplir con las siguientes exigencias mínimas:

- Registrarse en el Servicio de Impuestos Nacionales, con el objeto de obtener el NIT.
- Registro en el H. Gobierno Municipal, con la finalidad de obtener la Licencia de Funcionamiento, otorgada por la Unidad de Ingresos de la H.G.M. de Tarija.
- Registro en FUNDEMPRESAS, con el propósito de solicitar la matrícula de registro nacional.
- Cámara Departamental de Exportadores, para obtener el Registro de Exportador (REX).
- Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria de Inocuidad Alimentaria (SENASAG), para registrar la composición y análisis de laboratorio de los productos.
- Ministerio de Trabajo, con el objeto de registrar las condiciones del empleador y trabajadores.

Estas son las instancias más importantes a las que el exportador acude para legalizar su empresa.

5.3.2. Documentos del exportador

El exportador al momento de comercializar sus productos al país convenido, adjuntará los siguientes documentos para pactar el contrato con su cliente en el extranjero:

a) Certificado de origen, este documento garantiza la salida del producto y es emitido por el Sistema de Ventanilla Única de Exportación (SIVEX).

Existen 5 Certificados de Origen:

- ✓ Certificado de Origen ALADI
- ✓ Certificado de Origen MERCOSUR
- ✓ Certificado de Origen Bolivia-México

- ✓ Certificado de Origen Forma A (S.G.P.)
- ✓ Certificado de Origen para Terceros Países

Costo: 100 Bs.

b) Certificados Sanitarios, estos documentos los emite el SENASAG-Bolivia.

Existen tres tipos de Certificados Sanitarios de acuerdo a la naturaleza del producto:

- ✓ **Certificado Fitosanitario** (para vegetales)
- ✓ **Certificado Zoosanitario** (para animales)
- ✓ **Certificado Bromatológico** (para alimentos)

Costos:

1. Fitosanitario

- ✓ Más de 100 kgs: Bs. 100
- ✓ Menos de 100 kgs: Bs. 30

2. Zoosanitario

- ✓ 1x1000 del valor de la factura de exportación

3. Inocuidad Alimentaria de Exportación


- ✓ Más de 100 kgs: Bs. 100
- ✓ Menos de 100 kgs: Bs. 30

c) Despacho Aduanero de Exportación – Exportación Definitiva

Documentos Obligatorios:

- **Declaración Única de Exportación (DUE)**. La presentación es ante la Aduana Nacional. Para obtener el DUE, el exportador ingresa al “Sistema Aduanero Automatizado” SIDUNEA ++ y elabora su DUE. Si el exportador no tiene conexión al sistema, puede apersonarse a un centro público y solicitar el llenado de su DUE.

- **Factura Comercial de Exportación.** Es indispensable para la exportación de mercancías, tal factura no está alcanzada por el IVA ni el IT, la extiende el Servicio de Impuestos Nacionales. (Ver modelo la factura):



FOTOCAMA
 Av. Cochabamba N° 0413
 Telfs: 591 4 2240007 - 4133154
 Fax: 591 4 4244083
 Web: www.fotocama.com
 Email: info@fotocama.com
 Cochabamba - Bolivia

**EXPORTACION
FACTURA**
ORIGINAL CLIENTE

NIT 1009449026
 DCFHCAB
 N° 100314
 N° de Orden 3931252257

Señor(es): T&C IMPORTS 14 FROGS TREE LANE EAST-DENNIS MA 02641 P.O. Box 1118
 PHONE: +1 508 365 8862 EELUV Airport BOSTON LOGAN INTERNATIONAL
 Cochabamba, de 8 julio de 2007 de 2007

Cantidad	Unidad	ARTICULO		PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
				Sus.	Sus.
10.00	Kgrs.	Hilado	2204L61C	28.80	288.00
8.00	"	Hilado	2204R51C	28.80	230.40
2.00	"	Hilado	2204R51C	28.80	57.60
16.00	"	Hilado	2204R11C	28.80	460.80
14.00	Kgrs.	Hilado	2204R11C	28.80	403.20
4.00	"	Hilado	2204R61C	28.80	115.20
6.50	"	Hilado	2204R61C	28.80	187.20
1.50	"	Hilado	2204R61C	28.80	43.20
10.00	"	Hilado	2204Z11C	28.80	288.00
0.50	Kgrs.	Hilado	2204Z11C	28.80	14.40
5.00	"	Hilado	2204R51C	28.80	144.00
9.50	"	Hilado	2204R61C	28.80	273.60
3.00	"	Hilado	2204Z81C	28.80	86.40
2.00	Kgrs.	Hilado	2204Z81C	28.80	57.60
1.50	"	Hilado	2204Z21C	28.80	43.20
9.50	"	Hilado	2204Z11C	28.80	273.60
5.00	"	Hilado	2204H11C	28.80	144.00
10.00	Kgrs.	Hilado	2204L61C	28.80	288.00
100.00	Piezas	Cartillas	ECAR404	3.50	350.00
100.00	Piezas	Cartillas	ECAR403	3.50	350.00


CON SUATRO MIL NOVENTA Y OCHO 40/100 DOLARES AMERICANOS

TOTAL SLR 4098.40

115 Kilos
2000 Gramos

100% ALPACA
145 KILOS PESO BRUTO

RECIBIDO POR EL EXPORTADOR
 EL 06 JUL 2007
 CANEB Cochabamba - Bolivia



FOTOCAMA S.A. - BOLIVIA - RUC: 1009449026 - NIT: 287890215 - CIBEL: 111 - I. N. 1045 DEL D.F. CAR. Y 3014 - DCFHCAB - 2007 - 13/02/2007

Esta factura es indispensable para el exportador, debe ser llenada con mucho cuidado y con toda la descripción del artículo y sus valores unitarios.

- Lista de empaque (Ver modelo):



T & C IMPORTS
14 FROG TREE LANE EAST-DENNIS
Ma. 02641 - P.O. Box 1119
PHONE: +1 508 385 8362
EE.UU.

PACKING LIST

No 120

Quantity	Average net weight handmade article	Description					Unit Price \$us	Total \$us
		Artículo	Code	Size	Color	Lot		
10,00	Kgrs.	Hilado	2204L61O		55	L01/07	28,80	288,00
8,00	"	Hilado	2204R51O		24	L02/07	28,80	230,40
2,00	Kgrs.	Hilado	2204R51O		24	L02/07	28,80	57,60
16,00	"	Hilado	2204R11O		20	L01/07	28,80	460,80
14,00	Kgrs.	Hilado	2204R11O		20	L01/07	28,80	403,20
4,00	"	Hilado	2204I61O		15	L01/07	28,80	115,20
6,50	Kgrs.	Hilado	2204I61O		15	L01/07	28,80	187,20
1,50	"	Hilado	2204BL1O		000	L04/07	28,80	43,20
10,00	"	Hilado	2204Z11O		30	L01/07	28,80	288,00
0,50	Kgrs.	Hilado	2204Z11O		30	L01/07	28,80	14,40
5,00	"	Hilado	2204R51O		24	L01/07	28,80	144,00
9,50	"	Hilado	2204I61O		15	L02/07	28,80	273,60
3,00	"	Hilado	2204Z81O		37	L03/07	28,80	86,40
2,00	Kgrs.	Hilado	2204Z81O		37	L03/07	28,80	57,60
1,50	"	Hilado	2204Z21O		31	L01/07	28,80	43,20
9,50	"	Hilado	2204Z11O		30	L02/07	28,80	273,60
5,00	"	Hilado	2204I11O		10	L02/07	28,80	144,00
10,00	Kgrs.	Hilado	2204L61O		55	L01/07	28,80	288,00
100,00	Piezas	Cartillas	ECAR404				3,50	350,00
100,00	Piezas	Cartillas	ECAR403				3,50	350,00
118 Kilos		SON CUATRO MIL NOVENTA Y OCHO 40/100 DOLARES AMERICANOS						4.098,40
200 Piezas								

Manual Industry	Fotrama Ltda.
Type of Yarn	100% Alpaca
Mark	T & C IMPORTS
Packages	7
Weight	145 Kilos Peso Bruto - 134 Kilos Peso Neto

Cochabamba, 06 de julio 2007

[Handwritten Signature]

La lista de empaque Paking List (mercancías heterogéneas), es un documento cuyo fin es proporcionar datos sobre el embalaje, cantidad de cajas, peso y dimensiones de la carga, estos datos deben ser llenados con mucho detalle.

- Documento de Transporte Aduanero/Manifiestos Internacional de Carga, son documentos de transporte. (Ver Tabla):

Tabla 2: La documentación del Transporte

LA DOCUMENTACIÓN DEL TRANSPORTE			
Documento del Transporte Internacional	Tipo de Transporte	Países de Destino	Empresa Emisora
Manifiesto Internacional de Carga / Documento de Tránsito Aduanero (MIC/DTA)	Carretero	Países del Cono Sur (MERCOSUR, Bolivia, Perú y Chile)	Empresa de transporte carretero
Carta de Porte Internacional	Carretero	Comunidad Andina (Bolivia, Ecuador, Colombia, Perú y Venezuela)	Empresa de transporte Carretero
Manifiesto de Carga Internacional (MCI)	Carretero	Comunidad Andina (Bolivia, Ecuador, Colombia, Perú y Venezuela)	Empresa de transporte Carretero
Declaración de Tránsito Aduanero Internacional (DTAI)	Carretero	Comunidad Andina (Bolivia, Ecuador, Colombia, Perú y Venezuela)	Empresa de transporte Carretero
Transporte Internacional Ferroviario / Documento de Tránsito Internacional (TIF/DTA)	Férreo	Países del Cono Sur (MERCOSUR, Bolivia, Perú y Chile)	Empresa de Transporte Ferroviario
Carta de porte (por cada vagón)	Férreo	Países del Cono Sur (MERCOSUR, Bolivia, Perú y Chile)	Empresa de Transporte Ferroviario
Conocimiento de transporte Marítimo (Bill of Loading)	Marítimo	Todos	Empresa de Transporte marítimo
Guía aérea	Aéreo	Todos	Empresa de Transporte Aéreo
Documento de Transporte Multimodal (DTM)	Multimodal	Todos	Empresa de Transporte Multimodal

No exigibles por la Aduana:

- Certificado de Origen
- Otros certificados que solicita el importador

5.4. Políticas y acciones de apoyo a la cadena productiva vitícola

Los productores, principales organismos, deben realizar acciones de apoyo a la cadena productiva considerando la oportunidad de las siguientes instituciones vinculados al sector productivo:

5.4.1. Centro Nacional Vitivinícola (CENAVIT)

El CENAVIT es un centro organizado por el sector privado que desarrolla sus actividades a nivel nacional, pero principalmente en el Departamento de Tarija.

Es un centro que desarrolla y difunde la técnica de producción vitícola y la técnica de procesamiento vinícola, recibiendo subvenciones para sus operaciones de algunas prefecturas, como la Prefectura de Tarija.

Este centro dispone de un laboratorio de examen de calidad, una planta experimental de procesamiento de vinos y una granja experimental vitícola.

En la planta experimental de procesamiento de vinos se realizan investigaciones, tales como el efecto de cambio de condiciones de procesamiento a la calidad de vinos.

La granja experimental vitícola produce plantines de cepas de uva mediante injertos, como medida preventiva contra las enfermedades. Esta es una alternativa para el microempresario que desea fortalecer su actividad productiva y de exportación.

La propuesta radica en identificar oportunidades de formar un consorcio de empresas del sector vitivinícola o relacionado al rubro para que en el futuro, a partir de una investigación de mercados internacionales, se pueda exportar los productos tarijeños.

5.4.2. Unidad de Productividad y Competitividad (U.P.C.)

La Unidad de Productividad y Competitividad es la Secretaría Técnica del Sistema Boliviano de Productividad y Competitividad (S.B.P.C.), creada el año 2001.

La U.P.C. desde su creación trabaja en la formulación, ejecución y control de las políticas y programas para el desarrollo de cadenas productivas.

En cuanto a la formulación de políticas, la U.P.C. ha elaborado la Estrategia Nacional de Productividad y Competitividad, que es una estrategia ejecutiva de la política de desarrollo económico para la Estrategia Boliviana de Reducción de la Pobreza (E.B.R.P.).

En cuanto a los resultados logrados en la ejecución de las políticas y programas del desarrollo de las cadenas productivas, se tienen elaborados 20 Estudios de Identificación, Mapeo y Análisis Competitivo, así como 8 Acuerdos Bolivianos de Competitividad (A.B.C.s) firmados, para las cadenas de quinua, oleaginosas, uvas, vinos y singanis, maderas y sus manufacturas, cueros y sus manufacturas, trigo, avícola/granos y palmito, sobre las cuales la U.P.C. está enfocando su trabajo de seguimiento e implementación de las acciones establecidas en los A.B.C.s.

Lo que se pretende proponer, es aprovechar la experiencia que posee la institución en estudios de mercado y la formación de cadenas productivas con otros productos, que por iniciativa de quienes desean exportar se puede facilitar la formación de nuevas cadenas productivas para la exportación de productos regionales en base a mapeo y análisis competitivo de los mercados internacionales.

5.4.3. Consejo Departamental de Competitividad (C.D.C.-Tarija)

Los Consejos Departamentales de Competitividad son instancias de coordinación, concertación y articulación para el desarrollo de actividades a nivel regional, cuya meta será mejorar la competitividad y productividad. Los C.D.C.s están integrados por representantes de las prefecturas, gobiernos municipales, instituciones públicas descentralizadas, sector académico y de los gremios de cada región. Los C.D.C.s tienen, entre otras, las siguientes atribuciones:

- i) Contribuir a definir la vocación productiva departamental.
- ii) Promover la construcción de la visión estratégica sobre la productividad y

competitividad de la región.

iii) Establecer alianzas estratégicas entre el sector público y privado.

iv) Promover inversiones concurrentes entre el sector público y privado, entre otros.

Por otra parte, en el mes de junio de 2007, la Unidad de Productividad y Competitividad ha organizado el Primer Foro Boliviano de Competitividad, como resultado de este foro, se ha acordado la realización de foros de competitividad en el ámbito departamental.

El Primer Foro Departamental de Competitividad se llevó a cabo en el Departamento de Tarija, en el mes de agosto de 2007, y en el mes de noviembre de 2007 se realizaría el Segundo Foro Departamental de Competitividad en el Departamento de Pando. El propósito de estos foros departamentales de competitividad es determinar las líneas de acción de desarrollo económico social en cada departamento.

A lo que se aspira es a actuar de manera conjunta entre el C.D.C. del Departamento de Tarija, la U.P.C. y el Comité de Competitividad de la Cadena de Uvas, Vinos y Singanis, asimismo, evaluar y renovar la Agenda de Competitividad.

Por tanto, se propone a los microempresarios con visión exportadora, afiliar su compromiso para promocionar sus ideas y productos susceptibles de exportación a través de los foros de competitividad que desarrolla tal institución. La promoción y los foros son medios de comunicación de nuestro emprendimiento en cuanto a realizar exportaciones.

5.5. Políticas de avance de las acciones en el marco del acuerdo Boliviano de competitividad

La Cadena Productiva de “**uvas, vinos y singanis**”, ha firmado su Primer Acuerdo

Boliviano de Competitividad (A.B.C.), en el que participaron los principales actores empresariales, organizaciones representantes de los productores de uvas, instituciones públicas como la Prefectura de Tarija, los Municipios de Cercado y Uriondo y algunas instituciones de apoyo a la cadena, entre otros.

En el marco de este Acuerdo, se impulsó el desarrollo de la cadena basada en una estrategia común; ocasión en que se formularon 42 acciones tendientes en apoyar el desarrollo de la cadena productiva.

Recientemente, se llevó a cabo la evaluación, con los actores económicos de la cadena, sobre el avance de estas acciones, habiéndose logrado renovar este Primer Acuerdo con una nueva Agenda que regirá el accionar de la cadena en los próximos 5 años.

Asimismo, se ha logrado validar una Propuesta de Apoyo a la Cadena con fondos de la **Cooperación Holandesa** que permitirá desarrollar cuatro componentes importantes relacionados con el mercado interno, tecnología, promoción de productos y articulación de actores para fortalecer y mejorar la competitividad de la cadena.

Este acuerdo con la Cooperación Holandesa es una gran oportunidad para desarrollar tecnología y promoción de los productos en el mercado de exportaciones, que tanta falta hace a muchos sectores potenciales de productividad del Departamento de Tarija.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.CONCLUSIONES

Concluido el trabajo de investigación se arribó, a las siguientes conclusiones:

- Las políticas de fomento a las exportaciones en el Departamento de Tarija están en función de las políticas económicas que maneja el gobierno, es en este sentido que las exportaciones dependen de los cambios en la oferta monetaria, es decir, está en función de la circulación del dinero en el país, también con los gastos públicos para fomentar el consumo interno, como lo lleva acabo el gobierno actualmente con los bonos y otras subvenciones para estimular la demanda agregada.
- Los estímulos a las exportaciones a través de la fluctuación del tipo de cambio nominal y real favorecen a las importaciones con muchos países con los cuales tienen acuerdos de integración, esto significa que nuestra moneda presenta una apreciación real con muchos países, lo que induce a reducir las exportaciones porque el precio de nuestros productos es más alto con respecto a los países del MERCOSUR, la CAN y otros.
- Las cadenas productivas sobre la uva, vino y singanis en el Departamento de Tarija presentan una escaSa capacidad productiva con respecto a las cadenas productivas de Sucre y las de Santa Cruz en la actividad del ganado y derivados de productos lácteos, lo que significa que una política de fomento a las exportaciones sin previo estudio de mercado podría ser difícil de satisfacer a la demanda extranjera.
- Las microempresas que orientan su producción a las exportaciones no consideran los aspectos legales en la constitución de una empresa exportadora y la poca capacidad para gestionar las exportaciones a través de la organización con agentes vinculados al comercio y las productivas, asimismo, existe poco conocimiento sobre los aspectos técnicos y procedimientos para tramitar los

documentos de exportación.

5.2. RECOMENDACIONES

En base a las anteriores conclusiones recomienda lo siguiente:

- Considerar los principales impactos de las políticas del comercio internacional, que afectan al sector productivo exportador en el Departamento de Tarija, lo que sólo se puede prever a través de un análisis y valoración de las principales indicadores económicos, tales como el PIB, inflación, inversión pública, tipos de cambio nominal y el real.
- Considerar las políticas administrativas vinculadas al manejo de la economía, en el sentido de analizar y evaluar los indicadores macroeconómicos y de comercio internacional para tomar decisiones de exportación y asumir riesgos en la comercialización de los productos; es positivo que el exportador esté consciente de que estamos en un ámbito cambiante y dinámico por los grandes avances de la información y la innovación, lo que lleva a formular estrategias o acciones encaminadas a buscar nuevas oportunidades de mercado.
- Se sugiere cumplir con los procedimientos legales requeridos para la conformación de una empresa exportadora con todos los registros pertinentes y buscar alianzas para emprender exportaciones en continentes atractivos como Europa y en América Latina, asimismo los países de Chile y el Brasil por su potencia y la canalización del futuro potencial Corredor Bioceánico del Océano Atlántico hasta el Pacífico, esto facilitará los medios de transporte.
- Todo exportador, debe considerar que los aranceles y otros gastos formales de exportación, serán devueltos a través de un saldo a favor de contribuyente, lo que significa fomentar las exportaciones a través de normativas legales que el exportador tiene que tomar en cuenta.
- Se sugiere a las cadenas productivas del Departamento de Tarija, considerar la existencia de mercados internacionales y que la Ley General de Aduanas así como el Código de Comercio vigente en nuestro país, tienen artículos que

favorecen mas a los exportadores que a los importadores a través de reintegros por los gastos formales de exportación y, además, tiene que considerar la disponibilidad de un Sistema Automatizado Aduanero y agencias despachantes que facilitan los trámites de exportación.

- Finalmente, se recomienda que todo exportador tenga que estimar sus costos de producción, lo que le permitirá determinar el valor de origen hasta el despacho de la mercadería a través de aduana de salida, frontera, puerto o mercadería a bordo del transporte y lugar convenido con el importador, es necesario que los contrato de exportación detalla en las responsabilidades de flete, seguro y otros gastos de formalidad aduanera a partir de cotizaciones, en función al tipo de cambio nominal vigente u oficial.