

CÓMO HACER NEGOCIOS CON BOLIVIA 2016

1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

A continuación se citan los principales acuerdos comerciales suscritos entre ambos países:

ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA ENTRE CHILE Y BOLIVIA (ACE Nº 22)

Con el ánimo de incrementar su relacionamiento comercial, Chile y Bolivia suscribieron el 06 de abril de 1993 el Acuerdo de Complementación Económica Nº 22 (ACE Nº 22). En síntesis, este Acuerdo tiene entre otros objetivos, sentar las bases para una creciente y progresiva integración de las economías de Chile y Bolivia.

En materia de Protocolos, a la fecha se han incorporado 16 Protocolos Adicionales donde a nivel comercial el más importante es el 15º Protocolo Adicional, que entró en vigencia el 8 de diciembre del año 2006, donde Chile otorgó el 100% de preferencia arancelaria a las importaciones de cualquier producto originario de Bolivia, excepto los productos contenidos en el Sistema de Bandas de Precios de Chile (azúcar, trigo y harina de trigo). Adicionalmente, en el VII Protocolo Adicional (30/07/97) se ampliaron las preferencias arancelarias concedidas por Bolivia a 306 ítems.

El acuerdo incorpora normas de cooperación turística, de sistemas de control de sanidad animal y vegetal; normas técnicas de seguridad en salud; normas de información y promoción del comercio; intercambio de tecnología en el sector agropecuario, agroindustrial, industrial, minero y de comunicaciones; regímenes normativos para preservar el medio ambiente; y regímenes de propiedad intelectual.

En el ámbito institucional, se constituyó una Comisión Administradora, para velar por el cumplimiento, evaluar la aplicación y, examinar los resultados del comercio bilateral. Además, se definió un sistema de solución de controversias y un Comité Asesor Empresarial - CASE.

Desde la entrada en vigencia del Acuerdo de Complementación Económica Chile – Bolivia ACE 22 (año 1993), Chile exportó a Bolivia US\$ 162 millones e importó desde Bolivia US\$ 13 millones. Después de 22 años de vigencia del Acuerdo, el comercio bilateral al año 2015 sumó US\$ 541 millones, donde Chile exportó a Bolivia US\$ 441 millones e importó desde Bolivia US\$ 83 millones, según el Servicio Nacional de Aduanas de Chile. Por otra parte, al considerar las exportaciones nacionales y las reexportaciones de productos de la Zona Franca, el monto exportado ascendió a US\$ 1.234,78 millones.

Las exportaciones a Bolivia presentan una serie de características específicas, que las hacen diferentes a las exportaciones totales de Chile. Si bien es cierto son relativamente pequeñas, se encuentran menos concentradas en productos y empresas, y presentan un mayor componente de valor agregado. Es más, Bolivia es el país de destino que presenta la mayor proporción de bienes industriales y productos no cobre.

La posición de Chile en el ranking importador de Bolivia ha variado en los últimos 12 años entre la 4ª y la 8ª posición. Por otra parte, la posición de Bolivia en el ranking exportador chileno, en el mismo periodo señalado, ha variado entre el 7º y el 26º lugar.

El número de empresas y el número de productos exportados desde Chile hacia Bolivia es comparativamente mayor que el existente con otros socios comerciales que incluso presentan un mayor porcentaje de nuestras exportaciones. Al respecto, el número de productos se ha mantenido mucho más estable que el número de empresas chilenas que exportan a Bolivia, pasando de 963 empresas el año 2002 a 1.377 el año 2015; y de 2.287 productos a 2.073 productos.

ACUERDO PARA LA PROMOCION Y PROTECCION RECIPROCA DE INVERSIONES.

El 4 de abril de 2014, el Gobierno Boliviano promulgó la Ley N° 516 de Promoción de Inversiones, la cual tiene el objetivo de establecer el marco jurídico e institucional general para la promoción de las inversiones en el Estado, a fin de contribuir al crecimiento y desarrollo económico y social del país. La norma se aplica para las inversiones bolivianas y extranjeras que se realicen en el territorio.

Esta ley tiene los siguientes rasgos distintivos: otorga un rol preponderante al Estado en la economía y en el desarrollo económico y social, así como en la planificación y la dirección de los sectores estratégicos. Al mismo tiempo promueve la inversión (privada y estatal) orientada al desarrollo de sectores productivos no tradicionales y señala que las relaciones jurídicas entre el Estado y los inversionistas se basan en la seguridad jurídica, esto es en reglas claras, precisas y determinadas.

Hay que tener presente que la Constitución Política del Estado Plurinacional (promulgada el 7 de febrero de 2009) señala a su turno que el Estado “reconoce, respeta y protege la iniciativa privada, para que contribuya al desarrollo económico y social, y fortalezca la independencia económica del país”, establece las bases de la economía plural sobre la que se orienta la actual organización económica de Bolivia y que comprende, entre otros aspectos, “el respeto a la iniciativa empresarial y la seguridad jurídica” y la priorización de la inversión boliviana frente a la inversión extranjera, debiendo ésta “someterse a la jurisdicción, leyes y autoridades bolivianas, no pudiendo invocarse situación de excepción ni apelar a reclamaciones diplomáticas para obtener un tratamiento más favorable”.

Según datos oficiales del Departamento de Inversiones en el Exterior dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, durante el periodo comprendido entre los años 1990 y 2014, el stock de inversión chilena directa materializada en el exterior alcanzó la suma de US\$ 99.959 millones, distribuidos en más de 60 países de América, Europa, Asia, Oceanía y África.

Existe un número superior a las 1.200 empresas chilenas ejecutando más de 3.000 proyectos en el exterior. Diez países concentran un 93,7% de las inversiones materializadas a la fecha, ellos son: Brasil, Argentina, Colombia, Perú, Estados Unidos, Uruguay, Canadá, México, Bélgica y Panamá.

De acuerdo a información del Departamento de Inversiones en el Exterior (DIRECON), el stock de IED chilena en Bolivia en el periodo 1990-2014 totalizó US\$ 308 millones, representando un 0,33% del total invertido por empresas chilenas en el mundo. Por sectores, servicios fue el principal destino de las inversiones directas generadas en Chile con una participación del 53%, seguido de industria y energía. Prácticamente, la totalidad de las inversiones se materializó en el periodo 1992-1999, de manera que en los años posteriores sólo se han registrado inversiones menores.

Para Chile, las oportunidades de inversión en Bolivia se concentran en servicios, como: transporte (principalmente terrestre), financieros, audiovisuales y comercio, además de la industria de alimentos y bebidas, los sectores de la construcción, el sector manufacturero y el metalmecánico.

2. COMERCIO CON CHILE

COMERCIO BILATERAL

	MM US\$				
	2012	2013	2014	2015	Var 15/14
Exportaciones según Banco Central (incluye zona franca)	1.550,45	1.712,26	1.627,38	1.234,78	-24%
Exportaciones Chile base Aduanas	462,00	511,00	531,00	440,89	-17%
Importaciones desde Bolivia	250,00	154,00	138,00	83,00	-66%

Fuente: Inteligencia Comercial en base a cifras del Servicio Nacional de Aduanas

Durante el año 2015 las exportaciones se redujeron en un 24% respecto al mismo periodo anterior. Hay dos situaciones que explican la disminución:

1. Disminución de Ventas de la zona franca de Iquique a Bolivia

Ventas de Zofri en MM US\$							
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Var 15/14
Ventas Zofri a Bolivia	664	934	1.057	1.134	996	765	-23%

Fuente: Boletín estadístico Zofri 2015

Bolivia es el principal mercado extranjero para la Zona franca, (53% de las ventas extranjeras) y dentro de estas los principales rubros son: automotriz, menaje, prendas de vestir y textil.

La disminución de las ventas 2015/2014 se explica principalmente por la disminución de venta de vehículos usados, como efecto de la restricción impuesta por el Gobierno de Bolivia.

2. Exportaciones del resto de Chile

Exportaciones Chilenas 2014-2015 según su origen			
	2014 US\$	2015 US\$	Variación 15/14
Exportaciones Productos y servicios Chilenos	261.708.646,35	257.180.357,10	-1,73%
Exportaciones productos no Chilenos	269.552.823,73	183.718.852,91	-31,84%
Total exportaciones s/Aduana	531.261.470,08	440.896.210,01	-17,00%

Fuente: Oficina Comercial, según estadísticas de Aduanas.

Chile exportó US\$ 440 MM en 2015, según base de Aduanas, de los cuales US\$ 257 MM corresponden a productos y servicios de origen Chileno, y US\$ 183 MM a productos que son de origen extranjero, que son nacionalizados y finalmente exportados a Bolivia.

Por lo anterior, podemos explicar que la disminución del monto exportado, se debe a productos extranjeros nacionalizados, dentro del cual el mayor ítem que incide en la baja es de Combustibles Minerales, Aceites Minerales (gasolina y diesel) que disminuyeron en US\$ 40 MM principalmente por efectos de la baja del precio; US\$ 30 MM descendió la exportación de equipos electrónicos – principalmente celulares y US\$ 12 MM en equipos y maquinaria pesada.

Por otra parte, las exportaciones de productos de origen chileno, disminuyeron -1,73%, bastante menor que el descenso general de las importaciones totales de Bolivia que alcanzó a un 8%.

Durante el año 2015, los principales productos exportados chilenos a Bolivia fueron: Preparaciones Alimenticias Diversas, Otras maquinarias y Herramientas, productos farmacéuticos, maquinarias y aparatos eléctricos, abonos, manufacturas de fundición de hierro y acero, plásticos y sus manufacturas, entre otros.

En cuanto a las importaciones desde Bolivia existe una caída del 66% del total exportado en el mismo periodo 2015. Los principales productos que componen la oferta son harinas de tortas, pellets, los demás granos (chía), cerveza de malta, sorgo de grano, palmitos, pisos y molduras de madera, entre otros.

En relación al comportamiento de las exportaciones chilenas mostrado en sectores, podemos destacar aquellos con mayor crecimiento en el periodo mencionado fueron: muebles y componentes (41%), cuero y calzado (12%), servicios (12%), materiales de construcción (9%), industria cosmética (5%), entre otros. (Ver cuadro)

EXPORTACIONES CHILENAS A BOLIVIA POR SECTOR (BIENES)

Exp. De bienes por Sector (Miles de US\$)	2011	2012	2013	2014	2015	% Part. 2015	% Var 15/14	Dif MUS\$ 15/14
Industria Forestal	18.884	16.907	18.920	14.988	15.354	4%	2%	366
Manufacturas	284.888	357.668	391.542	415.528	330.760	76%	-20%	-84.768
- Cuero y Calzado	1.768	1.505	681	510	570	0%	12%	59
- Envases y Embalajes	1.468	2.837	4.774	8.066	7.959	2%	-1%	-108
- Ind. Cosmética	5.402	6.779	8.855	7.663	8.055	2%	5%	392
- Ind. Eléctrico Electrónica	21.758	31.941	46.575	57.797	38.525	9%	-33%	-19.272
- Insumos para la salud y fármacos	20.663	21.972	23.263	24.955	25.209	6%	1%	254
- Materiales de construcción	338	387	568	462	505	0%	9%	43
- Metalmecánica	67.879	71.549	73.766	90.074	62.759	14%	-30%	-27.315
- Muebles y Componentes	596	515	1.191	1.017	1.440	0%	41%	422
- Otras manufacturas	109.393	157.867	174.406	158.081	124.804	29%	-21%	-33.277
- Plástico	9.941	10.736	7.399	9.340	7.160	2%	-23%	-2.180
- Química	37.695	43.523	43.643	52.386	49.229	11%	-6%	-3.157
- Textil y Confección	7.987	8.058	6.422	5.175	4.546	1%	-12%	-630
Minerales	1.168	1.926	1.280	561	446	0%	-20%	-115
Prod. Agropecuarios	62.005	73.789	91.110	93.515	87.308	20%	-7%	-6.208
Servicios	1.396	1.468	1.261	1.091	1.226	0%	12%	135
Prod. Del Mar	8.577	8.918	6.827	4.968	4.892	1%	-2%	-76
Vinos	852	1.243	946	875	866	0%	-1%	-9
Total General	369.192	453.003	505.060	526.566	435.999	100%	-17%	-90.568

Fuente: Elaboración, Inteligencia Comercial de ProChile, con cifras del Servicio Nacional de Aduanas

CHILE: EXPORTACIONES HACIA BOLIVIA 2015 POR CAPÍTULO

Nº	Producto	En US\$ miles	% de Participación
1	PREPARACIONES COMPUESTAS NO ALCOHOLICAS PARA LA FABRICACION DE BEBIDAS.	50.579	11,47%
2	ACEITES COMBUSTIBLES DESTILADOS (GASOIL, DIESEL OIL).	37.886	8,59%
3	GASOLINA PARA VEHICULOS TERRESTRES, SIN PLOMO, DE 93 OCTANOS.	35.290	8,00%
4	TELEFONOS CELULARES (MOVILES) Y LOS DE OTRAS REDES.	24.178	5,48%
5	GASOLINA PARA VEHICULOS TERRESTRES, SIN PLOMO, DE 97 OCTANOS.	20.142	4,57%
6	LOS DEMAS MEDICAMENTOS (EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LAS PARTIDAS 30.02 30.05 O 30.06) CONSTITUIDOS POR PRODUCTOS MEZCLADOS O SIN MEZCLAR, PREPARADOS PARA USOS TERAPEUTICOS O PROFILACTICOS, DOSIFICADOS (INCLUIDOS LOS ADMINISTRADOS POR VIA TRANSDERMICA) O	15.106	3,43%
7	NITRATO DE AMONIO, INCLUSO EN DISOLUCION ACUOSA.	12.518	2,84%
8	BOLAS Y ARTICULOS SIMILARES PARA MOLIENDA DE MINERALES, FORJADAS O ESTAMPADAS PERO SIN TRABAJAR DE OTRO MODO.	7.160	1,62%
9	AUTOMOVILES DE TURISMO, DE CILINDRADA SUPERIOR A 1500 CM3 PERO INFERIOR O IGUAL A 3000 CM3.	5.987	1,36%
10	LOS DEMAS CHICLES Y GOMAS DE MASCAR.	5.019	1,14%
SUBTOTAL		213.864	48,51%
RESTO		227.033	51,49%
TOTAL		440.896	100,00%

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas de Chile

Como se mencionó anteriormente, Bolivia es uno de los países de destino de las exportaciones chilenas que presenta la mayor proporción de bienes industriales y productos no cobre. Durante el año 2015, los principales productos exportados desde Chile a Bolivia fueron; preparaciones no alcohólicas para la fabricación de bebidas (11,47%), aceites combustibles destilados (gasoil, diesel oil) (8,59%), gasolina (8%), teléfonos celulares (5,48%), medicamentos (4,57%), nitrato de amonio (2,84%), bolas y artículos similares para molienda de minerales (1,62%), otros (51,49%).

CHILE: IMPORTACIONES DESDE BOLIVIA 2015 POR CAPITULO

Nº	Producto	En US\$ miles	% de Participación
1	HARINAS DE TORTAS.	27.366	27,23%
2	ALCOHOL ETILICO SIN DESNATURALIZAR CON GRADO ALCOHOLICO VOLUMETRICO SUPERIOR O IGUAL AL 80% VOL.	8.511	8,47%
3	«PELLETS».	8.091	8,05%
4	LAS DEMAS SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS, INCLUSO QUEBRANTADOS.	6.560	6,53%
5	HARINAS DE TORTAS, DE SEMILLAS DE GIRASOL.	5.383	5,36%
6	PALMITOS PREPARADOS O CONSERVADOS, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE O ALCOHOL.	5.075	5,05%
7	SORGO DE GRANO (GRANIFERO) PARA CONSUMO.	4.104	4,08%
8	CERVEZA DE MALTA.	4.099	4,08%
9	«PELLETS», DE SEMILLAS DE GIRASOL.	3.017	3,00%
10	HARINAS DE TORTAS.	27.366	27,23%
SUBTOTAL		72.205	71,84%

RESTO	28.301	28,16%
TOTAL	100.506	100,00%

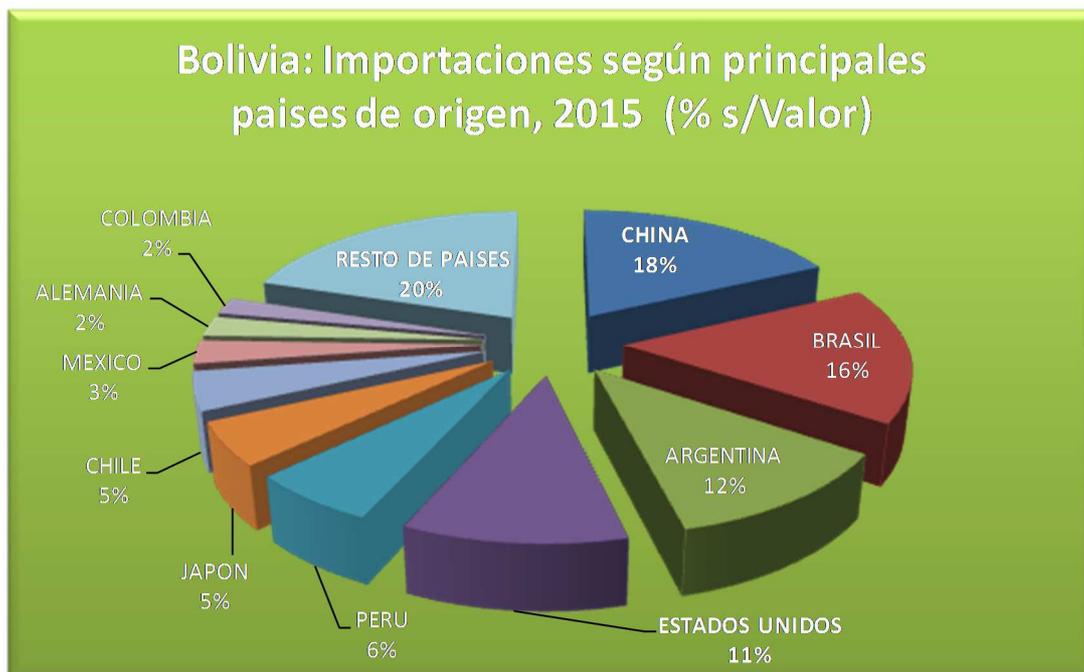
Fuente: Servicio Nacional de Aduanas de Chile

Las importaciones procedentes de Bolivia han descendido en 60% con respecto a la gestión 2012, donde ascendieron a US\$ 245,27. Luego, en el año 2013 fueron de US\$ 154,65 millones, pasando en 2014 a US\$ 138,789 millones y en 2015 a US\$ 100 millones. Cabe hacer notar que la gestión 2012 alcanzó un récord en compras desde Bolivia.

Los principales productos importados desde Bolivia son harinas de tortas de soya (27,23%), alcohol etílico (8,47%), harinas de tortas de girasol (8,05%), las demás semillas y frutos oleaginosos (6,53%), harinas de tortas de semillas de girasol (5,36%), palmitos (5,05%), sorgo en grano (4,08%), otros productos (28,16%).

3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A BOLIVIA DE:

Chile ocupa el séptimo lugar en el ranking como proveedor de Bolivia



Fuente: Oficina Comercial, según estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS (POR SECTOR)

La demanda en Bolivia se ve reflejada en diversos ámbitos de la economía, pero uno de ellos es representativo para Chile, el comportamiento de las importaciones en este mercado. Según el Instituto Nacional de Estadística, en Bolivia el valor global de las importaciones de la gestión 2015 ascendió a US\$ 9.676 millones, por la compra de 5,5 millones de toneladas. Las categorías económicas con mayor porcentaje de participación sobre el total fueron: Suministros Industriales con el 29% del total importado; Bienes de Capital (25%) y Equipos de Transporte, sus piezas y accesorios (18%). Hubo un descenso en casi todas las categorías (excepto Artículos de consumo) comparadas con el año 2014.

DESEMPEÑO POR CATEGORÍA ECONÓMICA

**BOLIVIA: IMPORTACIONES SEGÚN GRANDES CATEGORÍAS ECONÓMICAS (GCE Rev. 3)
COMPARATIVO AL MES DE DICIEMBRE 2012-2015**
(En kilogramos brutos y dólares americanos)

GCE Rev. 3	ENE – DIC 2012		ENE – DIC 2013 (p)		ENE – DIC 2014 (p)		ENE – DIC 2015 (p)	
	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR
Alimentos y Bebidas	634.568.073	570.648.285	674.033.843	648.048.991	869.322.718	741.402.779	675.242.842	607.974.031
Suministros Industriales no especificados en otra partida	2.141.668.034	2.580.143.690	2.287.735.030	2.784.600.423	2.537.692.976	3.003.951.542	2.643.280.418	2.816.896.458
Combustibles y Lubricantes	1.073.723.997	1.218.419.551	1.110.171.656	1.243.818.862	1.125.164.141	1.214.740.115	1.316.696.937	1.038.098.008
Bienes de Capital (excepto el equipo de transporte) y sus piezas y accesorios	215.469.806	1.873.207.721	240.762.392	2.304.118.352	297.736.374	2.675.587.723	260.162.325	2.384.635.011
Equipo de Transporte, sus piezas y accesorios	274.415.240	1.283.441.150	272.795.025	1.614.126.814	286.658.098	1.812.183.196	274.813.631	1.695.722.084
Artículos de consumo no especificados en otra partida	300.914.082	1.040.530.601	317.318.785	1.089.913.845	315.333.198	1.099.884.601	312.100.327	1.130.115.135
Bienes no especificados en otra partida	2.631.462	15.414.783	211.329	7.378.896	216.037	6.047.529	178.792	2.820.068
TOTAL IMPORTADO	4.643.390.694	8.581.805.781	4.903.028.060	9.692.006.183	5.432.123.542	10.553.797.485	5.482.475.272	9.676.260.795

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE / Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE / (p): Datos preliminares

Nota: No incluye efectos personales

Alimentos y Bebidas: El valor de las importaciones de esta categoría se redujo en un 18%, asimismo su volumen registró una caída del 22% comparados al año 2014.

Suministros Industriales: Las importaciones decrecieron 6% en términos de valor, empero el volumen experimentó un incremento del 4% comparado al 2014.

Combustibles y Lubricantes: El valor de las importaciones de esta categoría registró una disminución del 15%, es decir US\$ 177 millones menos en relación al mismo período del 2014, aunque el volumen tuvo un crecimiento del 17%.

Bienes de Capital: En el 2015, las importaciones de estos productos se redujeron tanto en valor como en volumen, 11% y 13% respectivamente comparados al año 2014

Equipos de Transporte, sus piezas y accesorios: Durante la gestión 2015, las compras de esta categoría disminuyeron 6% en términos de valor (US\$ 116 millones menos), por su parte el volumen se redujo en 4%, en relación al 2014.

Artículos de consumo: Tuvo un incremento del 3% en valor, mientras que en términos de volumen registró una leve disminución de 1% comparado con el 2014.

Se consideran oportunidades para los siguientes productos chilenos de acuerdo al análisis de las importaciones de Bolivia de la gestión 2015 con fuente del Instituto Nacional de Estadística de Bolivia- INE:

Alimentos y Bebidas

Respecto a los productos alimenticios los productos importados por Bolivia, que registraron un alza fueron las carnes y sus preparados con 23,6% (US\$ 9,5 MM), pescados crustáceos y moluscos frescos o refrigerados con un incremento del 15,7% (US\$ 21,8 MM), las legumbres y frutas también registraron un crecimiento del 12% (US\$ 51,4 MM), y por último la compra de bebidas registró un crecimiento de 15% (US\$ 59,6 MM).

Chile es el tercer país proveedor de preparados de azúcar a Bolivia con 15% de participación en el mercado, en primer lugar esta Canadá con 28% y Argentina con 16%.

Otro grupo de productos con potencial son el del café, té, especias y sus preparados, donde Chile cuenta con un 9% de participación. Los principales proveedores son Brasil con 36%, Argentina con 12% y Estados Unidos con 10%.

Respecto a las importaciones de carne, Brasil ocupa el primer lugar con el 86% de participación, y le sigue Chile con el 10% principalmente con ventas de carne de cerdo.

En cuanto a las ventas de legumbres y frutas a Bolivia, Chile es el segundo proveedor con el 21% de participación, le antecede Argentina con 36%. Las principales frutas que exporta Chile son manzanas, de las cuales el año 2015 se importó cerca de US\$ 8 MM representando una cuota de mercado de 59%. Respecto a las uvas, Chile es el primer proveedor con 37% de participación, seguido de Argentina con 33%. Otras frutas que han ganado espacio en el mercado boliviano son las cerezas y los kiwis, siendo Chile el único proveedor de ambas frutas, en la gestión 2015 se importaron cerca de US\$ 166.000, respecto a los kiwis, entre el 2014 y el 2015 se duplicaron las ventas pasando de US\$ 317 mil a US\$ 669 mil.

Los preparados comestibles han tenido un leve descenso del 6% en las importaciones, en la gestión 2015 se importaron US\$ 143 millones mientras el 2014 se importaron US\$ 153 millones. Chile es el principal proveedor de estos productos con 40% de participación. Cabe destacar que Chile es el tercer proveedor de productos lácteos con 11% de cuota de participación, le anteceden Argentina con 14% y Paraguay con 13%.

En la elaboración de cacao y chocolate y productos de confitería, Chile también ocupa el tercer lugar como proveedor con un 14% de participación, le anteceden Brasil con 21% y Colombia con 17%. En cuanto a la importación de fideos y productos farináceos similares, Perú lidera las ventas en el mercado boliviano con 72% del mercado, le sigue Chile con 8% de participación.

Respecto a las ventas de otros productos alimenticios (tostado de nueces, maní, té, sopas y caldos en estado líquido, sólido o en polvo; especias, salsas y condimentos, vinagre; alimentos infantiles, preparados enlatados, sucedáneos de la leche y el queso), Chile es el primer proveedor con un 37% de participación, le sigue Estados Unidos con 18% y Argentina con 15% de participación.

En relación a vinos, Chile es el segundo proveedor con una cuota de mercado de 14%, le antecede Argentina con 73% de participación.

Industrias

Para este año 2016, se estima que el comportamiento del sector de la construcción se mantenga constante con un crecimiento de más del 8% como en anteriores gestiones, en este sentido, los productos relacionados a este sector se ven auspiciosos. Por el lado de las importaciones, Bolivia compró US\$ 1.276 millones de vehículos de carretera registrando un crecimiento del 5% en relación al 2014. Otro ítem que refleja el movimiento de este sector son los edificios prefabricados; artefactos y accesorios sanitarios y para sistemas de conducción de aguas que registraron un 6,5% de crecimiento comparado con la gestión 2014.

También se registra crecimiento e inversión en el sector de la agroindustria, en el año 2015 se incrementó la compra de alimento para animales en un 22% respecto a la gestión pasada, con un monto de US\$ 32,8 millones.

El sector de la industria también registra oportunidades para los productos chilenos, los productos plásticos tuvieron un crecimiento del 10,5% con un monto de US\$ 107 millones, la compra de productos químicos 9*-orgánicos crecieron en 7,2% con US\$ 76,7 millones, los aceites esenciales y productos para la perfumería también experimentaron un alza con 2,6% y US\$ 190 millones.

En cuanto a los productos de la industria alimenticia que registraron alzas la gestión 2015 fueron los aceites y grasas de origen animal con 12,2% (US\$ 4,4 MM), aceites y grasas de origen vegetal con 44,8% (US\$ 9,8 MM), aceites y grasas de origen vegetal o animal procesados 68% (US\$ 3,6 MM).

Los productos de consumo que registraron crecimiento el año 2015 fueron artículos de viaje 5% (US\$ 14,5 MM), prendas y accesorios para vestir con 3% de crecimiento en relación al año 2014 (US\$ 71,5 MM) y calzados con US\$ 132,8 millones y un incremento del 16,9%.

Los productos que tuvieron un crecimiento positivo la pasada gestión (2015), respecto al año 2014 fueron los productos químicos con un 7% de crecimiento en este sector, productos medicinales y farmacéuticos (6%), plásticos 11% y aceites esenciales 3%.

Chile es el principal proveedor de productos farmacéuticos con 14% de participación, le sigue Argentina con (12%) e India con (10%). Las exportaciones chilenas de productos farmacéuticos crecieron 5% según fuente de la Aduana de Chile, pasando de US\$21 millones el año 2014 a US\$23 millones el 2015. Los envases plásticos crecieron un 4% y las sustancias químicas básicas crecieron un 14%.

Servicios

Las importaciones de servicios en Bolivia en la gestión 2015 provenientes desde Chile se incrementaron en un 12% respecto al año 2014, consecuentemente, el número de empresas exportadoras de servicios creció en 4%.

Se considera que hay importantes oportunidades en Bolivia en este sector, considerando el crecimiento sostenido del país (uno de los mayores de América Latina). En relación a los servicios universitarios, Bolivia ofrece importantes oportunidades para continuar incrementando el número de alumnos en universidades e institutos de Chile.

Las proyecciones en el sector servicios para la minería, tienen oportunidades sobre todo con las empresas privadas que son generadoras del 70% de las exportaciones de minerales en Bolivia. Por el lado público, las proyecciones 2016 -2020 se ven prometedoras por parte del gobierno con los 7 proyectos de industrialización de la minería.

También se sugiere considerar a las empresas chilenas el rubro hidrocarburífero en Bolivia que es administrado por Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos (YPFB). Este sector tiene interesantes proyectos a realizar y promueve las relaciones con proveedores para contratar bienes y servicios.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (INE), el sector de la construcción creció en promedio cerca de un 8% en los últimos 5 años, impulsado principalmente por Santa Cruz y luego por Cochabamba y La Paz. Se considera que entre 30 a 40 empresas internacionales participan en las licitaciones. Solamente la Cámara Boliviano China tiene registradas a 15 empresas la mayoría de las cuales tienen participación estatal.

Los servicios para la salud, también tienen buenas perspectivas de crecimiento en los siguientes años en Bolivia, debido a la inversión que realizará el Gobierno en Proyectos de construcción, ampliación y equipamiento de hospitales y centros de salud. Por el lado privado, también el escenario es promisorio, toda vez que existe una carencia de servicios y profesionales especializados que puedan atender a pacientes con diagnósticos complejos.

El mercado para las franquicias gastronómicas y restaurantes han ganado un terreno importante en el mercado boliviano, principalmente aquellas de comida rápida, debido a una tendencia global de inversiones bajas con alta rentabilidad, el crecimiento de la demanda interna y la expansión de la clase media.

Innovación

Otro sector en el que se pueden identificar oportunidades, son en aplicaciones para internet, telefonía móvil y software, las inversiones en estos rubros en la gestión pasada registraron compras por US\$ 264,6 MM un 27% más que el 2014, y en maquinarias y artefactos eléctricos las compras ascendieron a US\$ 431 MM registrando un incremento de 4,5%.

Turismo

Bolivia es el tercer país en importancia de turismo receptivo para Chile, con una total de 395 mil turistas que visitaron nuestro país. Según la Encuesta de Gasto de Turismo Receptor y Emisor 2014 de Bolivia el principal destino visitados por turistas bolivianos el año 2014 fue Chile. Utilizan de preferencia como medio de transporte, el carretero en 90,6% y el aéreo en un 9,1%. Asimismo, la estadía promedio de los turistas Bolivianos en Chile es de 14 días con un gasto medio diario de US\$ 66,6 durante el año 2014. Los principales motivos de viaje hacia Chile fueron: 34,9% por “Vacaciones-Recreación-Ocio”, 17,9% por “Visita a familiares y amigos”, 25,8% por “Negocios y/o Motivos Profesionales” y 7,8% por “Trabajo”, un 8,4% por “Compras”, 1,1% por “Tratamiento de salud o atención medica”, un 1,6% para asistir a “Congresos y Seminarios”, 0,9% por “Estudios”, 1.1% por “Trabajos voluntarios y Religión” y 0,6% en “Otros”.

2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

A partir de la promulgación del Decreto Supremo Nº 125, dictado el 13 de mayo de 2009, Bolivia cuenta con un arancel diferenciado cuyas alícuotas van desde “0”, “5”, “10”, “20” y “35” % sobre el valor CIF. Este arancel diferenciado, afecta principalmente a productos terminados y no a los insumos ni materias primas.

La pasada gestión (2015), el gobierno de Bolivia, promulgó el Decreto Supremo 2522, el cual eleva el gravamen arancelario para la importación de 35 productos, entre ellos calzados, vinos, uvas, lácteos y sus derivados, hortalizas, café en todas sus diversidades y otros que son de consumo habitual. El alza es de un 100% de los aranceles generales de 35 productos, quedando en tasas de 20%, 30% y 40%.

<http://www.aduana.gob.bo/aduana7/sites/default/files/kcfinder/files/circulares/circular1912015.pdf>

Así mismo, el DS 2657 eleva al 40% el gravamen arancelario de un grupo de 26 bebidas alcohólicas, dentro de ellas el vino y pisco.

<http://www.aduana.gob.bo/aduana7/sites/default/files/kcfinder/files/circulares/circular0212016.pdf>

El Ejecutivo y los sectores empresariales han señalado que el propósito de estas disposición de carácter impositivo es el de “proteger la producción nacional”, y evitar que el contrabando siga campeando en los mercados y centros de abasto del país.

PRODUCTOS QUE SE IMPORTAN DESDE CHILE Y QUE SON AFECTADOS POR LOS ARANCELES

Estos productos verían aumentados los aranceles de importación, a pesar que en el caso de las uvas frescas se encuentran negociadas en el Acuerdo de Alcance Parcial Regional PAR N°4.

NANDINA	DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO	ARANCEL 2016 A PAGAR
0806100000	UVAS FRESCAS	17,6% (PAR N°4)
0402991000	LECHE CONDENSADA	20%
0402919000	LAS DEMAS, LECHE Y NATAS(CREMA);SIN ADICION DE AZUCAR,NI OTRO EDULCORANTE	20%

0403100000	YOGUR	20%
0402999000	LAS DEMAS LECHES Y NATAS (CREMA),CONCENTRADAS,O CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE	20%
0402291100	LAS DEMAS, LECHES Y NATAS(CREMA),EN POLVO, GRANULOS O DEMAS FORMAS SOLIDAS CON UN CONT.DE MATERIAS GRASAS SUP.AL 26%,SOBRE PRODUCTO SECO, EN ENVASES INMEDIATOS DE CONT.NETO INFERIOR O IGUAL A 2,5 KG	20%
2204100000	VINO ESPUMOSO	40%
2204210000	LOS DEMAS VINOS EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD INFERIOR O IGUAL A 2 L.	40%
2204299000	LOS DEMAS VINOS,MOSTO DE UVA EN LOS QUE LA FERMENTACION SE HA IMPEDIDO O CORTADO AÑADIENDO ALCOHOL	40%
2205100000	VERMUT Y DEMAS VINOS DE UVAS FRESCAS PREPARADOS CON PLANTAS O SUSTANCIAS AROMATICAS EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD INFERIOR O IGUAL A 2 LITROS	35,2% (PAR N°4)
2208202100	PISCO	35,2% (PAR N°4)

Seguendo el trámite de importación, de acuerdo al Reglamento N° 25870 (Artículo 20° BASE IMPONIBLE).- La base imponible sobre la cual se liquida el gravamen arancelario está constituido por el valor de transacción de la mercancía. Este es determinado por los métodos de valoración establecidos por el Título Octavo de la Ley N° 1990 de este reglamento, más los gastos de carga y descarga, más el costo de transporte y seguro hasta la aduana de frontera, entendiéndose ésta como aduana de ingreso al país. Cuando el medio de transporte sea aéreo, la determinación del valor CIF Aduana considerará el costo del flete aéreo en un veinticinco por ciento (25%) del importe efectivamente pagado por este concepto.

A falta de la documentación comercial que respalde el costo de transporte, éste se presumirá en el equivalente al 5% del valor FOB de la mercancía.

Cuando la operación de transporte se realice sin seguro, se presumirá en concepto de la prima, el importe equivalente al 2% del valor FOB de la mercancía. La póliza de seguro nacional únicamente será admitida cuando se haya obtenido, fehacientemente, con anterioridad al embarque de la mercancía en el país de origen o país de procedencia.

Para la liquidación del Impuesto al Valor Agregado “IVA” 14,94% y la aplicación de la alícuota porcentual del Impuesto a los Consumos Específicos “ICE” en el caso de importaciones, la base imponible estará constituido por el Valor CIF frontera, más el Gravamen Arancelario efectivamente pagado, “GA” y otras erogaciones no facturadas necesarias para efectuar el despacho aduanero.

Para efectos aduaneros y cálculo de la base imponible, los valores expresados en moneda extranjera deberán ser convertidos en moneda nacional al tipo de cambio oficial de venta en el Banco Central de Bolivia, vigente al último día hábil de la semana anterior de la fecha de aceptación de la declaración de mercancías por la Administración Aduanera.

El pago de los tributos Aduaneros debe efectuarse en los bancos autorizados por la Aduana Nacional, ubicados en la jurisdicción aduanera donde se encuentre la mercancía. El plazo es de tres días, computables a partir del día siguiente hábil de la aceptación de la Declaración de Mercancías.

Finalmente, informamos que el Impuesto al Consumo Específico (ICE), sólo se aplica a los productos indicados en la Ley 2.152, entre los que se mencionan los cigarrillos, vehículos, gasolina especial, aceites y bebidas alcohólicas. Mayor información:

<http://www.aduana.gob.bo/aduana7/sites/default/files/kcfinder/files/circulares/circular0092016.pdf>

2. NORMATIVAS

Bolivia cuenta una política arancelaria uniforme, sin embargo, el Art. 117 del Reglamento a la Ley General de Aduanas, D.S: 25870 de agosto de 2000 prohíbe las siguientes importaciones de mercancías:

- a) Productos farmacéuticos, medicamentos de composición y fórmulas no registradas ante el Ministerio de Salud, de acuerdo a Ley del Medicamento Nº 1737.
- b) Productos comestibles y preparaciones alimenticias diversas, bebidas, líquidos alcohólicos en estado de descomposición, adulterados o que contengan sustancias nocivas a la salud. Animales vivos afectados por enfermedades.
- c) Plantas, frutos comestibles, semillas y otros productos vegetales que contengan gérmenes o parásitos perjudiciales o que sean declarados nocivos por las autoridades del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- d) Billetes de lotería extranjera, imitaciones de monedas y material monetario, sellos de correo u otros valores fiscales, excepto los catálogos numismáticos y filatélicos de cualquier naturaleza.
- e) Prendería vieja, como ser: ropa íntima, de cama y de tocador; zapatos, trapos, cordeles, cuerdas y cordajes de materias textiles, en desperdicio o desecho.
- f) Sustancias tóxicas, cáusticas; radioactivas y desechos mineralógicos, y otros residuos o desechos peligrosos que afecten el medio ambiente.
- g) Desperdicios y desechos (chatarra) de fundición, hierro o hacer, partes y accesorios de vehículos automóviles usados, utilizados para el ensamblaje de vehículos.
- h) Excluyéndose las partes y accesorios de vehículos automóviles usados destinados a una zona franca. (Esto último según D.S. 27340 de enero de 2004).

3. CERTIFICACIONES

El **Art. 119 del Reglamento de la Ley de Aduanas** indica que para efectos del despacho aduanero las mercancías que requieren certificados son las siguientes:

1. Los **productos alimenticios, las bebidas y los líquidos alcohólicos**, requieren la presentación de certificado sanitario (bromatológico, toxicológico, microbiológico y/o radiológico) según corresponda, emitido en el país de origen, según normas internacionales vigentes y del certificado otorgado por el Ministerio de Salud, que acredite la inocuidad para el consumo humano.
2. Los **productos farmacéuticos** regulados por Ley específica, requieren certificado de registro nacional y autorización para el despacho aduanero, otorgado por el Ministerio de Salud de acuerdo a Ley medicamento N. 1737.
3. **Las semillas o frutos para la siembra; plantas vivas y productos para la floricultura, y fruticultura**, requieren la presentación del Certificado fitosanitario de sanidad vegetal de la autoridad competente del país de procedencia, y del Certificado otorgado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.
4. **El ganado y animales vivos** están sujetos a la presentación del certificado zoonosanitario de la autoridad competente del país de procedencia, así como del Certificado de sanidad animal otorgado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.
5. **Los recipientes de fundición de hierro o acero para gases comprimidos o licuados del petróleo**, requieren certificado de calidad otorgado por el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad, IBNORCA, y de los certificados de calidad del país de origen.
6. **Los equipos de refrigeración doméstica, comercial e industrial y de climatización y /o aire acondicionado** deberán contar con el certificado expedido por el fabricante o proveedor en el exterior, certificando que

dichos productos no contienen como sustancia refrigerante, carga de clorodifluoruro de metano, sustancia agotadora de la capa de ozono.

7. **Los carburantes, lubricantes y demás subproductos derivados del petróleo**, deberán contar con autorización expresa y certificación de la Superintendencia de Hidrocarburos que acredite que estos productos cumplen con especificaciones de calidad para las marcas y proveedores, conforme con lo establecido en disposiciones vigentes sobre la materia.

Art. 118 Autorizaciones Previas:

1. Armas y municiones y material bélico, Pólvora y explosivos requieren autorización del Ministerio de Defensa Nacional.
2. Productos químicos y sustancias controladas sujetas a la Ley N. 1008.
3. Máquinas y aparatos para acuñar monedas, monedas y billetes, sellos de correo (estampillas), formularios para valores fiscales, títulos de acciones u obligaciones importados exclusivamente por entidades para su propio uso. Del Ministerio de Hacienda.
4. Aparatos emisores y emisores receptores para el servicio de radio difusión o para televisión social, aparatos de radiodetección y radio sondeo (radares). Autorización de la Superintendencia de Telecomunicaciones.
5. Aeronaves: helicópteros, aviones. Del Ministerio de Desarrollo Económico.
6. Sustancias, productos o mercancías que causen o amenacen causar efectos nocivos en la salud humana o medio ambiente o sustancias agotadoras de la capa de ozono. Del Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación.
7. Elementos químicos halogenados nocivos para la capa de ozono. Estupefacientes, sicotrópicos, alcaloides en general y sus derivados farmacéuticos, sólo para establecimientos autorizados y en las condiciones previstas por la Ley N. 1008. Del Ministerio de Salud y Previsión Social.

Autorizaciones previas para importar alimentos

La Resolución Administrativa 31 del 1 de marzo del 2016 emitida por el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), aprueba el procedimiento aplicable a la emisión de permiso de importación, el mismo que consta de cuatro títulos y un anexo:

Título I.- Requisitos Generales previos para la emisión de los permisos de importación emitido por a Unidad de Inocuidad Alimentaria.

Título II.- Procedimientos aplicables para la Emisión del permiso de Inocuidad Alimentaria de Importación.

Título III.- Formatos de formularios que Solicitud de Permiso de Inocuidad Alimentaria para Importación y modelos de permisos de importación de la Unidad de Inocuidad Alimentaria.

Título VI.- Multas y Sanciones.

Anexo N° I.- Lista de Productos que deben obtener permiso de importación de las Unidades de Inocuidad Alimentaria y Sanidad Animal.

Para mayor detalle de la norma: <http://www.senasag.gob.bo/resoluciones/category/5307-2016.html>

Autorizaciones previas para importar productos de origen vegetal

La entidad encargada de aprobar los permisos de importación de origen vegetal es el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG) las normas aplicables a este sector son:

- Manual de procedimiento de verificación de productos inspección y certificación de productos de importación de competencia de la unidad de sanidad vegetal.
- Resolución administrativa 036/2016 aprobación del manual de procedimiento para la emisión de permisos de importación de insumos agrícolas en línea.
- Procedimiento para la certificación sanitaria para la importación de manzana (Malus Doméstica) Y PERA (Pyrus Communis).

Para mayor detalle de las normas: <http://www.senasag.gob.bo/resoluciones/category/5306-2016.html>

Autorizaciones previas para importar medicamentos y similares

La Encargada de emitir los permisos de importación para medicamentos y La Unidad de Medicamentos y Tecnología en Salud (UNIMED), dependiente del Ministerio de Salud de Bolivia, es la encargada de regular y garantizar el uso de medicamentos seguros, eficaces y de calidad. UNIMED regula la importación de medicamentos, reactivos de diagnóstico, vacunas, cosméticos, dispositivos médicos, entre otros. Para ver más a detalle más normas y procedimientos para el registro sanitario de estos productos visite el siguiente link: <http://unimed.minsalud.gob.bo/reg-far/index.htm>

4. ETIQUETADOS

En Bolivia las normas de calidad y etiquetado están avaladas por el Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA) y el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria "SENASAG", éste último para el etiquetado obligatorio de productos "pre envasados" que se comercialicen en el mercado nacional, sean producidos en mercado interno o importados.

Los requerimientos de etiquetado en Bolivia están establecidos en el Decreto Supremo Nº 26510, del 1 de marzo de 2002 <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/buscarFecha/2002-01-02/2002-12-31/page:3> y por la Resolución Administrativa 072 "Reglamentos de Etiqueta" del SENASAG. <http://www.senasag.gob.bo/registros-unia/etiquetado/normativa.html>.

La etiqueta de los alimentos envasados debe señalar la siguiente información obligatoria:

- Nombre del alimento.
- Naturaleza y condición física
- Contenido neto expresado adecuadamente
- Composición del alimento: ingredientes y aditivos
- Fecha de elaboración y fecha de vencimiento
- Nº de identificación del lote.
- Instrucciones para su conservación
- Marca del producto
- Declarar si tiene ingredientes o aditivos causales de hipersensibilidad
- Identificación, Domicilio legal y Nº de NIT de la empresa
- Registro Sanitario SENASAG 04-03-03-10-0004

Entre otros datos, las etiquetas deben contener el número de identificación del importador o distribuidor (RUT), número de registro sanitario y la traducción de los ingredientes que componen el producto. Por lo general, los productos conservan sus etiquetas originales, pero deben complementarla con lo indicado anteriormente.

También hay que indicar que, el 15 de julio de 2015, el Gobierno aprobó Decreto Supremo 2452, esta norma establece que todos los productos destinados al consumo, de manera directa o indirecta, y que contengan o deriven de organismos genéticamente modificados deben estar etiquetados. A partir de enero de 2016 debía entrar en vigor esta norma, sin embargo el gobierno está en proceso de modificarla.

Para mayor información, puede descargarse el Decreto Supremo 2452 del siguiente link:

<http://anterior.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/edicions/view/777NEC>

En enero de 2016 el presidente Evo Morales promulgó la Ley 775 de Promoción de alimentación saludable que exige, para información de los consumidores, que los productos envasados estén etiquetados con información sobre el alimento. La Ley facilitará al consumidor identificar en sus envases y etiquetas, los alimentos que presenten alto contenido de sodio, azúcar, grasas saturadas y grasas trans. La etiqueta está compuesta por líneas horizontales de colores de acuerdo a su nivel de contenido: Será de color rojo cuando sea de contenido muy alto, contenido medio de color amarillo y si es bajo tendrá color verde.

El reglamento para la aplicación de esta ley aun esta en elaboración, sin embargo para mayor detalle de la misma, puede acceder al documento en el siguiente link:

http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/index.php/normas/verGratis_gob2/153495.

5. TRÁMITES ADUANEROS

Según fuente de la Aduana Nacional de Bolivia, para realizar una importación debe seguir los siguientes pasos:

A. Registro y Empadronamiento del Importador

Toda persona que desea realizar una importación, está en la obligación de registrarse ante la Aduana Nacional, en la Unidad de Servicio a Operadores (USO) - en planta baja de la Oficina Central, Gerencias Regionales ó administraciones aduaneras - como **Importador Habitual o No habitual**, debiendo presentar el **Formulario de Registro de Importadores - Formulario N° 170** (disponible en la página web: www.aduana.gob.bo) debidamente llenado y firmado.

B. Despacho Aduanero de Importación

- 1) El importador previo al embarque de la mercancía, en virtud a su naturaleza, composición y uso de la misma; debe verificar si requiere de una autorización previa a la importación, aspecto que debe ser verificado en el Decreto Supremo N° 572 de 14/07/2010 que en su Anexo **detalla la nómina de mercancías sujetas a autorizaciones previas y certificaciones**. Esta autorización previa, de corresponder, deber ser tramitada ante la entidad competente en nuestro país, antes del embarque de la mercancía en el país de origen o procedencia.
- 2) La importación se inicia con el embarque de la mercancía en el país de origen o procedencia, para su transporte por vía marítima, aérea, carretera, férrea o fluvial, con base a los establecido en el **documento de embarque** emitido según el modo de transporte:
 - a. Conocimiento de embarque marítimo
 - b. (Bill of Lading - BL),
 - c. Guía aérea de carga (Air Way Bill -AWB),
 - d. Carta de porte carretera (CRT),
 - e. Conocimiento de embarque Fluvial.

- 3) Adquirida la mercancía, **el propietario de la misma contratará los servicios de un transportador internacional**, el cual con base en la documentación soporte (Documento de embarque, factura comercial, lista de empaque -packing list- y otros) elaborará el **manifiesto internacional de carga** que corresponda:
- Manifiesto Marítimo de Carga,
 - Manifiesto Aéreo de Carga,
 - Manifiesto Internacional de Carga / Declaración de Tránsito Aduanero (MIC/DTA carretero)
 - Boletín de Tren, Manifiesto Internacional de Carga / Declaración de Tránsito Aduanero (MIC/DTA fluvial).
- 4) El **tránsito aduanero** desde el extranjero hasta una aduana de destino ubicada en territorio boliviano (aduana de frontera, aduana interior, aduana de aeropuerto o aduana de zona franca) debe ser realizado por un transportador internacional autorizado, al amparo del manifiesto internacional de carga utilizado según el modo de transporte, respaldado por el documento de embarque y los documentos soporte requeridos. Si la aduana de destino correspondiere a una zona franca, el importador debe estar habilitado por la Aduana Nacional como usuario de dicha zona franca.

El tránsito aduanero concluye con la entrega de la mercancía por parte del transportador internacional autorizado en la aduana de destino y con la emisión del **Parte de Recepción** por parte del concesionario de depósito aduanero o de zona franca (según corresponda al tipo de aduana de destino), a partir de lo cual se puede iniciar el trámite de despacho aduanero de la mercancía.

- 5) Para el despacho aduanero, el consignatario de la mercancía (importador) puede contratar los servicios de una Agencia Despachante de Aduana o realizar el despacho personalmente (lo último una vez habilitada dicha opción), requiriéndose contar con la siguiente **documentación soporte**.
- Original de la Factura Comercial o documento equivalente, según corresponda.
 - Original o copia del documento de embarque: Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading – BL), Guía aérea de carga (Air Way Bill - AWB) Carta de porte carretera (CRT), Carta de porte ferroviaria (TIF), Conocimiento de embarque fluvial) según corresponda al modo de transporte).
 - Original de la Declaración Andina de Valor (Cuando el valor de la mercancía es mayor a \$us 5.000).
 - Original del Parte de Recepción emitido por el concesionario de depósito aduanero o de Aduana o Zona Franca, según corresponda.
 - Copia de la Póliza de Seguro de Transporte.
 - Original del documento de gastos portuarios.
 - Copia de la Factura de transporte internacional.
 - Original del Certificado de Origen, para mercancías sujetas a preferencias arancelarias.
 - Original de Certificaciones o Autorizaciones
 - Previas, según la naturaleza de la mercancía.
 - Otros documentos requeridos según el caso específico.
- 6) El Declarante (Despachante de aduana o importador, según corresponda), antes de solicitar el despacho aduanero, está obligado a obtener los documentos señalados en el punto anterior y verificar la consistencia de los datos consignados en los mismos, y posteriormente elaborar la **Declaración Única de Importación (DUI)** a través del sistema informático SIDUNEA, mediante el cual se asigna un número a dicha Declaración en señal de aceptación del trámite.

Aceptada la Declaración Única de Importación (DUI), en el plazo de tres (3) días hábiles administrativos debe realizar el **pago de tributos aduaneros** en el Banco Unión como entidad financiera autorizada.

- 7) Pagados los tributos aduaneros, mediante el sistema informático SIDUNEA se asigna automáticamente un **canal de control** a la Declaración Única de Importación (DUI), pudiendo tratarse de:

- **Canal Verde:** Se autoriza el levante (retiro de la mercancía) del depósito aduanero o de la zona franca, sin que la mercancía ni la documentación sean verificadas por la aduana,
 - **Canal Amarillo:** Se realiza el examen de la documentación que respalda el despacho aduanero, a fin de verificar que se presenten todos los documentos requeridos y que los datos consignados en los mismos sean consistentes,
 - **Canal Rojo:** Se realiza el examen de la documentación y el reconocimiento físico de la mercancía, a fin de verificar que dicha mercancía corresponde a la declarada.
- 8) El Declarante (Despachante de aduana o importador, según corresponda) **imprime** la Declaración Única de Importación (DUI) en tres ejemplares, **los cuales firma y sella, y presenta la misma**, más los documentos soporte, a la administración aduanera.
- En los casos de canal amarillo o canal rojo, mediante el sistema informático SIDUNEA se realiza la **asignación de un Técnico Aduanero** que realizará las tareas de control según el canal asignado.
- 9) En los casos de canal amarillo o canal rojo, el Técnico Aduanero realiza el **examen documental y el reconocimiento físico**, según corresponda. Si en la aplicación del canal amarillo o del canal rojo no existen observaciones, se autoriza **el levante (retiro) de la mercancía**; si existen observaciones, se realizan los ajustes y, de corresponder, reintegros pertinentes previamente al levante (retiro) de la mercancía. Firma y sella la Declaración Única de Importación (DUI) y desglosa la documentación.
- 10) El importador o declarante solicita el retiro de las mercancías al concesionario de Depósito de Aduana o Zona Franca presentando una fotocopia simple de la DUI y fotocopia del documento de identidad de la persona que retirará la mercancía. El concesionario emitirá la **“Constancia de Entrega de Mercancías”**, a partir de ese momento la mercancía es de libre circulación.
- 11) Previo al retiro de la mercancía, el importador debe pagar al concesionario de depósito aduanero o al concesionario de zona franca, el importe que corresponda por concepto de servicios logísticos y de almacenaje prestados.
- 12) Después de obtenida la autorización de levante, en el plazo de 2 días deberá retirar la mercancía del depósito aduanero o de zona franca, vencido este plazo y en los sub siguientes 10 días podrá retirar la mercancía previo pago del 1% sobre el Valor CIF, vencido este segundo plazo la mercancía se declarará en abandono y será adjudicada al Ministerio de la Presidencia o al Ministerio de Salud y Deportes.

Operadores Económicos Autorizados (OEA)

Bolivia desde el año 2015 estuvo preparando su programa de Operador Económico Autorizado (OEA) para implantarlo a este año 2016 y de esta forma contar con operadores confiables y seguros en las exportaciones e importaciones.

El Operador Económico Autorizado está definido como un operador económico confiable y seguro, cuya acreditación y certificación es otorgada por una administración de aduana tras un proceso de auditoría de si organización, procesos, administración y estados financieros y el cumplimiento de una serie de estándares de seguridad.

El OEA se encuentra actualmente en funcionamiento en 72 países (27 de la Unión Europea), y en América Latina la mayoría de los países ya cuentan con esta figura y en los restantes se está en proceso de implementación.

La Aduana Nacional de Bolivia (ANB) otorgó el 26 de enero en Santa Cruz la primera certificación como Operador Económico Autorizado (OEA) a la Industria Boliviana de Sacos (Inbolsa), dedicada a fabricación y exportación de envases tejidos de polipropileno. Este aval da a la empresa varios beneficios para sus operaciones de comercio que contribuyen a reducir sus tiempos de despacho y costos, lo que implica un incremento de su competitividad

internacional. El Operador Económico Autorizado es considerado un agente de comercio exterior seguro y confiable para el país.

Son cuatro empresas que serán certificadas próximamente además de Inbolsa. Los ingenios azucareros Guabirá y Unagro en Santa Cruz, la minera San Cristóbal en Potosí y PIL en Cochabamba¹. En la actualidad, existen más de 500 empresas certificadas como OEA en la región.

3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

En Bolivia se está llevando adelante un Nuevo Modelo Económico Nacional Productivo, que define como esencial la participación del Estado para la producción de alimentos, la industrialización de los recursos naturales y el suministro al mercado interno y la exportación de productos.

Es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Es miembro pleno de la Comunidad Andina (CAN) y ha suscrito acuerdos con MERCOSUR, Chile, México, Cuba, Venezuela entre los más relevantes.

Los principales puntos de ventas son:

- **Los mercados.** Mercados semanales que agrupan gran cantidad de vendedores en todo el país y proponen productos de primera necesidad.
- **Los supermercados.** Bolivia cuenta con más de 56 supermercados situados principalmente en las principales ciudades capitales de Bolivia: La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Sucre, Tarija, Oruro, El Alto entre otras. Entre ellos podemos citar IC Norte, Ketal Hipermercados, Hipermaxi y Fidalga.
- **Las tiendas de barrio.** Son consideradas como el canal más importante en el sistema de distribución de diversos productos de consumo masivo. Venden gran variedad de productos y se encuentran en gran número en todo el país. Los precios pueden llegar a ser más convenientes, sin embargo las condiciones de almacenamiento (de los productos perecederos principalmente) podrían ser débiles. Se estima que en las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz existen aproximadamente 30.000 Tiendas de Barrio que abastecen diariamente de productos y servicios a más de 300.000 hogares, constituyéndose por su atención personalizada, tradición y cobertura en el canal minorista más importante de Bolivia.
- **Las tiendas especializadas.** Bolivia cuenta con numerosos puntos de venta de estas características. Proponen diversos productos (zapatos, prendas de vestir, productos manufacturados, entre otros).
- **Los centros comerciales.** Existen algunos centros comerciales en las principales ciudades de Bolivia, tales como MegaCenter, Shopping Sur y Shopping Norte en La Paz.

¹ http://m.la-razon.com/suplementos/financiero/entrevista-marlene_ardaya_0_2436956355.html

Segmentación del mercado

Según una nota informativa de septiembre de 2015 publicada por el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de Bolivia², señala que el Índice Global de la Actividad Económica (IGAE) anualizado, Bolivia registró un crecimiento del PIB de 5,2% a junio de 2015, gracias a la demanda interna que sigue siendo el principal motor que impulsa el crecimiento económico a través del consumo de los hogares y la ejecución récord en inversión pública.

Una señal clara de que las personas ahora tienen más dinero en el bolsillo es la elevación del valor de las ventas y servicios que facturan los restaurantes y supermercados en Bolivia.

En 2005 los restaurantes facturaban US\$ 67 millones pero para el 2014 la cifra subió a US\$ 635 millones, registrando un crecimiento de 853%. A junio de 2014, los restaurantes alcanzaron un total de ventas de US\$ 292 millones, mientras que junio de 2015 este rubro ya ha facturado US\$ 335 millones, representando un incremento de 15% con respecto al mismo periodo del año pasado.

Por su parte, los supermercados también tuvieron un incremento en los montos que facturaron a junio de 2015 llegando a US\$ 251 millones y superando en 9% las ventas registradas en el mismo periodo de 2014 (US\$ 232 millones).

Se considera también importante dar a conocer el sector de las Franquicias que se han posicionado en el mercado Boliviano durante los últimos años:



Según una publicación del periódico La Razón el pasado 10 de agosto de 2013, y haciendo alusión a una entrevista realizada al Presidente de la Federación de Empresarios de Santa Cruz (FEPSC), indica que las franquicias

² Bolivia crece al 5,2% a junio de este año - Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
http://www.economiayfinanzas.gob.bo/index.php?opcion=com_prensa&ver=prensa&id=3511&categoria=5&seccion=306

³ La Razón, Aline Quispe, La Paz, Agosto 10 de 2014,

gastronómicas han ganado un terreno importante en el mercado local, principalmente aquellas de comida rápida, debido a una tendencia global de inversiones bajas con alta rentabilidad, el crecimiento de la demanda interna y la expansión de la clase media.

Según la Cámara Boliviana de Franquicias (Cafran), la ciudad de Santa Cruz concentra alrededor de un 80% de las marcas asentadas en el país. Predominan las que provienen de EEUU, Argentina y Brasil.

La tendencia de la población boliviana se torna más consumista y exigente, en este contexto y dada la tendencia mundial en Bolivia se han abierto varios restaurantes gourmet, con énfasis en consumir productos orgánicos. Dada la creciente demanda los supermercados ha incorporado productos gourmet, tal es así el caso de Supermercados Ketal en la ciudad de La Paz, ICE Norte en Santa Cruz, e Hipermaxi que cuenta con sucursales en La Paz y Santa Cruz. Hipermaxi hace poco previendo el crecimiento en la demanda de este tipo de productos es que ha abierto un Hipermaxi Gourmet en Santa Cruz ubicado en el Mall las Brisas. Otras tiendas especializadas se encuentran también en Santa Cruz, es el caso de Supermercados Tía que abrió hace poco un supermercado gourmet en el Ventura Mall y la tienda Todo Gourmet que es un referencial en cuanto a este tipo productos.

Por último, se percibe un nicho de mercado en tiendas que comercializan productos naturales tales como Irupana, Súper Ecológico, Naturalia, entre otras, las cuales comercializan productos gourmet a base de quinua, amaranto, frutas secas, cereales naturales, panadería, sábila, chocolates, entre otros.

La promoción

Tradicionalmente la Feria Internacional de Santa Cruz (Expo Cruz) y la de Cochabamba (Feicobol), son los dos eventos comerciales de mayor importancia en Bolivia y se constituyen como un buen modo de promoción para productos extranjeros, ya que además de poder exponer y promocionar productos y servicios, cuentan con ruedas de negocios altamente concurridas.

La televisión es el vector de publicidad más importante del país, representando más de dos tercios de los gastos de publicidad. Asimismo, la prensa cuenta con un importante lugar en la estrategia de promoción, con cinco periódicos en La Paz (La Prensa, La Razón, El Diario, Cambio y Página Siete, tres en Santa Cruz (El Mundo, el Deber y el Nuevo Día) y dos en Cochabamba (Los Tiempos y Opinión de Cochabamba).

La radio es muy popular en Bolivia; se encuentran más de 300 emisoras, de las cuales 190 emiten desde La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. El número de receptores está evaluado en 3,5 millones y la audiencia en 4,5 millones de personas.

2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

El consumidor boliviano ha desarrollado a través del tiempo, una relación dinámica con diferentes países proveedores, en particular, Estados Unidos, Brasil, Perú, Argentina, Chile, China, Japón, entre otros.

La influencia de las zonas francas comerciales en Bolivia es importante y por ello, el consumidor nacional ha ido creando una necesidad por la variedad y nivel de precios de la oferta.

Según un artículo publicado recientemente por el Periódico El Deber de Bolivia⁴, la bonanza económica y el aumento de la población económicamente activa (jóvenes entre 18 y 24 años) han transformado los hábitos de

http://www.la-razon.com/index.php?url=/suplementos/financiero/Gastronomia-impulsa-desarrollo-franquicias-mercado-financiero_0_2103389763.html

⁴ Periódico El Deber, 24 de febrero de 2015

<http://www.eldeber.com.bo/economia/comercio-enfrenta-comprador-mas-exigente.html>

consumo de los ciudadanos bolivianos. Entre los nuevos patrones que ahora surgen emerge con fuerza un perfil al que los empresarios, psicólogos y publicistas han colgado la etiqueta de 'más exigente'.

Pablo Sánchez, director de Insights e Innovación en Captura Consulting, asegura que en encuestas realizadas para clientes privados se evidencia que el peso de las marcas y la calidad percibida en los productos tendió a aumentar disminuyendo la influencia del precio en los procesos de compra.

Cuando se estudia a la población de Bolivia, según el máster en Comportamiento del Consumidor por la Universidad Adolfo Ibáñez, resulta evidente que hay múltiples perfiles de consumidores que conforman el mosaico multicultural del país. El comprador tiene diferentes características de acuerdo a la región.

El consumidor de La Paz y Cochabamba es más cauteloso, se informa antes de adquirir un bien o contratar un servicio, pero el cruceño (originario de Santa Cruz), tiene una presión social enorme por lo que sus tendencias de compra son más ostentosas y tiene a buscar productos de marca o imitaciones.

Hoy, con un mayor poder adquisitivo, el consumidor boliviano exige más a la hora de comprar, pero opta por los canales tradicionales. El 71% de la población prefiere los mercados populares, de acuerdo con el estudio encargado por Kimberly-Clark Bolivia. (La medición es comparativa en los meses de julio, agosto y septiembre de 2012, 2013 y 2014).

Este porcentaje es mayor al de los países vecinos. En Perú, este mismo canal está representado con el 63%, en Argentina con 39% y en Chile con 26%. "El consumidor boliviano aún asocia la compra en el mercado al precio bajo", revela la firma.

3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

Los empresarios bolivianos tienden a ser formales socialmente, y más aún cuando se trata de realizar negocios. Su etiqueta de negocios, la conducta y la vestimenta son conservadoras e importantes, especialmente en ciudades como La Paz y Cochabamba. Debido a su clima más húmedo y caluroso, algunos empresarios de la ciudad de Santa Cruz, tienden a vestir de manera menos conservadora.

La puntualidad no se observa terminantemente. El recibimiento a través de una comida es una buena práctica empresarial, así como los presentes entregados al momento de la bienvenida. Después de establecer una relación comercial, los empresarios bolivianos esperan con agrado poder conocer las instalaciones y/u oficinas de su contraparte extranjera.

4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

En este aspecto, cabe mencionar que los contactos personales son esenciales en Bolivia, como en toda América Latina. Permiten acelerar considerablemente los trámites. Adicionalmente se sugiere considerar que los bolivianos no son comercialmente agresivos y podría estar presente en la negociación, una postura de prometer fácilmente por amabilidad y no decepcionar a su interlocutor.

Aunque el inglés es hablado por una parte importante de los interlocutores comerciales, la comunicación es en idioma español, lo cual conlleva a un acercamiento más rápido y duradero.

Si se prospecta el mercado para productos de consumo, es naturalmente indispensable, llevar muestras y documentación en idioma español. Si bien, la economía no es dolarizada, el dólar sigue siendo una referencia comercial muy utilizada en las negociaciones comerciales.

Por otra parte, una estrategia importante de negocios en Bolivia es que los bolivianos prefieren hacer negocios con personas conocidas y confiables, y con frecuencia mantienen sus relaciones comerciales dentro de una familia muy unida y círculo social. Debido a la interacción social que existe en Bolivia, los empresarios tienden a cerrar negocios en un ambiente de familiaridad y en almuerzos ejecutivos.

Algunas sugerencias puntuales a tomar en cuenta en la estrategia de negociación:

- Si conoce el título profesional de la contraparte boliviana se recomienda llamarlo por éste (Ej. Doctor Álvarez, Ingeniero González). De lo contrario los títulos de Señor y Señora, son los indicados.
- Las tarjetas de presentación se intercambian en los primeros encuentros.
- Las reuniones sociales no son vistas como una oportunidad para discutir temas de negocios, se deben enfocar en conocer a los socios a nivel personal.
- En Bolivia es importante establecer una relación a nivel personal, es por esto que los primeros encuentros se deben destinar a crear confianza y a conocer un poco acerca de la contraparte.
- A pesar de que las reuniones se llevan a cabo en un ambiente relajado, siempre existe una cuota de formalidad.
- Más de una reunión son necesarias para negociar y cerrar un trato. Planee hacer más de un viaje para completar la transacción de negocios.
- El ritmo de las negociaciones comerciales es generalmente más extenso que en otros países.
- Se sugiere contar con un contacto local para que lo ayude a hacer negocios en Bolivia.
- El contrato no está terminado hasta que se alcance un acuerdo de todas las partes involucradas.

5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

Definir una estrategia para ingresar al mercado boliviano será de gran importancia. Lo anterior se podrá concretar inicialmente a través de una misión comercial, la que mediante una agenda de reuniones permitirá conocer los actores públicos y privados relacionados al segmento de mercado al cual se desean dirigir los esfuerzos de una empresa chilena.

Algunos inversionistas consideran que muchas multinacionales fracasaron en Bolivia al aplicar la misma estrategia que diseñaron en países vecinos para vender un producto o servicio. En este sentido, expertos señalan que no es recomendable que las firmas diseñen estrategias para que funcionen con la misma eficacia para todos. Es imprescindible segmentar y adaptar las campañas en función al segmento al que una marca desea llegar.

Durante el proceso de validación de una empresa chilena en el mercado boliviano, será necesario evaluar la posibilidad de contar con un representante legal en Bolivia. Al respecto, cabe mencionar que la mayoría de las licitaciones publicadas señalan que éstas se encuentran dirigidas a empresas legalmente establecidas en Bolivia.

Posteriormente y tomando en consideración la legislación local en estas materias, también se podrá evaluar la posibilidad de la utilización de un agente o distribuidor local, establecer una oficina, generar una franquicia o asociarse con una empresa local, entre otras alternativas.

6. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

Los bolivianos son gente amable y gentil, que se preocupa por el bienestar del otro. La amistad es un valor muy importante, así como la educación. En la sociedad boliviana el machismo está presente y la familia es el elemento central en el sistema social.

Algunas normas sugeridas:

- El saludo habitual es un apretón de manos. De la mano al encuentro y la despedida.
- Los amigos íntimos masculinos pueden abrazar. Hombres amigos se abrazan y tocan las mejillas.
- Se le considera poco fiable si no mantienen el contacto visual directo.
- La postura correcta al estar sentado y de pie es signo de seguridad y respeto.
- Es de buena educación comer todo lo que está en su plato.
- Manténgase por lo menos 30 minutos a una hora después de que la cena ha terminado.
- Para los varones, use especialmente en La Paz, trajes oscuros. Un traje ligero es más común en Santa Cruz. Para las damas, se sugieren trajes, vestidos, faldas y blusas.
- Un presente será apreciado sinceramente, en particular si su origen proviene de Chile.

Consejos útiles

- Hable lento y modulado, evitando utilizar modismos.
- Saber algo acerca de los deportes de Bolivia. Se apreciará.
- No hable de pobreza o religión.
- Absténgase de dar opiniones políticas.
- Si Ud. es una mujer de negocios que visita Bolivia con dicho fin, se sugiere manifestar amistosamente su experiencia y preparación.
- No se acostumbra llegar a tiempo a una ocasión social. Los huéspedes comienzan la ocasión entre 15 a 30 minutos más tarde.
- Los bolivianos aprecian a las personas que son cálidas y amistosas.

4. INFORMACIÓN ADICIONAL

1. ORGANISMOS RELEVANTES

Ministerio de Relaciones Exteriores: Establece como su principal misión el preservar y resguardar la soberanía e intereses de Bolivia ante la comunidad internacional, así como analizar, planificar, coordinar, centralizar y ejecutar la Política Exterior del Estado Plurinacional.

www.rree.gob.bo

Aduana Nacional de Bolivia: La Aduana de Bolivia establece como su principal misión, facilitar y controlar el flujo internacional de mercancías y recaudar los tributos dentro de una política de Estado para el desarrollo productivo y social de Bolivia.

www.aduana.gob.bo

Banco Central de Bolivia: Esta institución tiene como finalidad, mantener la estabilidad del poder adquisitivo interno de la moneda para contribuir al desarrollo económico y social.

www.bcb.gob.bo

Instituto Nacional de Estadísticas (INE): El INE es la entidad encargada de producir, analizar y difundir información estadística oficial y de calidad, así como normar, coordinar y promover el sistema nacional estadístico para el desarrollo del país.

www.ine.gob.bo

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas: Su mandato político y social es contribuir a la construcción del Nuevo Modelo Económico Social Comunitario Productivo, basado en la concepción del Vivir Bien, formulando e implementando políticas macroeconómicas soberanas que preserven la estabilidad como patrimonio de la población boliviana, y promuevan la equidad económica y social; en el marco de una gestión pública acorde con los principios y valores del nuevo Estado plurinacional.

www.economiayfinanzas.gob.bo

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural: Su mandato político y social es impulsar con los actores sociales el proceso del cambio de la matriz productiva, fortaleciendo la economía plural a través de la producción artesanal, manufacturera, industrial y agroindustrial, en armonía con la naturaleza, agregando valor, generando capacidades productivas y democratizando el acceso a los mercados interno y externo, para contribuir a la soberanía alimentaria y a la diversificación de la producción con empleo digno.

www.produccion.gob.bo

Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG): Su misión es mejorar y proteger la condición sanitaria del patrimonio productivo agropecuario y forestal así como garantizar la inocuidad alimentaria.

www.senasag.gob.bo

Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA): Entidad encargada de las Normas Técnicas Bolivianas, certificar sistemas, productos y servicios de acuerdo a las normas nacionales e internacionales, entre otras atribuciones.

www.ibnorca.org

Promueve Bolivia: está destinada a facilitar, impulsar y promover las exportaciones y el turismo de Bolivia en el exterior, en los sectores público, privado, comunitario y mixto, en el marco de un patrón exportador diversificado y con mayor valor agregado.

www.promueve.gob.bo

Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI): El SENAPI administra el régimen de propiedad intelectual, aplicando las normas establecidas para tal efecto en materias de propiedad intelectual y derechos de autor, siendo la autoridad boliviana competente en ese tema.

www.senapi.gob.bo

Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (CAINCO): Asociación gremial que agrupa a las empresas de los sectores industrias, comercio, servicios y turismo, establecidas legalmente, en el departamento de Santa Cruz.

www.cainco.org.bo

Cámara Nacional de Industrias: Es una Institución de servicios, de carácter privado y sin fines de lucro, que promueve el desarrollo del sector industrial y de la comunidad empresarial para la generación de recursos, empleo sostenible y el mejoramiento en la calidad de vida de Bolivia.

www.bolivia-industry.com

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

www.boliviacomercio.org.bo

Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE): El IBCE es una institución no gubernamental encargada de la promoción del comercio boliviano. Entre los servicios que ofrece, están la elaboración de informes estadísticos, el Centro de Documentación e Información y la asesoría en materia de exportación e importación.

www.ibce.org.bo

2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

FIACRUZ – IV Feria Integral Automotriz

Fecha: 24 al 28 de Febrero 2016

Lugar: Av. Roca y Coronado, Predio ferial de FEXPOCRUZ

Organiza/Invita: Fexpocruz – Ruedas & Motores

Telf. : (591-3) (591-3) 353-3535 Fax: 353-0888

Cel.: (591) 720-34534

Email: fiacruz@fexpocruz.com.bo jroca@fexpocruz.com.bo

Pag. Web: www.fexpocruz.com.bo

Santa Cruz - Bolivia

Sector Automotriz

FICAD - Feria Internacional de Construcción, Arquitectura y Diseño

Fecha: 16 al 20 de marzo de 2016

Lugar: Feria Exposición de Santa Cruz

Organiza/Invita: Colegio de Arquitectos de Santa Cruz y Fexpocruz

Telf. : (591-3) 333 2699 - 353-3535

Email: feria@fexpocruz.com.bo

Pag. Web: www.fexpocruz.com.bo

Santa Cruz - Bolivia

Sectores construcción, arquitectura y diseño

FEICOBOL- Feria Internacional de Cochabamba

Fecha: 28 de abril al 8 de mayo de 2016

Lugar: Campo Ferial de la Laguna Alalay

Organiza/Invita: Cámara Departamental de Industria y Honorable Alcaldía Municipal de Cochabamba

Telf. : (591-4) 4218880 - 4218881

Email: feicobol@feicobol.com.bo

Sitio Web: www.feicobol.com.bo

Rueda Internacional de Negocios, se llevará a cabo el 4 de mayo en el marco de la trigésimo tercera versión de la Feria Internacional de Cochabamba (FIC)

Informes e inscripciones: FEICOBOL

Cochabamba - Bolivia

Multisectorial

LA PAZ EXPONE 2016

Fecha: 15 al 24 de julio de 2016

Lugar: Campo Ferial Chuquiago Marka

Organiza/Invita: Federación de Empresarios Privados de La Paz y Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Telf. : (591-2) 2312358 - 2392319

Email: lapazexpone@gmail.com / empresariosdelapaz@feplp.com.bo

Sitio Web: <http://www.lapazexpone.com.bo/>

Rueda Internacional de Negocios Cámara Nacional de Comercio (CNC) 2016: haciendo negocios con altura

Se llevará a cabo el miércoles 20 y jueves 21 de julio de 2016 de horas 08:30 a 18:30. En el marco de La Paz Expone 2016.

Informes e inscripciones: (591-2) 2378606 (Int. 118-127)

Email: dalmaraz@cnc.bo; mortega@cnc.bo

La Paz - Bolivia

Multisectorial

EXPOCRUZ –Feria Internacional de Santa Cruz

Fecha: 16 al 25 de septiembre de 2016

Lugar: Campo Ferial de Fexpocruz

Telf.: (591-3) 3533535 – Fax: (591-3) 3530888

Email: feria@fexpocruz.com.bo

Pag. Web: www.fexpocruz.com.bo

Rueda de Negocios Internacional Bolivia, organizada por la Cámara de Industria y Comercio de Santa Cruz (CAINCO) se realizará del 21 al 23 de septiembre en el marco de la Feria Internacional de Santa Cruz.

Informes e inscripciones: (591-3) 3383333

Email: ruedas@cainco.org.bo

Email: <http://www.ruedadenegociosbolivia.com/>

Santa Cruz - Bolivia

Multisectorial

EXPO BOLIVIA MINERA 2016 - Feria de la Minería, Metalurgia &Energía

Fecha: 4 al 7 de agosto de 2016

Lugar: Campo Ferial Chuquiago Marka La Paz - Bolivia

Organiza/Invita: Tecnoeventos – Industria Ferial

Telf. : (591-3) 334-8742 Cel. (591) 750-04282

Email: feriasyeventos@cotas.com.bo - info@tecnoeventos.org

Página Web: www.tecnoeventos.org

Rueda Internacional de Negocios, se llevará a cabo del 5 al 6 de agosto en el marco de Expo Bolivia Minera 2016

Informes e inscripciones: Tecnoeventos

La Paz - Bolivia

Minería

FIPAZ – Feria Internacional de La Paz

Fecha: 5 al 16 de octubre de 2016

Lugar: Campo Ferial Chuquiago Marka La Paz - Bolivia

Telf.: (591) (2) 2141477-76204510

Email: feriafipaz@gmail.com - gerencia@fipaz.com.bo - info@fipaz.com.bo

Pag. Web: www.fipaz.com.bo

Rueda Internacional de Negocios, se llevará a cabo del 11 al 12 de octubre en el marco de la Feria Internacional de La Paz

Informes e inscripciones: FIPAZ

La Paz - Bolivia

Multisectorial