

PROGRAMA DE DESARROLLO DEL COMERCIO Y PROMOCIÓN DE LAS INVERSIONES EN BOLIVIA (BOL AIDCO/2002/0003)

“Cómo Exportar a la Unión Europea”

ACE-Asesores de Comercio Exterior S.L.
Licitación N°: ACE-CII-005-2008

**Consultor Internacional
Germán Pérez Benítez**

“El consultor es único responsable por las opiniones expresadas en el presente documento, las que no representan las posiciones oficiales de la Unión Europea ni del Gobierno de la República de Bolivia. Las fuentes de información examinadas se consideran fiables. Existe el mejor esfuerzo en que el resultado de las entrevistas personales refleje adecuadamente la información ofrecida por los entrevistados, la responsabilidad en su análisis y exposición corresponde al autor según buenas prácticas de consultoría y con orientación a los fines del documento.”

Tabla de Contenidos

1. El comercio internacional como instrumento de desarrollo
 2. La convicción de la UE en la ayuda al desarrollo mediante el comercio internacional
 3. La Unión Europea:
 - 3.1. Breve historia
 - 3.2. Características y Marco Institucional
 - 3.3. Sus 27 estados: principales características socioeconómicas
 4. Bolivia y la Unión Europea:
 - 4.1. El SGP+
 - 4.2. Los acuerdos con la CAN
 - 4.3. Análisis de exportaciones bolivianas a la UE
 5. Requerimientos técnicos y fitosanitarios.
 6. Aranceles, IVA, otras tasas e impuestos.
 7. Diagramas de flujo de los procedimientos principales.
 - 7.1. SIDUNEA (ASYCUDA)
 - 7.2. Procedimientos
 8. Documentación de exportaciones a la UE: ejemplos.
 9. Canales logísticos de acceso desde Bolivia, componentes de costos.
 10. Canales de distribución: cadenas, mayoristas y minoristas.
 11. Fuentes de información para las importaciones de la UE.
 12. Listado y puntos de contacto para programas de apoyo de los estados miembros para exportaciones desde países en desarrollo a la UE.
 13. Emigración y nostalgia: un mercado conocido en el exterior.
 14. Comercio Justo.
 15. El comercio electrónico orientado a Europa.
 16. Microexportaciones
 - 16.1. Concepto y oportunidades
 - 16.2. Principales ejemplos logísticos en la región
- Anexos:
- I. Listado de las principales instituciones por países de la UE de interés para el comercio exterior boliviano (aduaneras, IVA, Derechos Especiales, otras).
 - II. Una herramienta de la Comisión Europea en Internet: el “Export Helpdesk para países en desarrollo”, qué es y cómo manejarlo.
 - III. Inforexport, una colaboración de CEPROBOL y CBI de Holanda
- Separata:
- Bitácora europea para el pequeño exportador boliviano
1. La decisión exportadora
 2. Europa: mi mercado
 3. Un pequeño test de diagnóstico: qué debo mejorar
 4. La Guía hecha fácil

1. El comercio internacional como instrumento de desarrollo.

El intercambio de bienes económicos de cualquier tipo entre dos o más mercados nacionales implica exportaciones e importaciones para las partes, el hecho de que este intercambio en forma de comercio internacional es cada vez mayor y más generalizado, es uno de los principales aspectos de la denominada globalización,

La globalización puede impulsar el crecimiento económico. Pero también puede tener efectos perjudiciales. Al aumentar el tamaño y la apertura de los mercados, aumenta también la competencia entre las empresas y entre los países. Al hacer que compitan economías que no tienen el mismo nivel de desarrollo, la globalización, si no se controla, puede aumentar la brecha existente entre los países ricos y los países pobres y marginar aún más a los países con economías más débiles.¹

Los Estados no pueden solucionar este problema por sí solos. Del mismo modo en que la actividad empresarial se mundializa, las reglas del juego deben establecerse también mundialmente. Únicamente mediante acuerdos internacionales se podrá controlar la globalización y hacer que sea aprovechada en beneficio de todos.²

Siendo conscientes de que la globalización es un proceso que es, que existe, y que tiene sus riesgos, es también adecuado considerar que el Comercio Internacional puede convertirse en una de las mejores herramientas de desarrollo.

La apertura del comercio estimula la economía en general; aumenta los ingresos de los países exportadores y ofrece a los consumidores de los países importadores una gama más amplia de mercancías y servicios a precios más bajos gracias a la mayor competencia resultante. Lo que viene a hacer en resumidas cuentas es que todos los países fabriquen y exporten las mercancías y los servicios respecto a los cuales son más competitivos.³

Dentro de este marco, la mejor aspiración es un comercio justo, que no menoscabe derechos laborales ni ciudadanos, que pueda ser compatible con la protección del medio ambiente y que finalmente valore adecuadamente lo aportado por los países y comunidades en desarrollo.

El comercio justo persigue dos objetivos inseparables, a saber, proporcionar oportunidades de desarrollo a pequeños productores y trabajadores de países en desarrollo, y orientar al sistema de comercio internacional y a empresas privadas hacia un comportamiento justo y que favorezca el desarrollo sostenible.⁴

¹ “La globalización en beneficio de todos. La Unión Europea y el comercio mundial”. Comisión Europea. Dirección General de Prensa y Comunicación. Unidad de Publicaciones. 2003.

² Ibid.

³ Ibid.

⁴ “Resolución del Parlamento Europeo sobre comercio justo y desarrollo.” de 6 de julio de 2006. P6_TA(2006)0320.

2. La convicción de la Unión Europea en la ayuda al desarrollo mediante el comercio internacional.

Son tanto frecuentes como recurrentes las declaraciones, publicaciones, manifestaciones, etc. de los diversos órganos europeos, en relación a la convicción que se dispone sobre la importancia del comercio internacional para el desarrollo, y especialmente cómo la Unión Europea procura proporcionar colaboración para mejorar el desempeño sostenible de los países emergentes, limitando los peligros de la globalización, al tiempo que se ha impuesto a sí misma liderar el impulso al comercio justo.

Es un hecho que la actual política comercial de la UE no se limita a la liberalización comercial, sino que fomenta a nivel internacional temas de debate que beneficien a los países en desarrollo, considerando uno de los retos principales en el presente, que las normas comerciales mundiales tengan en cuenta otras preocupaciones situadas al margen del propio mercado en su concepción más economicista, es decir, que incluyan temas como el medio ambiente, los servicios públicos, la seguridad alimentaria, así como la agricultura y la cultura.

Esta orientación es conforme sin una necesidad de mayores especificaciones con el tratado de constitución de la Comunidad Europea que en sus objetivos generales (art.2) habla de promover un desarrollo armonioso, equilibrado y sostenible de las actividades económicas, así como altos niveles de empleo y protección social, mejora de la calidad del medio ambiente así como la elevación del nivel y calidad de vida. En tal sentido, la política comercial de la UE (art. 131), tiene como fines contribuir, conforme al interés común, al desarrollo armonioso del comercio mundial, a la supresión progresiva de las restricciones a los intercambios internacionales y a la reducción de las barreras arancelarias.

El propósito de la Unión Europea es que el comercio mundial sea libre y justo al mismo tiempo o, dicho de otro modo, que haya un sistema en que los países comercien libremente entre sí en igualdad de condiciones y sin obstáculos proteccionistas. La UE desea que haya unas condiciones de competencia equitativas para todos los países y unas reglas del juego claras. Con un comercio mundial bien administrado, la potencialidad de crecimiento económico de los países emergentes no es despreciable.

La UE se esfuerza por que sus socios comerciales del mundo en desarrollo puedan integrarse en el sistema, echándoles una mano cuando es necesario. Éste es especialmente el caso de los países más pobres, para los que resulta muy difícil aprovechar los beneficios de la globalización.⁵

⁵ “La globalización en beneficio de todos. La Unión Europea y el comercio mundial”. Comisión Europea. Dirección General de Prensa y Comunicación. Unidad de Publicaciones. 2003.

El 15 de octubre de 2007, la Unión Europea aprobó la estrategia «Ayuda al Comercio», diseñada para ayudar a los países en desarrollo a crear la capacidad necesaria para el comercio, y para que éste se utilice de manera efectiva como medio para erradicar la pobreza.

La estrategia «Ayuda al Comercio» pretende ayudar a los países más pobres y vulnerables a dotarse de la infraestructura y las herramientas económicas básicas que necesitan para utilizar el comercio como motor de desarrollo y crecimiento económicos. Asimismo, la estrategia nos recuerda que, para poder prosperar, no basta con que los países más pobres del mundo tengan acceso a los mercados de los países ricos. De hecho, los países más pobres del mundo ya disponen de acceso libre de derechos arancelarios y contingentes, no recíproco, al mercado europeo, pese a lo cual la proporción que representan en las importaciones de la UE ha disminuido y la mayoría de ellos sigue dependiendo de las exportaciones de un número reducido de materias primas. Así pues, el problema de estos países no es la falta de libre acceso al mercado europeo, sino un déficit de capacidad comercial que cierra el paso incluso al dinamismo empresarial más decidido y moderno de los países en desarrollo.⁶

La Unión Europea asumió el compromiso en el año 2005 de incrementar el gasto de ayudas vinculadas al comercio llegando en el 2010 a 2,000 millones de euros en total, aplicando un 50% de tal monto al presupuesto comunitario y el otro 50% en ayudas bilaterales del mismo tipo por parte de los Estados miembros.

Cómo ha publicado muy recientemente la Comisión Europea⁷, lo que piensa la UE sobre el comercio y el desarrollo es que el primero es un instrumento esencial para que los países en desarrollo alcancen los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas. Al impulsar la inversión y el empleo, la intensificación del comercio puede contribuir al aumento de los ingresos, a la mejora de la calidad de vida y al acceso a servicios básicos de los ciudadanos de los países en desarrollo. Al proporcionar a los Estados de los países en desarrollo una base más amplia para sus ingresos fiscales, la intensificación del comercio puede contribuir al desarrollo de los servicios sociales.

Esta convicción en la bondad del comercio internacional para el desarrollo, no implica que se piense que la apertura del comercio por sí sola reduzca la pobreza, siendo el primero un motor de crecimiento y desarrollo, no la va a reducir de forma automática, en este caso la Comisión Europea cree que la apertura del comercio debe ser parte de una estrategia más amplia que incluya tres elementos primordiales, (i) mejora de la política interior: fijación de unas políticas macroeconómicas sólidas, establecimiento de unos niveles exigentes de gobernanza social y económica e inversión efectiva en recursos humanos, (ii) incremento de la apertura del mercado e introducción de normas comerciales internacionales equilibradas, que reflejen el interés por el desarrollo y (iii) cooperación al desarrollo y ayuda para que los países en desarrollo integren el comercio en sus estrategias nacionales de reducción de la pobreza. Estos tres elementos deben combinarse de manera coherente en las propias

⁶ “Convertir el comercio en una herramienta de desarrollo.” Comisión Europea. Dirección General de Comercio. 2008.

⁷ Ibid.

políticas de los países en desarrollo. La Comisión Europea considera que la forma más eficaz de hacerlo consiste en que los países en desarrollo creen y apliquen estrategias de integración comercial como parte de sus estrategias generales de reducción de la pobreza o de desarrollo.⁸

Desde la Conferencia Ministerial de Doha de 2001 hasta 2006, la CE ha destinado un total de unos 5,300 millones de euros a la ayuda vinculada al comercio, lo que representa una media de unos 880 millones de euros anuales, cifra que convierte a la CE en el donante más importante del mundo en este terreno. Esta condición refleja la convicción de que un espíritu empresarial sólido y unas pequeñas y medianas empresas competitivas son factores esenciales para superar las restricciones en materia de oferta y aprovechar las mayores oportunidades de acceso al mercado.⁹

⁸ “Convertir el comercio en una herramienta de desarrollo.” Comisión Europea. Dirección General de Comercio. 2008.

⁹ Ibid.

3. La Unión Europea.

3.1. Breve historia

La integración europea ha proporcionado medio siglo de estabilidad, paz y prosperidad económica. Ha contribuido a elevar el nivel de vida, a construir un mercado interior común, a introducir el euro € como moneda única y a afirmar la voz de la Unión en el mundo como potencia política, económica y social.

La Unión Europea (UE) fue creada en 1993 tras la entrada en vigor del Tratado que le da nombre (1/11/1993) y es la evolución de las Comunidades Europeas que surgieron tras la Segunda Guerra Mundial. El proceso de integración europea se puso en marcha el 9 de mayo de 1950, cuando Francia propuso oficialmente crear "el primer cimiento concreto para una federación europea". Seis países (Bélgica, Alemania, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos) se integraron desde el principio. Hoy, tras cinco tandas de adhesiones (1973: Dinamarca, Irlanda y el Reino Unido; 1981: Grecia; 1986: España y Portugal, 1995: Austria, Finlandia y Suecia, 2004: Polonia, Hungría, República Checa, Eslovenia, Estonia, Eslovaquia, Lituania, Letonia, Chipre y Malta), y después de la entrada en el 2007 de dos nuevos países (Bulgaria y Rumania) la UE cuenta con veintisiete Estados miembros, candidatos son la Antigua República Yugoslava de Macedonia, Croacia y Turquía.

La Unión Europea tiene como lema "*In varietate concordia*" o "Unidos en la diversidad" y basa su razón de ser en el Estado de Derecho y en la democracia. No es ni un nuevo Estado que reemplace a los existentes, ni es comparable a otras organizaciones internacionales. Sus Estados miembros delegan su soberanía a las instituciones comunes que representan los intereses de la Unión en su conjunto. Todas las decisiones y procedimientos se derivan de los tratados fundamentales ratificados por los Estados miembros.

Los objetivos principales de la Unión son (i) instituir una ciudadanía europea, (ii) garantizar la libertad, la seguridad y la justicia, (iii) fomentar el progreso económico y social (iv) afirmar el papel de Europa en el mundo

3.2. Características y Marco Institucional

El funcionamiento de la UE se basa en el principio del Estado de Derecho, por cinco instituciones, que desempeñan cada una de ellas un papel específico:

1) Parlamento Europeo (elegido por los ciudadanos de los Estados miembros);

El Parlamento se elige para períodos de cinco años por sufragio universal directo en cada Estado miembro. Su sede central es Estrasburgo, y también celebra sesiones en Bruselas y Luxemburgo.

Se organizan en grupos políticos (no por países o estados) y se necesitan al menos 10-15 miembros para formar grupo parlamentario. Algunos de los principales son el Partido de los Socialistas Europeos, el Partido Popular Europeo, el Partido Europeo de los Liberales, Demócratas y Reformistas, Izquierda Unida Europea, Forza Europa, la Alianza Democrática Europea y Los Verdes.

El Parlamento tiene tres tipos de poderes: de control, legislativo y presupuestario, en principio como cualquier Parlamento democrático del mundo:

a) Control: Dispone de medios para ejercer el control político sobre las actividades de la UE. Por mayoría de dos tercios puede aprobar una moción de censura contra la Comisión. Desde 1993 el presidente del Consejo Europeo comparece ante el Parlamento para rendir cuentas de su gestión.

b) Legislativo: con competencia sobre el ordenamiento general y por tanto de los países miembros.

c) Presupuestario: aprueba el presupuesto, elaborado por la Comisión.

2) Consejo de la Unión (integrado por los Gobiernos de los Estados miembros);

Desde el año 1975 empiezan a celebrarse reuniones del Consejo Europeo, integrado por los Jefes de Estado y Gobierno de los países miembros. El Consejo Europeo se reserva para definir las grandes líneas maestras de la UE e intentar solucionar contenciosos de la Comisión Europea o del propio Parlamento Europeo. El Consejo se reúne dos veces al año coincidiendo con el final de cada semestre y el final del mandato de turno de la UE. No obstante, a veces hay reuniones extraordinarias sobre temas puntuales. La presidencia de turno organiza estas cumbres y redacta el orden del día.

Uno de los organismos dentro del propio Consejo, que se potencia desde la década del 90, es un Consejo de Política Exterior que popularmente se llama la troika comunitaria, compuesta por los ministros de Asuntos Exteriores del país que ejerce en ese momento la presidencia de turno, del anterior, y del siguiente. Son los que controlan la política exterior de la Unión.

Las votaciones en el Consejo se realizan por el sistema del voto ponderado. En función de su población a cada Estado miembro se le da un número de votos, potenciando a los países menos poblados. Esto hace que haya una mayoría cualificada, sin derecho a veto, y sobre todo lo que se intenta es que una minoría de países potentes no haga imponer su voluntad a países más pequeños ni a la inversa.

Para ciertas decisiones del consejo todavía se necesita la unanimidad, como temas de fiscalidad, derechos de los trabajadores y libre circulación de personas.

3) Comisión Europea (iniciativa y órgano ejecutivo);

La Comisión Europea es uno de los principales centros de la vida comunitaria. Es el órgano de ejecutivo (haciendo un símil con un Estado, la Comisión sería el “gobierno”). De la Comisión dependen las iniciativas legislativas y las tareas de gestión y control. Estos comisarios, (siguiendo el símil “ministros”), están propuestos por los Estados miembros para períodos de cinco años, y una vez designados por sus gobiernos son independientes de los mismos.

La Comisión tiene cuatro tipos de competencias:

- 1.- Es el guardián de la correcta aplicación de los textos de la UE.
- 2.- Es el motor de la UE, puesto que tiene competencias para elaborar propuestas, redactar informes, preparar el presupuesto de ingresos y gastos. Es el que decide las políticas comunitarias y los medios de acción.
- 3.- Es el ejecutor de la integración europea.
- 4.- Además puede incoar a los Estados miembros, e incluso a instituciones de los Estados miembros y aplicar sanciones y multas por infracciones a los textos de la UE.

4) Tribunal de Justicia (garantiza el cumplimiento de la ley);

5) Tribunal de Cuentas (gestión saneada y legal del presupuesto de la UE).

6) También forman parte de institucionalidad de Unión Europea otros cinco organismos:

- Comité Económico y Social Europeo (expresa las opiniones de la sociedad civil organizada sobre cuestiones económicas y sociales);
- Comité de las Regiones (expresa las opiniones de las autoridades regionales y locales sobre política regional, medio ambiente, educación, etc.);
- Defensor del Pueblo europeo (el Ombudsman trata denuncias de los ciudadanos referentes a la mala gestión de una institución u organismo de la UE);
- Banco Europeo de Inversiones (contribuye a los objetivos de la UE financiando inversiones públicas y privadas a largo plazo);
- Banco Central Europeo (responsable de las operaciones de política monetaria y de divisas).

/) Varias agencias y organismos completan el sistema y son permanentes y temporales de diversos tipos:

- Agencias comunitarias

Una agencia comunitaria es un organismo regulado por el Derecho público europeo, distinto de las instituciones comunitarias (Consejo, Parlamento, Comisión etc) y que tiene su propia personalidad jurídica. Se crea mediante una disposición de Derecho derivado con el fin de que realice una labor técnica o científica muy concreta en el marco del «primer pilar» de la Unión Europea. Son la mayoría y son las siguientes (25):

Agencia Comunitaria de Control de la Pesca (CFCA)
Agencia Europea de Derechos Fundamentales (FRA) - sustituye al EUMC
Agencia Europea de Medicamentos (EMA)
Agencia Europea de Medio Ambiente (EEA)
Agencia Europea de Seguridad Aérea (EASA)
Agencia Europea de Seguridad de las Redes y de la Información (ENISA)
Agencia Europea de Seguridad Marítima (EMSA)
Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos (ECHA)
Agencia Europea para la gestión de la cooperación operativa en las fronteras exteriores (FRONTEX)
Agencia Europea para la Reconstrucción (EAR)
Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo (EU-OSHA)
Agencia Ferroviaria Europea (ERA)
Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA)
Centro de Traducción de los Órganos de la Unión Europea (Cdt)
Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional (Cedefop)
Centro Europeo para la prevención y el control de las Enfermedades (ECDC)
Empresa Común Europea para el ITER y el Desarrollo de la Energía de Fusión (Fusión para la Energía)
Fundación Europea de Formación (ETF)
Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo (EUROFOUND)
Instituto Europeo de la Igualdad de Género (en preparación)
Observatorio Europeo de la Droga y las Toxicomanías (EMCDDA)
Oficina Comunitaria de Variedades Vegetales (CPVO)
Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Diseños y Modelos) (OHIM)
Órgano de Vigilancia del GNSS Europeo (GSA)

- Agencias de política exterior y de seguridad común

Se han creado para cumplir tareas muy concretas de carácter técnico, científico o de gestión en el marco de la política exterior y de seguridad común (PESC), el «segundo pilar» de la UE. Son tres:

Agencia Europea de Defensa (EDA)
Centro de Satélites de la Unión Europea (EUSC)
Instituto de Estudios de Seguridad de la Unión Europea (ISS)

- Agencias de cooperación policial y judicial en materia penal
Se ha creado otro grupo de agencias para ayudar a los Estados miembros a cooperar en la lucha contra la delincuencia organizada internacional. Esta cooperación en materia penal constituye el «tercer pilar» de la UE. Son también tres:

Escuela Europea de Policía (CEPOL)
Oficina Europea de Policía (Europol)
Unidad de Cooperación Judicial de la Unión Europea (Eurojust)

- Agencias ejecutivas
Las agencias ejecutivas son organizaciones creadas con arreglo al Reglamento del Consejo N° 58/2003 (DO L 11 de 16.1.2003) para encomendarles determinadas tareas relacionadas con la gestión de uno o más programas comunitarios. Estas agencias se crean para un período de tiempo concreto. Deben localizarse en la sede de la Comisión Europea (Bruselas o Luxemburgo). Actualmente a la fecha de redacción¹⁰ son seis:

Agencia Ejecutiva de Competitividad e Innovación (AECI)
Agencia Ejecutiva de Investigación (REA)
Agencia Ejecutiva del Consejo Europeo de Investigación (ERC)
Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Audiovisual y Cultural (EACEA)
Agencia Ejecutiva para el Programa de Salud Pública (PHEA)
Agencia ejecutiva para las redes transeuropeas de transporte (TEN-T EA)

3.3. Sus 27 estados: principales características socioeconómicas.



Fuente: Unión Europea

¹⁰ Agosto de 2008



Miembro fundador de la Unión Europea, la reunificada República Federal de **Alemania** tiene una población de 82,6 millones de habitantes y una extensión de 356,854 km². Su PBI per cápita se acerca a los 40,000 USD y su moneda es el euro. Uno de los más grandes países europeos, se disputa con China ser el primer exportador mundial y es considerada la tercera economía del mundo.

Su principal socio comercial es Francia, seguido de los Estados Unidos, Reino Unido e Italia. Alemania es un gran receptor de inmigrantes ya que el 19% de la población del país tiene origen extranjero (siete millones de los cuales turcos casi 2,5 millones), esta inmigración compensa su baja tasa de fecundidad, habiendo datos fiables para una futura reducción de población las próximas décadas.

Austria tiene una población de 8,2 millones de habitantes repartidos en una extensión de 83,858 km². Con el euro como moneda su PBI per cápita se acerca los 40,000 USD. Con fuertes y tradicionales lazos con Alemania, este es su principal socio comercial. Cuenta con algunas minorías de habla eslava y croata con regímenes especiales reconocidos. Ha tenido una moderada inmigración en los últimos tiempos, recibiendo como país de acogida a pobladores balcánicos de pasadas zonas en conflicto.



Bélgica es uno de los países fundadores de la Unión Europea e inspirador de integración, ya que junto con los Países Bajos y Luxemburgo creó el “Benelux” ya en 1944 que constituía una unión aduanera y económica similar a lo que ha resultado finalmente la Unión Europea. Buen aparte de las principales instituciones de

la Unión Europea tienen sede en Bélgica. Es una monarquía constitucional que tiene 10,5 millones de habitantes ocupando los 30,158 km² de territorio, dispone de un PBI per cápita de casi 40,000 USD y su moneda es el euro. Con

el noveno índice de desarrollo humano, tiene una alta densidad poblacional a la par que industrial, siendo sus principales socios comerciales Alemania, los Países Bajos, Francia, el Reino Unido, Italia, los Estados Unidos y España. Bélgica cuenta con dos grandes comunidades, (i) la valona que es predominantemente francófona (41%) y (ii) la flamenca (58%) que habla como primera lengua el holandés, aunque buena parte de la población es bilingüe. Hay un 1% de habitantes de lengua alemana y otras.



Uno de los últimos adherentes a la Unión Europea (2007) es **Bulgaria**. Su extensión es de 111,000 km² habitados por 7,7 millones de ciudadanos, con un PBI per cápita que alcanza los 6,000 USD, su moneda es el lev. Bulgaria ha venido implantando aceleradamente reformas en todos los órdenes. Es un país con

una fuerte presencia agrícola (es un país importante productor de cereales) y una industria en plena modernización. La baja tasa de nacimientos, así como el hecho de no ser receptor de inmigración está haciendo que su población se reduzca anualmente en unos 45,000 habitantes.

Con 9,000 km² de extensión, la isla de **Chipre** es la mayor de las del Mediterráneo oriental. El Estado miembro de la Unión Europea administra los 2/3 de la superficie de Chipre, mientras que hay 1/3 al norte que fue ocupado por Turquía en 1974 y



cuya administración sólo reconoce dicho país. La división del país ha afectado profundamente a su economía que se ha vigorizado tras la incorporación a la UE. Está basada básicamente en el turismo y la agricultura. Su moneda desde el 1/1/2008 es el euro. Otra importante fuente de ingresos es la matrícula de buques, la flota chipriota es (nominalmente) la 4ª del mundo. Su población es de 0,8 millones de habla griega y 1,1 incluyendo a los de origen turco de la zona norte.



Dinamarca es miembro de la UE desde 1973 aunque se incorporó sin el territorio de las Islas Feroe y Groenlandia decidió retirarse de la UE en 1985. Ambas zonas gozan de una amplia autonomía administrativa y de autogobierno.

Tiene 43,094 km² donde habitan 5.4 millones de personas, su moneda es la corona danesa¹¹ y su forma de gobierno es la de monarquía constitucional. Su PBI por cápita es de más de 56,000 USD (2007). Es un país de agricultura extremadamente tecnificada que le permite ser un exportador neto de este tipo de productos. Tiene fuertes vínculos económicos con Alemania, país con el que tiene la única frontera, aunque se ha unido mediante túneles y puente a Suecia. Con una población muy uniforme en su origen (antiguos vikingos), recibe inmigrantes que ya son más del 6% de la población.



Eslovaquia se escindió pacíficamente de la República Checa en 1993 con la que formaba Checoslovaquia. Tiene 5,4 millones de habitantes y una superficie de 49,000 km², su moneda es la corona eslovaca¹² y su PBI per cápita es de casi 23,000 USD. La preparación de su población,

las reformas económicas emprendidas desde su incorporación a la economía occidental, así como los menores costos comparativos, han hecho de Eslovaquia una economía muy competitiva, que ha logrado atraer fábricas antes instaladas en otros países (es una potencia en la industria automovilística actualmente). Su población es principalmente de etnia eslovaca con una importante presencia de minorías como la húngara, la gitana y otras.

Eslovenia es una de las seis repúblicas de la antigua Yugoslavia que se incorporó a la UE en el 2004, tiene 20,000 km² y una población de 2 millones de habitantes, su moneda es el euro y su PBI per cápita se aproximó en el 2007 a los 23,000. Siendo la más próspera de las antiguas repúblicas yugoeslavas, su economía se vio fuertemente golpeada por el conflicto



balcánico, viene recuperando su desempeño, gracias a reformas y a la cualificación profesional de sus habitantes. Eslovenia tiene una gran parte de su población fuera de su país (400,000 eslovenos sólo en USA) mientras que por otra parte ha recibido una gran cantidad de refugiados.

¹¹ Los daneses por referéndum celebrado en el año 2000 decidieron mayoritariamente no tener el euro como moneda.



España es una monarquía constitucional con fuertes vínculos históricos y económicos con América Latina, que usa el euro como moneda, y cuenta con una población de 40,7 millones de habitantes sobre una superficie de 504,782 km². España tiene un PBI per cápita que supera los 32,000 USD. Importa principalmente combustibles minerales y lubricantes, maquinaria y equipos de transporte, crudo, productos manufacturados, alimentos, animales vivos y productos químicos. España es una de las principales economías europeas, tiene un fuerte sector turístico y de servicios, además de industrial, siendo considerada una potencia agrícola y agroindustrial, en una amplia variedad de productos, dispone también de una numerosa flota pesquera presente en la mayoría de los caladeros del planeta. Su mayor socio comercial es Francia seguido de Alemania y Portugal. España es un Estado diverso que organiza sus diferentes culturas a través de Comunidades Autónomas con personalidad propia. Es también uno de los países en el mundo con la tasa más alta de inmigración, sólo superado por USA, habiendo revertido su anterior tendencia a la emigración. Actualmente casi el 10% de la población es inmigrante con fuerte presencia latinoamericana.

Antigua república soviética, **Estonia** tiene 1,3 millones de habitantes y 45,000 km² de extensión siendo su moneda la corona estonia. Su PBI per cápita es de más de 14,000 USD y en su tejido económico tiene importancia el turismo, que supone en torno al 15% del PIB de Estonia. Los principales



sectores económicos son la ingeniería, la alimentación, la metalurgia, los productos químicos y los derivados de la madera. Estonia ha apostado por un fuerte desarrollo de las Nuevas Tecnologías con usos importantes de telefonía móvil (incluidos los pagos por celular muy extendidos) e Internet. Tiene una fuerte colaboración con Finlandia con el que le unen lazos culturales y étnicos. Casi la cuarta parte de su población es rusófona. Tiene un decrecimiento demográfico debido, como en otras zonas de Europa a una baja tasa de natalidad y a no ser un importante receptor de inmigración.

¹² Entrará en la Zona Euro en 2009.



Finlandia es el país más nórdico de la UE. Tiene 338 000 km² y 5,2 millones de habitantes, su moneda es el euro. El PBI que le corresponde a cada finlandés fue de algo más de 43,000 USD al año en el 2007. El país cuenta con una economía moderna y competitiva, y es líder mundial en equipos de telecomunicaciones, dispone además de unos grandes recursos forestales. Finlandia destaca mundialmente por ser considerado el país menos corrupto del mundo, y suele ocupar recurrentemente el primer lugar en los estudios que se hacen al respecto. Es uno de los países más ricos del planeta por habitante, habiendo sido uno de los

más pobres a comienzos del siglo XIX. Por su origen étnico la población es muy homogénea y sólo cerca del 2% de la población es de origen extranjero. Las lenguas oficiales son el finlandés (el 94% de la población habla finlandés como lengua materna) y el sueco (6%), hay una pequeña minoría lapona en el norte que habla su propia lengua.

Francia es miembro fundador de la UE y una de las dos economías principales de la misma junto con Alemania, su principal socio comercial. Tiene 550 000 km² de extensión y una población de 59,6 millones de habitantes. Su moneda es el euro. Su PBI per cápita se aproxima a los 40,000 USD (2007). Francia posee una economía industrial avanzada y un sector agrícola eficiente. Las actividades principales son la industria automovilística, aeroespacial, química y farmacéutica, las tecnologías de la información, la electrónica, la moda. El turismo es muy importante siendo el primer receptor de visitantes del mundo. La población francesa ha recibido altas tasas de inmigración proveniente de sus colonias y posteriormente de otras muchas zonas, destacando el norte de África y Latinoamérica. Gracias a políticas de fomento de la natalidad Francia no tiene tasas poblacionales decrecientes, como ocurre con otros países de Europa.





Considerada la cuna de la civilización europea, **Grecia** tiene 11,2 millones de habitantes y su extensión territorial es de 131,957 km². Su moneda es el euro y su PBI per cápita se acercó en el 2007 a los 31,000 USD. Los principales sectores económicos del país son la agricultura, el turismo, la construcción y la navegación.

La población griega cuenta con un gran número de minorías, además de una buena cantidad de inmigrantes (se calculan 0,7 millones a sumar a la población inicialmente mencionada) de todo tipo de procedencia tanto cercana como media (albaneses, serbios, búlgaros, rumanos, armenios, georgianos y otros).

Hungría ocupa un territorio sin acceso al mar de 93,030 km² que es habitado por 10,1 millones de ciudadanos. Su moneda es el forint o florín húngaro. Tiene un PBI por habitante y año que en el 2007 superó los 11,000 USD. Tras su incorporación a las economías de mercado occidentales y su adhesión a la



Unión Europea, Hungría ha venido teniendo un correcto crecimiento económico basado en su agricultura (destaca su producción en vinos) e industria, además de un importante sector servicios. Con tasas demográficas negativas, como otros países europeos de su entorno, Hungría tiene una población homogénea en su origen y una significativa minoría gitana (2% de la población).



Irlanda es el país que desde su integración en la Unión Europea en 1973 ha tenido el mayor avance en el aspecto económico. Su moneda es el euro. Con 4 millones de habitantes y una extensión de 70,273 km², su progreso ha sido literalmente enorme, pasando de una economía muy medianamente desarrollada basada en la agricultura, a un territorio que cuenta con importantes logros económicos y tecnológicos. Esto se ha conseguido en sólo

dos décadas, las últimas del siglo XX. Entre 1980 y el 2000, Irlanda pasó de ser un país de pobreza, a uno de los países con el PIB por habitante entre los más altos del mundo (más de 52,000 USD en el 2006). Con una agricultura aún importante, su industria genera casi un 40% del PBI, destacando especialmente el sector servicios. En relación con software y otros servicios informáticos, Irlanda es uno de los líderes mundiales. Su principal socio comercial es el Reino Unido, seguido de los Estados Unidos. Demográficamente, Irlanda ha revertido su ancestral tendencia a la emigración, siendo hoy un nuevo territorio receptor, con presencia de polacos, checos, nigerianos, chinos y otros, atraídos por la vertiginosa fuerza de la nueva economía irlandesa.

Uno de los fundadores de la Unión Europea, **Italia**, con 301,263 km² y 57,3 millones de habitantes, se considera la séptima economía mundial¹³. Los principales sectores económicos del país son el turismo, la moda, la ingeniería, los productos químicos, el automóvil y la alimentación. Su moneda es el euro y su PBI per cápita se acercó a los 37,000 USD en el 2007. Sus principales socios comerciales son Alemania y Francia en este orden. Es un país con una fuerte presencia industrial y agrícola (es el principal productor de vino del mundo y segundo de aceite de oliva). Demográficamente llegó a estancar su población, aunque en la década de los noventa revirtió su tradicional tendencia emigratoria convirtiéndose en un país receptor de inmigrantes, donde además de norteafricanos y otros, hay una significativa presencia latinoamericana (ecuatorianos, peruanos y bolivianos).



Letonia es uno de los países bálticos que se incorporó a la UE en el 2004. Los letones son 2,3 millones de habitantes, repartidos en una extensión territorial de 64.589 km². Su moneda es el lats. Su PBI per cápita alcanzó algo más de 8,500 USD en el 2006.

Su economía se basa en la agricultura y en la industria, donde destacan los sectores textil y siderúrgico. Sus socios comerciales principales, son Alemania, Suecia, Rusia, Lituania, Finlandia y el Reino Unido entre otros. Los letones cuentan con importantes minorías rusas (casi la tercera parte de la población)

¹³ En disputa en los últimos tiempos con España.

bielorrusas, ucranianas, lituanas y polacas. De hecho sólo algo más de la población es de origen letón. Esto, junto al hecho de que es el país del mundo con la tasa de crecimiento más baja existente (la población decrece a ritmo de -1,5% anual) ha hecho que los propios letones faciliten y estimulen la obtención de la nacionalidad.

Lituania es la más grande de las tres repúblicas báltica, tanto por población (3,6 millones) como por extensión (65.303 km²). Su moneda es el litas y su PBI por habitante y año supera los 12,000 USD. El país ha mostrado un excelente desempeño económico desde su ingreso a la UE en el 2004 junto con sus dos repúblicas hermanas.



Su economía se basa en el sector agropecuario, así como en una notable industria forestal, textil, así como un turismo pujante. Sus socios comerciales son Rusia, Alemania, el Reino Unido, Letonia, Polonia y otros. En Lituania los ciudadanos de origen ruso son una importante minoría pero menos numerosa que en Estonia y Letonia (algo más del 6%) y similar a la de origen polaco, habiendo presencia de bielorrusos y ucranianos.



El Gran Ducado de **Luxemburgo**, situado entre Francia, Bélgica y Alemania es una pequeña monarquía constitucional cuyos 0,5 millones de habitantes disfrutan de un país de 2,586 km² y un PBI per cápita de 104.673 USD. Luxemburgo es el primer país del mundo en este indicador, por lo que puede afirmarse que estos ciudadanos europeos son los más ricos del

planeta. Utiliza el euro como moneda. Basado hasta hace algún tiempo en su producción de acero, los servicios financieros han venido progresivamente a sustituir la importancia siderúrgica. Cuenta con una tasa de inmigración importante que ha compensado la baja de natalidad. Más del 10% de su población es de origen portugués, seguidos de franceses, belgas e italianos.

Malta es el país menos extenso de la Unión Europea con sólo 316 km² de superficie, que habitan 0,4 millones de personas. Esta pequeña isla ubicada en el centro del Mediterráneo usa el



euro como moneda y tiene un PBI per cápita de más de 18,000 USD (2007). Su economía se basa en su posición privilegiada para la navegación en el Mediterráneo, el turismo y manufacturas textiles y electrónicas. Malta es el país con más densidad poblacional de la UE con casi 1,300 habitantes por kilómetro cuadrado y depende de las importaciones de todo tipo para su subsistencia, importando el 80% de sus alimentos.



Fundador de la Unión Europea y miembro del Benelux, el Reino de los **Países Bajos** se conoce también por **Holanda** (por el nombre de su región más importante), y es uno de los países con mejor índice de desarrollo humano del mundo. Densamente poblado contiene en sus 41,864 km² a unos 16,8 millones de habitantes. Pertenece a la zona del euro y dispone de un PBI por habitante de más de 43,000 USD al año. Su economía es una de las más desarrolladas del mundo, basada en el sector servicios y en la industria, con una importante presencia de la agricultura en especial en la producción de semillas y en la distribución de productos importados (como flores). La importancia de los Países Bajos hace que su población colabore al desarrollo económico del planeta más de dieciocho veces su presencia demográfica. Los Países Bajos alentaron la emigración de su población en los años 50 y 60 debido a la superpoblación. No obstante la inmigración (principalmente de antiguas colonias americanas y asiáticas, así como norteafricana) ha terminado rebasando los holandeses emigrados en dicho periodo.

Polonia tiene 38,2 millones de habitantes y 312.685 km² de superficie nacional. Utiliza el zloty como moneda y tiene un PBI per cápita estimado al 2007 de unos 11,000 USD. Su economía es agrícola (es el quinto productor mundial de papas) pecuaria e industrial y dispone de una flota pesquera importante que opera en el mar Báltico. Es un importante país siderúrgico y de transformación a metales. Su principal socio comercial es Alemania. Siendo un país boscoso en parte de su geografía (casi la tercera parte del país es arbolada) su industria maderera está por demostrar su fuerte potencial. Polonia ha sido tradicionalmente un país emigrante, casi 12 millones de polacos viven fuera de sus fronteras. Demográficamente hoy es muy homogéneo como producto de la II Guerra Mundial (antes casi la tercera parte



de Polonia estaba compuesta por minorías alemanas, ucranianas, judías y bielorrusas), aunque conserva una minoría de gitanos importante.



Portugal es el otro país ibérico. También como España guarda fuertes vínculos con América Latina, en este caso con Brasil. Sus habitantes son 10,4 millones que viven sobre 92 072 km². Miembro de la zona euro, el PBI por habitante se acerca a los 21,000 USD al año. Su desarrollo económico ha estado por encima de la media de la UE desde su ingreso en 1986. Es un país aún marcado por su producción tradicional agrícola (vinos y otros), pecuaria y forestal (corcho), así como

pesquera, que no obstante ha desarrollado progresivamente el sector servicios, el turismo, las telecomunicaciones y otros. Tiene fuertes vínculos económicos con España, así como con el Reino Unido, uno de sus socios históricos. Debido a sus antiguas colonias africanas tiene una significativa minoría de este origen, siendo por lo demás un país muy homogéneo poblacionalmente.

El **Reino Unido** es una monarquía constitucional que cuenta con 60,4 millones de habitantes y una extensión de 242 500 km². Tiene a la libra esterlina como moneda y un PBI per cápita que supera largamente los 45,000 USD en el 2007. Se la considera la quinta economía del mundo. Sus principales socios comerciales son los Estados Unidos, Alemania, Francia y los Países Bajos en este orden. Su tejido económico está basado en la Industria y en las finanzas, se considera a Londres una de las principales plazas del mundo en este sentido. Además el Reino Unido, ha contado con fuentes energéticas propias tradicionalmente que han sostenido su industria, que es muy diversificada. Además de las minas de carbón, el petróleo del Mar del Norte hace a



este país el segundo productor europeo tras Noruega. El sector agrícola es minoritario, pero fuertemente tecnificado, el pecuario es muy importante y base de diversas industrias como la textil de hilados de lana fina. Demográficamente existe la presencia de importantes minorías que como la hindú y otras provienen del asentamiento proveniente de antiguas colonias además de la India, de Pakistán, el Caribe, Bangladesh y África. En Gran Bretaña los ingleses suponen casi el 80% de la población seguidos de escoceses con un 10%, así como galeses e irlandeses del norte.



La **República Checa** se separó en forma pacífica de Eslovaquia y como la misma ingresó a la UE en el año 2004, aportando a la población comunitaria 10,3 millones de habitantes y una superficie de 78.866 km². Su moneda es la corona checa y su PBI por habitante y año supera los 17,000 USD. Tras una traumática adaptación a la economía de mercado (el gobierno impuso una autodenominada “terapia de choque” en 1991), el país es hoy muy estable y uno de los más exitosos del antiguo bloque soviético. La industria sigue siendo una de las principales actividades económicas, especialmente la producción de automóviles, maquinaria e instrumental técnico. La siderurgia es importante, así como la agricultura (maíz, remolacha, papa, trigo, cebada, centeno y otros), es productor de cervezas, aguas minerales y otros. El cristal de Bohemia es uno de sus productos emblemáticos. Al igual que otros países su demografía está ligeramente involucionando, debido a sus bajas tasas de natalidad. Tras la división del antiguo país algunos eslovacos permanecieron en la República Checa, y forman la más importante minoría (aprox. 2%).

Rumanía es una república con una extensión de 238.391 km² y una población de 21,8 millones de habitantes. Su moneda es el leu y su PBI per cápita estimado supera con largueza los 7,000 USD anuales. Rumanía dispone de grandes recursos naturales de todo tipo, forestales, pesqueros, e incluso de hidrocarburos. Su potencial agrícola es muy importante, los cultivos ocupan una buena parte del territorio y su desempeño productivo aporta al PBI un 10%, lo que para un país europeo es elevado. La industria es también uno de los motores del país, representando el 35% del PBI. Además de con Rusia con quien complementa su consumo energético, Rumanía dispone de lazos comerciales importantes con Italia y Alemania. La población rumana tiene una importante minoría húngara que supera el 6,5% así como de gitanos con el 2,5% y otras. Casi el 45% de la población vive en zonas rurales, lo cual para un país europeo es muy alto y se relaciona con la importancia del sector agrícola en el país.





El Reino de Suecia con una extensión de 449.964 km² y unos 9 millones de habitantes, es el país nórdico más poblado. Utiliza como moneda la corona sueca y su PBI per cápita supera con creces los 46,000 USD. Suecia es un país industrial y agrícola que explota grandes recursos naturales en el norte. Tiene la mina de hierro más grande del mundo. Su economía es mixta basada en economía de mercado. Suecia exporta automóviles famosos por sus niveles de seguridad, así como equipos electrónicos, de telecomunicaciones y artefactos eléctricos, así como acero y productos de la industria papelería. Suecia mantiene vínculos comerciales con sus países vecinos y con los principales mercados. Una de las características de la sociedad sueca es el denominado “Estado del Bienestar” que asegura robustas prestaciones sociales desde la Administración, basadas en

una también rigurosa política impositiva. Demográficamente la población es uniforme con presencia de minorías finesas y laponas. Las expectativas de vida son importantes y la tasa de natalidad muy baja.

4. Bolivia y la Unión Europea.

La actual relación comercial de Bolivia con la Unión Europea dispone ya de una larga trayectoria, que va más allá de la relación secular histórica y que, en un sentido moderno, se apoya en la aplicación unilateral de un Sistema Generalizado de Preferencias por parte de la UE, desde que el mismo fue recomendado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo-UNCTAD (1968) y permitido por el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio-GATT en 1971 mediante la conocida “cláusula de habilitación” que permitía discriminaciones positivas hacia determinados países. Este mismo año en la Unión Europea comenzó a implementarlo para el beneficio de los países emergentes.

Bolivia se ha venido favoreciendo por el SGP, logrando alcanzar en el pasado año 2007 un volumen de comercio hacia la UE que alcanzó la cifra de 371.4 millones de dólares norteamericanos, lo que supuso un incremento apreciable (se hace un análisis más detallado adelante), las facilidades provocadas por aplicación del Sistema Generalizado de Preferencias no son ajenas al progresivo incremento valor de los productos bolivianos con destino en la Unión Europea. Actualmente se está en plenas negociaciones del bloque comunitario andino CAN con la UE, donde el comercio entre los países miembros de ambas agrupaciones es uno de los pilares de los futuros acuerdos.

4.1. El SGP+.

Publicado el 30 de junio del 2005 en el hoy llamado Diario Oficial de la Unión Europea (antes de las Comunidades Europeas) el Reglamento del Consejo 980/2005 de 27 del mismo mes y año publicaba la reforma del Sistema Generalizado de Preferencias europeo, que simplifica y da mayor alcance temporal al hasta entonces existente, el mismo que incluía cinco regímenes, es decir, el general y cuatro especiales, sustituyéndolos por sólo tres (i) el general (ii) el SGP+ o SGP Plus, denominado “especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza” y finalmente (iii) uno también especial para países menos desarrollados.

En el caso de Bolivia, la modificación deja sin efecto el anterior régimen especial “SGP Droga” que se aplicaba desde 1991, al aplicársele ahora el SGP+.

Una diferencia importante con la situación anterior, es que la renovación del régimen especial antes se producía cada tres (3) años, mientras que ahora ocurre cada diez (10), lo que permite una mayor predictibilidad en los planes de negocio de las empresas, así como una mayor seguridad jurídica en la planificación institucional y administrativa. Además de ello, el nuevo régimen especial incluye 7,200 productos, lo que incrementa en tres centenares el universo arancelario que el anterior abarcaba. En concordancia con el título del régimen, para acceder al mismo la Unión Europea requería la incorporación al ordenamiento interno de los países elegibles de una serie de tratados

relacionados con el desarrollo sostenible y medio ambiente, la gobernanza, los derechos humanos y de los trabajadores, cosa que la República de Bolivia ha completado suscribiendo y ratificando aquellos tratados que aún no había incorporado¹⁴.

4.2. Los acuerdos con la CAN.

Están en marcha las negociaciones dirigidas a un Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y la Comunidad Andina que permita reforzar tres “pilares” de relación, es decir: (i) profundizar en un diálogo político de carácter multilateral que fortalezca la propia integración andina así como refuerce las relaciones entre ambos procesos de integración (CAN y UE), igualmente (ii) el Acuerdo procurará fortalecer la cooperación, pero no sólo entendida entre los bloques, sino también entre los países que los componen, e incluso de forma regional al interior de los países, y (iii) finalmente el tercer pilar es precisamente incrementar los flujos comerciales en aras a un beneficio mutuo. Los temas incluidos en la parte comercial son catorce:

1. Acceso a mercados, incluyendo aranceles y medidas no arancelarias (reglas generales y sectores no agrícolas)
2. Acceso a mercados, incluyendo aranceles y medidas no arancelarias (agricultura)
3. Asimetrías y tratamiento especial y diferenciado
4. Reglas de origen
5. Asuntos aduaneros y facilitación del comercio
6. Obstáculos técnicos al comercio
7. Medidas sanitarias y fitosanitarias
8. Instrumentos de defensa comercial
9. Servicios, establecimiento y movimiento de capitales (inversiones)
10. Compras públicas
11. Propiedad intelectual
12. Competencia
13. Solución de diferencias, asuntos horizontales e institucionales
14. Comercio y desarrollo sostenible

4.3. Análisis de exportaciones bolivianas a la UE.

El total de las exportaciones bolivianas a la UE en el 2007 supuso una cifra en dólares norteamericanos (USD) de 371.4 millones, mientras que el del 2006 fue de 242.8 millones, lo que muestra un significativo crecimiento del 53%.

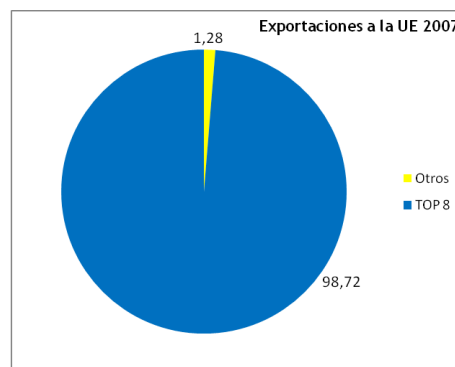
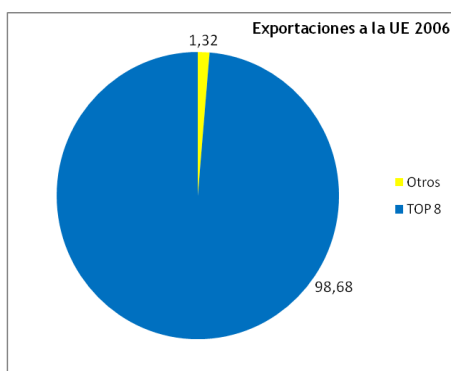
Esto supone el 7.77% en el 2007 y el 5.97% en el 2006 del total de las exportaciones bolivianas.

¹⁴ Son en total 27 textos de los cuales 16 son referidos a convenios de las NN.UU. y de la OIT sobre derechos humanos y de los trabajadores, y 11 en materia de medio ambiente y principios de gobernanza.

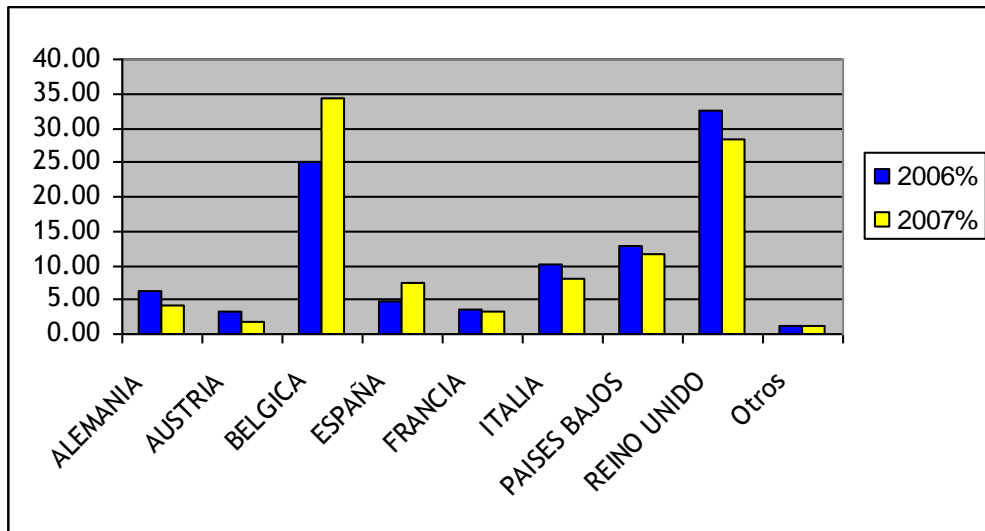
Por destinos.

Las exportaciones de la República de Bolivia a los 27 Estados miembros de la Unión Europea de los dos últimos años (2006 y 2007) se encuentran concentradas en casi un 99% en sólo 8 países (el “TOP 8”), siendo el Reino Unido de la Gran Bretaña y Bélgica los que entre los dos acumulan un porcentaje del 57.59% y del 62.64% respectivamente estos dos años, ambos mercados han alternado su liderazgo, en el 2006 era el RU el primer destino con un 32.63% mientras que en el 2007 fue superado porcentualmente por el destino belga que acumuló el 34.31% . Los siguientes países en importancia que les siguen son por orden en el 2006: los Países Bajos (Holanda) e Italia que sumaron el 23.04% siendo el restante 18.04% conformado por Alemania, España, Francia y Austria, mientras que en el 2007 el orden que sigue a los dos primeros mercados es igualmente de los Países Bajos e Italia con un 19.41%, seguidos en esta ocasión por España (que prácticamente alcanza a Italia) Alemania, Francia y Austria, que acumulan un total del 16.66%.

	2006%	2007%
ALEMANIA	6,33	4,09
AUSTRIA	3,34	1,87
BELGICA	24,96	34,31
ESPAÑA	4,72	7,57
FRANCIA	3,65	3,13
ITALIA	10,06	7,92
PAISES BAJOS	12,98	11,49
REINO UNIDO	32,63	28,33
Otros	1,32	1,28
TOP 8	98,68	98,72



Los años 2006 y 2007 muestran un comportamiento similar de las exportaciones hacia la Unión Europea, en lo referente al conjunto de los ocho principales mercados.



El análisis al interior del TOP 8 muestra el relevo del Reino Unido por Bélgica así como un significativo crecimiento porcentual de España.

Respecto al resto de países miembros de la Unión Europea (19) agrupados en “otros”, son mercados con exportaciones bolivianas directas recibidas muy poco significativas, tanto individualmente como en conjunto, como indican las siguientes cifras:

	2006%	2007%
BULGARIA	0,00	0,00
CHIPRE	0,00	0,01
DINAMARCA	0,62	0,24
ESLOVAQUIA	0,00	0,01
ESLOVENIA	0,00	0,00
ESTONIA	0,01	0,03
FINLANDIA	0,02	0,02
GRECIA	0,00	0,03
HUNGRIA	0,00	0,00
IRLANDA (EIRE)	0,00	0,01
LETONIA	0,11	0,03
LITUANIA	0,09	0,02
LUXEMBURGO	0,00	0,00
MALTA	0,00	0,00
POLONIA	0,22	0,26
PORTUGAL	0,12	0,31
REPUBLICA CHECA	0,02	0,01
RUMANIA	0,00	0,09
SUECIA	0,12	0,22
Otros	1,32	1,28

A pesar de las diferencias porcentuales existentes en el TOP 8 en estos dos años, cuantitativamente en todos los casos, las exportaciones bolivianas han crecido excepto en el mercado de Austria (por otra parte el menos significativo de los 8) y una muy ligera disminución del mercado alemán; así los montos son los siguientes:

	USD 2006	USD 2007	% crecimiento
ALEMANIA	15,379,433.22	15,194,081.01	-1.21
AUSTRIA	8,109,158.76	6,941,495.02	-14.40
BELGICA	60,602,152.44	127,420,242.96	110.26
ESPAÑA	11,459,356.39	28,116,996.43	145.36
FRANCIA	8,857,527.32	11,641,104.83	31.43
ITALIA	24,433,573.32	29,404,332.89	20.34
PAISES BAJOS	31,511,611.37	42,675,507.49	35.43
REINO UNIDO	79,232,926.47	105,205,398.31	32.78

Como ya se indicó, destacan los altos crecimientos de España en más de un 145% así como el de Bélgica en más 110%, mercado que se posiciona del segundo al primer destino de exportación boliviana.

Por rubros.

Respecto a los rubros exportados hacia la Unión Europea, puede observarse que hay siete agrupaciones que explican el 99% de las colocaciones bolivianas en los países miembros de la Unión, en concreto el 98.91% en el 2006 y el 99.35% en el 2007. Los tres primeros rubros significan el 83% (82.74% en el 2006, subiendo al 83.38% en el 2007) y son los relacionados a Productos minerales, Alimentos y bebidas y Metales. Los siguientes en importancia son Cueros y sus manufacturas, Maderas, Textiles y Muebles. Casi todos los sectores han mostrado un desarrollo favorable en el período, resaltándose espectaculares crecimientos en Muebles y en Metales, en el primer caso de más del 243%, pasando de algo más de cuatro millones de dólares a casi quince; y en el segundo excediendo también el 238% de incremento, al crecer a casi 53 millones desde unos 15.5 el año anterior.

El resto de los principales rubros ha tenido también incrementos apreciables, que van de cerca del 62% en maderas (pasando de casi 12 millones de dólares a más de 19) al más del 15% en alimentos (de más de 83 millones a algo más de 96) pasando por los casi 24.5% de incremento en cueros y manufacturas (de 15 a 18.5 millones de dólares) y por el crecimiento del 57.5% de Minerales, de lejos el rubro más importante en monto de exportaciones bolivianas a la Unión Europea, que ha pasado de 102 millones de dólares a más de 160.5.

La única excepción de un rubro importante que no muestra crecimiento es Textiles, estos han disminuido casi exactamente 17% al caer las colocaciones en los mercados de la UE de cerca de 8 a algo más de 6.5 millones de dólares.

Más adelante se entra en análisis más detallado por cada rubro/país.

	USD 2006	USD 2007	2006%	2007%	% Crecimiento
Alimentos y bebidas ¹⁵	83.359.329,13	96.175.307,85	34,33	25,90	15,37
Productos minerales	101.906.306,82	160.529.260,64	41,97	43,23	57,53
Cueros y manufacturas	15.002.455,25	18.653.248,38	6,18	5,02	24,33
Maderas y manufacturas	11.954.621,73	19.331.766,22	4,92	5,21	61,71
Textiles	7.985.664,30	6.629.157,95	3,29	1,79	-16,99
Metales	15.644.076,81	52.912.385,79	6,44	14,25	238,23
Muebles	4.289.818,44	14.718.433,42	1,77	3,96	243,10
			98,91	99,35	

El resto de exportaciones a la UE (aprox 1%) es variado, destaca entre las mismas el sector químico como el mayor de los menores rubros (aunque ha decrecido del 2006 al 2007)

	USD 2006	USD 2007	2006%	2007%	% Crecimiento
Químicos	1.933.317,94	1.813.483,97	0,80	0,49	-6,20
Plásticos	51.040,50	45.537,20	0,02	0,01	-10,78
Impresos	11.075,64	12.541,94	0,00	0,00	13,24
Calzado y tocados	124.481,12	154.420,94	0,05	0,04	24,05
Manuf. piedra y cerámica	357.599,09	225.193,36	0,15	0,06	-37,03
Piedras joyería, bisutería	87.379,53	55.008,13	0,04	0,01	-37,05
Instrumentos musica	17.878,47	11.924,94	0,01	0,00	-33,30
Juguetes, arte, objetos div.	72.696,25	104.312,96	0,03	0,03	43,49
			1,09	0,65	

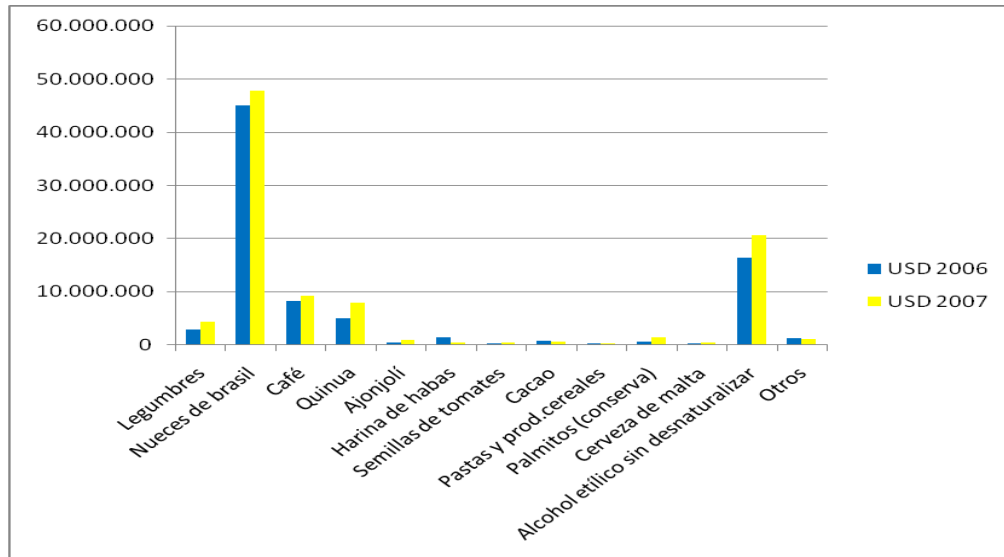
Alimentos y bebidas

En la agrupación realizada, destacan las Nueces de Brasil (castaña amazónica), el alcohol etílico sin desnaturalizar (sirve entre otros usos para preparación de licores), el café en sus diferentes presentaciones y la quinua. Las legumbres a las que pueden sumarse la harina de habas son un rubro de exportación interesante, así como el cacao y derivados y los palmitos. Se han incluido tanto por su crecimiento como por lo sugerente de su presencia a la cerveza, que excede con creces las exportaciones de vino y singani, muy poco significativas, y las semillas de tomates, que parecen indicar que Bolivia es un campo

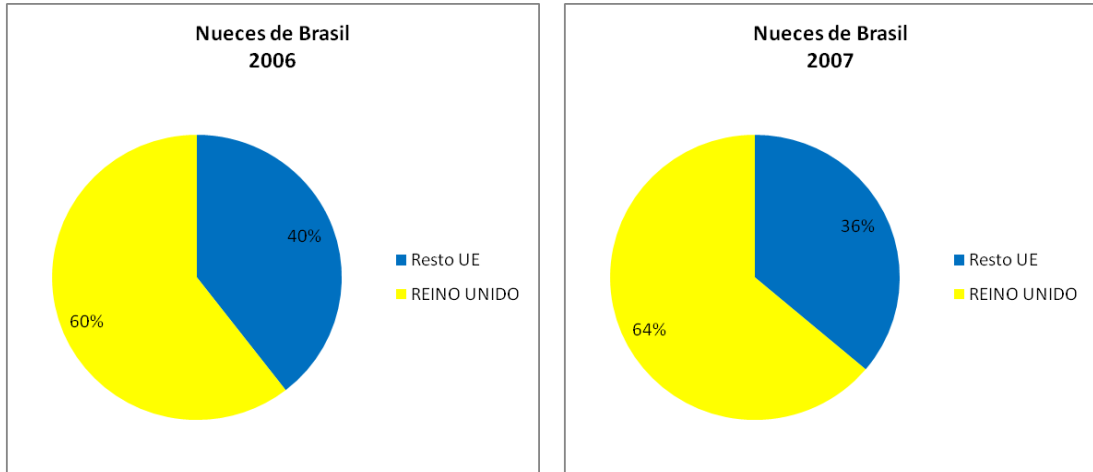
¹⁵ Incluye las cinco primeras secciones del Arancel, por lo que se han incluido la I y la II, que no son obligatoriamente alimentos (v.gr. pueden ser plantas ornamentales), no obstante no son significativas las exportaciones a la UE de lo que no son alimentos y bebidas.

interesante de producción de calidades genéticas certificadas para su siembra en terceros países.

	USD 2006	USD 2007	2006%	2007%	% Crecimiento
Legumbres	2.886.682,74	4.467.496,91	3,46	4,65	54,76
Nueces de Brasil	45.068.391,12	47.872.371,53	54,07	49,78	6,22
Café	8.300.203,72	9.222.272,52	9,96	9,59	11,11
Quinoa	5.038.152,30	7.951.297,31	6,04	8,27	57,82
Ajonjolí	502.816,00	1.044.973,00	0,60	1,09	107,82
Harina de habas soja	1.540.624,86	443.460,30	1,85	0,46	-71,22
Semillas de tomates	251.378,00	432.695,12	0,30	0,45	72,13
Cacao	836.197,68	719.974,84	1,00	0,75	-13,90
Pastas y prod.cereales	279.547,39	294.962,84	0,34	0,31	5,51
Palmitos (conserva)	640.162,00	1.463.226,02	0,77	1,52	128,57
Cerveza de malta	258.450,00	459.320,16	0,31	0,48	77,72
Alcohol etílico sin desnaturalizar	16.493.607,97	20.672.768,12	19,79	21,49	25,34
Otros	1.263.115,35	1.130.489,18	1,52	1,18	-10,50
Total	83.359.329,13	96.175.307,85			



Siendo las Nueces de Brasil el principal producto del rubro Alimentos y Bebidas exportado a la UE, hay que indicar que el Reino Unido es el principal mercado del mismo, que incluso ha incrementado su porcentaje del 60% al 63% respecto de los otros 10 países donde se colocan sus envíos.



	USD 2006	USD 2007
ALEMANIA	6.888.839,00	4.704.998,20
BELGICA	714.805,30	770.369,60
CHECA, REPUBLICA	41.184,00	43.560,00
ESPAÑA	745.536,00	1.922.435,60
FRANCIA	923.104,00	413.600,00
ITALIA	2.034.463,20	2.914.374,29
LETONIA	263.750,00	103.840,00
LITUANIA	206.976,00	70.400,00
PAISES BAJOS	5.844.663,00	5.798.439,80
POLONIA	139.494,00	563.210,00
REINO UNIDO	27.265.576,62	30.567.144,04

Con respecto a vinos, singanis y alcoholes en general, la exportación principal con muy larga diferencia es a Holanda, el Reino de los Países Bajos es importador de Alcohol no desnaturalizado. Existió en el 2006 una exportación de vinos a España por valor de algo más de 48 mil dólares, que no se repitió en el 2007 y de singanis al mismo país por algo más de 17 mil dólares en el 2006 que decreció a 10 mil el año siguiente.

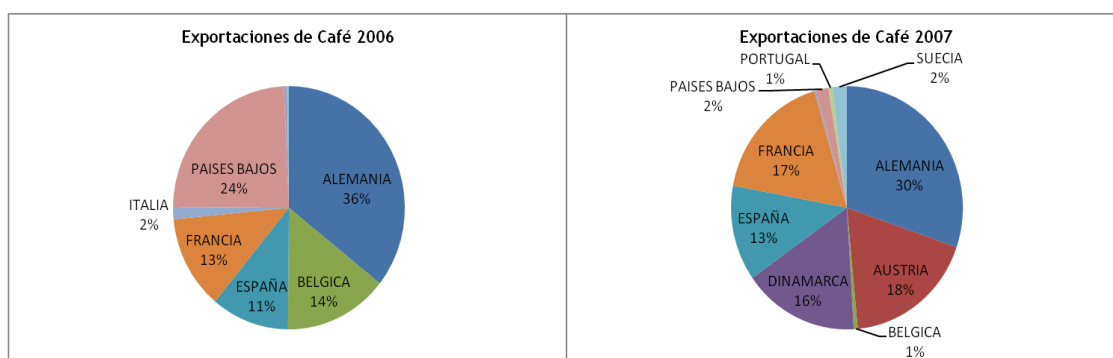
Exportaciones de Alcohol

	USD 2006	USD 2007
PAISES BAJOS	16.493.607,97	20.672.768,12



El café en sus diferentes presentaciones, incluidos sucedáneos con presencia de café, es el siguiente producto en orden de importancia, el mismo se exportó a 11 países durante los años 2006-07, aunque salvo los casos de Alemania, Francia y España que han demostrado cierta fidelidad en el período al café boliviano, existe variabilidad, así por ejemplo Austria tuvo una importación relevante en el 2007 no siendo comprador al año anterior, al igual que Dinamarca, mientras que en Italia hubo una caída importante, aunque no tan relevante en términos absolutos como la de los Países Bajos y Bélgica, mercados significativos el año 2006 (2º y 3º tras Alemania) que prácticamente se perdieron en el 2007.

	USD 2006	USD 2007
ALEMANIA	2.960.578,75	2.790.833,45
AUSTRIA	0,00	1.682.573,71
BELGICA	1.200.468,68	52.284,29
DINAMARCA	0,00	1.488.127,00
ESPAÑA	902.607,98	1.171.760,07
FRANCIA	1.035.747,61	1.616.296,34
ITALIA	135.236,90	21.560,00
PAISES BAJOS	2.006.494,68	161.208,06
PORTUGAL	0,00	50.960,00
REINO UNIDO	37.744,32	0,00
SUECIA	21.324,80	186.669,60
Total	8.300.203,72	9.222.272,52

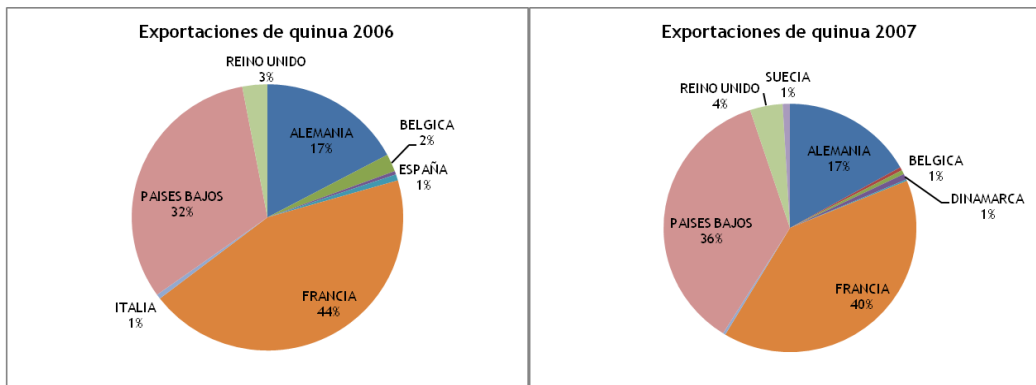


La quinua es uno de los productos que más ha crecido en sus exportaciones en el período analizado (casi un 58%), demostrando una presencia basada en un conocimiento del producto desconocido hasta hace poco en Europa. Existe

incluso ganancia de dos mercados que comienzan a importar de forma incipiente, Austria y Suecia.

	Quinua USD 2006	USD 2007
ALEMANIA	867.130,16	1.342.178,74
AUSTRIA	0,00	33.950,00
BELGICA	107.750,00	43.750,00
DINAMARCA	20.818,00	59.938,00
ESPAÑA	38.051,96	15.717,77
FRANCIA	2.219.216,78	3.160.771,20
ITALIA	28.380,00	25.840,00
PAISES BAJOS	1.606.250,00	2.862.983,25
REINO UNIDO	150.555,40	332.190,35
SUECIA	0,00	73.978,00
Total	5.038.152,30	7.951.297,31

Las exportaciones de quinua son explicadas en buena medida por tres países compradores: Francia, Holanda y Alemania, que en el 2006 y el 2007 acumularon el 93% de las exportaciones con casi 4.7 millones de dólares el primer año y cerca de 7,4 millones el segundo.



Al contrario que la quinua, otro cereal andino, la kiwicha o amaranto no muestra exportaciones interesantes, en el 2006 no aparece exportada, mientras que en el 2007 hay dos pequeñas exportaciones a los Países Bajos (24 mil dólares) y Austria (10 mil).

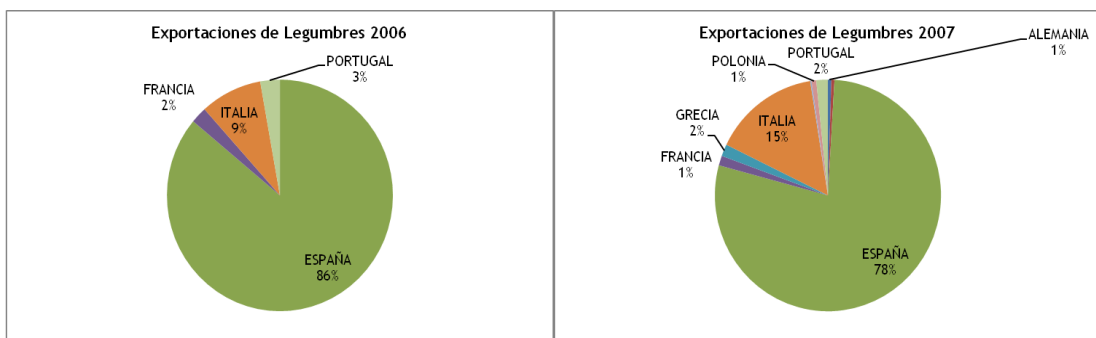
En el caso de las legumbres, a continuación se analizan las exportaciones del conjunto tanto en fresco como seco. Las exportaciones de legumbres han crecido de cerca de 3 millones de dólares a una cifra próxima a los casi 4.5, el

crecimiento ha sido de casi el 55% en este tipo de productos. Los países que más están comprando son España e Italia, especialmente el primero.

Legumbres

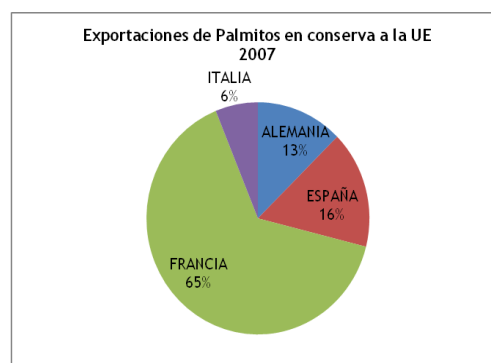
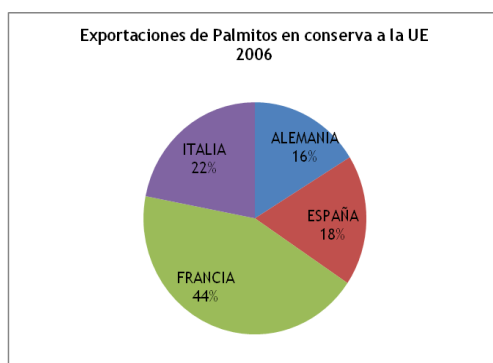
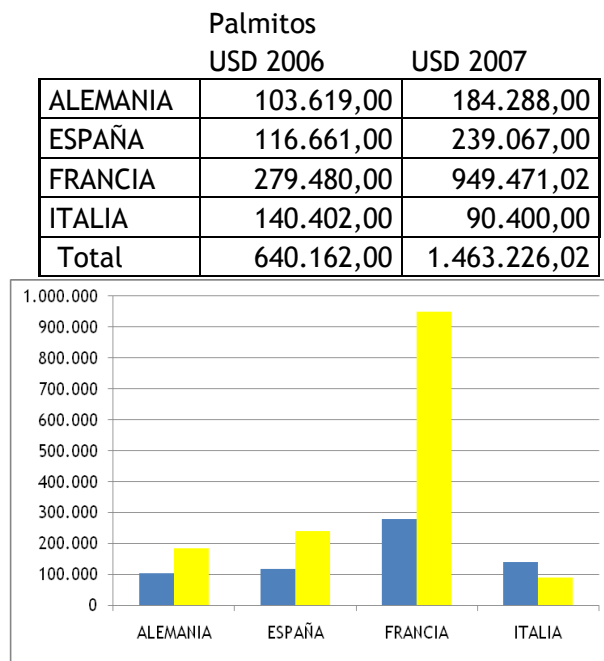
	USD 2006	USD 2007
ALEMANIA	195,00	21.628,00
CHIPRE	0,00	19.839,00
ESPAÑA	2.484.065,54	3.496.527,57
FRANCIA	66.444,50	60.742,00
GRECIA	0,00	74.177,00
ITALIA	255.019,70	682.311,93
PAISES BAJOS	0,00	7.945,00
POLONIA	0,00	30.272,04
PORTUGAL	80.958,00	74.014,00
REINO UNIDO	0,00	40,37
	2.886.682,74	4.467.496,91

Entre España e Italia han llegado a agrupar el 95% del 2006 y el 93% del 2007. España compró frijoles secos por un monto de más de dos millones de dólares el primer año analizado superando con creces esta cifra el 2007 (2.11 y 2.76 millones respectivamente), también España importó frijoles frescos bolivianos por un monto de 0.22 y 0.38 millones. Italia compra frijoles y especialmente habas, de este último producto compró casi medio millón de dólares en el 2007.



Existen en el rubro de Alimentos varios productos que han sufrido fuertes variaciones de signo contrario en el periodo bianual estudiado, así el ajonjolí, la semilla de tomates, los palmitos y la cerveza de malta han crecido, algunos fuertemente, el cacao y especialmente la harina de habas de soja han decrecido.

En el caso de los palmitos, estos se exportaron en conserva a cuatro países, siendo Francia el líder de importación, tanto en el 2006 como en el 2007, que más que triplicó sus importaciones, alcanzando una cifra no lejana al millón de dólares y aumentando su participación total del 44% al 65%.

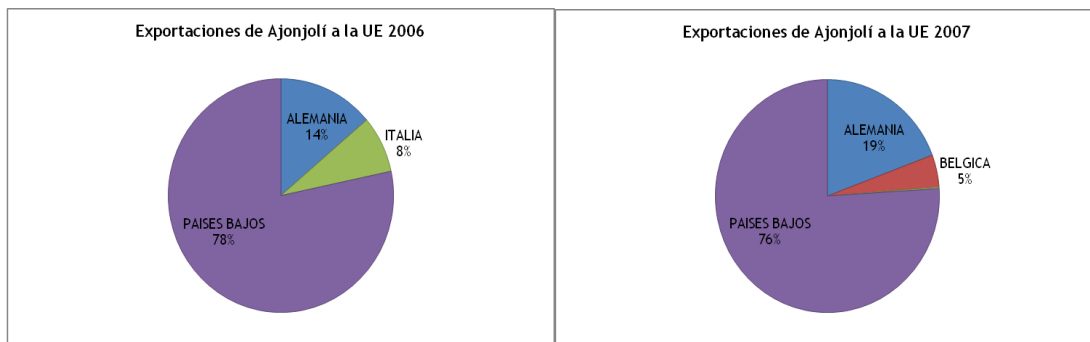


El único mercado que ha disminuido la adquisición de palmito en conserva es Italia, mientras que además de Francia, tanto Alemania como España (que duplicó sus importaciones), han incrementado sus compras a Bolivia en este producto.

El sésamo o ajonjolí es un producto que demuestra creciente colocación en el exterior, habiendo duplicado sus exportaciones que se dirigieron en el período bianual 2006-07 hacia cuatro países, Alemania, Bélgica, Italia y Holanda, siendo este último mercado el principal, marcando una participación del 78% y 76% estos dos años, Alemania sigue como segundo mercado mientras que Italia y Bélgica se han intercambiado entre sí para este producto, si bien sus importaciones aún no resultan elevadas.

Ajonjolí
USD 2006 USD 2007

ALEMANIA	69.256,00	201.469,00
BELGICA	0,00	46.845,00
ITALIA	39.600,00	2.109,00
PAISES BAJOS	393.960,00	794.550,00
Total	502.816,00	1.044.973,00

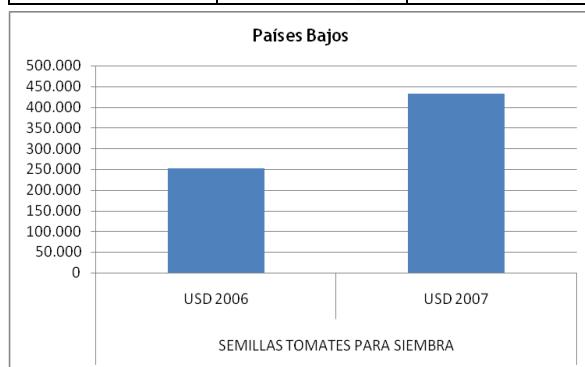


Mientras que la exportación de tomates bolivianos o sus derivados¹⁶ no resulta relevante en prácticamente ninguna de las partidas exportadas, resulta llamativa la presencia de exportaciones significativas y crecientes de semillas de tomate para siembra hacia los Países Bajos. El año 2006 se exportaron 417 kilogramos a un precio medio de 602 USD/kg el 2007 se alcanzaron los 663 kilogramos a un precio incrementado de 652/kg. En valor el crecimiento fue de un 72%. Siendo precisamente Holanda uno de los principales productores y comercializadores de semillas certificadas del mundo, resulta esperanzador el comprobar cómo Bolivia dispone de expectativas de producción y exportación de material genético producido nacionalmente hacia este distribuidor mundial.

SEMILLAS TOMATES PARA SIEMBRA

USD 2006 USD 2007

PAISES BAJOS	251.378,00	432.695,12
--------------	------------	------------

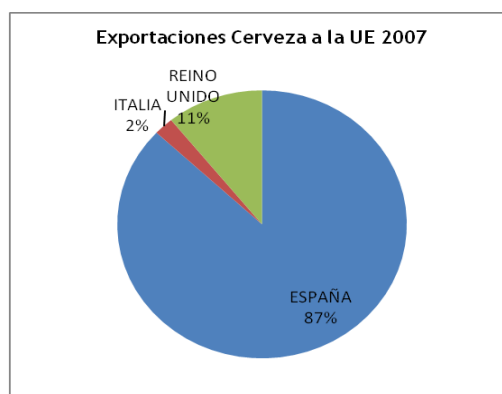
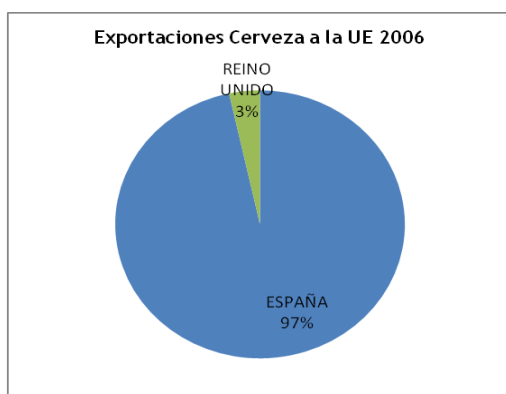


¹⁶ La única localizada es la partida de “Ketchup” y demás salsas de tomate, que arroja exportaciones hacia España de unos 5 mil dólares el 2006 y menos de 2 mil el 2007.

Al analizar las colocaciones en el exterior de bebidas alcohólicas y sus derivados, se advirtió que las principales exportaciones son las referidas al alcohol sin desnaturalizar, en un volumen importante, mientras que las ventas al exterior relacionadas con los vinos y singanis son poco significativas. Sin embargo en el caso de la cerveza de malta, se comprueban exportaciones crecientes a tres países, especialmente a España.

Cerveza

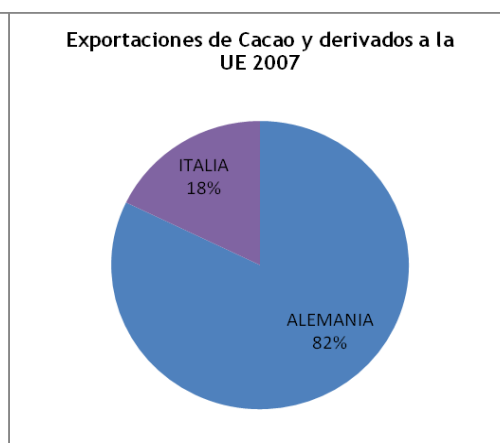
	USD 2006	USD 2007
ESPAÑA	249.600,00	399.695,16
ITALIA	0,00	10.125,00
REINO UNIDO	8.850,00	49.500,00



En el caso del cacao y sus productos relacionados, existe un decrecimiento en las exportaciones realizadas a la UE de casi un -14%. Los mercados principales son Alemania y Francia, habiendo existido ventas a Dinamarca y Francia en el 2006, no así en el 2007.

Cacao y derivados

	USD 2006	USD 2007
ALEMANIA	704.875,47	591.663,64
DINAMARCA	1.971,00	0,00
FRANCIA	61.028,46	0,00
ITALIA	68.322,75	128.311,20
Total	836.197,68	719.974,84

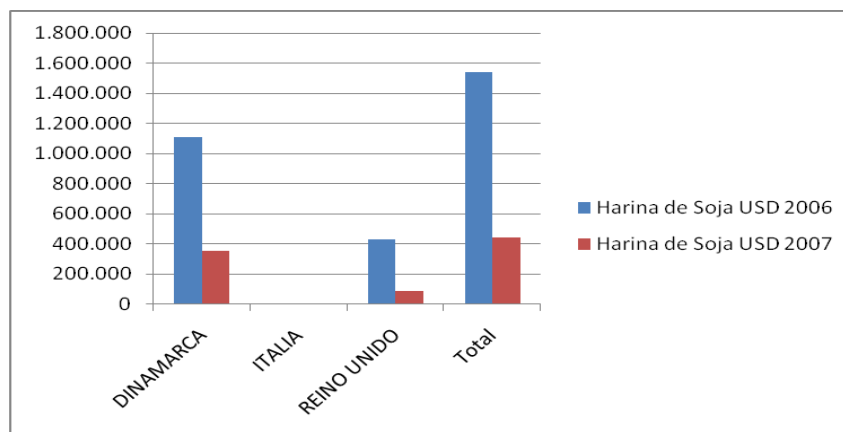


El decrecimiento se explica a pesar del aumento de las ventas a Italia que se duplicó, por la desaparición en el 2007 de los dos mercados menores, así como especialmente por la importante disminución de ventas a Alemania.

El otro producto que ha decrecido más de un -71% en ventas a la UE, es la harina de habas de soja, que se exportó durante el bienio a tres países, aunque son dos los relevantes, Dinamarca y el Reino Unido, en ambos casos la caída es fuerte, más de tres veces en el primer caso y casi cinco en el segundo.

Harina de
Soja
USD 2006 USD 2007

	USD 2006	USD 2007
DINAMARCA	1.106.550,96	354.693,50
ITALIA	3.437,50	0,00
REINO UNIDO	430.636,40	88.766,80
Total	1.540.624,86	443.460,30



Productos Minerales

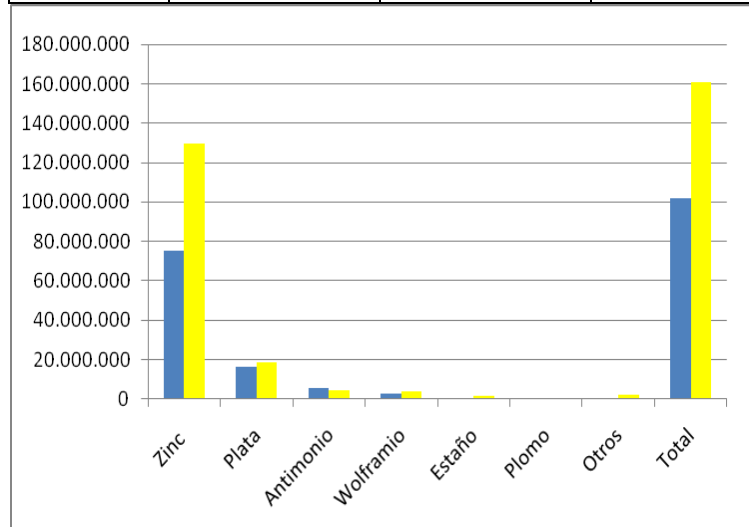
Aún siendo el principal rubro de exportación boliviana a la Unión Europea, no es uno de los focos del presente documento¹⁷.

No obstante lo anterior y dada su relevancia en el volumen total de exportaciones a la UE del orden de entre el 42% y 43% los años analizados, se realiza un breve análisis de los productos y destinos.

¹⁷ Al igual que ocurrirá con “Metales”.

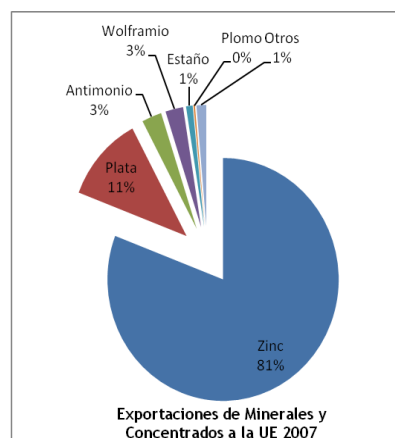
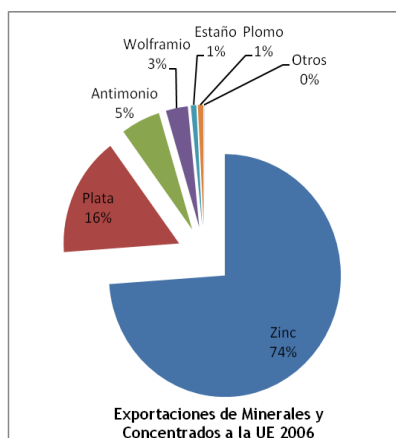
Minerales y Concentrados

	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
Zinc	75.279.940,61	129.758.831,79	72,37
Plata	16.292.551,32	18.326.926,33	12,49
Antimonio	5.591.119,17	4.448.226,48	-20,44
Wolframio	3.128.087,74	3.980.669,20	27,26
Estaño	780.843,86	1.473.453,26	88,70
Plomo	780.726,06	343.979,35	-55,94
Otros	53.038,06	2.197.118,23	4.042,53
Total	101.906.306,82	160.529.204,64	57,53



El principal producto exportado de este rubro ha sido los minerales y concentrados de Zinc, que supusieron del orden del 74% de las colocaciones en la UE en el 2006 y del 81% en el 2007 y que ha logrado un crecimiento de más del 72%, pasando de más de 75 millones de dólares a casi 130.

Para advertir la cada vez mayor importancia en valor exportado del mineral y concentrados de este metal, ha de considerarse que solamente este componente supone ronda la tercera parte de lo exportado a la Unión Europea en el año 2006 por la República de Bolivia, mientras que en el 2007 supera ya el tercio referido.



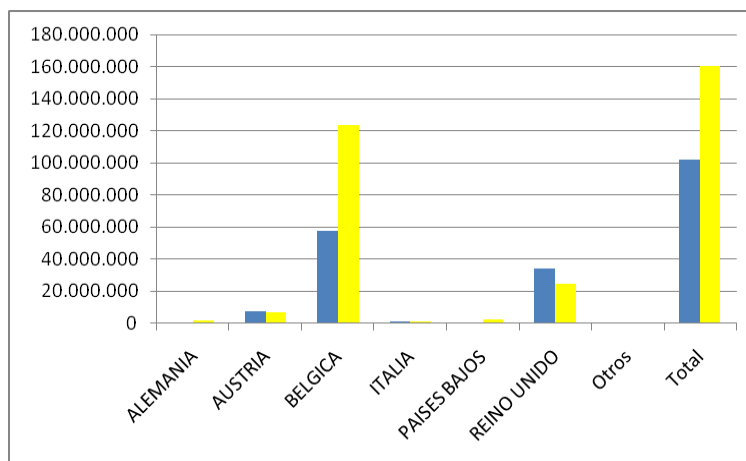
A distancia del mineral de Zinc se encuentra la Plata con un 16% y 11% en los años 2006 y 2007, seguidos del mineral y concentrados de Antimonio y Wolframio.

El Estaño es un caso especial, ya que aunque aparece con exportaciones poco importantes en mineral y concentrado, se exporta apreciablemente como metal en bruto como veremos al estudiar el rubro correspondiente.

Los destinos de los minerales y concentrados se agrupan en seis mercados de destino, Bélgica, Reino Unido, Austria, Italia, Alemania y los Países Bajos existiendo presencia menos significativa de otros como España (0,4 millones USD en el 2007) e insignificante de otros¹⁸.

Minerales y concentrados
USD 2006 USD 2007

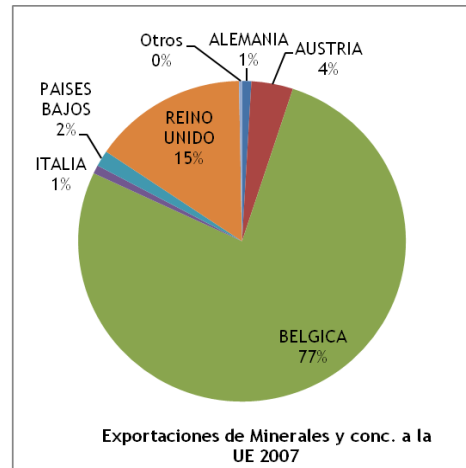
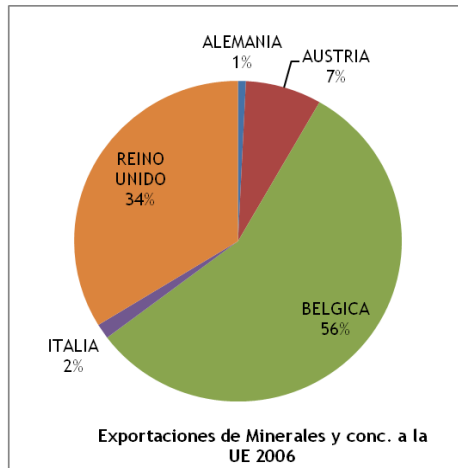
	USD 2006	USD 2007
ALEMANIA	785.769,51	1.474.705,66
AUSTRIA	7.662.688,96	6.599.945,13
BELGICA	57.518.560,49	123.512.880,76
ITALIA	1.550.051,58	1.366.995,04
PAISES BAJOS	0,00	2.595.548,60
REINO UNIDO	34.388.236,28	24.508.251,08
Otros	1.000,00	470.934,37
Total	101.906.306,82	160.529.260,64



Los dos primeros importadores han tenido comportamientos disímiles en el período, mientras que el primero, Bélgica, ha duplicado sus importaciones con origen boliviano de este tipo de productos, pasando en el 2006 de 57.5 millones de dólares a 123.5 en el 2007, el Reino Unido ha menguado sus compras en unos

¹⁸ Aparecen tres con un valor total inferior a los 20 mil dólares, Finlandia, Francia y Dinamarca, a este último país se exportaron sólo muestras en el 2006 por valor de 250 USD.

10 millones de dólares desde los 34.5 millones que adquirió en el 2006. Otros países han aparecido con menores cuantías (además del caso de España mencionado), como Holanda. Por otra parte, Italia y Austria han mantenido con ligeros decrecimientos sus compras, mientras que Alemania las ha duplicado.



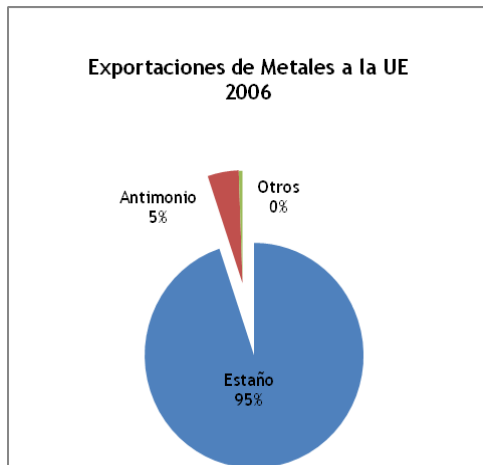
Metales

Relacionado muy directamente con el anterior rubro de minerales, el de metales ha sido el que ha tenido un más fuerte crecimiento en el período 2006-07, el mismo ha sido de más del 238%.

Este incremento se explica fundamentalmente por dos únicos hechos fundamentales, la aparición de España en el 2007 como un fuerte comprador de estaño, así como el incremento sustancial de las compras del Reino Unido, que ya era el primer consumidor de estaño boliviano en el 2007. En esta agrupación, es con diferencia este metal el vendido en primer lugar, existiendo presencia de exportación de antimonio que se vende a España.

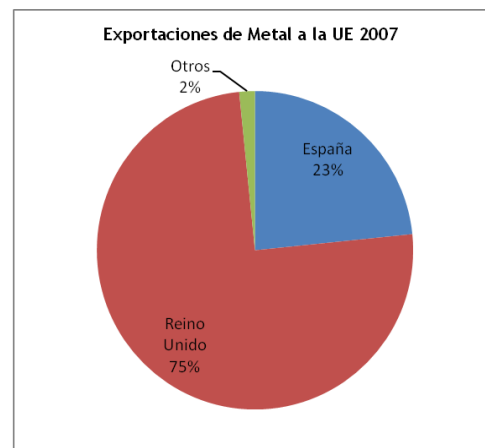
	Metales		%
	USD 2006	USD 2007	Crecimiento
Estaño	14.836.898,10	52.192.433,51	251,77
Antimonio	718.837,00	537.474,50	-25,23
Otros	88.341,71	182.477,78	106,56
Total	15.644.076,81	52.912.385,79	238,23

Como se advierte, Bolivia es fundamentalmente en este aspecto un exportador de estaño en forma metálica, ya que las exportaciones de mineral fuente no suponen la importancia del metal procesado. En el año 2006 las exportaciones de estaño suponían un 95% del total de metales vendidos a la UE sobre 15 millones de dólares, mientras que al año siguiente eran del 99% sobre un total de 53 millones.



Son por lo tanto dos los países que reciben exportaciones de metal (estaño) boliviano, España y el Reino Unido. España ha ganado cuota de compra desde el 5% en el 2006 al 23% el 2007, incremento muy considerable (1,612%) si tenemos en cuenta que el valor de compra por la UE de metales se ha más que triplicado.

	Metales		
	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
España	722.684,49	12.371.916,69	1.611,94
Reino Unido	14.834.383,59	39.693.911,51	167,58
Otros	87.008,73	846.557,59	872,96
Total	15.644.076,81	52.912.385,79	238,23



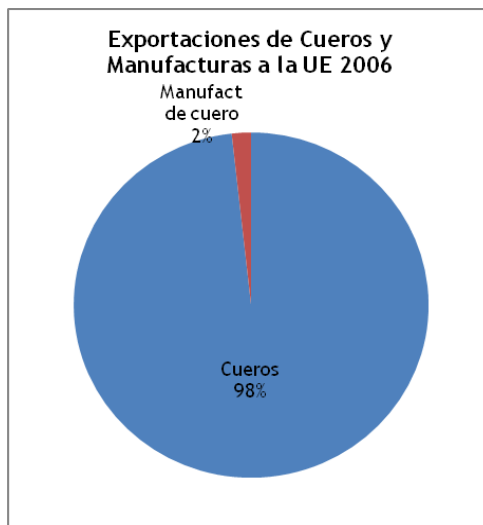
Otro país que importó estaño en el 2007 es Holanda por un monto de 0,8 millones de dólares, significa casi la totalidad del valor de los países agrupados en "Otros".

Cueros y Manufacturas

Bolivia durante los dos últimos años 2006 y 2007 ha exportado a la Unión Europea pieles y cueros, principalmente curtidos bien con pelo o depilados. Este rubro tiene una presencia no despreciable en el conjunto de las exportaciones a la UE, entre el 6% y el 5%. No obstante, las manufacturas de cuero tienen comparativamente con las exportaciones de la materia prima una presencia pequeña e incluso decreciente (han bajado más del 30%), en comparación con el incremento de las exportaciones de cuero (más del 25%). Las manufacturas no alcanzan el medio millón de dólares de los 33,5 millones de dólares exportados en este rubro estos dos años sumados.

Cueros y Manufacturas

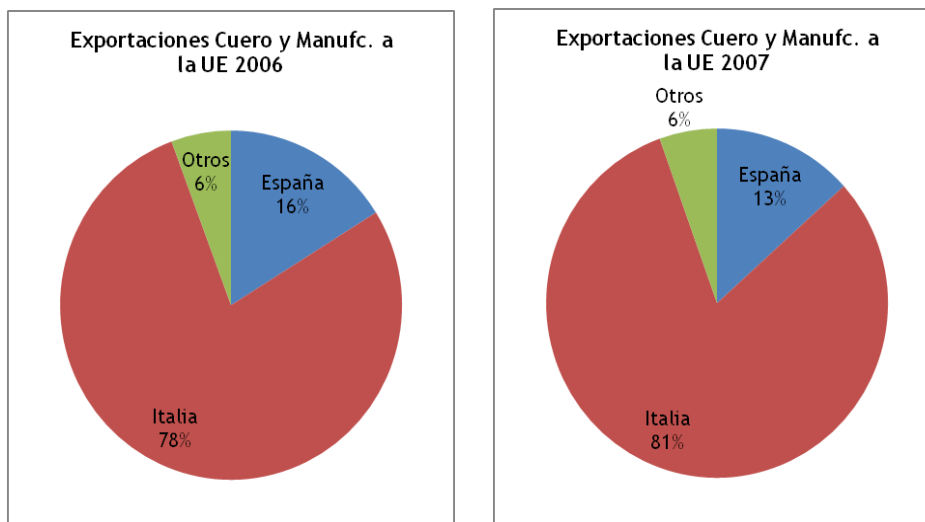
	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
Cueros	14.739.607	18.470.919	25,31
Manufacturas de cuero	262.848	182.329	-30,63
Total	15.002.455	18.653.248	24,33



De los países exportados, son Italia y España los principales mercados sumando el 94% los dos años estudiados, seguidos por importadores menores (13 países) entre los que destacan Alemania y Austria. Italia, siendo el primer importador el 2006 con casi 12 millones de dólares ha crecido a algo más de 15 el 2007. España se ha mantenido con un ligero crecimiento en alrededor de los 2.5 millones de dólares.

Cueros y Manufacturas

	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
España	2.415.051,72	2.481.417,20	2,75
Italia	11.738.174,02	15.155.657,18	29,11
Otros	849.229,51	1.016.174,00	19,66
Total	15.002.455,25	18.653.248,38	24,33



Tanto Italia como España disponen de una larga tradición de trabajos en pieles y cuero, en todos los sectores como calzado, vestidos, complementos, carteras y bolsos, etc. por lo que resulta natural la importación de materia prima boliviana antes que manufacturas con mayor valor agregado.

Maderas y Manufacturas¹⁹

Otro de los rubros importantes de exportación boliviana a la UE es la madera, a continuación se han agrupado las partidas correspondientes, excluyendo las de muebles, los que a pesar de la importancia de esta materia prima pueden o no ser de madera, y es adecuado estudiarlos en el apartado correspondiente según la ordenación arancelaria.

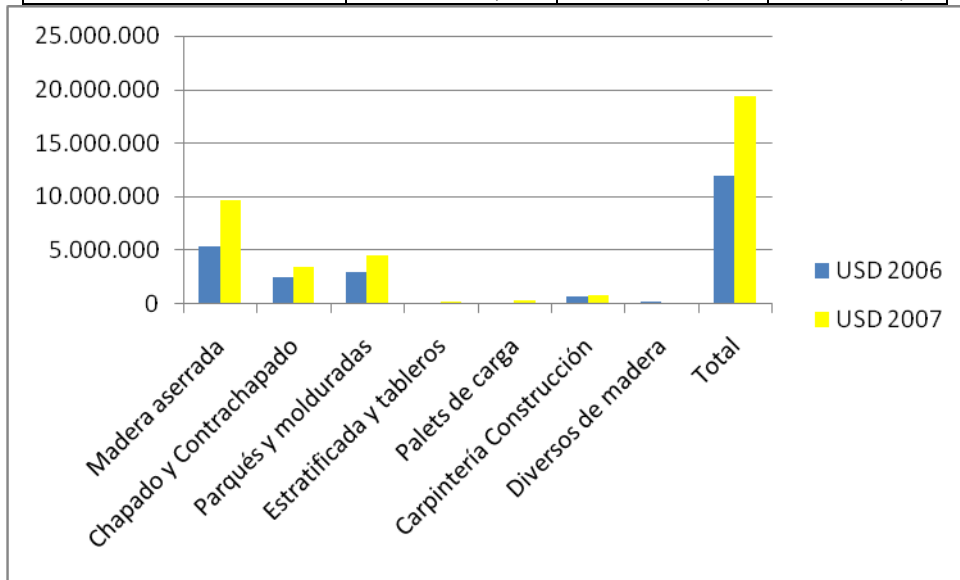
Las exportaciones totales de maderas y sus manufacturas a la UE (incluyendo alguna pequeña presencia de cestería), se han incrementado cerca de un 62% entre los años 2006 y 2007, pasando de unos 12 millones de dólares a algo más de 19 millones de la misma moneda.

Ha crecido en todas las agrupaciones que abajo figuran, excepto en objetos diversos (la que incluye artesanía y cestería) que ha disminuido, incluso aparecen algunas partidas que se han destacado con una fuerte exportación en el 2007 en relación al año anterior, como los palets destinados a cargas.

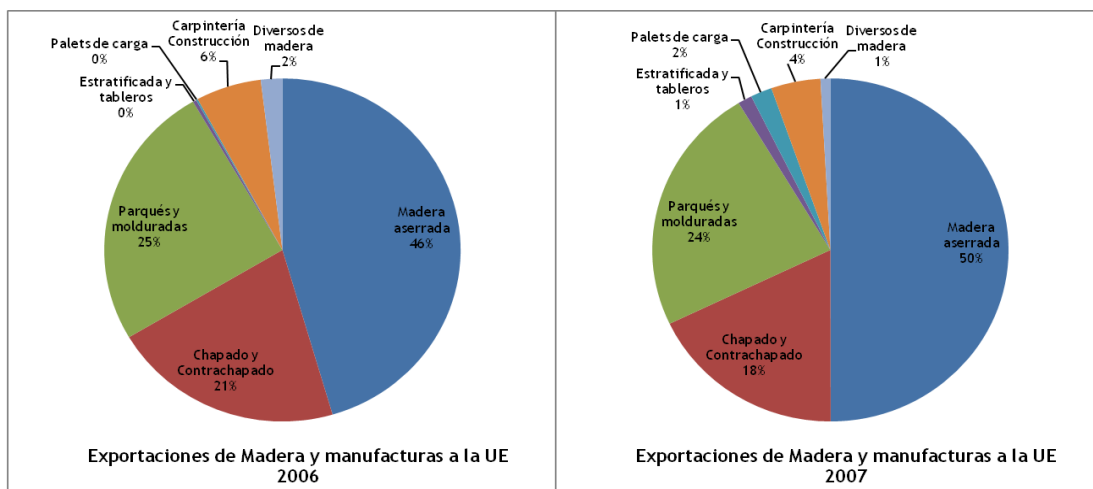
¹⁹ No incluye muebles, sí elementos de construcción.

Maderas y Manufacturas

	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
Madera aserrada	5.435.467,660	9.661.810,120	77,75
Chapado y Contrachapado	2.513.776,240	3.466.874,160	37,91
Parqués y molduradas	3.005.936,650	4.539.198,720	51,01
Estratificada y tableros	38.752,320	248.974,010	542,48
Palets de carga	19.251,550	376.946,680	1.858,01
Carpintería Construcción	709.111,520	865.528,710	22,06
Diversos de madera	232.325,790	172.433,820	-25,78
Total	11.954.621,730	19.331.766,220	61,71



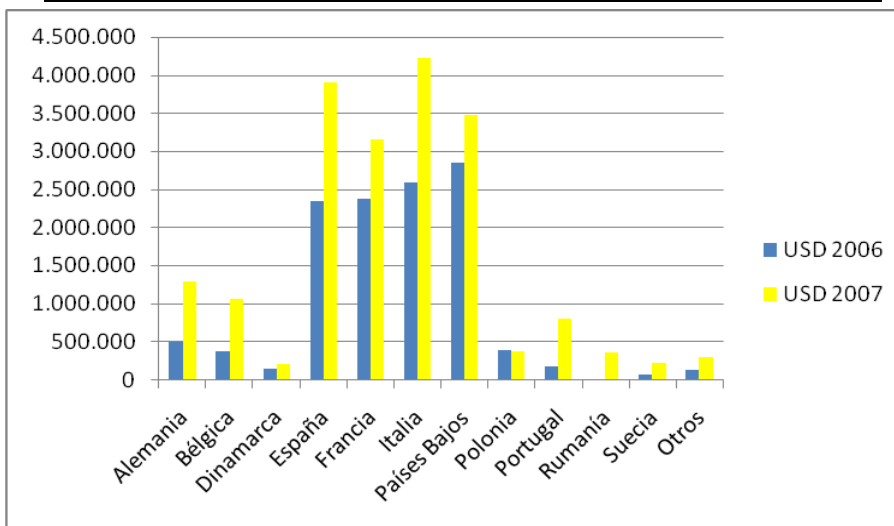
El conjunto de las agrupaciones de partidas arancelarias correspondientes a Madera aserrada, Láminas de chapado y contrachapado, así como Parqués y molduradas, constituye aproximadamente el 92% de las exportaciones a la UE en el 2006 al igual que en el 2007, siendo la Madera aserrada el primer componente de exportación en ambos años, significando en el primero el 46% y en el segundo el 78%.



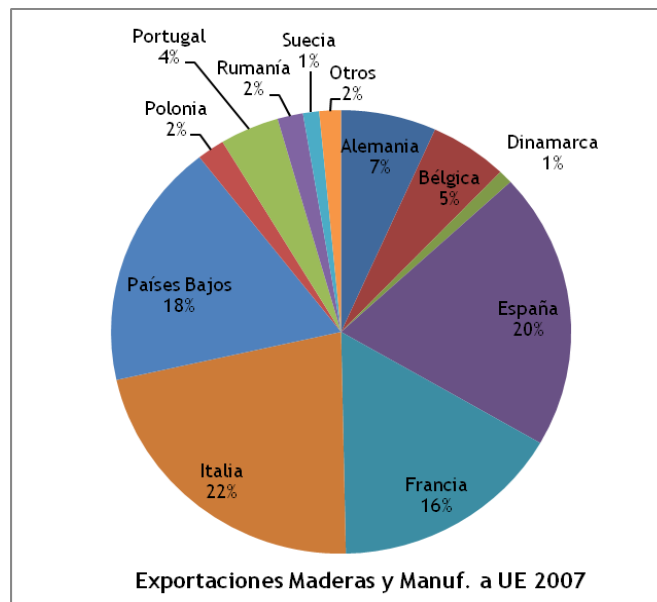
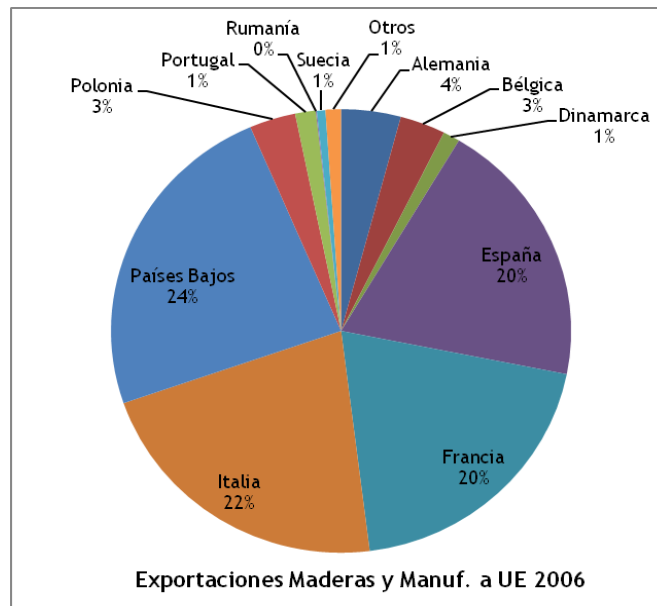
Respecto a los mercados de destino de los productos pertenecientes a este rubro, ha de indicarse que es uno de los más diversificados de los rubros bolivianos, en el análisis de las partidas exportadas los años 2006-07, se pueden localizar veinte (20) destinos, si bien algunos con valores que indican presencia sólo de envío de muestras comerciales o algunas manufacturas artesanales. Esto indica el esfuerzo de diversificación de mercados que están haciendo las empresas del sector. Incluso agrupando las menores exportaciones, se localizan diez (10) mercados de destino con cuantías de interés. Además excepto en el puntual caso de Polonia, que se ha mantenido con un ligero decrecimiento, todos los demás mercados han incrementado las importaciones de madera boliviana. Cuatro (4) mercados son los líderes, España, Francia, Italia y Holanda.

Maderas y Manufacturas

	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
Alemania	499.170,86	1.292.080,92	158,85
Bélgica	381.197,44	1.057.962,55	177,54
Dinamarca	140.855,59	193.785,01	37,58
España	2.342.212,85	3.905.357,76	66,74
Francia	2.376.986,25	3.153.303,33	32,66
Italia	2.592.945,06	4.223.102,71	62,87
Países Bajos	2.851.266,77	3.468.449,69	21,65
Polonia	387.369,72	374.743,43	-3,26
Portugal	172.993,70	803.109,66	364,24
Rumanía	7.828,20	347.390,94	4.337,69
Suecia	71.972,90	218.693,48	203,86
Otros	129.822,39	293.786,74	126,30
Total	11.954.621,73	19.331.766,22	61,71



Los cuatro primeros importadores significaron el 96% de las compras el 2006 y el 76% de las del 2007, esto a pesar de haber incrementado en conjunto apreciablemente sus adquisiciones, no obstante la tendencia a la diversificación se ha dado, así se han incorporado con mayores cuantías Alemania, Bélgica, Portugal, Rumanía y Polonia.



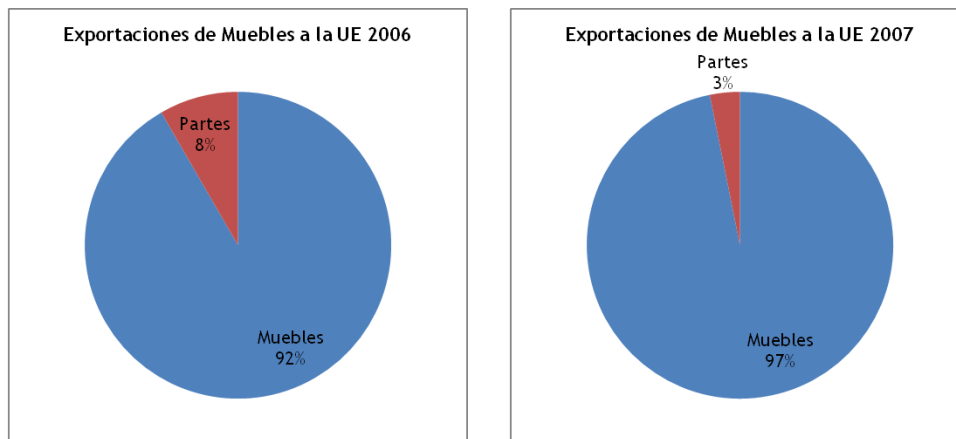
Una conclusión inmediata en lo referente a mercados de destino en la Unión Europea, es que el rubro maderero demuestra un sano crecimiento con más volumen de exportaciones a mayor número de mercados.

Muebles.

Muy relacionado con el anterior, el sector que más ha crecido de todos en los dos últimos años en sus exportaciones a la Unión Europea, es el rubro relacionado con los muebles.

El incremento de ventas a los destinos europeos ha sido muy elevado, marcando más del 243%, desde unos 4.3 millones de dólares el 2006 hasta alcanzar alrededor de 14.7 millones de esta moneda, lo que significa un importante aumento de casi tres veces y media en valor exportado.

	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
Muebles	3.932.686,91	14.254.299,42	262,46
Partes	357.131,53	464.134,00	29,96
Total	4.289.818,44	14.718.433,42	243,10

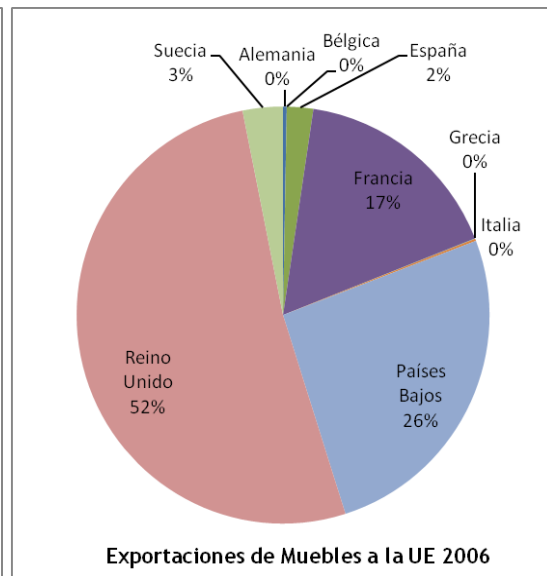
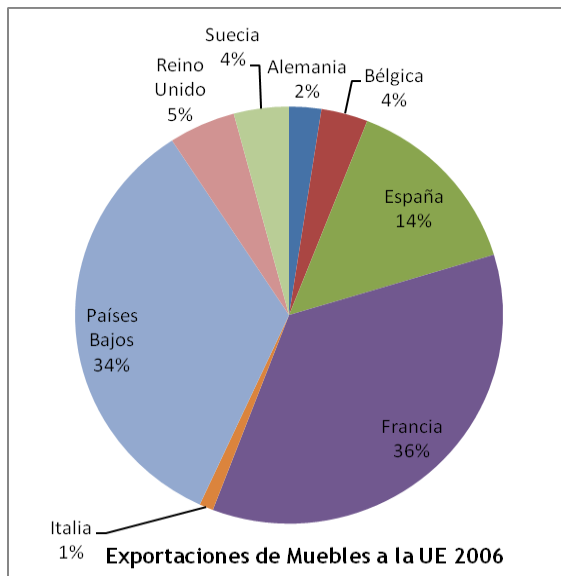
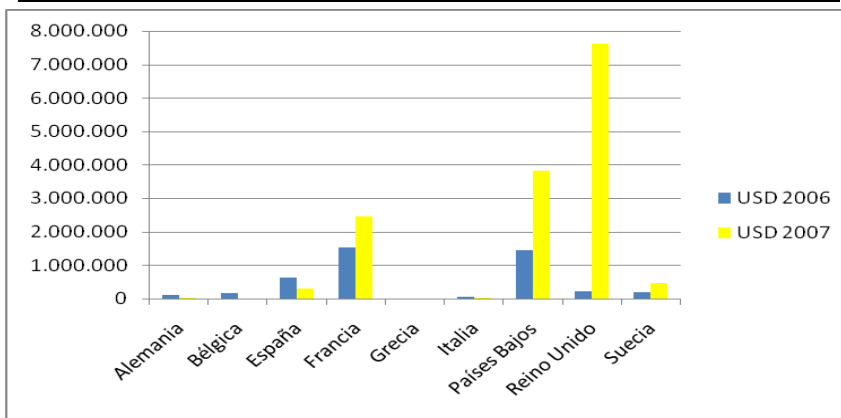


Las partidas de muebles exportadas corresponden a muebles de madera. Los mercados de destino de la UE de las exportaciones bolivianas correspondientes a este rubro son nueve (9) siendo el líder en el 2006 Francia con el 36% de las compras seguido de Holanda con un 34% mientras que el 2007 representa la aparición como gran comprador de Gran Bretaña que con adquisiciones de muebles de más de siete millones y medio de dólares logra el 52% de las colocaciones bolivianas de en la Unión Europea de mobiliario boliviano en madera.

Los crecimientos en estos tres mercados: Francia, Países Bajos y Gran Bretaña, compensan con creces caídas en otros como España, mientras que explican por sí solos el fuerte incremento de ventas del rubro a la UE.

Muebles

	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
Alemania	104.088,85	42.284,20	-59,38
Bélgica	151.208,05	0,00	-100,00
España	616.595,46	304.077,41	-50,68
Francia	1.521.794,85	2.450.957,94	61,06
Grecia	0,00	3.826,50	N.A.
Italia	45.372,97	25.316,35	-44,20
Países Bajos	1.455.561,24	3.812.886,39	161,95
Reino Unido	216.351,78	7.615.503,63	3.419,96
Suecia	178.845,24	463.581,00	159,21
Total	4.289.818,44	14.718.433,42	243,10



Ha de reiterarse que primordialmente los muebles bolivianos son de madera, por lo que suponen un complemento con valor agregado muy importante a la materia prima.

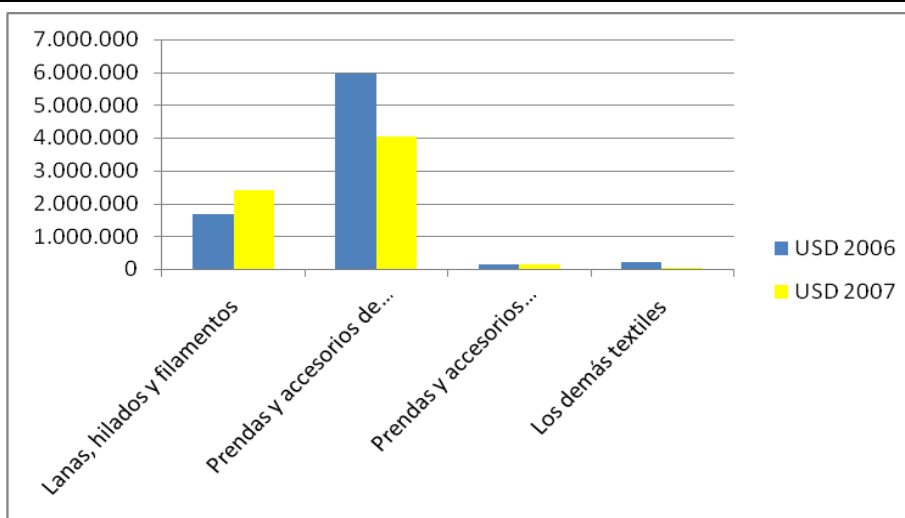
Textiles

De los siete grandes rubros bolivianos que componen el 99% de las exportaciones a la Unión Europea, el único que ha decrecido es el textil. El mismo sumaba colocaciones en el 2006 por casi ocho millones de dólares, habiendo descendido a algo más de seis y medio en el 2007, con un decrecimiento de casi exactamente el 17%.

La explicación puede encontrarse en la caída de la partida más importante de este rubro que es la de Textiles de punto en más del 32%, que no ha sido compensada por un incremento por encima del 43% de las exportaciones de lanas.

Textiles

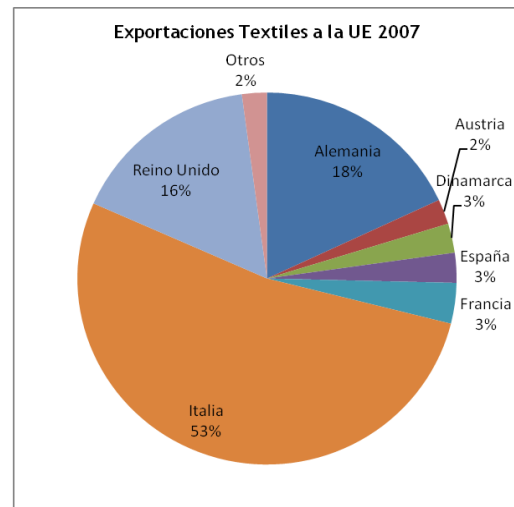
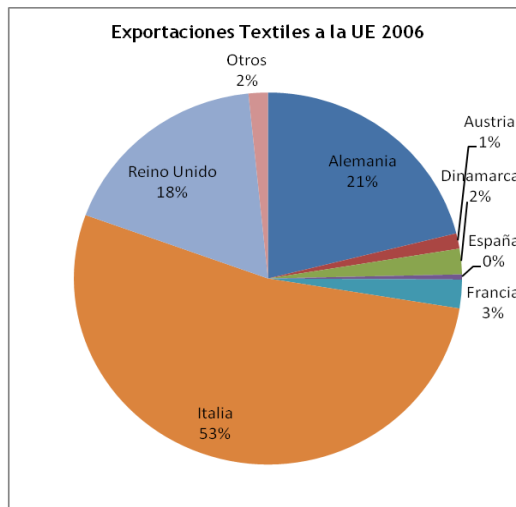
	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
Lanas, hilados y filamentos	1.683.119,69	2.411.750,56	43,29
Prendas y accesorios de punto	5.953.961,72	4.041.272,53	-32,12
Prendas y accesorios excepto los de punto	144.468,34	146.139,76	1,16
Los demás textiles	204.114,55	29.995,10	-85,30
Total	7.985.664,30	6.629.157,95	-16,99



El principal mercado de la UE de los textiles bolivianos ha sido durante los años 2006 y 2007 la República de Italia con un 53% de cuota de importación, dicho mismo ha decrecido más del 17%, explicando por sí solo la mitad del decrecimiento de las exportaciones textiles bolivianas.

A continuación le siguen Alemania y el Reino Unido, con cuotas del 18% y 21% el 2006 y del 21% y 18% el 2007. También han decrecido las colocaciones textiles a estos dos países en casi un 29% y más del 24%, esto revela un complemento a la caída total en algo compensada por el fuerte incremento de España, el austriaco así como el aumento de exportaciones textiles a Francia.

	Textil		
	USD 2006	USD 2007	% Crecimiento
Alemania	1.684.344,60	1.197.517,44	-28,90
Austria	106.575,15	143.956,13	35,07
Dinamarca	177.183,95	168.536,74	-4,88
España	35.487,81	172.106,34	384,97
Francia	198.863,52	234.191,12	17,76
Italia	4.229.486,69	3.494.230,95	-17,38
Reino Unido	1.424.862,98	1.077.884,67	-24,35
Otros	128.859,60	140.734,56	9,22
Total	7.985.664,30	6.629.157,95	-16,99



5. Requerimientos técnicos y fitosanitarios.

Las exportaciones a los países de la Unión Europea están sometidas a la normatividad de cada país y de la propia UE, en la mayor parte de las ocasiones las normatividades nacionales recogen el ordenamiento general, pero hay posibilidad de especificidades nacionales que agraven las normas europeas, no al contrario, en el sentido de que las alivien o las hagan menos rígidas.

La legislación de la UE es aplicada directamente cuando se trata de Reglamentos, o bien es incorporada en forma de normas nacionales cuando son Directivas²⁰. La normatividad comunitaria es muy detallada al tratar de temas asociados a los productos que tienen que ver con la calidad y protección a los consumidores (incluyendo la información a los mismos), con los derechos laborales y con la defensa del medio ambiente.

En la mayoría de los casos son los propios importadores los que conocen los requerimientos y requisitos necesarios, informándolos así a los exportadores. Existen incentivos para el importador, que es el que debe de introducir finalmente el producto en el mercado europeo con fiabilidad y seguridad para los consumidores y por ello estímulos para su propio negocio y cobertura de transacciones comerciales, ya que asegura con ello la correcta comercialización del producto en el mercado destino.

No obstante lo anterior, estar preparados para acceder al mercado final europeo es una mejora de gestión relevante para exportadores y potenciales exportadores a la Unión Europea.

Empaques, envasados y etiquetados

Además de las funciones de atracción de clientes, posicionamiento de marca, etc. lo cierto es que el objetivo principal del empaque y envasado es proteger calidad y salubridad, es decir garantizar la permanencia de la calidad original así como la higiene del producto hasta el consumidor. En el caso del etiquetado se trata de proveer la información necesaria a los consumidores o a los que insumen productos intermedios.

Según el destino sea industrial o al consumidor final de los diferentes productos, existen en la UE distintos requerimientos legales para el envasado y el etiquetado.

El grupo de Directivas de la UE (Reglamento Marco CE 1935/2004) especifica qué materiales, tipos de plásticos y cartones pueden usarse en los envases que están en contacto directo con los alimentos, en aras a la protección de la salud de los consumidores velando por la inocuidad de dichos materiales. Respecto del Medio

²⁰ Existen también las Decisiones que son obligatorias para sus destinatarios, no necesitan de su incorporación al ordenamiento interno y pueden dirigirse a un Estado miembro, o a varios e incluso a empresas o a particulares. También están las Recomendaciones y los Dictámenes, que no son

Ambiente, la Directiva de envases contiene provisiones para la prevención de los residuos de envases, la reutilización de los mismos, así como su recuperación y reciclaje. Otros requerimientos pueden venir por ser el embalaje (o los pallets) de madera, en este caso se exigen tratamientos o que la madera con la que son confeccionados tenga características determinadas, puede consultarse en la Base de Datos descrita en la parte fitosanitaria al final de este numeral.

Existen directivas específicas para el etiquetado de productos textiles, además de otras para etiquetados específicos de otros productos como juguetes, etc. en general, los lineamientos básicos para el etiquetado en la UE son:

- Los productos de consumo deben estar etiquetados en el idioma del país donde va a ser finalmente comercializado (no tiene que ser el mismo de la aduana de entrada a la UE).
- En ocasiones, pueden exigirse simbología universalmente reconocida para instrucciones al consumidor o usuario, o bien para generar precaución en el mismo.
- En todo caso si es necesario, debe incluirse información para el uso seguro del producto.
- Las medidas y pesos que deban etiquetarse han de indicarse en el Sistema Métrico Decimal.
- Existen alimentos cuyo etiquetado debe indicar el país de origen.
- El marcado “CE” es obligatorio en muchos productos.

En el caso de Organismos Modificados Genéticamente-OMG (“transgénicos”), las especificaciones en el etiquetado deben permitir que sea identificada exactamente esta condición.

Seguridad de los productos

La Directiva 2001/95/CE²¹ denominada “Directiva General de Seguridad de Productos” o GPSD por sus siglas en inglés, revisada y vigente como tal desde el 15 de enero del 2004, impide legalmente que se pongan en el mercado mercaderías que supongan un riesgo para los consumidores debido a que su salud se vea afectada por sustancias o patógenos peligrosos, o bien por diseños, fabricación o construcción insegura.

Por otra parte, si un consumidor o usuario puede demostrar que un producto defectuoso le ha creado perjuicios personales o materiales, podrá exigir una compensación económica del distribuidor directo, el que tendrá derecho a demandar al mismo importador, fabricante o cualquier otro que le preceda en la cadena de distribución. Esta Directiva abarca todos los productos industriales, pero no incluye la agricultura, que está cubierta por una legislación separada.

obligatorios pero que orientan la normativa nacional, especialmente durante procesos de armonización no concluidos.

²¹ Disponible en castellano en:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32001L0095:ES:NOT>

En forma general los productos se consideran seguros si se cumplen con los Estándares Europeos, siguen códigos de Buenas Prácticas, cumplen con especificaciones técnicas comunitarias y están de acuerdo a los avances del sector de procedencia²², así como con las expectativas de los consumidores.

En concreto la GPSD define un producto como seguro:

"Cualquier producto que, en condiciones de utilización normales o razonablemente previsibles, incluidas las condiciones de duración y, si procede, de puesta en servicio, instalación y de mantenimiento, no presente riesgo alguno o únicamente riesgos mínimos, compatibles con el uso del producto y considerados admisibles dentro del respeto de un nivel elevado de protección de la salud y de la seguridad de las personas, habida cuenta, en particular, de los siguientes elementos:

- i) características del producto, entre ellas su composición, envase, instrucciones de montaje y, si procede, instalación y mantenimiento,*
- ii) efecto sobre otros productos cuando razonablemente se pueda prever la utilización del primero junto con los segundos,*
- iii) presentación del producto, etiquetado, posibles avisos e instrucciones de uso y eliminación, así como cualquier otra indicación o información relativa al producto,*
- iv) categorías de consumidores que estén en condiciones de riesgo en la utilización del producto, en particular los niños y las personas mayores."*

Previamente, se entiende a "producto" como:

"cualquier producto -incluidos los que entran en el marco de una prestación de servicios-, destinado al consumidor o que, en condiciones razonablemente previsibles, pueda ser utilizado por el consumidor aunque no le esté destinado, que se le suministre o se ponga a su disposición, a título oneroso o gratuito, en el marco de una actividad comercial, ya sea nuevo, usado o reacondicionado."

La definición anterior no incluye las antigüedades, ni tampoco los productos que deben ser reparados o reacondicionados antes de utilizarlos si se informa claramente así al cliente.

Es una directiva general que se aplica a todos los productos de consumo, se ve complementada con Directivas de seguridad e inocuidad para productos de sectores específicos, como para juguetes y artículos para niños y bebés, aparatos eléctricos y otros. Las Directivas de nuevo enfoque que solicitan la Marca "CE", afectan a grupos de productos en un número superior a la veintena. Es el importador, como introductor de las mercaderías al mercado europeo, el responsable finalmente de obtener el marcado "CE".

Según los productos, existen normas técnicas que deben ser cumplidas. Los Estados miembros suelen contar con una entidad de Normalización que se encarga de velar por el cumplimiento de las normas técnicas. No obstante dado que la normatividad europea es general para todos, las certificaciones obtenidas en un país sirven en todo el espacio comunitario de forma general.

²² La legislación en inglés dice "state of the art"

La Unión Europea mantiene un especial cuidado con los productos químicos, ya que los mismos pueden afectar directamente tanto a la salud humana como a la animal, así como al medio ambiente. Se dispone de una reglamentación especial referente a dicho tipo de productos (y de los productos que han usado dichos químicos en su producción, y pueden contenerlos). Existe una Directiva de Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de sustancias químicas y preparados, es la CE 1907/2006 que es más conocida como Directiva REACH. Se exige el registro de la información asociada, así como se agravan las responsabilidades de fabricantes, importadores y distribuidores respecto de otro tipo de productos. La información ha de proveerse a la Base de Datos Central de Sustancias y Preparados Químicos de la Agencia Europea encargada del Control de los mismos, cuyas siglas son la ECHA, con sede en Helsinki-Finlandia. Como se ha indicado, con este tipo de productos, las reglas de etiquetado se agravan, se solicitan instrucciones claras, y existe la obligación de importadores y distribuidores de monitorear la seguridad a la hora de la comercialización. Esto puede llevar aparejado si es necesario, la retirada inmediata de algún producto del mercado, e incluso la recuperación de producto ya servido a los clientes finales.

Las autoridades que tienen a cargo la vigilancia de los mercados europeos, han establecido la red de control RAPEX, que consiste en un sistema comunitario de intercambio rápido y difusión inmediata de información, que abarca todos los productos peligrosos excepto alimentos, medicinas y aparatos médicos. La Comisión de la Unión Europea publica un semanalmente un extracto de las notificaciones del sistema RAPEX.

Seguridad alimentaria. Trazabilidad. Productos Orgánicos.

Los alimentos y piensos importados a la Comunidad para ser comercializados en ella deberán cumplir los requisitos pertinentes de la legislación alimentaria o condiciones que la Comunidad reconozca al menos como equivalentes, o bien, en caso de que exista un acuerdo específico entre la Comunidad y el país exportador, los requisitos de dicho acuerdo.

Siendo la seguridad de los alimentos muy importante en Europa, así como el hecho de que sean saludables, los productos alimentarios están sujetos a un amplio conjunto de reglamentos. El último reglamento marco implementado en todos los Estados Miembros de la UE y que ha dado lugar a una armonización completa es el Reglamento de legislación alimentaria, (incluye a los piensos para animales) CE 178/2002²³, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria²⁴.

²³Posteriormente modificado por el Reglamento CE 202/2008 en lo referente a dividir una de las Comisiones Técnicas Científicas de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria, la “Comisión técnica de aditivos alimentarios, aromatizantes, auxiliares tecnológicos y materiales en contacto con los alimentos” en dos: la “Comisión técnica de aditivos alimentarios y fuentes de nutrientes añadidos a los alimentos” y “Comisión técnica de materiales en contacto con alimentos, enzimas, aromatizantes y auxiliares tecnológicos”.

²⁴ Disponible en:

El fin de la normatividad alimentaria es garantizar un alto nivel de protección de la vida humana y la salud, con una consideración adecuada de la salud y el bienestar de los animales, el cuidado de las especies vegetales y la defensa del medio ambiente.

Existe también un enfoque integrado “de la granja al plato” que tiene que ver con el muy importante concepto de “trazabilidad” y que ya es considerado un principio general en la política de seguridad alimentaria de la UE mediante la vigencia del Reglamento precitado.

A los efectos de la reglamentación, se entenderá por “alimento” (o “producto alimenticio”) cualquier sustancia o producto destinados a ser ingeridos por los seres humanos o con probabilidad razonable de serlo, tanto si han sido transformados entera o parcialmente como si no. A estos efectos el Reglamento dice:

“‘Alimento’ incluye las bebidas, la goma de mascar y cualquier sustancia, incluida el agua, incorporada voluntariamente al alimento durante su fabricación, preparación o tratamiento. Se incluirá el agua después del punto de cumplimiento definido en el artículo 6 de la Directiva 98/83/CE y sin perjuicio de los requisitos estipulados en las Directivas 80/778/CEE y 98/83/CE.

“Alimento” no incluye:

- a) los piensos;*
- b) los animales vivos, salvo que estén preparados para ser comercializados para consumo humano;*
- c) las plantas antes de la cosecha;*
- d) los medicamentos tal y como lo definen las Directivas 65/65/CEE(21) y 92/73/CEE(22) del Consejo;*
- e) los cosméticos tal como los define la Directiva 76/768/CEE del Consejo(23);*
- f) el tabaco y los productos del tabaco tal como los define la Directiva 89/622/CEE del Consejo(24);*
- g) las sustancias estupefacientes o psicotrópicas tal como las define la Convención Única de las Naciones Unidas sobre Estupefacientes, de 1961, y el Convenio de las Naciones Unidas sobre Sustancias Psicotrópicas, de 1971;*
- h) los residuos y contaminantes.”*

La legislación relativa a los alimentos evolucionará continuamente en el futuro. Los requisitos aplicables a productos abarcan áreas como contaminantes, niveles máximos de residuos, higiene (reglamentos de la UE sobre higiene de los productos alimenticios CE 852, 853 y 854/2004 y los sistemas de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control-APPCC (o HACCP por sus siglas en inglés), irradiación, etiquetado y otros factores, dependiendo del producto. Por ejemplo, los productos alimentarios de origen animal deben provenir de establecimientos aprobados por la CE, en algunos casos se requieren certificados sanitarios especiales, y muchos productos son inspeccionados y analizados a su llegada y deben ser autorizados antes de su salida al mercado.

Los actuales Requisitos de seguridad alimentaria indican que no se comercializarán los alimentos que no sean seguros y que se considerará que un alimento no es seguro cuando (i) sea nocivo para la salud o bien (ii) no sea apto para el consumo humano. A la hora de determinar si un alimento no es seguro, deberán tenerse en cuenta las condiciones normales de uso del alimento por los consumidores y en cada fase de la producción, la transformación y la distribución, y la información ofrecida al consumidor, incluida la que figura en la etiqueta, u otros datos a los que el consumidor tiene por lo general acceso, sobre la prevención de determinados efectos perjudiciales para la salud que se derivan de un determinado alimento o categoría de alimentos. Mientras que a la hora de determinar si un alimento es nocivo para la salud, se tendrán en cuenta los probables efectos inmediatos y a corto y largo plazo de ese alimento, no sólo para la salud de la persona que lo consume, sino también para la de sus descendientes, así como los posibles efectos tóxicos acumulativos, la sensibilidad particular de orden orgánico de una categoría específica de consumidores, cuando el alimento esté destinado a ella. A la hora de determinar si un alimento no es apto para el consumo humano, se tendrá en cuenta si el alimento resulta inaceptable para el consumo humano de acuerdo con el uso para el que está destinado, por estar contaminado por una materia extraña o de otra forma, o estar putrefacto, deteriorado o descompuesto.

Algo importante a tener en cuenta a la hora de la exportación hacia la Unión Europea, es que el Reglamento de Seguridad Alimentaria indica que: “Cuando un alimento que no sea seguro pertenezca a un lote o a una remesa de alimentos de la misma clase o descripción, se presupondrá que todos los alimentos contenidos en ese lote o esa remesa tampoco son seguros²⁵, salvo que una evaluación detallada demuestre que no hay pruebas de que el resto del lote o de la remesa no es seguro.”

Algo importante además que proporciona algo que desde el punto de vista del mercado de consumo, es considerado como una garantía final de defensa de los consumidores, es la siguiente disposición contenida en el Artículo 14.8 del Reglamento CE 178/2002:

“La conformidad de un alimento con las disposiciones específicas que le sean aplicables no impedirá que las autoridades competentes puedan tomar las medidas adecuadas para imponer restricciones a su comercialización o exigir su retirada del mercado²⁶ cuando existan motivos para pensar que, a pesar de su conformidad, el alimento no es seguro.”

Esto, desde el punto de vista del exportador de alimentos hacia destinos de la UE, podría llegar a comprenderse como un eventual uso de posible discrecionalidad que no utilizada adecuadamente significaría barreras a la exportación importantes.

De manera similar podemos encontrar en el articulado sobre piensos los mismos principios a alimentos, incluyendo seguridades tanto sobre la salud de los animales, como los consumidores finales de productos animales alimentados con tales piensos,

²⁵ El subrayado es nuestro.

²⁶ Idem

así los Requisitos de inocuidad de los piensos dictaminan que no se comercializarán ni se darán a ningún animal destinado a la producción de alimentos piensos que no sean seguros, considerando que un pienso no es seguro para el uso al que esté destinado cuando tenga un efecto perjudicial para la salud humana o de los animales o haga que el alimento obtenido a partir de animales destinados a la producción de alimentos no sea seguro para el consumo humano.

De igual manera reza la retirada de lotes o remesas si es que hay unidades que pertenezcan a los mismos en condiciones de no comercialización, presuponiendo que el lote o remesa está en similar estado, salvo prueba en contrario. Y de igual manera la conformidad de un pienso con las disposiciones específicas que le sean aplicables no impedirá que las autoridades competentes puedan tomar las medidas adecuadas para imponer restricciones a su comercialización o exigir su retirada del mercado cuando existan motivos para sospechar que, a pesar de su conformidad, el pienso no es seguro.

Tanto en alimentos como en piensos en ausencia de disposiciones comunitarias específicas, hace que se consideren seguros si son conforme a las disposiciones específicas de la legislación nacional por la que se rige la inocuidad de los piensos del Estado miembro donde ese pienso está en circulación.

El Reglamento también indica que sin perjuicio de disposiciones más específicas de la legislación alimentaria, el etiquetado, la publicidad y la presentación de los alimentos o los piensos, incluidos su forma, apariencia o envasado, los materiales de envasado utilizados, la forma en que se disponen los alimentos o los piensos y el lugar en el que se muestran, así como la información que se ofrece sobre ellos a través de cualquier medio, no deberán inducir a error a los consumidores.

La **Trazabilidad** es definida en el Reglamento CE 178/2002 como la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo. Al respecto se indica que en todas las etapas indicadas deberá asegurarse la trazabilidad de los alimentos, los piensos, los animales destinados a la producción de alimentos y de cualquier otra sustancia destinada a ser incorporada en un alimento o un pienso, o con probabilidad de serlo, siendo las empresas alimentarias y de piensos, las que deberán poder identificar a cualquier persona que les haya suministrado un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos, o cualquier sustancia destinada a ser incorporada en un alimento o un pienso, o con probabilidad de serlo, para lo cual pondrán en práctica sistemas y procedimientos que permitan poner esta información a disposición de las autoridades competentes si éstas así lo solicitan, así como para identificar a las empresas a las que hayan suministrado sus productos. Pondrán esta información a disposición de las autoridades competentes si éstas así lo solicitan.

La trazabilidad implica que este tipo de mercaderías deberán estar adecuadamente etiquetadas o identificadas para facilitarla mediante documentación o información

pertinentes, de acuerdo con los requisitos específicos para productos específicos a los que el mismo Reglamento se remite.

En el caso de Organismos Modificados Genéticamente-OMG (“transgénicos”), las condiciones de trazabilidad son especiales, y la finalidad es que el contenido transgénico pueda ser identificado en todo momento.

Certificación ecológica (orgánica)

Los productos alimentarios comercializados como “ecológicos” u “orgánicos” deben cumplir los reglamentos de la Unión Europea, en este caso el CEE 2092/91 sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios²⁷. Ha de hacerse la observación de que el mismo Reglamento, si bien indica que para el idioma inglés el nombre que se usará es “*organic*”, en castellano se denominarán “ecológico” (hay otros nombres en idiomas incluso cercanos al español, así en italiano y portugués es “biológico”)

Estos productos en cualquier caso deben ser certificados para ser considerados tales a la hora de su puesta en el mercado.

Este Reglamento ha tenido una gran cantidad de modificaciones y algunas rectificaciones, por lo que se recomienda ir directamente a la fuente actualizada, cuyo acceso se provee en este documento.

En cualquier caso la exposición de motivos (sus considerandos en este caso), así como el espíritu de cuando entró en su primera vigencia siguen siendo los mismos.

El Reglamento considera que hay un nuevo mercado para productos agrarios, basado en una demanda que implica una producción menos intensiva de la tierra que puede contribuir a una mejor protección del medio ambiente y un mejor mantenimiento del espacio rural. Pretendiendo poner un marco a normas precedentes de los Estados miembros orientadas al reconocimiento por los consumidores de los productos ecológicos, y proporcionar transparencia en el mercado, el Reglamento establece normas para un etiquetado certificado, que implicará el control del cumplimiento de las normas de producción en todas las fases de la misma, así como en la comercialización, por medio de controles sistemáticos que cumplan las condiciones comunitarias mínimas y sean efectuados por autoridades de control designados o bien por organismos autorizados y supervisados.

Para ayudar al cumplimiento de requisitos ecológicos, en Bolivia existe la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia-AOPEB (www.AOPEB.org) que fundada en 1991 (misma fecha del Reglamento de la UE) cuenta con 56 organizaciones afiliadas, cooperativas, asociaciones, CORACAS, ONG’s y PYMES que representan a más de 30.000 familias de productores ecológicos en todo el país (campesinos, indígenas y originarios), más abajo se listan sus asociados, con los correos electrónicos para comunicarse con los mismos. AOPEB es miembro de la

²⁷ Disponible en:
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/consleg/1991/R/01991R2092-20060506-es.pdf>

Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Ecológica (IFOAM) y coordina la iniciativa Latinoamericana de IFOAM, es integrante de la Red de acción de Plaguicidas (RAPAL-BOL), ha elaborado y publicado las "Normas Básicas para Producción y Elaboración de Productos Ecológicos en Bolivia.

Los servicios de AOPEB²⁸ se dirigen tanto a las Autoridades competentes como al público en general, dentro de los primeros están asesoramientos sobre normatividad en agricultura ecológica, elaboración de tablas normativas para la evaluación de la Unión Europea de países terceros postulantes, recomendaciones sobre equivalencia de normas con mercados de destino, manuales de procedimientos con formularios prácticos, capacitación de funcionarios en implementaciones del Sistema de Control, actualización de sanciones, estrategias de socialización y difusión del Sistema de Control, asesoramiento para la gestión de archivos físicos y electrónicos, cursos sobre la Guía ISO 065 (de entidades certificadoras en general) y en opciones de acreditación de agricultura orgánica, así como en la preparación de postulación de Bolivia a la Lista de Países Terceros de la UE orientada a lograr la equivalencia con la Unión Europea de la normatividad y sistema nacional.

Además de lo anterior, como se ha comentado, la Asociación ofrece servicios al público en general, que se indican con mayor detalle:

I. Asesoramiento en producción ecológica, que incluye:

- Cursos de producción ecológica:
 - Principios y fundamentos de la agricultura ecológica en diferentes niveles y auditorios.
- Manejo ecológico de suelos:
 - Elaboración de Estrategias y Planes de Manejo Ecológico de Suelos.
 - Diagnóstico y clasificación de suelos agrícolas, bajo criterios de manejo sostenible y potencial de uso agroecológico.
 - Intercambio de experiencias en manejo ecológico de suelos mediante visitas a las Organizaciones de Productores Ecológicos: EL CEIBO, ANAPQUI, MINGA, AGROPLAN, CELCCAR, CR. IRUPANA, CR. CHULUMANI y otras.
- Manejo ecológico de plagas:
 - Diagnostico y clasificación de plagas de cultivos.
 - Estrategias y Planes de Manejo Ecológicos de Plagas : Control Etológico, Control Físico o mecánico, Control Cultural, Control Biológicos, Control Autocida, Control con Bioinsecticidas.
 - Intercambio de experiencias dentro las Organizaciones de Productores Ecológicos de AOPEB.
- Manejo ecológico de sistemas agropastoriles.
 - Manejo Ecológico de cultivos y ganado.
 - Diseño de Planes de Manejo Agroforestales.

²⁸ http://www.aopeb.org/web_aopeb/servicios.php

- Intercambio de experiencias locales en manejo ecológico de sistemas integrales.
- Diseño de Planes de Manejo Eco-turístico.

II. Asesoramiento en capacitación participativa:

- Implementación de Estrategias y planes de metodología de capacitación participativa: Campesino a Campesino (CaC), Escuelas de Campo (EC), Comités de Investigación Agroecológicos Locales (CIALs), Asesoramiento en Métodos para la sistematización de Experiencias.

III. Asesoramiento en temas organizacionales.

- Asesorías en constitución, gestión administrativa y reestructuración de Organizaciones Colectivas (Cooperativas, asociaciones y Empresas Eco-sociales.).

IV. Asesoramiento en marketing ecológico.

- Técnicas de mercado para la comercialización nacional e internacional, desde la producción y diseño del producto, hasta la promoción y publicidad del mismo.

V. Asesoramiento en procesos de comunicación, difusión y publicidad.

- Implementación de estrategias comunicacionales y publicitarias dirigidas a la producción agroecológica y al desarrollo sostenible.
- Asesoría en el manejo de Calidad de Información.
- Diagnóstico de procesos comunicacionales y de información.
- Gestión de procesos de retroalimentación.

VI. Asesoramiento en certificación.

- Construcción de sistemas de calidad y certificación acordes a la Guía ISO 65.
- Implementación de sistemas alternativos de Inspección y certificación de productos ecológicos.
- Implementación de Sistemas de Control Interno en organizaciones de productores y empresas. - Asesoramiento en otras certificaciones: EUREPGAP.
- Cursos para inspectores de producción ecológica.

A continuación se proporciona una lista de afiliados de AOPEB:

Afiliados de AOPEB	Productos / Actividad	Coordenada electrónica
Productores		
AACPADAR	Ajo, haba, maíz, queso mejorados de cabra y otros	aacpadar@hotmail.com
AART	Productores de miel, propóleos, polen	as_apitar@yahoo.es
ACSHA	Producción de Hortalizas en Carpa Solar	info.acsha@gmail.com
AECAR	Café en grano verde oro	info@aopeb.org

AGROPLAN	Hortalizas, frutas, plantas aromáticas, frijol, etc.	info@aopeb.org
AIPAC - AB	Café en grano verde oro, tostado y molido	pilonlajascoffe_bolivia@yahoo.es
AIPEAVE	Producción y exportación de achiote	aipeave@bolivia.com
ANAPQUI	Quinoa, hojuelas, insuflados, harina, fideos	anapqui@entelnet.bo
APAEY	Frutas tropicales, productos apícolas (miel)	apaey2000@yahoo.com
APAMI	Piña, cítricos, maracuyá	apamieco@yahoo.es
APCA	Café Grano verde oro	cafe_apollo@hotmail.com
APECO	Vid, hortalizas, variedad de frutas y miel	apeco@cosett.com.bo
APT-CHUQUISACA	Trigo, ajonjolí, amaranto, maní	adptch@cotes.net.bo
APT-COCHABAMBA	Trigo, harina de trigo, anís	info@aopeb.org
ASOCAFE	Café en grano verde oro, té verde y té negro procesados	asocafe@asocafe.com.bo
Centro WALIPINI	Humus de lombriz, maca, estevia, mejoramiento ganado camélido	agroecologico_walipini@yahoo.com
Coop. ALTO SAJAMA	Café en grano verde oro, tostado y molido, té de hibisco	samasajama@hotmail.com
Coop. ANTOFAGASTA	Café en grano verde oro	info@aopeb.org
Coop. CELCCAR	Café en grano verde oro	celccar@hotmail.com
Coop. CENCOOP	Café en grano verde oro	cencoopcafe@hotmail.com
Coop. CIANA	Café en grano verde oro	infociana@accelerate.com
Coop. CIAPEC LTDA.	Café, achiote, palillo y frutas	ciapec@latinmail.com
Coop. COAIL	Cereales andinos y artesanías	info@aopeb.org
Coop. COAINE	Café en grano verde oro	coaine2004@gmail.com
Coop. COINACAPA	Nuez del amazonas o Castaña	coinacapa@cotas.net
Coop. EL	Nuez del amazonas o	caicltdarib@cotas.net

CAMPESINO	castaña, nuez confitada	
Coop. EL CEIBO	Cacao en grano, cocoa, licor, mantequilla de cacao, chocolate y sus derivados, frutas deshidratadas	elceibocom@accelerate.com
Coop. RÍO MERCEDES	Café grano verde oro	info@aopeb.org
Coop. SAN JUAN	Café en grano verde oro	info@aopeb.org
Coop. VILLA ORIENTE	Café en grano verde oro	cvoriente_coffee@hotmail.com
Coord. Mujeres V. Alto	Difusión y Producción Agroecológica, fortalecimiento organizacional y formación de líderes.	coordinadoravallealto@gmail.com
CPILAP	Muebles de bambú, arroz, frutas y cacao silvestre, plantas medicinales	cpilap@entelnet.bo
CR. CARRASCO	Café en grano verde oro	coracacrc@yahoo.es
CR. CHULUMANI	Café en grano verde oro, mate de coca y trimate	mamaniguillermo@hotmail.com
CR. IRUPANA	Café en grano verde oro, tostado y molido, amaranto, miel y sus derivados, maní y sus derivados	coracari@entelnet.bo
CR. PORTAL	Locoto fresco, locoto en polvo, miel	protal@supernet.com.bo
MINGA	Café en grano verde oro, tostado y molido, fréjol, algodón, maní, cayú	minga@cotas.com.bo
Empresas		
CORONILLA Ltda.	Fideos, pasta e insuflado de cereales andinos	fideos@coronilla.com
ECO-CARANAVI	Té negro, té de frutas, mates	ecocaranavi@gmail.com
ECOVIR	Frutas deshidratadas, musli de cereales andinos	ecovir_bolivia@yahoo.com
GRANJA POLEN	Productos lácteos, hortalizas y crianza de animales	imola@imola.com.bo

IMO CONTROL	Inspección y certificación de productos ecológicos	imola@imola.com.bo
INDUSTRIAS IRUPANA	Amaranto, cañawa, Quinoa y Frutas deshidratadas	jhurtado@irupana.org
NATURALEZA SRL	Té de frutas, mates, fruta deshidratada	frutte@entelnet.bo
QUINUA-BOL	Quinoa	quinoa@entelnet.bo
SAITE SRL	Quinoa, derivados, fréjol negro y café orgánico, lenteja	saite@entelnet.bo
VICOPEX	Café Orgánico	vicopex@entelnet.bo
Organizaciones no gubernamentales		
ALDEAS INFANTILES SOS	Capacitación Técnico Medio u Operativo en Agropecuaria	cenfotecagrop@supernet.com.bo
CAADI	Asesoramiento en producción, transformación de carne y fibra de camélidos, lechería, miel de abeja	caadi@entelnet.bo
CEATA	Asistencia técnica agroecológica, y Agropecuaria	ceata@entelnet.bo
CESA	Asesoramiento y servicios agropecuarios	cesabol@adsl.entelnet.bo
FIDES	Organización especializada en gestión municipal, acción ambiental, recursos naturales y producción de miel	fidfides@entelnet.bo
Fund. UÑATATAWI	Asistencia Técnica, Capacitación y producción de hortalizas	fundawi@entelnet.bo
PRECONAT	Asistencia técnica en la producción ecológica, sector campesino	info@aopeb.org
PRISA	Asistencia Técnica en Agroecología y producción de cacao	prisabol@entelnet.bo

Requisitos Fitosanitarios

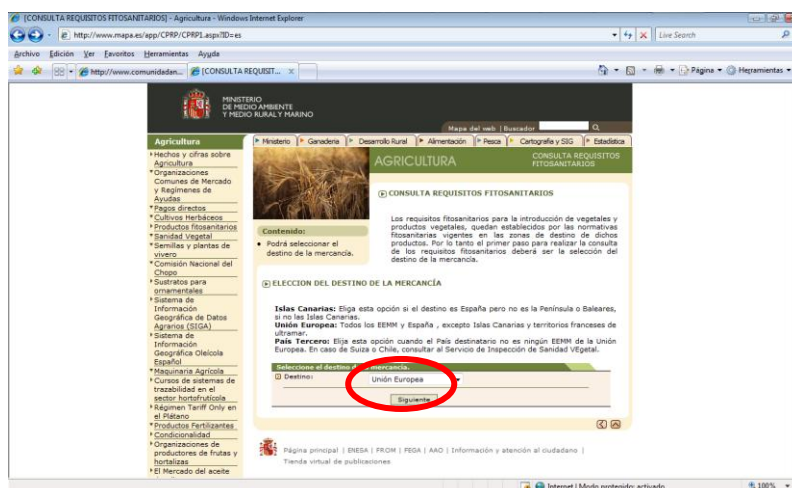
Los mismos son extremadamente importantes, ya que pueden ser una barrera incluso insalvable (en el caso de prohibiciones de introducción), requerir certificados concretos o bien inspecciones en origen. Existe una perpetua vigilancia que da lugar a Decisiones de la Unión Europea continuas según el control fitosanitario comunitario oriente las mismas debido a los peligros percibidos, por endemismos, epidemias o plagas observadas, o por cualesquiera otras razones. Hay por otra parte zonas de la UE que se han declarado libres de tal o cual microorganismo, por lo que incluso aunque haya ingreso general a alguno de los países miembros, y una vez internado y naturalizada la mercadería en tal o cual país, puede ocurrir que el producto tenga limitaciones en partes o regiones de la UE.

Pretender una presentación exhaustiva a la fecha de redacción del presente documento implica (i) que se completarían cientos sino miles de páginas de (ii) información que en buena parte de las ocasiones debe ser consultada a la fecha. En tal sentido se ha procurado localizar algún sitio accesible desde Bolivia que contenga información actualizada en castellano o inglés, preferiblemente en el primer idioma.

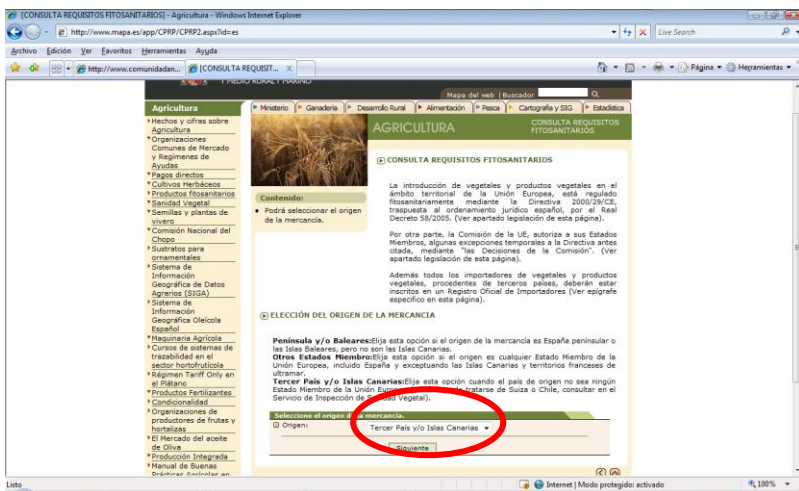
Se ha hallado una Base de Datos muy completa disponible vía Internet en el sitio web del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino español (por lo que se encuentra en castellano), que puede resultar de mucha utilidad para el exportador, ya que compendia y permite consultar buena parte de requisitos fitosanitarios que la UE dispone para países terceros. La dirección web es <http://www.mapa.es/app/CPRP/CPRP1.aspx?ID=es> y se logra interrogar por destino: "Unión Europea" y por origen "Tercer país", de esta forma se accede a un menú que indica la forma del producto y posteriormente puede consultarse por el producto concreto, incluyendo el nombre común, además del especializado, obteniendo la información sobre los requisitos fitosanitarios.

A continuación se incluye un ejemplo a título ilustrativo para los requisitos fitosanitarios de la papa en el mercado europeo:

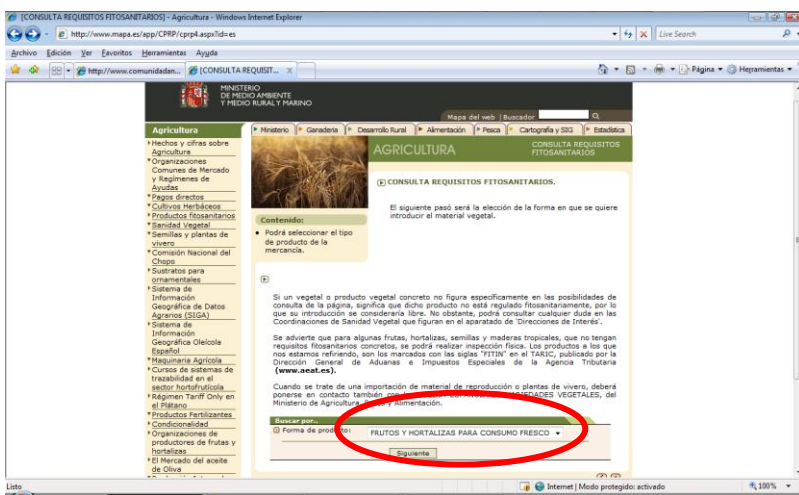
Se elige el destino, que será "Unión Europea"



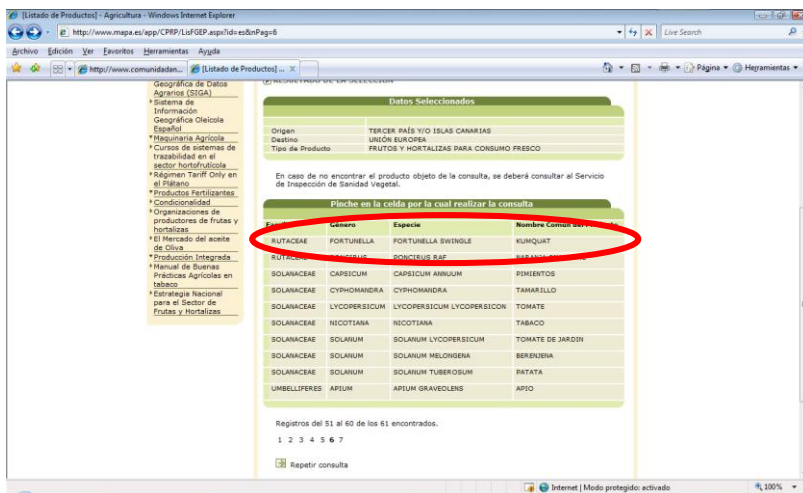
Se selecciona el origen, que será “Terceros países y/o Islas Canarias”



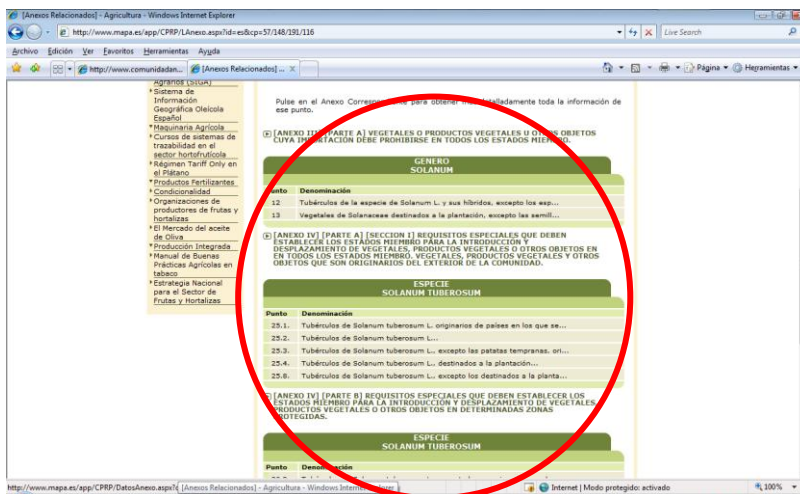
Se escoge el tipo de producto, en el ejemplo “Frutos y hortalizas para consumo fresco”



Se escoge familia, especie, etc. en este caso “Solanum Tuberosum” es decir la papa o patata



Obteniendo el resultado desde el cual puede irse ingresando a las diferentes opciones que ha contestado la Base de Datos.



Alcanzaremos a conocer los requisitos fitosanitarios según su forma biológica (semillas, plantas vivas, tubérculos). Así:

a) Hay “VEGETALES O PRODUCTOS VEGETALES U OTROS OBJETOS CUYA IMPORTACIÓN DEBE PROHIBIRSE EN TODOS LOS ESTADOS MIEMBROS.”

Esta afecta a la especie de la siguiente manera:

ANEXO III PARTE A PUNTO 12

VEGETALES O PRODUCTOS VEGETALES U OTROS OBJETOS CUYA IMPORTACIÓN DEBE PROHIBIRSE EN TODOS LOS ESTADOS MIEMBRO.

DESCRIPCIÓN

Tubérculos de la especie de Solanum L. y sus híbridos, excepto los especificados en los puntos 10 y 11.

PAISES DE ORIGEN

País de origen: Sin perjuicio de los requisitos especiales aplicables a los tubérculos de patata enumerados en la sección I de la parte A del anexo IV, terceros países excepto Argelia, Egipto, Israel, Libia, Marruecos, Siria, Suiza, Túnez y Turquía, y terceros países europeos que hayan sido reconocidos exentos de *Clavibacter michiganensis* ssp. *sepedonicus* (Spieckermann et Kotthoff) Davis et al, con arreglo al procedimiento previsto en normativa comunitaria, o en los que se hayan respetado las disposiciones declaradas equivalentes a las comunitarias en materia de lucha contra *Clavibacter michiganensis* ssp. *sepedonicus* (Spieckermann et Kotthoff) Davis et al. con arreglo al procedimiento establecido en normativa comunitaria

REQUISITOS ESPECIALES

Importación Prohibida (salvo para fines científicos)

EXCEPCION A LA NORMATIVA BASICA

DECISION 2003/63/CE: Decisión de la Comisión, de 28 de enero de 2003, por la que se autoriza a los Estados miembros a establecer excepciones transitorias a la Directiva 2000/29/CE del Consejo en lo que respecta a las patatas, distintas de las destinadas a la plantación, originarias de determinadas provincias de Cuba. (DOCE 29-01-2003)

ANEXO IV PARTE A PUNTO 25.1.

REQUISITOS ESPECIALES QUE DEBEN ESTABLECER LOS ESTADOS MIEMBRO PARA LA INTRODUCCIÓN Y DESPLAZAMIENTO DE VEGETALES, PRODUCTOS VEGETALES O OTROS OBJETOS EN TODOS LOS ESTADOS MIEMBRO. VEGETALES, PRODUCTOS VEGETALES Y OTROS OBJETOS QUE SON ORIGINARIOS DEL EXTERIOR DE LA COMUNIDAD.

DESCRIPCIÓN

Tubérculos de *Solanum tuberosum* L. originarios de países en los que se tiene constancia de la existencia de *Synchytrium endobioticum* (Schilbersky) Percival

PAISES DE ORIGEN

Originarios de países en los que se tiene constancia de la existencia de *Synchytrium endobioticum* (Schilbersky) Percival

REQUISITOS ESPECIALES

Sin perjuicio de las prohibiciones aplicables a los tubérculos contemplados en los puntos 10, 11 y 12 de la parte A del anexo III, declaración oficial de que: a) los tubérculos son originarios de zonas de las que se sabe están exentas de *Synchytrium endobioticum* (Schilbersky) Percival (todas las razas excepto la número 1, raza europea común), y no se han observado síntomas de *Synchytrium endobioticum* (Schilbersky) Percival ni en la parcela de producción ni en las colindantes desde el principio de un período razonable o bien b) se ajustan a las disposiciones del país de origen reconocidas como equivalentes a las comunitarias en la lucha contra *Synchytrium endobioticum* (Schilbersky) Percival, de acuerdo con el procedimiento establecido en norma comunitaria

EXCEPCION A LA NORMATIVA BASICA

DECISION 2005/850/CE: Decisión de la Comisión de 25 de noviembre de 2005, que modifica la Decisión 2003/61/CE, por la que se autoriza a algunos Estados miembros a establecer excepciones temporales a determinadas disposiciones de la Directiva 2000/29/CE del Consejo con lo que respecta a las patatas de siembra originarias de ciertas provincias de Canadá. (DOUE 01-12-2005)

ANEXO IV PARTE A PUNTO 25.2.

REQUISITOS ESPECIALES QUE DEBEN ESTABLECER LOS ESTADOS MIEMBRO PARA LA INTRODUCCIÓN Y DESPLAZAMIENTO DE VEGETALES, PRODUCTOS VEGETALES O OTROS OBJETOS EN EN TODOS LOS ESTADOS MIEMBRO. VEGETALES, PRODUCTOS VEGETALES Y OTROS OBJETOS QUE SON ORIGINARIOS DEL EXTERIOR DE LA COMUNIDAD.

DESCRIPCIÓN

Tubérculos de *Solanum tuberosum* L

REQUISITOS ESPECIALES

Sin perjuicio de las disposiciones contempladas en los puntos 10, 11 y 12 de la parte A del anexo III y en el punto 25.1 de la sección I de la parte A del anexo IV, declaración oficial de que: a) los tubérculos son originarios de países de los que se sabe están exentos de *Clavibacter michiganensis* ssp. *sepedonicus* (Spieckermann et Kotthoff) Davis et al., o bien b) se ajustan a las disposiciones del país de origen reconocidas como equivalentes a las comunitarias en la lucha contra *Clavibacter michiganensis* ssp. *sepedonicus* (Spieckermann et Kotthoff) Davis et al., con arreglo al procedimiento establecido en norma comunitaria

EXCEPCION A LA NORMATIVA BASICA

DECISION 2004/4/CE: Decisión de la Comisión de 22 de diciembre de 2003, por la que se autoriza a los Estados Miembros a adoptar con carácter temporal, medidas de urgencia contra la propagación de Pseudomonas solanacearum (Smith) Smith, con respecto a Egipto. (DOUE 06/01/2004)

DECISION 2004/836/CE: Decisión de la Comisión de 6 de diciembre de 2004, que modifica y corrige la Decisión 2004/4/CE, por la que se autoriza a los Estados Miembros a adoptar con carácter temporal, medidas de urgencia contra la propagación de Pseudomonas solanacearum (Smith) Smith, con respecto a Egipto.

DECISION 2005/840/CE: Decisión de la Comisión de 25 de noviembre de 2004, que modifica la Decisión 2004/4/CE, por la que se autoriza a los Estados Miembros a adoptar con carácter temporal, medidas de urgencia contra la propagación de Pseudomonas solanacearum (Smith) Smith, con respecto a Egipto. (DOUE 29-11-2005)

ANEXO IV PARTE A PUNTO 25.3.

REQUISITOS ESPECIALES QUE DEBEN ESTABLECER LOS ESTADOS MIEMBRO PARA LA INTRODUCCIÓN Y DESPLAZAMIENTO DE VEGETALES, PRODUCTOS VEGETALES O OTROS OBJETOS EN EN TODOS LOS ESTADOS MIEMBRO. VEGETALES, PRODUCTOS VEGETALES Y OTROS OBJETOS QUE SON ORIGINARIOS DEL EXTERIOR DE LA COMUNIDAD.

DESCRIPCIÓN

Tubérculos de Solanum tuberosum L., excepto las patatas tempranas, originarios de países en los que se tiene constancia de la existencia de Potato spindle tuber viroid

PAISES DE ORIGEN

Originarios de países en los que se tiene constancia de la existencia de Potato spindle tuber viroid

REQUISITOS ESPECIALES

Sin perjuicio de las disposiciones aplicables a los tubérculos contemplados en los puntos 10, 11 y 12 de la parte A del anexo III y en los puntos 25.1 y 25.2 de la sección I de la parte A del anexo IV, supresión de la facultad de germinación

EXCEPCION A LA NORMATIVA BASICA

DECISION 2004/4/CE: Decisión de la Comisión de 22 de diciembre de 2003, por la que se autoriza a los Estados Miembros a adoptar con carácter temporal, medidas de urgencia contra la propagación de Pseudomonas solanacearum (Smith) Smith, con respecto a Egipto. (DOUE 06/01/2004)

DECISION 2004/836/CE: Decisión de la Comisión de 6 de diciembre de 2004, que modifica y corrige la Decisión 2004/4/CE, por la que se autoriza a los Estados Miembros a adoptar con carácter temporal, medidas de urgencia contra la propagación de Pseudomonas solanacearum (Smith) Smith, con respecto a Egipto.

DECISION 2005/840/CE: Decisión de la Comisión de 25 de noviembre de 2004, que modifica la Decisión 2004/4/CE, por la que se autoriza a los Estados Miembros a adoptar con carácter temporal, medidas de urgencia contra la propagación de Pseudomonas solanacearum (Smith) Smith, con respecto a Egipto. (DOUE 29-11-2005)

Se han ofrecido sólo algunos de los contenidos de la Base de Datos española respecto a la papa, se llenarían bastantes más hojas del presente documento cuando el ejemplo es sólo a título ilustrativo.

En cualquier caso la información concreta, precisa y confirmada para cualquier producto, debe asegurarse ante el boliviano Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimenticia-SENASAG (www.senasag.gov.bo).

6. Aranceles, IVA, otras tasas e impuestos.

Al ser un mercado único existe en la Unión Europea un Procedimiento Aduanero Común, con derechos de aduana uniformes que son solamente pagaderos en el puerto o lugar. Una vez que los productos ingresan no existen más procedimientos aduaneros, y los productos pueden ser transportados fácilmente dentro de la UE, ya considerados como naturalizados en el primer país.

La Unión Europea tiene básicamente un mercado abierto para los productos no agrícolas con un bajo promedio de derechos de aduana. El arancel promedio NMF (Nación más favorecida) no alcanza el 7%.

Dada la gran cantidad de acuerdos comerciales, así como medidas unilaterales tipo SGP y otros, el arancel NMF se aplica a una decena de países solamente, aunque los mismos implican un alto porcentaje de importación, están Australia, USA, Japón y otros. Según el acuerdo comercial con el país de origen, los productos pueden estar exentos de derechos de aduanas o una tarifa reducida, igualmente entran sin pago muestras sin valor comercial, bienes para reparación y productos de importación temporal. El trato más favorable es el otorgado a los países en desarrollo como los países Asia-Caribe-Pacífico o ACP, los beneficiarios del SGP y SGP+ y algunos acuerdos regionales.

Los exportadores deben cuidarse de gravámenes antidumping, que son cargas aplicadas a importaciones vendidas en la UE a menor precio que en origen. Cuando la industria europea se considere perjudicada podrá instar el procedimiento pertinente. Si la investigación establece que la queja es conforme según los acuerdos internacionales vigentes, se procede a aplicar el gravamen, los que para limitar el daño disponen de celeridad y corto plazo de notificación, por lo que el exportador debe informarse si existe algún gravamen antidumping e incluso si hay en marcha una investigación de los órganos de la UE o bien una queja presentada.

El impuesto principal para productos y servicios en la Unión Europea es el Impuesto sobre el Valor Añadido-IVA, que es un impuesto indirecto al consumo de bienes o uso de servicios y que puede recibir diversos nombres bajo un mismo concepto, así además de Impuesto al Valor Agregado (como se suele denominar en otros países de habla castellana), están en Europa las siguientes denominaciones nacionales, así *“Imposta sul Valore Aggiunto-IVA”* en Italia, *“Mehrwertsteuer-MwSt”* en Alemania, *“Umsatzsteuer-USt”* en Austria, *“Value Added Tax-VAT”* en el Reino Unido, *“Omzetbelasting-BTW de “Belasting over de Toegevoegde Waarde”* en los Países Bajos, *“Taxe sur la Valeur Ajoutée-TVA* en Francia u otros según el Estado miembro.

Como regla, existe una mayor progresividad del mismo desde bienes y servicios de primera necesidad que son más bajas, incrementándose para mercancías consideradas suntuarias o de lujo. Algunos servicios o bienes considerados de importancia social o cultural pueden tener tarifas bajas o estar exentos.

Hay aún mucha diferencia entre los diferentes países, aunque la idea es proseguir a una armonización en la Unión Europea a medio o largo plazo. El IVA, dentro de la Unión Europea dispone de tasas normales y reducidas.

País	Normal	Reducida	País	Normal	Reducida
Alemania	19%	7%	Irlanda	21%	13,5%-4,4%
Austria	20%	12%-10%	Italia	20%	10%-6%-4%
Bélgica	21%	12%-6%	Letonia	18%	9%-5%
Bulgaria	20%		Lituania	18%	9%-5%
Chipre	15%	5%	Luxemburgo	15%	12%-9%-6%-3 %
Dinamarca	25%		Malta	18%	5%
Eslovaquia	19%		Países Bajos	19%	6%
Eslovenia	20%	8%-6%	Portugal	21%	12%-5%
España	16%	7%-4%-0%	Polonia	22%	7%-3%
Estonia	18%	5%	Reino Unido	17%	5%
Finlandia	22%	17%-8%	República Checa	19%	9%
Francia	19,6%	5,5%-2,1%	Rumania	19%	9%
Grecia	19%	8%-4%	Suecia	25%	12%- 6%
Hungría	20%	5%			

El IVA para cada país y producto puede ser consultado en el Export Helpdesk herramienta Internet a la que el presente documento dedica un anexo.

Existen algunos impuestos especiales, que se aplican por igual a productos locales e importados. Ejemplos de productos gravados con este tipo de impuestos son bebidas alcohólicas, el tabaco, y productos relacionados con el tabaco y aceites minerales usados como combustible. Los impuestos sobre aceites y productos oleaginosos incluyen un “impuesto verde”, destinado a la financiación de medidas de protección medioambiental.

7. Diagramas de flujo de los procedimientos principales.

7.1 SIDUNEA (ASYCUDA).

Dada la importancia del Sistema Automatizado que utiliza la Aduana Nacional de Boivia para los principales procedimientos de exportación, es adecuado detenerse en su origen, utilización y funciones.

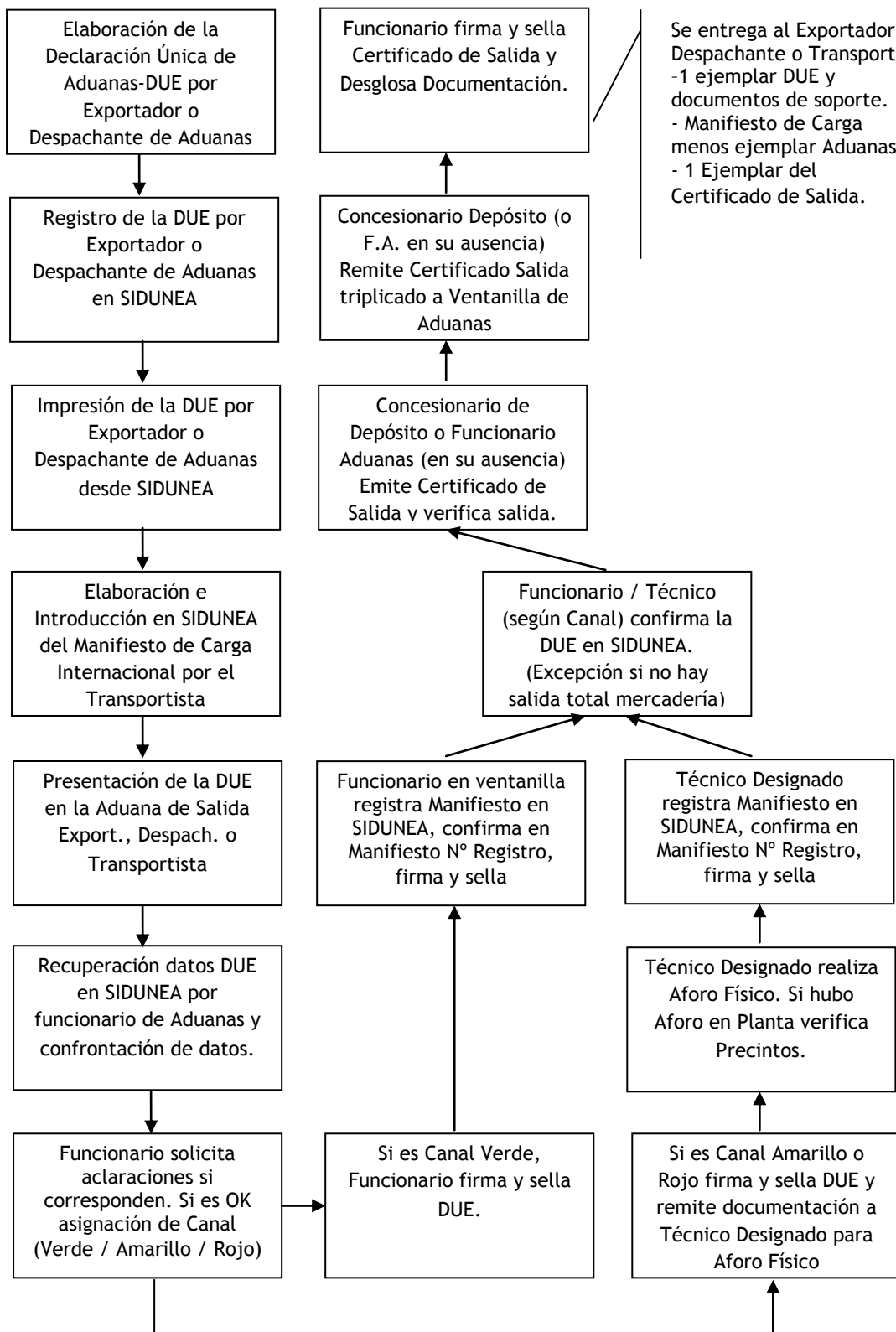
En 1981 la Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Comercio-UNCTAD por sus siglas en inglés recibió una solicitud de la secretaria de la Comunidad Económica de Estados de África Occidental-CEDEAO para ayudar en la recopilación de resultados estadísticos sobre el comercio exterior de sus estados miembros. Un estudio preliminar hizo ver que la mejor solución era involucrar las Aduanas y modernizar los procedimientos de desaduanaje, para garantizar unos resultados estadísticos fiables. Se propuso desarrollar un sistema informático modular para las aduanas, adaptable y configurable, pudiéndose utilizar en condiciones difíciles con un número reducido de personal. La UNCTAD logró desarrollar tal sistema conocido hoy con el nombre de SIDUNEA, siglas que vienen de Sistema aDUaNEro Automatizado, también llamado ASYCUDA en siglas inglesas de Automated SYstem for CUstoms Data. El sistema se ha actualizado y se ha desarrollado por parte de la Unidad de Desarrollo Técnico del Sistema el SIDUNEA ++ desarrollada con un lenguaje orientado objeto y basado en un Sistema de Gestión de Bases de Datos relacionales en el marco de una arquitectura cliente/servidor. Este sistema es el que explotan las Aduanas bolivianas.

SIDUNEA es un sistema de gestión de las operaciones aduaneras automatizado que cubre la mayor parte de trámites de comercio exterior. El sistema propone una solución integrada para el proceso de manifiestos, declaraciones de aduana, procedimientos de contabilidad, tránsito y regímenes suspensivos. Genera datos comerciales que pueden ser utilizados para análisis estadísticos y económicos, y tiene en cuenta los códigos y normas internacionales desarrollados por la Organización Internacional de Normalización, la Organización Mundial de Aduanas y las Naciones Unidas, es configurable y se adapta a las distintas necesidades nacionales de cada administración aduanera, aranceles nacionales, normatividad y otros. Se basa en el Intercambio Electrónico de Datos-EDI entre comerciantes y funcionarios de Aduanas utilizando las normas de Intercambio Electrónico de Datos para la Administración, Comercio y Transporte-EDIFACT.

Actualmente alrededor de 80 países utilizan en sus procedimientos de Aduana el SIDUNEA o ASYCUDA. En América Latina lo utilizan además de Bolivia, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y Venezuela. En Bolivia, el proyecto SIDUNEA se colocó bajo el auspicio del Proyecto PRISMA del Banco Interamericano de Desarrollo-BID. Su fecha de arranque fue en mayo del año 2000.

7.2. Procedimientos.

Procedimiento de Despacho Aduanero de Exportación (Exportación Definitiva) Transporte Terrestre



Procedimiento Manual de Exportación Definitiva (No Automatizado)

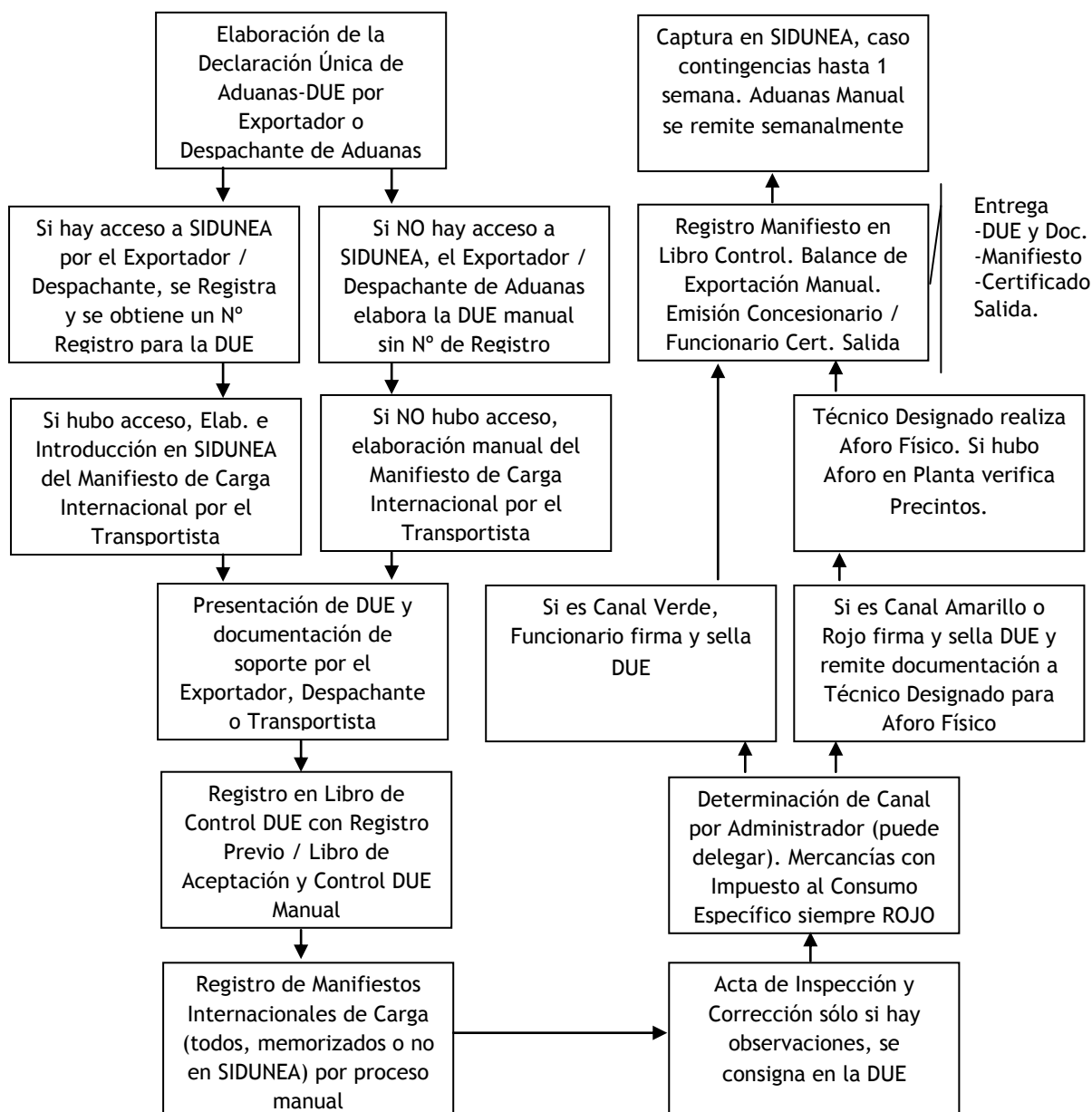
Para Aduanas de Salida donde no funciona el SIDUNEA, sea porque no esté implementado o porque no se encuentre operativo. El objetivo de este procedimiento es efectuar el proceso de forma que sea finalmente consistente con SIDUNEA.

Aduanas sin Sistema Informático -> Aplicación Permanente.

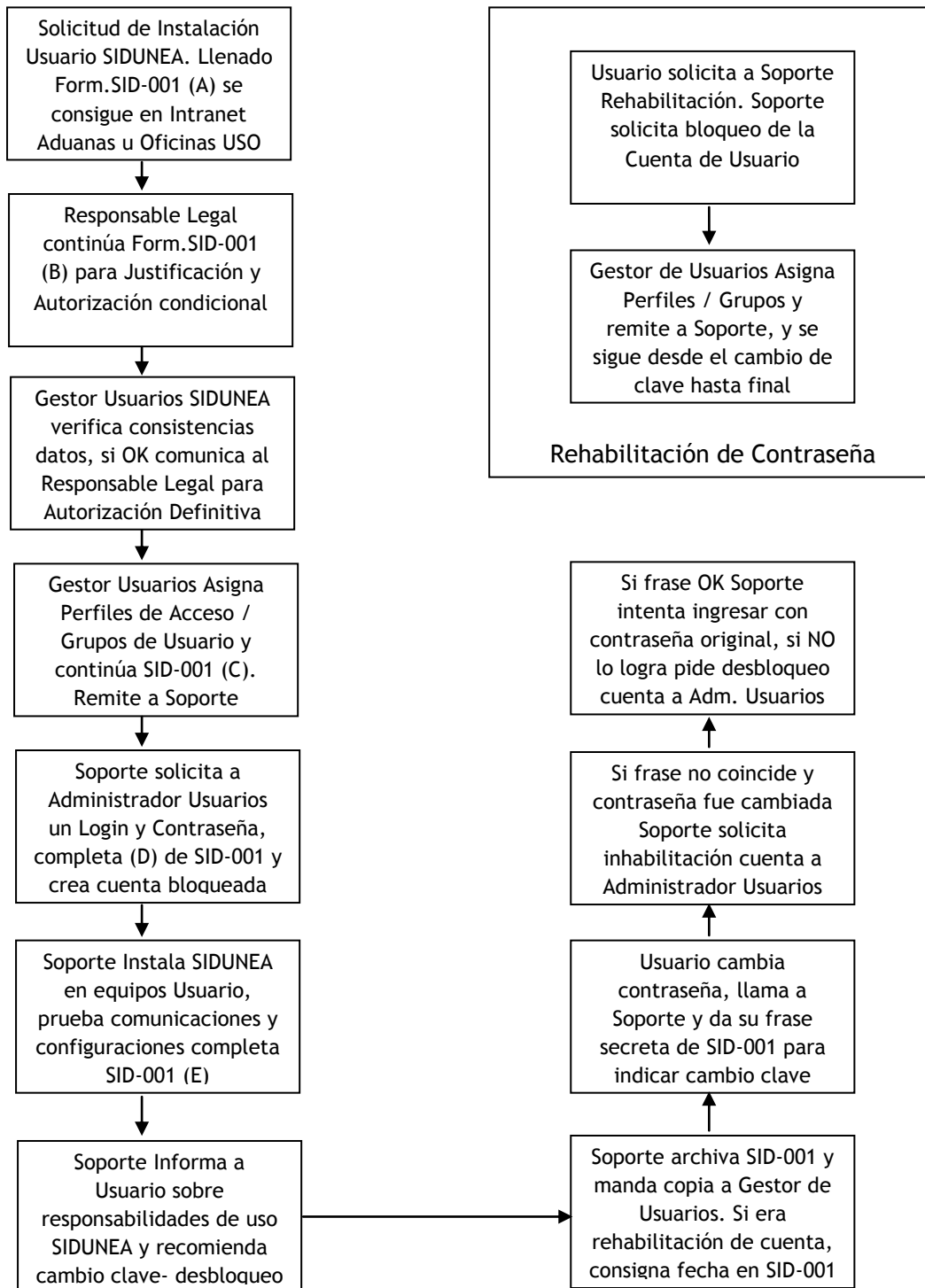
Aduanas con SIDUNEA pero con Contingencias:

Salida Aeropuerto -> Aplicación inmediata a conocimiento contingencia.

Otras -> Dos horas tras constatación contingencia / Inmediatamente tras recibir la instrucción expresa de la Gerencia Nacional de Sistemas.



Procedimiento de Registro e Instalación SIDUNEA



8. Documentación de exportaciones a la UE. Ejemplos.

Los documentos necesarios varían según el tipo de exportación y trámite, a continuación se indican los principales requisitos documentales y más adelante algunos ejemplos de los mismos.

Exportaciones definitivas:

- Factura Comercial.
- Certificado de Origen, cuando corresponda
- Certificado fito y zoosanitario, cuando corresponda
- Certificado de producto artesanal y de la pequeña industria, cuando corresponda
- Lista de empaque, cuando corresponda
- Certificado de análisis de minerales y metales. Además, el Impuesto Complementario a la Minería
- (ICM), cuando corresponda
- Declaración Única de Exportación - DUE- SIDUNEA

Exportaciones RITEX²⁹:

- Factura Comercial
- Lista de empaque, cuando corresponda
- Certificado de Origen, cuando corresponda
- Certificado fito y zoosanitario, cuando corresponda
- Certificado de producto artesanal y de la pequeña industria, cuando corresponda
- Declaración Única de Exportación - DUE- Formularios SIDUNEA
- Declaración de Admisión Temporal- DUI- de las materias primas
- Formulario 508 (hoja de saldos para aduana nacional)

Exportaciones temporales:

- Factura o nota de remisión
- Declaración Única de Exportación
- Declaración Única de Importación o Factura de compra en mercado interno

Reexportaciones:

- Factura Comercial
- Lista de empaque, cuando corresponda
- Declaración Única de Exportación
- Declaración Única de Importación

²⁹ El Régimen de Admisión Temporal para el Perfeccionamiento Activo - RITEX, permite la admisión temporal de mercancías en territorio aduanero nacional, con suspensión del pago de los tributos aduaneros, destinados exclusivamente a ser reexportadas en un periodo de tiempo de 360 días, luego de haber sido sometidas a una transformación, elaboración o reparación.

Exportación de Minerales:

- Factura Comercial
- Lista de empaque, cuando corresponda
- Certificado de Origen, cuando corresponda.
- Declaración Única de Exportación - DUE - SIDUNEA
- Certificado de análisis de minerales y metales. Además, el Impuesto Complementario a la Minería
- (ICM), cuando corresponda
- Certificado de Liquidación INE
- Formulario de Compra y Venta de Minera, cuando corresponda

Exportación de Artesanías:

- Factura Comercial (Original y copias) dosificada
- Lista de empaque, cuando corresponda
- Declaración Única de Exportación - DUE- SIDUNEA
- Certificado de INBOPIA (cuando corresponda)

Exportación de productos agrícolas y agroindustriales:

- Además de la documentación general, el Certificado Fitosanitario. Para obtener el mismo (SENASAG) lo siguiente:

Para el Registro Fitosanitario

Carta de solicitud de inscripción dirigida al Jefe Distrital.

Fotocopia del NIT

Fotocopia del Padrón Municipal de Contribuyentes. Croquis de ubicación de las instalaciones.

Dos fotocopias de boleta de depósito de la tasa en la cuenta bancaria del SENASAG N° 1-1053094 Banco Unión.

Fotocopia de Cedula de Identidad del representante legal de la empresa.

Informe de inspección técnica de la infraestructura, instalaciones, maquinaria y equipo de planta.

Para la emisión del certificado fitosanitario:

Formulario de solicitud de certificado de exportación

Factura comercial

Lista de empaque

Dos copias de Boleta de depósito bancario

- Exportación de productos alimenticios, el Certificado de Inocuidad Alimentaria de exportación. Para obtener el mismo (SENASAG) lo siguiente:

Para el Registro sanitario de empresas procesadoras de Alimentos:

Carta de solicitud de Registro dirigido al Jefe Distrital
Nombre o Razón Social de la empresa
Croquis de ubicación de la Planta
Capacidad de producción por mes
Nombre y marca del producto que procesa la empresa
Refacción de ingredientes aditivos, identificados por su nombre genérico y su referencia numérica internacional
Muestra de etiqueta por producto
Tiempo de almacenamiento que garantice la vida útil del producto, en condiciones normales de conservación y almacenamiento.
Sistema de identificación del lote de producción (cuando corresponde)
Toma de muestra de agua para análisis físico, químico, microbiológico
Fotocopia de NIT
Fotocopia de la licencia de funcionamiento
Fotocopia legalizada de manifiesto ambiental
Formulario de solicitud UIA - REG. - FORM - 001, debidamente llenado
Croquis de la distribución de ambientes de la planta y flujograma de elaboración de productos
Toma de muestra para análisis de laboratorio de acuerdo al producto
Deposito de la tasa en la cuenta bancaria del SENASAG

Para la emisión del Certificado de Inocuidad:

Formulario de solicitud de certificado de exportación
Factura comercial
Lista de empaque
Dos copias de Boleta de depósito bancario

- Exportación de mercancías provenientes del Reino Animal, el Certificado Zoosanitario de exportación. Para obtener el mismo (SENASAG), lo siguiente:

Para la emisión del Certificado Zoosanitario:

Formulario de solicitud de certificado de exportación
Factura comercial
Lista de empaque
Dos copias de Boleta de depósito bancario
Certificado de fumigación (cuando corresponda)
Otros certificados (según el país de destino)

- Exportación de Café
 - a) certificado de Origen - ICO (Cámara Departamental de Exportadores)
Solicitar N° de inscripción ICO
Aporte a la Organización Internacional del Café según volumen de exportación.
Certificado de SENASAG (para café procesado)
 - b) Certificado de Calidad del Café de Exportación (IBNORCA)
Certificado voluntario, a requerimiento del exportador
Declaración Única de Exportación DUE

Aporte a la cuenta IBNORCA según volumen de exportación

- Exportación de Madera, además de la documentación general, los Certificados Forestales de Origen-CFO³⁰, para obtener los necesarios (Superintendencia Forestal Nacional-SFN) lo siguiente:

Para el Registro ante la SFN:

Carta de solicitud de inscripción dirigida al Director Departamental
Programa de abastecimiento y procesamiento de materias primas de la
gestión presente (de acuerdo al Reglamento de la Ley Forestal)
Datos de la empresa: Ubicación de la planta depósitos, maquinaria
Fotocopia del NIT
Fotocopia del REX
Fotocopia de matrícula de FUNDEMPRESA
Poder de Representante legal (cuando corresponda)

Para la emisión del Certificado de Exportación CFO-4

Carta de solicitud al Director Departamental
CFO 2 de Origen, original
Planilla de descripción del producto
Pago de la tasa

- Exportación de palmito cultivado, además de la documentación general, las empresas dedicadas a la comercialización de palmito cultivado deberán registrarse anualmente a la SFN presentando la siguiente información:

Formulario de registro ante la Superintendencia Forestal
Programa de Abastecimiento y Procesamiento de Materia Prima
(PAPMP)
Solicitud de Talonario y Guías de Transporte
Descripción General de la Empresa y Procesamiento de Materia Prima
para la elaboración de productos Terminados.
Croquis aproximado de distribución de equipo y maquinaria
Proyección de las fuentes de abastecimiento
Hasta cuatro (4) firmas autorizadas adicionales a la del representante
legal para la emisión de
Notas de recepción de materia prima y guías de transporte
Las empresas que se registren por primera vez deberán presentar
adicionalmente:
Fotocopia del NIT
Fotocopia del Acta de Constitución de la Empresa
Fotocopia del Poder del Representante Legal
Registro de Comercio

³⁰ Los CFO son seis: (i) CF01-TZ para madera en Troza, (ii) CF02-ME para madera Elaborada, (iii) CF03-NM para Productos Forestales No Maderables, (iv) CF04-XM para Exportación de Productos Maderables, (v) CF05-XN para Exportación de Productos Maderables y (vi) Madera en Tronca Producto de Desmonte para Empresas Transformadoras.

- Exportación de Madera Mara y Cedro, además de las documentaciones generales y específicas de la SFN, necesitan el Certificado CITES³¹, para obtenerlo (Dirección General de Biodiversidad y Áreas Protegidas del Ministerio de Desarrollo Rural, Agropecuario y Medio Ambiente), lo siguiente:

Para la Inscripción ante el MDRayMA:

Carta de solicitud dirigida al Director General de Biodiversidad
Fotocopia legalizada de la escritura de Constitución de la Empresa
Fotocopia legalizada del Poder de Representante Legal (cuando corresponda)
Fotocopia legalizada de NIT y REX
Fotocopia legalizada de la Resolución Administrativa de la Superintendencia Forestal.
Plan de abastecimiento de materia prima
Fotocopia simple de FUNDEMPRESA

Para la Emisión del Certificado CITES

Carta de solicitud del interesado al Director General de Biodiversidad.
Factura Comercial.
Lista de empaque
Boleta del depósito bancario de la tasa en cuenta fiscal N° 1-2484222 del Banco de la Unión.
Copia del Certificado Forestal (CFO4) otorgado por la Superintendencia Forestal

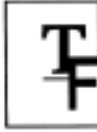
³¹ “Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora” o Convenio sobre el Comercio Internacional de Especies de Fauna y Flora Salvaje Amenazadas.

EJEMPLOS DE DOCUMENTACION

1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country)		Reference No A 83381	
2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country)		GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A	
3. Means of transport and route (as far as known)		Issued in _____ (country) See Notes overleaf	
4. For official use			
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see Notes overleaf)
			9. Gross weight or other quantity
			10. Number and date of invoices
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct. _____ Place and date, signature and stamp of certifying authority		12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in _____ (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the Generalized System of Preferences for goods exported to _____ (importing country) _____ Place and date, signature of authorized signatory	

Certificado de Origen Formulario "A" para SGP

MIC/DTA		Manifiesto Internacional de carga por carretera / Declaración de Tránsito Aduanero			
Manifiesto internacional de Carga Rodoviaria/Declaración de Tránsito Aduanero					
1. Nombre y domicilio del portador / Nombre e endereço do transportador		3. Tránsito aduanero / Tránsito aduanero <input type="checkbox"/> Si / Sim <input type="checkbox"/> No / Não		4. No.	
		5. Hija / Filha		6. Fecha de emisión / Data de emissão	
				<input type="text"/>	
		7. Aduana y país de partida / Alfândega, cidade e país de partida			
		<input type="text"/>			
2. País de contribuyente / Cadastro geral contribuintes		8. Ciudad y país de destino final / Cidade e país de destino final			
		<input type="text"/>			
9. CAMIÓN ORIGINAL: Nombre y domicilio del propietario / CAMIÓN ORIGINAL: Nome e endereço do proprietário		10. CAMIÓN SUSTITUIDO: Nombre y domicilio del propietario / CAMIÓN SUSTITUIDO: Nome e endereço do proprietário			
11. País del Camión / País do Camião		12. Marca y número / Marca e número / No. de identificação		13. Capacidad de amastre (L) / Capacidade de carga (L)	
14. Año / Ano		15. <input type="checkbox"/> Semirremolque / Semirremolque <input type="checkbox"/> Remolque / Remolque		16. Año / Ano	
17. País de contribuyente / Cadastro geral contribuintes		18. País del Camión / País do Camião		19. Marca y número / Marca e número	
20. Origen de las mercancías / Origem das mercadorias		21. País / País		22. <input type="checkbox"/> Semirremolque / Semirremolque <input type="checkbox"/> Remolque / Remolque	
23. No. de carta de porte / No. de conhecimento		24. Aduana de destino / Alfândega		25. Placas / Placas	
		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
26. Moneda / Moeda		27. Seguro en USD / Seguro em USD		28. Destinatario / Destinatário	
				<input type="text"/>	
29. Tipo de fultos / Tipo dos volumes		30. Cantidad de fultos / Quantidade de volumes		31. Documento anexo / Documento anexo	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
32. Número de los precintos / Número de lacres		33. Precio bruto (kg) / Preço bruto (kg)		34. Documentos anexo / Documento anexo	
		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
35. Marcas y número de los fultos, descripción de las mercancías / marcas e números dos volumes, descrição das mercadorias					
<input type="text"/>					
36. Firma y sello del portador / Assinatura e carimbo do transportador		37. No. DTA, ruta y plazo de transporte / No. DTA, rota e prazo de transporte			
		<input type="text"/>			
Fecha / Data		38. Firma y sello del portador / Assinatura e carimbo do transportador			
<input type="text"/>		<input type="text"/>			
		Fecha / Data			
		<input type="text"/>			



REFERIDA A LA FACTURA No. 2315/99

LISTA DE EMPAQUE

TEXTILES FRISA LTDA.
Av. Velarde 400
Teléfono: 331540

Fax: 337012

FECHA: ____ de ____ de ____	PEDIDO No. _____
-----------------------------	------------------

CANTIDAD	NÚMERO	CONTENIDO DE CADA BULTO	DIMENSIONES DE CADA BULTO	PESO DE CADA BULTO

Naturaleza del producto:	Líquido	Sólido
	Fragil	Peligroso
	Otro _____	
Recomendación de Manejo:	_____	

Método de embalaje	: _____	
Marcas y números	: _____	
Número total de bultos	: _____	
Volumen total	: _____	
Peso neto total	: _____	
Peso bruto total	: _____	
		Firma y Sello

MIC/DTA		Manifiesto Internacional de carga por carretera / Declaración de Tránsito Aduanero	
Manifiesto internacional de Carga Rodoviaria/Declaración de Tránsito Aduanero			
1. Nombre y domicilio del portador / Nombre e endereço do transportador		3. Tránsito aduanero / Tránsito aduanero <input type="checkbox"/> Si / <input type="checkbox"/> No	4. No.
2. Rol de contribuyente / Cédula geral de contribuintes		5. Hora / Hora	6. Fecha de emisión / Data de emissão
9. CAMIÓN ORIGINAL: Nombre y domicilio del propietario / CAMIÓN ORIGINAL: Nome e endereço do proprietário		7. Aduana y país de partida / Alfândega, cidade e país de partida	
10. CAMIÓN SUSTITUTO: Nombre y domicilio del propietario / CAMIÓN SUSTITUTO: Nome e endereço do proprietário		8. Ciudad y país de destino final / Cidade e país de destino final	
13. Rol de contribuyente / Cédula geral de contribuintes	11. Placa del Camión / Placa do Camião	17. Rol de contribuyente / Cédula geral de contribuintes	18. Placa del Camión / Placa do Camião
12. Marca y número / Marca e número / No. de identificação	13. Capacidad de anastre (L) / Capacidad de traço (L)	19. Marca y número / Marca e número	20. Capacidad de anastre (L) / Capacidad de traço (L)
14. Año / Ano	15. <input type="checkbox"/> Semirremolque / <input type="checkbox"/> Remolque	21. Año / Ano	22. <input type="checkbox"/> Semirremolque / <input type="checkbox"/> Remolque
23. No. de carta de porte / No. de cartão de porte	24. Aduana de destino / Alfândega	23. Remolque / Remolque	
25. Moneda / Moeda	25. Origen de las mercancías / Origem das mercadorias	24. Destinatario / Destinatário	
27. Valor FOT / Valor FO	28. Flete en US\$ / Frete em US\$	29. Seguro en US\$ / Seguro em US\$	26. Comisariato / Comissariado
30. Tipo de fletes / Tipo dos fretes	31. Cantidad de fletes / Quantidade de fretes	32. Peso bruto (Kg) / Peso bruto (Kg)	26. Documentos anexas / Documentos anexos
27. Número de los pedidos / Número de factos			
28. Marcas y números de los fletes, descripción de las mercancías / marcas e números dos volumes, descrição das mercadorias			
<p>Declaro que las informaciones prestadas en este Documento son expresión de verdad, que los datos referentes a las mercancías fueron transcritos exactamente conforme a la declaración del remitente, los cuales surte su exclusiva responsabilidad y que esta operación obedece a los dispuesto en el Convenio sobre Transporte Internacional Terrestre de los países del Cono Sur.</p> <p>Declaro que as informacoes prestadas neste Documento são a expressão de verdade, que os dados referentes às mercadorias foram transcritos exatamente conforme a declaração do remetente, os quais são de sua exclusiva responsabilidade, e que esta operação obedece ao disposto no Convenio sobre Transporte Internacional Terrestre dos Países do Cone Sul.</p>		40. No. DTA, ruta y plazo de transporte / No. DTA, rota e prazo de transporte	
39. Firma y sello del portador / Assinatura e selo do transportador		41. Firma y sello del portador / Assinatura e selo do transportador	
Fecha / Data		Fecha / Data	

QUINTUPLICADO: DECLARANTE - CUENTA IVA - TRANSPORTADOR DE AUTORIDADES DE TRANSPORTE

BOLIVIA / SIDUNEA				ADUANA DE REGISTRO			
2 Exportador Identificación :				1 DECLARACION DE EXPORTACION EX 1		Código de Aduana:	
Nombre : Dirección : Ciudad : Identificación :				3 Página: 4 Lista 1: 1 XXXXX		Aeropuerto Cochabamba Manifiesto: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX N° de Registro : Fecha	
8 Consignatario Identificación :				5 Item 1		6a Tot. Bultos : 7 Número de Referencia del Declarante 2007 /	
Nombre : Dirección : Ciudad : País :				6b Tot. Peso Bt. : 9 0.00 kg		XXXXXXXXXXXXX XX XX	
14 Declarante o Centro Público Id. :				10 País de Tránsito: 11		12	
Nombre : Dirección :				15 País y Dpto. de Exportación Bolivia a BD b		17 País y Dpto. de Destino a b	
18 Empresa de Transporte Hasta la Frontera				19 Ct		20 Condiciones de Entrega (INCOTERM) y Observaciones	
Nombre : Bandera :				0		XX	
21 Empresa de Transporte Desde la Frontera				22 Divisa y valor FOB Total		23 Tasa Cambio: 24 Tipo de Transacción	
Nombre : Bandera :				USD		7.93000	
25 Modo Trsp. de : 26 Modo Trsp. a				27 Puerto y País de Destino (Descarga)		28	
Frontera : Frontera :						XXXX XXX	
29 Aduana de Salida				30 Localización Mercancías		Ranco : Agencia :	
31 Aeropuerto Cochabamba				XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		XXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
31 Bultos y Descr. de las Mercancías				32 Item		33 Posición Arancelaria XXX XXXX	
Marcas en Bultos : Cantidad de Bultos : Embalaje: Identificación de Contenedor(es): Descripción Arancelaria : Descripción Comercial :				34 País Orig. a b XX		35 Peso Bruto : 36 Acuerdo kg	
				37 REGIMEN		38 Peso Neto : 39 Est. Merc. kg XXXXX	
44 Docs. Adic. Certificados				40 Documento de Embarque		41 Cantidad : 42 valor unitario : 43 Metod Ival.	
Flete y deducciones (Bs.): Docs. Adicionales : N° Res. Incorporación RITEX:				45 Ajuste		46 valor FOB del Item Bs.	
47 Tipo : Base Imponible : Tasa : Importe Bs. : MP :				48 Cuenta de crédito o Prepago		49 Depósito : Plazo en días	
Liqui- dación de los Impues- tos				XXXXXXXXXX		/	
				B DATOS CONTABLES		XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
				Modo de pago : CONTADO		Fecha : N° de validación : Fecha : N° de Recibo de Pago: X XXXXXXX Fecha : XXXXXXXXXXXX Garantía : Fecha :	
Efectivo a Pagar 1er. Item/Pág (Bs):				0		Impuestos Globales : Bolivianos Importe Total a Pagar : Bolivianos	
50 observaciones:				DECLARACION SIN DERECHO A CREDITO FISCAL		C ADUANA DE SALIDA	
51				Firma :			
52 Vista:				Código :		53 Aduana de Salida /	
D CONTROL DE ADUANA DE SALIDA				Sello :		54 Lugar y Fecha Nombre y Firma del Exp./Ag.Despachante	
Resultados Cantidad de Precintos : Identificación : Plazo (fecha) : Firma :							

Declaración Unica de Exportación vía SIDUNEA



Ministerio de Desarrollo Rural, Agropecuario y Medio Ambiente
Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria
“SENASAG”



CERTIFICADO ZOOSANITARIO DE EXPORTACION N°
ZOOSANITARY CERTIFICATE

DESCRIPCION DEL ENVIO – DESCRIPTION OF CONSIGNMENT							
Nombre del exportador - <i>Name of exporter</i>			Dirección del exportador – <i>Address of exporter</i>				
Nombre declarado del destinatario – <i>Declared name of consignees</i>			Dirección declarada del destinatario – <i>Declared address of consignees</i>				
Lugar de origen – <i>Place of origin</i>			Medio de transporte declarado – <i>Declared means of conveyance</i>				
País de destino declarado – <i>Declared country of destination</i>			Puerto de destino declarado – <i>Declared point of destination</i>				
Número y descripción de los bultos – <i>Number and description of package</i>			Marcas distintivas – <i>Distinguishing marks</i>				
PRODUCTOS – PRODUCTS			ANIMALES – ANIMALS				
CANTIDAD A EXPORTAR <i>EXPORTATION QUANTITY</i>	IDENTIFICACION O NUMERO DE LOTE <i>BATCH IDENTIFICATION</i>		CANTIDAD A EXPORTAR <i>EXPORTATION QUANTITY</i>	ESPECIE <i>SPECIE</i>	RAZA <i>RACE</i>	EDAD <i>AGE</i>	IDENTIFICACION N° ARETE <i>IDENTIFICATION</i>
PRUEBAS BIOLÓGICAS EFECTUADAS OFICIALMENTE – OFFICIAL BIOLOGICAL TEST							
Prueba de – <i>Test of</i>		Investigación de – <i>Research of</i>		Observaciones – <i>Observations</i>			
DETALLE DE LA MERCADERIA – MERCHANCY DETAIL							
Nombre del producto – <i>Name of product</i>			Procedencia – <i>Procedence</i>				
Descripción mercadería – <i>Merchancy description</i>							
Declaración adicional – <i>Additional declaration</i>							
OBSERVACIONES – <i>OBSERVATIONS</i>							
Lugar de expedición – <i>Place of issue:</i>			Sello de la organización – <i>Stamp of organization:</i>				
Nombre del funcionario autorizado: <i>Name of authorized functionary:</i>							
Cargo oficial <i>Official function</i>							
Fecha: <i>Date:</i>			Firma – <i>Signature</i>				
El SENASAG, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado <i>SENASAG official and representatives decline any financial responsibility as a result of this certificate</i>							



**Servicio Nacional de Sanidad
Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria
SENASAG**




Nº

**CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACION
PHITOSANITARY CERTIFICATE**

ORGANIZACIÓN DE PROTECCION FITOSANITARIA A ORGANIZACIÓN(ES) DE PROTECCION FITOSANITARIA
PLANT PROTECTION ORGANIZATION TO PLANT PROTECTION ORGANIZATION(S)
BOLIVIA DE(O/F)

DESCRIPCION DEL ENVIO – DESCRIPTION OF CONSIGNMENT		
Nombre y dirección del exportador – <i>Name and address of export</i>		
Nombre y dirección declarada del destinatario – <i>Declared name of consignees</i>		
Número y descripción de los bultos – <i>Number and description of package</i>	Marcas distintivas – <i>Distinguishing marks</i>	
Lugar de origen – <i>Place of origin</i>	Medio de transporte declarado – <i>Declared means of conveyance</i>	Puerto de entrada declarado – <i>Declared point of entry</i>
Cantidad declarada y nombres del producto – <i>Name of product and quantity declared</i>		Nombre botánico de las plantas – <i>Botanicals name of plants</i>
Por la presente se certifica que las plantas o productos vegetales descritos más arriba se han inspeccionado de acuerdo con los procedimientos adecuados y se consideran exentos de plagas de cuarentena, y de otras plagas nocivas y que se considera que se ajustan a las disposiciones vigentes en el país importador		<i>This is to certify that the plants or products described above have been inspected according to appropriate procedures and are considered to be free from quarantine pest, and free from other injurious pest, and that are considered to conform with the affective phytosanitary regulations of the importing country</i>
DECLARACION ADICIONAL – ADDITIONAL DECLARATION		
TRATAMIENTO DE DESINFECTACION O DESINFECCION – DESINFESTATION AND/OR DESINFECTATION		
Fecha – <i>Date</i>	Tratamiento – <i>Treatment</i>	
Producto químico (ingrediente activo) – <i>Chemical (Active ingredient)</i>		
Duración y temperatura – <i>Duration and temperatura</i>	Concentración – <i>Concentration</i>	
Información adicional – <i>Additional information</i>		
Lugar de expedición – <i>Place of issue:</i>		Sello de la organización – <i>Stamp of organization:</i>
Nombre del funcionario autorizado: <i>Name of authorized office:</i> Cargo oficial <i>Official function</i> Fecha: <i>Date:</i>		
Firma – <i>Signature</i>		
El SENASAG, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado		

Modelo normalizado de permiso/certificado

 CONVENCIÓN SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL DE ESPECIES AMENAZADAS DE FAUNA Y FLORA SILVESTRES		PERMISO/CERTIFICADO No. <input type="checkbox"/> EXPORTACIÓN <input type="checkbox"/> REEXPORTACIÓN <input type="checkbox"/> IMPORTACIÓN <input type="checkbox"/> OTRO:		Original 2. Válido hasta el _____	
3. Importador (nombre y dirección)		4. Exportador/reexportador (nombre, dirección y país)			
3a. País de importación		Firma del solicitante _____			
5. Condiciones especiales <i>Para animales vivos: este permiso o certificado es válido sólo si las condiciones de transporte se ajustan a las Directivas CITES para el transporte o, en caso de transporte aéreo, a la Reglamentación para el Transporte de Animales Vivos de la IATA</i>		6. Nombre, dirección, sello/timbre nacional y país de la Autoridad Administrativa			
5a. Propósito de la transacción (véase al dorso)	5b. Estampilla de seguridad No. _____				
7./8. Nombre científico (género y especie) y nombre común del animal o planta	9. Descripción de los especímenes: incluso las marcas o los números de identificación (edad/sexo, si vivos)	10. Apéndice y origen (véase al dorso)	11. No. de especímenes (incluso la unidad de medida)	11a. Total exportado/Cupo	
A 7./8. _____ 9. _____ 10. _____ 11. _____ 11a. _____ 12. País de origen * Permiso No. Fecha 12a. País de la última reexportación Certificado No. Fecha 12b. No. del establecimiento ** o fecha de adquisición ***		B 7./8. _____ 9. _____ 10. _____ 11. _____ 11a. _____ 12. País de origen * Permiso No. Fecha 12a. País de la última reexportación Certificado No. Fecha 12b. No. del establecimiento ** o fecha de adquisición ***		C 7./8. _____ 9. _____ 10. _____ 11. _____ 11a. _____ 12. País de origen * Permiso No. Fecha 12a. País de la última reexportación Certificado No. Fecha 12b. No. del establecimiento ** o fecha de adquisición ***	
D 7./8. _____ 9. _____ 10. _____ 11. _____ 11a. _____ 12. País de origen * Permiso No. Fecha 12a. País de la última reexportación Certificado No. Fecha 12b. No. de la operación ** o fecha de adquisición ***		* País en el que los especímenes fueron recolectados en la naturaleza, criados en cautividad o reproducidos artificialmente (sólo en caso de reexportación) ** Solamente para los especímenes de especies incluidas en el Apéndice I criados en cautividad o reproducidos artificialmente con fines comerciales *** Para los especímenes preconización			
13. Permiso/certificado expedido por:					
Lugar _____		Fecha _____		Estampilla de seguridad, firma y sello oficial _____	
14. Aprobación de la exportación:		15. Conocimiento de embarque/carta de porte aéreo No.:			
Sección	Cantidad				
A					
B					
C					
D					
		Puerto de exportación _____		Fecha _____	
		Firma _____		Sello oficial y título _____	

PERMISO/CERTIFICADO CITES No. _____

9. Canales logísticos de acceso desde Bolivia, componentes de costos.

Los costos de exportación son la suma total de los que originan las diferentes actividades propias de tal actividad. Así, añadidos a los propios de la empresa, podemos identificar, costos fijos relacionados con la estructura de la empresa (v.gr. creación de una gerencia ad hoc para exportación), costos de estudios de mercado, de viajes de negocios, de telecomunicaciones, comisiones (si es el caso de agentes), establecimiento de filiales (si es el caso), despachantes de aduana, Registros, permisos y certificados necesarios para exportación, costos financieros de instrumentos de pago o cobro, como Cartas de Crédito, etiquetado y embalajes especiales, adaptaciones de marca e incluso de producto, impuestos no recuperables u otros. Los costos de exportación varían además en su parte logística dependiendo de la negociación, ya que el trato con el comprador variará según el tipo de cotización relacionado con los Términos de Comercio Internacional de la Cámara de Comercio Internacional de París, aceptados internacionalmente o Incoterms, los que se aceptan de forma global para establecer tanto costos como asunción de riesgos asociados, que se reflejan en modalidades que incluyen los gastos logísticos y los de seguros asociados al transporte, así como los de pago de aduanas, despacho y otros eventualmente asociados. La modalidad que se estipule se concreta en el contrato de compraventa, la cotización y documentos como Cartas de Crédito u otros. Los Términos de Comercio Internacional de los que dependerán estos costos son trece y son los siguientes:

EXW (*Ex work*): el exportador entrega la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en su establecimiento o en un lugar convenido sin despacharla para la exportación ni cargarla en transporte alguno.

FCA (*Free carrier*): el exportador entrega la mercancía despachada y lista para la exportación al comprador en el lugar convenido, sitio que influye en las obligaciones de carga y descarga de la mercancía.

FAS (*Free alongside ship*): el exportador entrega la mercancía al lado del buque en el puerto de embarque corriendo el importador con los costos y riesgos desde aquel momento. El exportador ha despachado la mercancía en aduana.

FOB (*Free on board*): el exportador entrega la mercancía en el buque. El importador soporta costos y riesgos desde que la misma pasa la borda del buque. Usado para embarcaciones (mar o interior).

CFR (*Cost and freight*): el exportador entrega la mercancía en el buque y paga costos y el flete hasta el destino, pero el riesgo es asumido por el importador desde el punto de entrega. Para embarcaciones.

CIF (*Cost, insurance and freight*): el exportador entrega la mercancía en el buque, paga costos y el flete hasta destino, pero el riesgo es asumido por el importador, aunque el vendedor contrata un seguro de mínima cobertura. Para embarcaciones de mar o interior.

CPT (*Carriage paid to*): el exportador entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del transportista designado por él, además paga el transporte hasta destino, es decir asume todos los riesgos y costos.

CIP (*Carriage and insurance paid*): el exportador entrega la mercancía cuando la pone a disposición del transportista designado por él, paga los costos del transporte a destino, aunque el riesgo es asumido por el importador, el exportador contrata un seguro de mínima cobertura para el transporte.

DAF (*Delivered at frontier*): el exportador entrega la mercancía puesta a disposición del importador sobre el transporte y no descargada, en lugar de frontera convenido antes de la aduana fronteriza del país importador, la mercancía está despachada para exportación pero no para importación.

DES (*Delivered ex ship*): el exportador entrega la mercancía a bordo del buque en destino, pero no despachada para la importación, el importador soporta los riesgos y costos hasta el destino.

DEQ (*Delivered ex quay*): el exportador entrega la mercancía sin despacho de aduana pero en el muelle del puerto de destino, asumiendo costos y riesgos.

DDU (*Delivered duty unpaid*): el exportador entrega la mercancía al comprador en destino pero no despachada y no descargada.

DDP (*Delivered duty paid*): el exportador entrega la mercancía despachada para la importación pero no descargada, soportando costos y riesgos contraídos al llevar la mercancía hasta aquel lugar en tal situación.

En los componentes de los costos logísticos, están:

Costo de embalajes para transporte y paletado (de ser el caso)

Costo de embarque hacia el primer transporte (nacional) según FLC o LCL

Costo del transporte del tramo nacional

Costo de transporte al terminal (de ser el caso)

Costo de descarga y carga

Costos documentarios

Costo de Seguros (según Incoterm establecido)

Costos propiamente de despacho

Costos de consolidación (de ser el caso de carga consolidada)

Costos de pesado, almacenaje y uso de contenedores

Costo de flete.

Costos de desconsolidación (de ser el caso de carga consolidada)

Costo Manejo de carga en puerto de destino

En el caso de contenedores, el costo de flete puede ser por contenedor completo (Full Container Load-FLC) o bien se ajusta cuando la carga es consolidada, es decir cuando no ocupa el contenedor completo (Less than Container Load-LCL) , en tal caso es por peso (tonelada) o por volumen (Metro cúbico).

10. Canales de distribución: cadenas, mayoristas y minoristas.

Más allá del importador directo con el que se trata, una de las cuestiones más relevantes que pueden plantearse en la exportación, es considerar los diferentes canales de distribución que seguirá el producto al llegar al mercado de destino, conociendo y considerando las modalidades de intermediarios existentes entre el exportador y el consumidor, cómo actúan estos y cómo se conectan con los clientes finales y cómo los alcanzan, evaluando finalmente si es adecuado o no y si se está en condiciones de desintermediar llegando directamente a los consumidores finales y a qué costos, ya que en el Comercio Internacional, la mayoría de las ocasiones el intermediario es una pieza capital para la colocación de los productos en el mercado.

Típicamente, en la Unión Europea, los canales de distribución pasan por un primer nivel que suele ser directamente el importador, en buena parte de las ocasiones un mayorista especializado, bien sea en el tipo de productos, o bien en el mercado de compra. El primer nivel está ocupado también si es el caso por un agente comercial, que es un intermediario independiente que, sin que normalmente corra los riesgos inherentes a la operación, asume por cuenta ajena la comercialización continuada y estable. Esta es la principal característica del Agente, la relación continuada, que lo diferencia de un mero comisionista eventual.

Un segundo nivel está ocupado por las Centrales de Compra del comercio minorista de grandes superficies, que puede entenderse directamente con los importadores o bien en ocasiones convertirse en comprador directo. No es infrecuente esto último, como tampoco lo es que estas centrales destaquen a personal especializado en viajes al extranjero, sean misiones concretas o bien visitas a ferias para la identificación de proveedores. Las Centrales suelen tener su infraestructura logística de almacenes orientada a la distribución posterior.

En un tercer y último nivel aparece el comercio minorista tradicional que puede o no estar organizado en cadenas franquiciadas.

Es el exportador el que puede intentar negociar directamente con los comercios minoristas, aunque lo habitual es delegar esta tarea en un importador que no sea el distribuidor final. En cualquier caso el exportador, una vez cumplidos los requisitos legales de la UE, y además de proporcionar un buen producto a precios adecuados, con estabilidad durante el tiempo en su calidad, para negociar con el distribuidor y permanecer en una relación duradera, mutuamente beneficiosa, debe de asegurar su logística de llegada, rapidez en entregas, flexibilidad para adaptarse a demanda variante, y acercarse lo más posible al “*just in time*” necesario

La distribución en la Unión Europea dispone de grandes distribuidores con organizaciones de abajo arriba que alcanzan una gran capilaridad o llegada geográficamente repartida a los consumidores. Por ejemplo, en el caso de alimentos, estas distribuidoras llegan incluso a disponer de sitio en el escalón final,

en la forma de hipermercados o supermercados. La forma de llegar por tanto a los anaqueles es por medio de las Centrales de Compra.

En realidad el fenómeno de concentración de poder de compra hace finalmente que existan dos tipos de centrales de compra, uno es el internamente articulado que hace que los grandes grupos de distribución (Carrefour, Harrods, Corte Inglés, etc.) tengan sus propias centrales que negocian directamente con aquellos que desean proveerles. Otro tipo es el de los minoristas que se organizan asociándose a una estructura de compras que permite alcanzar el poder de compra necesario para competir, estas centrales se agrupan en Europa entre sí para ganar más tamaño, ya que esencialmente el mercado de compradores como es Europa es un marco donde el tamaño sí que importa, así, si se toma el caso de Euromadi, empresa que agrupa las compras de 222 compañías españolas, algunas de las cuales son especialistas a su vez en distribución franquiciada³², resulta que la misma está asociada a European-Marketing Distribution-EMD (www.emd-ag.com/s/index.htm) de nivel europeo. Mientras que Euromadi cuenta con más de 15,000 puntos de distribución y llega a tener cuotas de mercado de más del 20% en España en lo que alcanza a alimentación y hogar sube a más del 60% en perfumería, EMD vende más del 14% del total de alimentos vendidos los países donde opera, que cuenta con más de 1.100 miembros parte de los cuales representan a su vez a distribuidores minoristas y mayoristas independientes y que atienden en 22 países europeos con más de 50.000 establecimientos de distribución minorista de productos de alimentación y 40.000 tiendas de proximidad. Como se advierte, las tendencias hacia atrás en la cadena de distribución europea son a la concentración para ganar poder de compra ante los proveedores, y hacia adelante es a la capilaridad de redes para ganar proximidad a los clientes.

Podemos identificar en la Unión Europea cuatro tipos de comercios destinados al cliente final:

- Cadenas de Descuento “hard discount” . Tienen un bajo nivel de inversión en infraestructura y de servicio al cliente en el punto de venta, con oferta en bienes de consumo básico, y muy agresivas en precios.
- Hipermercados y supermercados. Disponen de una mayor oferta que las tiendas de descuento, así como un servicio al cliente más dedicado, estas tiendas pueden tender a una mayor cercanía al concepto de tienda tradicional, en especial cuando reduce su superficie.
- Minoristas tradicionales, especializados y minimarket. Agrupamos en este nivel por tamaño a los distribuidores de sólo un cierto tipo de productos, o bien a los que disponen de mayor variedad e incluyen bienes de alto consumo (alimentos gourmet por ejemplo). En estos casos la atención al cliente es

³² Algunas de las firmas que participan de Euromadi son Corporación Alimentaria Guissona, Pascual Hermanos, Coaliment Valencia, Schlecker, McLane España, Caves Andorranes, Manuel Barea, Coviran, Luis Piña, Galerías Primero, Dialsur, Distribuciones Froiz, Grupo El Árbol, H.D. Covalco, Marionnaud Perfumería Ibérica, Droguerías y Perfumerías Ana, Longinos Velasco, Unidroco o Supermercados Pujol.

más cercana y personal. Es raro que negocien directamente con exportadores y suelen dirigirse al importador.

- Puntos de impulso. Como los sitios de las estaciones de gasolina, quioscos y otros puntos de venta asociados a terceros comercios.

La tendencia del mercado para bienes de consumo, es a progresivamente a una mayor agrupación, de manera que es un mercado donde el precio es el factor que predomina acortándose progresivamente la longitud del canal desde productor a consumidor. Existe una reacción de los minoristas tradicionales que en ocasiones importan directamente, mientras que por otra parte algunos exportadores intentan escapar al mercado de compra masiva por medio de agentes, esto es más frecuente en relación con marcas de prestigio que buscan un mayor control de la cadena, por otra parte el fenómeno de marca blanca se comienza a expandir fuera de los productos de consumo diario hacia la confección, calzado y otros. En cuanto a maquinaria, productos industriales y bienes de capital en general se acostumbra a utilizar principalmente tres tipos de canales de distribución (i) la venta directa al cliente, (ii) el agente o (iii) el importador que es a su vez distribuidor.

Haciendo un repaso a los grupos organizados y empresas distribuidoras presentes en los diferentes países de Europa, tenemos que en **Alemania** están Metro, Rewe, Edeka, Aldi, Tengelmann, Lidl, Spar Schleckler, Alemania es un país con una alta importancia de las tiendas de descuento (más del 25% de cuota). En **Austria**, donde la cuota de supermercados supera el 50% y las tiendas de descuento bordean el 20% de cuotas, están Spar, Rewe, Hofer, Edeka, Tengelmann, M-preis, Maximart, Handels, y Lidl, mientras que en **Bélgica** donde los supermercados también disponen de cuota mayoritaria están Delhaize, Colruyt, Aldi, Mestdagh, Carrefour y Laurus entre otros. En **Bulgaria** la distribución tanto minorista como mayorista en Bulgaria está caracterizada por su fragmentación, aunque están ingresando empresas de capitales alemanes, austriacos, griegos y turcos; por otra parte en las dos islas mediterráneas, tanto en **Chipre**, como en **Malta**, la mejor manera de ingreso es mediante un agente comercial, que es capaz de cubrir las cadenas minoristas tradicionales. **Dinamarca** es un país donde hay importancia de las cooperativas de minoristas, las cadenas presentes son Fdb, Dans, Dagrofa, Chr Kjargaard, Aldi, Dsb, Small Shops Samkr, Edeka, mientras que en **Eslovaquia** están presentes Tesco, Carrefour y Delvita, en **Eslovenia** están las nacionales Mercator e Instrabenz que tienen relación con empresas serbias. Las principales empresas en **España** son Euromadi (que ya se comentó como ejemplo más arriba), también el Grupo IFA, así como Eroski, Mercadona, Corte Inglés, Lidlt, Carrefour, Aldi, Caprabo, Auchan (con Alcampo y Sabeco) y otros, en España son importantes los especialistas y los mercados y mercadillos tradicionales que llegan al 18% de cuota. En **Estonia** están ETK, Rimi Lietuva, Jungent, ABE Stock y otros, en este país los supermercados seguidos de las pequeñas tiendas son los que colocan la mayor cantidad de productos. En **Finlandia**, tanto el comercio mayorista como el minorista están muy concentrados. Tres organizaciones, Kesko (Central de Compras Ruokakesko OY), SOK

(su Central de Compras es INEX Partners) y Tradeka (Central Tuko-Tuko Logistic OY) agrupan a las principales cadenas de supermercados e hipermercados que agrupan el 85% de las ventas la alemana Lidl tiene una cuota de mercado del 5%, es pues un país de grandes cooperativas. **Francia** es uno de los países que lidera la distribución europea, sus cadenas están presentes en buena parte de los países europeos, por lo que también en su país dispone de presencia de hipermercados con una alta cuota, sin embargo las tiendas especializadas son un canal muy importante cualitativa y cuantitativamente; los principales actores presentes en Francia son Carrefour, Leclerc, Casino, Itm, Auchan, Cora, Lidl, Aldi. **Grecia**, con un 19% de su superficie constituido por islas es un país donde la distribución es un reto, las principales empresas son Carrefour, Alpha Beta Vassilopoulos, Skavenitis, Veropoulos Bross, Atlantik y Massoutis. En **Hungría** tenemos a los extranjeros Tesco, Cora, Auchan, Spar, Lidl, Kaiser's, Plus y Penny Market, así como a CBA, Co-Op que son agrupaciones húngaras. **Irlanda** cuenta con una regulación que pone límite a la extensión de las grandes superficies, por lo que se ha limitado la entrada de grandes multinacionales, aunque la presencia de cadenas relacionadas con distribuidores del Reino Unido es tradicional; son actores en el mercado irlandés Tesco, Superquinn, Aldi/ Musgrave, Costcutter, Iceland, Frozen Foods y Lidl. En **Italia** ha disminuido la cuota de supermercados pequeños y se ha incrementado la de los grandes supermercados e hipermercados y tiendas de descuento, aunque las tiendas especializadas y las independientes son importantes, están Auchan, Carrefour, Coop Italis, Despar Italia, Selex, Sirio, Standa y Tengelmann entre otros. En **Letonia** con un tejido empresarial aún en consolidación tenemos a Rimi, VP Market, Mego, Nelda y Aibe, **Lituania** tiene también una tendencia de concentración estando el mercado dominado por empresas locales, la mayor de ellas es VP Market, compañía líder en el mercado lituano, también están Iki, Norfa, Palink (belga) y Rimi, mientras que hay cadenas como Levuo (confección) y Armitana (calzado), entre otras. El pequeño país de Luxemburgo cuenta con grupos propios como Cactus y Courtheoux-Match-Cora, estando presentes los franceses de Auchan y los franceses de Batiself. En los **Países Bajos** la distribución minorista está muy desarrollada en base a supermercados, faltan hipermercados (por la falta de espacio) y hay un menor desarrollo de pequeño comercio, el líder en supermercados es Albert Hejin, también están presentes Aldi, Dirk van Broek Laurus, Lidl, Prisma, Royal Ahold, Schuitema, Sperwer y Superrunie entre otros. En **Polonia** están presentes grandes distribuidores europeos, hay una importante presencia de hipermercados y supermercados, los principales actores presentes son Carrefour, Auchan, Geant, Metro, E.Leclerc, Tesco, Intermarche, Real, JMD (Biedronka), se han desarrollado empresas polacas como Alma, Piotr i Pawel y Bomi. **Portugal** cuenta con los grupos Auchan, Jeronimo Martins, Feira Nova, Modelo, Carrefour, Goteo Dulce, Lidl, Leclerc, Intermarche y otros, en Portugal hay una presencia relevante de grandes superficies. En el **Reino Unido** hay una alta concentración y domina el modelo de supermercado hay tendencia a marcas de distribuidor, los principales competidores son Tesco, Sainsbury, Safeway, Somerfield, Jhon Lewis, VM Morrison y The Big Food Group entre otros, hay presencia de tiendas históricas muy posicionadas, la más emblemática es Harrod's. En la **República Checa** ha evolucionado rápidamente el el modelo de hipermercado, además de supermercados y tiendas de descuento, existe una elevada presencia de grupos extranjeros, como los alemanes Obi, Spar, Edeka o Tengelmann, los holandeses

Ahold, la británica Tesco, o los belgas Delhaize, además de austriacos como Baumx, Billa y Rewe. **Rumanía** ha pasado de tener la base de la distribución en tiendas de proximidad a disponer de fuerte competencia en grandes cadenas y un gusto del consumidor de acudir a ellas, así para Carrefour, este país ha venido siendo el de más grande crecimiento, están presentes además tiendas de cash & carry como Metro. **Suecia** tiene cuatro grandes grupos que distribuyen las dos terceras partes de los bienes básicos y de consumo importados, y que entre todos suman el 80% del mercado, son Coop Norden, Ica Gruppen, United Nordic (Axfood) y Reitan Group, también están las cadenas H&M, Kappahl o Lindex (textil) y es un referente mundial el modelo Ikea en muebles, donde también están MIO, Europa Möbler y Svenska Hem.

11. Fuentes de Información para las Importaciones de la UE.

Una institución especializada en el fomento de las importaciones desde los países en desarrollo es el Centro para la Promoción de Importaciones desde los Países en Desarrollo. Además del Export Helpdesk (que cuenta con un Anexo propio en el presente documento), si hubiese que señalar sólo otras dos buenas fuentes, estas serían las que proveen el Centro de Comercio Internacional que suministra contenidos globales, no sólo de la UE, y las de EUROSTAT. Además de estas, se incluyen otras localizadas que se encuentran disponibles en forma electrónica en castellano o en inglés, aunque la información proporcionada por las tres primeras dispone de una mayor y (en ocasiones) más especializada cobertura.



Establecido ya en 1971, el holandés Centro para la Promoción de Importaciones desde los Países en Desarrollo-CBI, es una Agencia del Ministerio de Relaciones Exteriores de los Países Bajos y forma parte de la cooperación holandesa hacia los países emergentes. Su dirección web es www.cbi.eu y contiene información valiosa por productos y países de la UE. Sus funciones las focaliza hacia cinco competencias, que son (i) Conocimiento de mercados, (ii) Mejora de productos y producción, (iii) Control de Calidad, (iv) Mercadeo y Gestión de Exportaciones y (v) Entrada al mercado. En Bolivia, el CBI dispone de una cooperación con CEPROBOL mediante la cual se ha creado Inforexport, una herramienta customizada para los exportadores bolivianos³³.



El Centro de Comercio Internacional de Comercio es una institución resultante de una cooperación técnica entre la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo-UNCTAD y la Organización Mundial de Comercio-OMC es la agencia conjunta de ambas organizaciones. En su web (www.intracen.org) puede encontrarse una gran variedad de información útil para el comercio internacional. En particular destaca como un referente internacional el sitio TRADSTAT, que cuenta con estadísticas de exportaciones e importaciones por países y por productos y a la inversa. Están los 27 países de la Unión Europea con un excelente grado de desagregación, aunque con algún retraso en la información (unos dos años). Para un análisis de importaciones, es una de las herramientas más potentes y con mayor nivel de desagregación, además de su facilidad de uso. El CCI cuenta con herramientas como el TRADEMAP, que da visiones completas para más de 220 tipos de productos.

³³ El presente documento tiene un anexo específicamente dedicado a Inforexport.

La oficina europea de estadística se denomina abreviadamente **Eurostat**, en inglés *Statistical Office of the European Communities* es el órgano estadístico de la Comisión Europea. Su función es generar datos sobre la Unión Europea al tiempo que promover la armonización de los métodos estadísticos de los estados miembros e internacionalmente con su participación en foros e instituciones globales en la materia. Dispone de una amplia variedad de temas a consulta, entre ellos los dedicados a Comercio Exterior. En este aspecto Eurostat sitúa en Internet (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>) información sobre Comercio Exterior, incluidas importaciones, con tablas, datos, noticias y publicaciones.

La Statistisches Bundesamt Deutschland u Oficina Federal de Estadística de la República Federal de Alemania dispone de información de Comercio Exterior tanto en alemán como en inglés, en esta última lengua está disponible en la dirección <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/>

La Agencia Española de Administración Tributaria (www.aeat.es) tiene un área de Aduanas e Impuestos Especiales que dispone data con alto nivel de desagregación de Comercio Internacional. Publica además de otros documentos, información mensual elaborada sobre importaciones y exportaciones intracomunitaria y con terceros países.

El Instituto Nacional de Estadística y de Estudios Económicos de la República Francesa (www.insee.fr) su web puede ser visualizada en inglés. El INSEE tiene un conjunto de bases de datos accesibles en línea, una de las cuales es la denominada ALISSE, que entre otras informaciones de interés empresarial y económico dispone información de importaciones, la dirección de acceso a estos contenidos es <http://www.alisse.insee.fr/SelectionMesureT1.jsp?p=3564915> aunque a este nivel ya no están disponibles en inglés.



La Oficina Central de Estadísticas de Irlanda (Central Statistics Office Ireland-CSO) tiene una herramienta “Database Direct”, que permite la consulta de importaciones con cierto nivel de detalle para su consulta en el idioma inglés. La dirección de Internet de la CSO es www.cso.ie desde ahí ha de accederse a la información de comercio exterior, que ofrece un desplegable con dicha utilidad.



L’Istituto Nazionale di Statistica Italiano (www.istat.it) tiene parte de su web en inglés, aunque es más comprensible su contenido debido a la cercanía del idioma con el castellano. No obstante los bancos de datos que contienen estadísticas de comercio exterior son manejables desde el inglés, esta herramienta de contenidos se denomina COEWEB y es accesible desde www.coeweb.istat.it/english/



La Oficina Nacional de Estadísticas de Malta (www.nso.gov.mt) tiene sus contenidos íntegramente en inglés y contiene entre otras informaciones estadísticas de la isla mediterránea, información de comercio exterior, con detalle actualizado de importaciones del país, con muy buenos niveles de desagregación. La información no es vía consulta bases de datos sino por medio de boletines elaborados mensualmente por la NSO.



La República de Austria provee información de comercio exterior a través del organismo Statistik Austria, institución localizable en Internet por medio del enlace www.statistik.at, esta institución administra y explota información de intercambio internacional de bienes a través de dos sistemas con distintas colecciones de datos, que son alimentados desde 1995 con regularidad. El primero se denomina INTRASTAT y se refiere al comercio intracomunitario europeo, el segundo es el EXTRASTAT que recoge información de comercio extracomunitario³⁴. El sitio es accesible en inglés y provee información en tal lengua, aunque da más cantidad de desagregación y detalle de información de importaciones en alemán.

³⁴ INTRASTAT y EXTRASTAT se encuentran también en otros portales estadísticos europeos que forman parte del Sistema Estadístico Europeo (SEE).

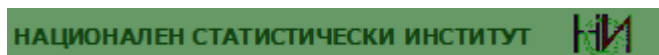
El sitio web del Instituto Nacional de Estadística de Portugal (www.ine.pt) puede ser accedido en inglés, aunque dada la cercanía idiomática entre portugués y castellano, sus contenidos disponen de una mayor comprensión que en otros idiomas. Tiene información sobre importaciones muy completa, tanto agregada, como por tablas, como vía acceso directo a la base de datos. Contiene información agregada por bloques económicos como individualizada por cada país que exporta a la República de Portugal.



Eslovenia tiene a la Oficina Nacional de Estadística (www.stat.si) como la entidad responsable de la información estadística del país, los datos los provee también en inglés, incluidos los correspondientes al comercio internacional. Proporciona información tanto elaborada como por medio de la base de datos ST-STAT, con buenos niveles de desagregación para importaciones del país, el acceso puede realizarse a través www.stat.si/eng/tema_ekonomsko_zunanja.asp



El Reino Unido de la Gran Bretaña provee información muy completa de comercio exterior a través de sus aduanas, que disponen del portal en Internet UKTRADEINFO en la dirección www.uktradeinfo.com que en lo referente a importaciones da información intracomunitaria y con terceros países. El servicio es por suscripción.



Accesible directamente en inglés desde www.nsi.bg/Index_e.htm el Instituto Nacional de Estadística de Bulgaria tiene información con un alto nivel de agregación de importaciones y exportaciones.



Danmarks Statistik es la institución danesa que a través de su sitio www.statbank.dk dispone el banco de datos estadístico del país. Accesible en inglés da información de importaciones tanto por uso final como por categorías de producto. La información es muy completa y actualizada, pudiendo manejarse por países. Además pueden mapearse gráficamente (en un mapamundi) los resultados, bajarse tablas y otras muchas opciones de recuperación. Hay acceso registrado y libre, siendo el primero gratuito.



Statistics Estonia tiene información en idioma inglés sobre comercio exterior disponible en el enlace www.stat.ee/foreign_trade desde donde se accede a publicaciones, estudios y, en lo que nos ocupa, a una base de datos estadísticos que contiene importaciones estonias, más desagregadas desde el año 2004. Las importaciones pueden ser consultadas por criterios arancelarios o de destino final.



ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΘΝΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
GENERAL SECRETARIAT OF NATIONAL STATISTICAL SERVICE OF GREECE

La Secretaría General para el Servicio Nacional de Estadísticas de Grecia, tiene información organizada según INTRASTAT sobre Despachos y Llegadas intracomunitarios y EXTRASTAT acerca de Exportaciones e Importaciones del resto del mundo. Es accesible la información en idioma inglés a través del menú ofrecido desde la dirección www.statistics.gr/StatMenu_eng.asp



Dependiente del Ministerio de Finanzas, el Servicio de Estadística de Chipre está totalmente disponible en idioma inglés. Si bien no dispone de acceso directo a base de datos, sí que dispone de la capacidad en su sitio web de ingresar a información agregada, incluso descargable por hoja Excel, donde figuran las importaciones chipriotas el enlace es público y accesible desde la siguiente dirección en Internet: www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/externaltrade_en/externaltrade_en?OpenDocument



Lituania a través de su Departamento de Estadística, tiene su sitio web en versión idioma inglés, y dispone de información de comercio exterior en el mismo por medio de base de datos. La proporciona en forma mensual, trimestral y anualizada, la que ofrece clasificada según diversos criterios (arancelario, destino final, actividades, y otras). La información sobre importaciones es muy completa y actualizada y puede ser manejada electrónicamente desde el enlace:

<http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectTable/omrade0.asp?SubjectCode=S6&PLanguage=1&ShowNews=OFF>

La Oficina Central de Estadística de Hungría (<http://portal.khsu.hau>) tiene su página web disponible en idioma inglés. La Oficina cuenta con un programa de colaboración de la Unión Europea para fortalecer el contenido ofrecido en línea, que ha permitido desarrollar bases de datos accesibles por Internet, que contienen información sobre exportaciones e importaciones. La información se encuentra disponible en inglés en: http://portal.ksh.hu/pls/portal/ksh_web.tdb.view_cath?lang=EN&parent=43214



Polonia cuenta con la Oficina Central de Estadística (www.stat.gov.pl) como institución que maneja los datos del país. Su sitio web es accesible parcialmente en inglés y tiene información descargable por tablas de importaciones. Las opciones relacionadas con el comercio exterior se encuentran agregadas con otras de carácter económico en el enlace siguiente que proporciona información en inglés: http://www.stat.gov.pl/gus/ceny_handel_uslugi_ENG_HTML.htm



El Institutul National de Statistica de Romanía (www.insse.ro) tiene disponible su página web en idioma inglés. Tiene información en dicha lengua de comercio exterior del país, proporcionando información elaborada en un amplio documento disponible en www.insse.ro/cms/files/pdf/en/cp18.pdf el texto es bilingüe rumano-inglés. Desde el web se accede al INTRASTAT nacional www.intrastat.ro que proporciona información de comercio intracomunitario.



La Oficina de Estadística de la República Eslovaca (www.statistiks.sk) es el órgano responsable de las funciones correspondientes a la adquisición, manejo y publicación de datos de dicho país, su sitio está en inglés, aunque en lo correspondiente a Comercio Exterior sólo se ha localizado información pública de base INTRASTAT es decir correspondiente a comercio con Estados Miembros de la Unión Europea. Dispone no obstante de un servicio de pago para solicitar información específica no gratuita.

El sistema estadístico de la Corona Sueca congrega a un buen número de instituciones y se centraliza por medio de la SCB que es la Autoridad central en la materia del gobierno de Suecia. Su página web (www.scb.se) está totalmente disponible en inglés. Dispone de una información pública, muy completa y actualizada accesible directamente a través de la dirección de Internet www.scb.se/templates/Product___7232.asp por la cual se accede a publicaciones periódicas y puntuales, informes a la prensa, y especialmente útil a bases de datos que contienen las importaciones del país nórdico. Las estadísticas no solamente incluyen comercio de bienes sino también de servicios. Las importaciones suecas están disponibles con los diversos criterios habituales.

12. Listado y puntos de contacto para programas de apoyo de los estados miembros para exportaciones desde países en desarrollo a la UE.

Existen iniciativas de cooperación que afectan a la mejora de la competitividad en comercio exterior de países menos desarrollados, esto ocurre dentro de la conciencia de que el sector de comercio y la comunidad para el desarrollo deben colaborar estrechamente, debido a la vinculación entre estímulos al comercio internacional de los países en desarrollo y este mismo, como se ha venido anotando al inicio del presente documento. Estas acciones provienen tanto de organismos multilaterales, como de las organizaciones de cooperación de países concretos. A continuación se procura dar una lista actualizada de puntos de contacto de programas de apoyo de Estados miembros de la UE, orientados a la mejora de las exportaciones de los países en desarrollo hacia el espacio comunitario europeo.

Organismo / Programa	Puntos de Contacto
<p>Centro para la Promoción de Importaciones desde los Países en Desarrollo-CBI</p> <p>Países Bajos</p>	<p>www.cbi.eu Tfn: +31 (0)10 201 3434 Fax: +31 (0)10 411 4081 Email: cbi@cbi.eu Correo Postal: P.O.Box 30009 3001 DA Rotterdam The Netherlands Dirección: WTC-Beursbuilding Beursplein 37 3011 AA Rotterdam The Netherlands</p>
<p>Agencia de Cooperación y de Información para el Comercio Internacional</p> <p>Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Países Bajos, Reino Unido, Suecia y Suiza</p>	<p>www.acici.org Tfno: + 41 22 910 3150 Fax: + 421 22 910 3151 Email: info@acici.org Dirección: 9, rue de Varembe - Case Postale 156 1211 Ginebra 20 Suiza</p>
<p>GTZ Cooperación Alemana</p>	<p>Tfno: +5912 2771380 Fax: +591 2 2117462 Email: gtz-bolivien@gtz.de Dirección: Agencia de la GTZ en La Paz Calle 21 de Calacoto No. 17 esquina Aguirre Achá</p>

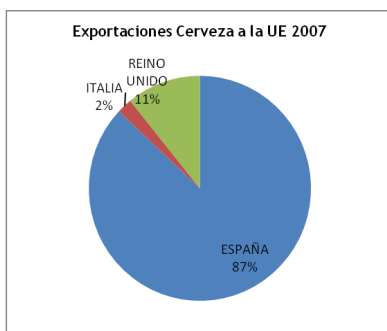
	(a una cuadra de la Costanera) La Paz Agencia de la GTZ en La Paz Casilla 11400
Cooperación Técnica Belga ³⁵	Representación de la CTB en Bolivia Edificio Fortaleza, piso 17, Avenida Arce 2799 Sopocachi Bajo - Casilla n° 1286 La Paz ctbbol@btcctb.org.bo

³⁵ La CTB tiene programas de fortalecimiento de cadenas productivas en Bolivia, en Ecuador de apoyo a las artesanías, en el Perú de aprovechamiento forestal y en general acomete programas relacionados con el tejido empresarial de pequeños productores y artesanos.

13. Emigración y nostalgia: un mercado conocido en el exterior.

La emigración supone siempre una expatriación y a pesar de que el emigrante progresa económicamente en su nuevo país, la necesidad de mantener recuerdos de su país de origen, así como la cultura que porta en sí mismo genera una demanda de productos originarios que puede ser cubierta desde el país de procedencia.

El denominado Mercado Nostálgico, también a veces denominado Mercado Étnico puede expandirse además más allá de los nacionales expatriados, ya que sirve a otros emigrantes de culturas similares presentes en el país de destino, y además puede ir ganando compradores del país de destino, debido a la experimentación de productos por propia iniciativa, o a los contactos que los consumidores no emigrantes tienen con estos, que les presentan adecuadamente los mismos, y en el caso de alimentos conocen su preparación adecuada. Es precisamente en el rubro de alimentos y bebidas no presentes en el mercado donde se desenvuelven los emigrantes donde hay buenas oportunidades de exportación.



En el caso boliviano, existe cierta similitud en el gusto adquirido y la costumbre por el consumo de productos andinos (v.gr. quinua, amaranto-kiwicha, charqui, ajíes, salsas elaboradas, frutas específicas, etc.) con los nacionales de otros países donde estos productos existen y son consumidos, como peruanos y ecuatorianos, e incluso argentinos, chilenos o colombianos de zonas andinas. Además de estos productos comunes a varios países, existe demanda

por marcas propias de cada país, como cervezas o gaseosas. Recordemos como ejemplo que Bolivia exportaba en el 2007 a la Unión Europea cerveza por valor de casi 400 mil dólares norteamericanos, principalmente a España, país con altas tasas de emigración boliviana. En este sentido ha de insistirse en lo indicado arriba sobre la conquista de consumidores nacionales del país de destino, como ha venido ejemplificando por ejemplo la cerveza mexicana en varios mercados, pero inicialmente posicionada fuera de México en USA por emigrantes y posteriormente como una cerveza de alta calidad consumida por migrantes y no migrantes. Los progresivos consumos de quinua boliviana en Europa, que ha pasado de 5 millones de dólares en el 2006 a 8 millones en el 2007, estarían demostrando también la eventual incorporación de no migrantes, que hayan conocido el producto a través de su presencia en los mercados europeos inicialmente gracias a la demanda migrante.

Por otra parte, otra de las características del mercado nostálgico, es la de que suele servir para el establecimiento de redes de microexportación, que aprovechan las relaciones familiares y amicales en origen y destino. Se vincula frecuentemente también con las rutas de Comercio Justo que más adelante se verán, en especial con la ruta integrada, que aprovecha canales de distribución de organizaciones no gubernamentales desde comunidades de origen, hasta consumidores en los países desarrollados destino.

El Guanapack y el “Mercado del Orgullo”

Hay experiencias en otros países como la de El Salvador, que lanzó en las áreas de los Estados Unidos con alta inmigración salvadoreña el “Guanapack”, consistente en un empaque conteniendo productos como quesos, cremas, bebidas, etc. originarias del país centroamericano. Su lema ha convertido el Mercado Nostálgico o Étnico en un Mercado del Orgullo: “No vendemos cajitas, regalamos el orgullo de ser salvadoreño”.



El Paquete se distribuye en los canales convencionales, pero también esta forma de presentación resulta muy adecuada para usar canales de comercio electrónico, así el Guanapack tiene su sitio web que con la llamada del

conocido empaque es una vitrina para la distribuir otros productos.

En el caso boliviano, ya existen en Europa experiencias de instalación de tiendas específicamente creadas por y para bolivianos con productos bolivianos importados



Tienda de Productos bolivianos en Madrid
(Fuente www.ahorabolivia.com)

directamente por los distribuidores minoristas. Las Asociaciones de emigrantes, así como los sitios web especializados en mantener el contacto de los bolivianos entre ellos y con los bolivianos en Bolivia, suelen ser un buen lugar para acceder a este tipo de distribuidores, y funcionan además frecuentemente para extender las redes incluso a otros países³⁶.

Más adelante se proporciona un listado de Asociaciones y de sitios web que pueden ser de interés en este sentido.

Siendo la Unión Europea un conjunto de países donde hay una alta presencia boliviana, las oportunidades para este tipo de mercado de destino son importantes.

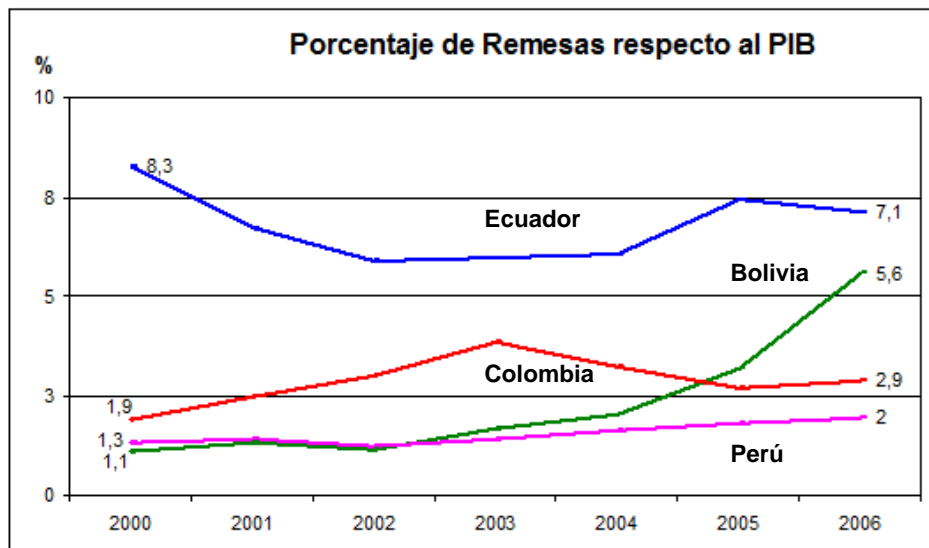
Que existen cada vez más bolivianos en el exterior y con poder adquisitivo creciente lo demuestran las estadísticas de envío de remesas, las que se han mostrado una tendencia creciente desde los años 2003-2004. Ya en el año 2006 las remesas del exterior supusieron el 5,6% del Producto Interior Bruto.

³⁶ Conversación en Foro Internet de www.ahorabolivia.com:

Marcelo comenta:

23 de Junio de 2008 a las 14:21

Buen día, resido en París y dirijo de una asociación y aquí no tenemos una tienda donde se pueda conseguir productos bolivianos, desearía saber si puedo contactarme con alguien para ver la posibilidad de que me envíen productos en especial cerveza boliviana para las próximas fiestas patrias.



Fuente: Comunidad Andina

Las estimaciones encontradas para el número de emigrantes de Bolivia en el exterior oscilan las más conservadores entre los 2 millones y los 2,6 millones de emigrantes legales e ilegales. Algunas estimaciones llegan a los tres millones, es decir un porcentaje no lejano a la tercera parte de la población. Los principales países de destino son USA y Argentina, en el caso de la Unión Europea la inmigración boliviana se dirige principalmente a España y después a Italia y Francia. El número de bolivianos residentes en España muy probablemente ascienda a 350 mil entre legales e ilegales³⁷, en Italia se estima que podría existir una décima parte de los residentes en España, de los cuales la mayor comunidad se encuentra instalada en Bérgamo donde se calcula que hay entre 15 y 20 mil bolivianos, siendo la mayoría cochabambinos los residentes en dicha ciudad del sur de Italia. En Gran Bretaña se calculan en 20 mil los bolivianos residentes.

Como se ha comentado anteriormente, para el denominado Mercado Nostálgico las redes sociales establecidas por los bolivianos en el exterior son un excelente canal de distribución de exportaciones, en especial de microexportaciones, a continuación se proveen direcciones de asociaciones de bolivianos residentes en la Unión Europea, así como lugares en Internet dedicados a la emigración boliviana.

Asociaciones de bolivianos en la Unión Europea³⁸ y sitios Internet de bolivianos en el exterior

³⁷ Información proporcionada a la prensa por la Embajadora de Bolivia en Madrid con motivo de la "Directiva de Retorno" Europea ver:

<http://www.eldeber.com.bo/2008/2008-06-13/vernotanacional.php?id=080613191821>

³⁸ Sólo se incluyen aquellas con forma de comunicación electrónica localizada (web / email)

ASOCIACIONES Y SITIOS	Coordenadas electrónica
ACOB Asociación de Cooperación Bolivia-España ³⁹ Madrid-España	www.acobe.org
Portal Bolivianos en España	www.bolivianosenespana.com
ASCUBOL Asociación Socio Cultural Boliviana Marbella-España	ascubol@hotmail.com
Asociación Amigos de Bolivia en Málaga Málaga-España	http://asociacionbolivia.blogspot.com boliviamigos@hotmail.com
Asociación Pro Bolivia Madrid-España	www.apbolivia.org info@apbolivia.org
ASOBOL-BAL Asociación de Bolivianos en Baleares Palma de Mallorca-España	asobol_bal1@hotmail.com
Asociación Multicultural Boliviana Pueblos del Sol Murcia-España	pueblosdelsol@gmail.com
ASBOLES Asociación de Bolivianos en Valencia Valencia-España	asbolesvalencia@hotmail.com
Asociación de Bolivianos en España en Huelva Huelva-España	flavitaruiz@hotmail.com
Asociación de Residentes Bolivianos Bilbao-España	arbol-bi@bolivia.com
La Casa de Bolivia Madrid-España	lcasadebolivia@bolivia.com
Centro Boliviano Catalán Barcelona-España	centrobolivianocatalan@hotmail.com
CIB "RAICES" Centro Intercultural Boliviano Raíces Bilbao-España	cib-raices@bolivia.com
Espíritu de Santa Cruz de la Sierra Hospitalet de Llobregat-España	www.espiritudesantacruz.galeon.com espiritudesantacruz@yahoo.es
Raíces Andinas Zaragoza-España	rivas_39@hotmail.com
Bolivia.es	www.bolivia-es.com/
ACUOBOL Associazione Culturale Bolivia Torino-Italia	www.acubol.blogspot.com/
Associazione Culturale SALVE BOLIVIA Bolzano-Italia	http://salvebolivia.spaces.live.com/

³⁹ ACOBE También está a cargo del Centro Hispano Boliviano en Madrid.

FEDBOL Federación de Asociaciones Bolivianas en Suecia	www.fedbol.com
Centro Cultural Bolivia Norköping-Suecia	http://cordillera.ath.cx/ www.ccbolivia.org
Asociación Boliviana Tiwanaku Västeras-Suecia	www.tiwanaku.se
Asociación Boliviana en Eskilstuna Eskilstuna-Suecia	www.etunabol.com
CESCUBolivia Centro Socio Cultural de Bolivia en Bélgica	www.cescubolivia.be
Asociación Kantuta Association franco-bolivienne sportive et culturelle Gentilly-Francia	www.kantuta.fr
ASCUFRANBOL Asociación Cult. Franco Andina Boliviana Massy-Francia	www.ascufranbol.fr
Club Amigos de Bolivia Dresden-Alemania	www-stud.uni-essen.de/~sc0004/index.html
Club Illimani Munich-Alemania	www.club-illimani.de
aBolivia.de	www.abolivia.de/
Asociación Boliviana de Holanda Panfluitbolivia Lelystad-Holanda	www.panfluitbolivia.nl/
ARBOL o.s. Asociación de Residentes Bolivianos Praga-República Checa	www.arbol.cz

14. Comercio Justo.

El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente del Sur⁴⁰.

Como se vio al comienzo del presente documento, la Unión Europea en sus distintas instancias mantiene un alto interés por que el Comercio Internacional sirva como herramienta de un desarrollo sostenible, basado en el respeto a los derechos humanos, sociales, laborales y ambientales.

Así incluso se ha manifestado la cámara de representación de los ciudadanos de la UE en la “Resolución del Parlamento Europeo sobre comercio justo y desarrollo” de 6 de julio de 2006, ya citada anteriormente en los primeros puntos de este texto.

En dicha Resolución el Parlamento Europeo considera que, para eliminar el riesgo de abusos, el comercio justo debe cumplir una serie de criterios definidos por el movimiento en favor del comercio justo en Europa de la siguiente manera:

- a) un precio justo al productor, que garantice unos ingresos justos y que permita cubrir unos costes sostenibles de producción y los costes de subsistencia; este precio debe igualar, por lo menos, al precio y la prima mínimos definidos por las asociaciones internacionales de comercio justo,
- b) parte del pago se debe efectuar por adelantado, si el productor así lo solicita,
- c) una relación estable y a largo plazo con los productores, así como la intervención de éstos en el establecimiento de normas de comercio justo,
- d) transparencia y rastreabilidad en toda la cadena de abastecimiento, a fin de garantizar una información adecuada al consumidor,
- e) unas condiciones de producción que respeten los ocho convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT),
- f) el respeto del medio ambiente, la protección de los derechos humanos, en particular de los derechos de las mujeres y los niños, así como el respeto de los métodos de producción tradicionales que favorezcan el desarrollo económico y social,
- g) programas de desarrollo de capacidades y capacitación para los productores, en especial para los pequeños productores marginales de los países en desarrollo, para sus organizaciones y para sus respectivas comunidades, a fin de garantizar la sostenibilidad del comercio justo,

⁴⁰ Definición de la Asociación Internacional de Comercio Justo (The International Fair Trade Association-IFAT).

- h) el respaldo a la producción y la entrada al mercado de las organizaciones de productores,
- i) actividades de sensibilización sobre la producción y las relaciones comerciales en el marco del comercio justo, su misión y sus objetivos, y sobre la injusticia reinante en las normas del comercio internacional,
- j) el seguimiento y la verificación del cumplimiento de estos criterios, en cuyo marco debe corresponder un importante papel a las organizaciones del hemisferio sur, con miras a una reducción de costes y una mayor participación de las mismas en el proceso de certificación,
- k) evaluaciones de impacto periódicas sobre las actividades relacionadas con el comercio justo;

El Parlamento considera que el comercio justo persigue proporcionar oportunidades de desarrollo a pequeños productores y trabajadores de países emergentes así como orientar al sistema de comercio internacional y a empresas privadas hacia un comportamiento justo y que favorezca el desarrollo sostenible, entendiendo que el comercio justo internacional persigue este último objetivo dando ejemplo y presionando a gobiernos, organizaciones internacionales y empresas, el Parlamento Europeo considera que hay iniciativas comerciales sujetas a controles independientes que contribuyen a reforzar las normas sociales y medioambientales que persiguen objetivos de desarrollo sostenible y tratan de brindar a las empresas privadas la posibilidad de intervenir activamente en pro del mismo, las organizaciones de comercio justo desempeñarían un importante papel a la hora de sensibilizar a la población con respecto a las relaciones Norte-Sur. El Parlamento advierte el incremento de las ventas de este tipo de comercio que vendrían creciendo en Europa una media de 20 % anual demostrando el creciente interés de los consumidores europeos por una compra responsable, así mismo considera que un número cada vez mayor de minoristas europeos realiza un esfuerzo importante para fomentar el comercio justo, así como que gran cantidad de productores desean incorporarse al sistema de comercio justo y a otras iniciativas comerciales sujetas a controles independientes que contribuyen a reforzar las normas sociales y medioambientales, y que existe un enorme potencial para un mayor crecimiento, pero que las políticas comerciales y agrícolas internacionales generan dificultades, especialmente a la pequeña y mediana empresa de los países en desarrollo, incluyendo a los productores de bienes para el comercio justo, por lo que se considera la necesidad de despertar entre los consumidores europeos una mayor sensibilidad acerca de los positivos efectos que tiene este concepto para la situación socioeconómica de productores y comunidades locales.

El Parlamento Europeo apuesta por que tanto los productores como los consumidores saldrían favorecidos de la introducción de una marca de certificación única para los productos de comercio justo y que hay que prestar más atención al papel de las mujeres en el marco del comercio justo como agentes económicos del desarrollo sostenible, al tiempo que se considera que el comercio justo ha demostrado ser un instrumento eficaz a la hora de respaldar a los pueblos indígenas en la venta directa de sus productos a los mercados europeos, al mismo tiempo que les permite seguir con sus modos de vida y de producción tradicionales.

Los representantes europeos consideran que los productos del comercio justo se comercializan por dos rutas: **la ruta integrada**, en la que los productos (principalmente de artesanía) son importados por las organizaciones de comercio justo y distribuidos fundamentalmente por establecimientos especializados este tipo de comercio (tiendas de comercio justo), y **la ruta del etiquetado**, en la que el etiquetado de los productos corre a cargo de organismos especializados en la certificación de comercio justo, que confirma que sus procesos de producción respetan sus principios. El Parlamento también identifica en su Resolución al movimiento internacional del comercio justo, organizado en las asociaciones internacionales FLO (Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo), IFAT (Federación Internacional de Comercio Alternativo), NEWS (Red Europea de Tiendas del Mundo) y EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo), movimiento internacional que habría desarrollado normas voluntarias armonizadas a escala internacional para los productos, tanto etiquetados como no etiquetados, y las organizaciones de comercio justo a lo largo de las últimas cinco décadas. La Resolución advierte sobre el riesgo de que se aprovechen indebidamente de este concepto empresas que accedan al mercado del comercio justo sin cumplir con los criterios exigidos con las consecuencias correspondientes para productores y consumidores, y advirtiéndole que algunos Estados miembros iniciaron procedimientos legislativos para regular el uso del término "comercio justo", así como los criterios aplicables a las organizaciones de comercio justo, advirtiéndole la falta de más claridad, coordinación y apoyo sobre el comercio justo en los organismos ejecutivos de la UE.

Además del interés político de esta Resolución, existen informaciones técnicas de valor para el presente documento, así respecto a la distribución, sobre la forma de hacer llegar a los mercados los productos de Comercio Justo, se nos refieren dos "rutas", la integrada y la etiquetada.

Ruta Integrada de Comercio Justo o Certificación de Organizaciones.

Se basa principalmente en la certificación de organizaciones, muy utilizada para productos de artesanía y algunos otros (v.gr. agrícolas producidos por las mismas comunidades productoras de artesanía), se exportan hacia organizaciones de comercio justo, que los distribuyen directamente a los clientes finales, o bien a redes de tiendas especializadas en este tipo de comercio. Es una Ruta Integrada, ya que desde el productor hasta el consumidor final, el concepto y la vigilancia de comercio justo no se pierde dentro de la propia red. La garantía viene de las organizaciones involucradas en toda la cadena. Las organizaciones son certificadas por la Asociación Internacional de Comercio Justo o IFAT por sus siglas en inglés. Existe una Asociación Latinoamericana de Comercio Justo o IFAT-LA, que es una instancia de la IFAT que agrupa a los miembros pertenecientes a Latinoamérica.

Ruta del Etiquetado o Certificación del Producto.

Es la otra ruta de distribución de este tipo de productos, los productos son etiquetados por organismos especializados que validan que los procesos productivos

son acordes a los principios del Comercio Justo. Los productos pueden ser así insertados en los canales de comercialización tradicionales siendo identificados con garantía por los consumidores responsables. Esta vía permite que los productos puedan ser comercializados por empresas que no necesariamente ponen en el mercado exclusivamente mercancías de comercio justo, llegando incluso a grandes almacenes, cadenas de supermercados, tiendas minoristas tradicionales, etc.

Al igual que IFAT certifica organizaciones, en el caso de productos existe la Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo o Fairtrade Labelling Organizations International-FLO

Como bien indicó el Parlamento Europeo, existen otras organizaciones reconocidas en el movimiento internacional como la cadena de tiendas NEWS y la organización Europea EFTA, que trabajan con productos tanto etiquetados como no, reconociendo organizaciones que los comercializan, es decir que trabajan en las dos rutas.

El antecedente de sellos de comercio justo ha sido en Holanda (1988) el sello “Max Haavelar” que pretendía posicionar este tipo de productos más allá de las tiendas especializadas en los canales habituales de distribución. Esta identificación tuvo un éxito notable en los Países Bajos. Posteriormente hubo otras iniciativas similares en otros países de Europa que convergieron junto con organizaciones no europeas en FLO-CERT, para unificar el sello de Comercio Justo. Esta organización es una compañía multinacional que atiende más de 70 países y cuenta con el ISO 65, propio de las autoridades de certificación.

Existen certificaciones para productores y para comercializadores. En el primer caso existen una cobertura geográfica que permite la certificación a agentes económicos de ciertos países, que en el caso de Sudamérica abarca a Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay y Venezuela.



Las formas de certificación, así como los costos (que son muy variables) pueden encontrarse en el sitio web de FLO⁴¹. En resumen, de lo que se trata es de un sistema de certificación que genera el sello Fairtrade en el que los aspectos sociales, económicos y ambientales se declaran acordes con criterios de producción de Comercio Justo o bien con criterios de comercialización igualmente conformes con tal concepto. El sistema controla la cadena hasta que se empaqueta y sella para su distribución, exige inspecciones físicas para el cumplimiento de estándares y establece medidas de control y seguimiento.

Por tanto es tanto hacia productores como hacia comercializadores a los que se dirige el sistema internacional de certificación de FLO-CERT.

Ha de aclararse que no es lo mismo FLO que FLO-CERT:

⁴¹ En castellano el enlace es <http://www.flo-cert.net/flo-cert/main.php?id=11>



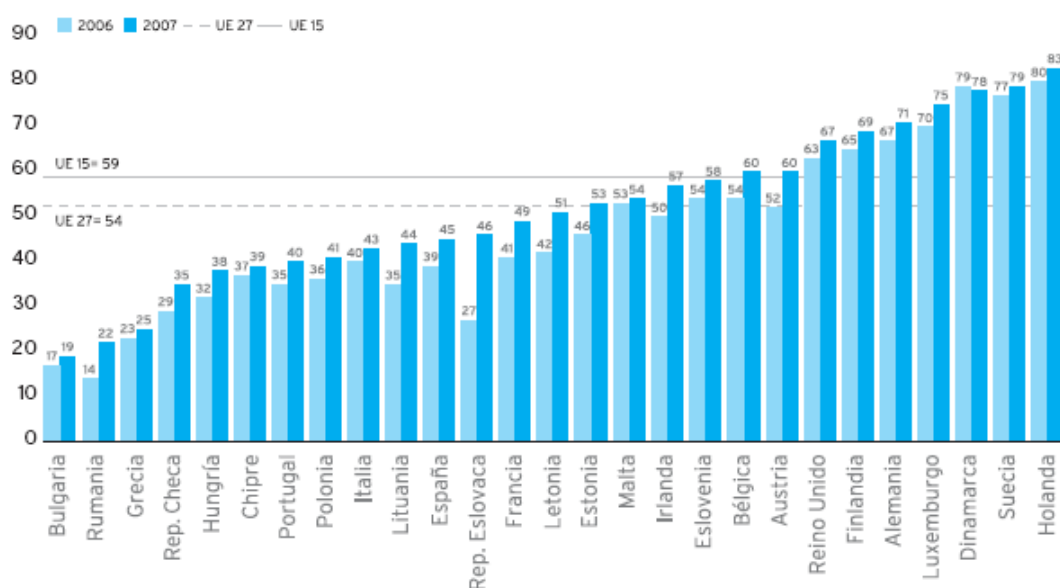
FLO es una organización no gubernamental internacional, organizada a través de Asociaciones estatales de promoción del Comercio Justo que promocionan el Sello de Comercio Justo y gestionan su uso, son en total veinte y una en el mundo de las cuales en Europa existen quince.

FLO-CERT GmbH, es una empresa privada con estándares ISO 065 que certifica los productos según los principios establecidos por la ONG FLO Internacional.

15. El Comercio Electrónico orientado a Europa.

El comercio electrónico tiene cada vez más una importancia que resulta progresivamente mayor debido al mayor uso de las Nuevas Tecnologías, en especial en una zona donde los índices de conectividad son muy altos como es la Unión Europea, con un 54% de los hogares conectados a Internet y donde la confianza del consumidor a aumentado en las transacciones que se soportan en Internet así como en la telefonía móvil.

Hogares conectados a Internet en la Unión Europea (%)



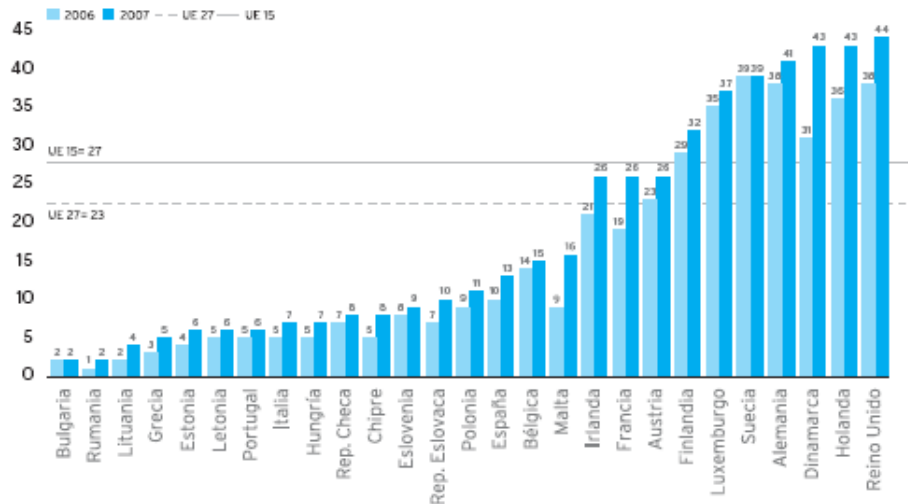
Fuente: “Informe anual sobre la Sociedad en Red 2007”. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información-ONTSI (España)

Según “Informe anual sobre la Sociedad en Red 2007” del español Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información-ONTSI, la buena situación del comercio electrónico en Europa aparece reflejada en el creciente porcentaje de particulares que utilizan la Red para ordenar o comprar bienes o servicios de uso privado. Reino Unido ocupa la primera posición del conjunto de países de la UE27, con un porcentaje del 44%. Le siguen de cerca Holanda y Dinamarca con valores del 43% en ambos casos. Por el contrario, Bulgaria, Rumania y Lituania, cuentan con porcentajes que no superan el 4% y les sitúan en las últimas posiciones del ranking a nivel europeo. Por término medio, en la UE15 el porcentaje asciende a un 27% de la población, frente al 23% que se puede contabilizar en la ampliación al grupo de los 27.

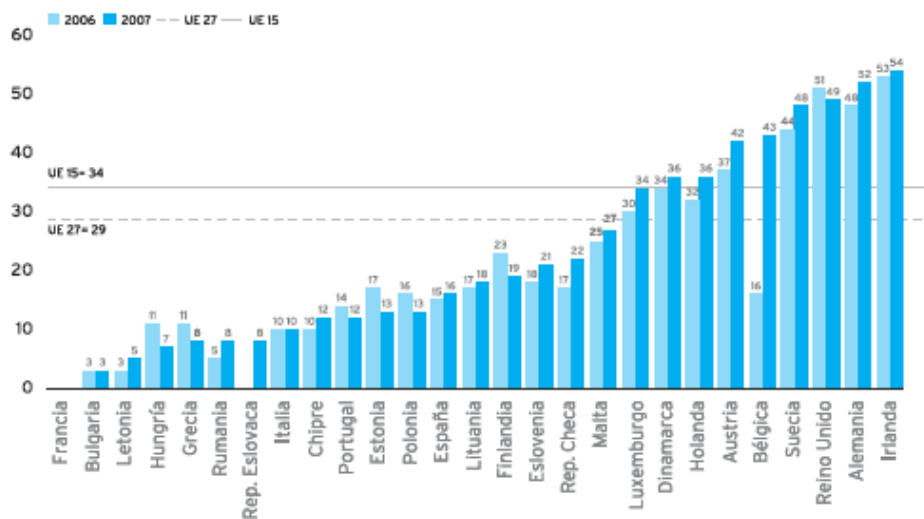
En el entorno empresarial, también se aprecia el crecimiento generalizado de la utilización de Internet para operaciones comerciales. Irlanda lidera el grupo comunitario con 54% de empresas que han comprado en línea en el último año.

Alemania y Reino Unido también ocupan posiciones destacadas con porcentajes que ascienden al 52% y 49%, respectivamente.

Particulares que han ordenado o comprado bienes o servicios de uso privado por Internet en los últimos tres meses (%)



Empresas que han comprado on-line en el último año (≥ 1% de compras totales) (%)



Fuente: “Informe anual sobre la Sociedad en Red 2007”. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información-ONTSI (España)

A título ilustrativo, basta indicar que en Francia el comercio minorista B2C (*Business to consumer*, del negocio al cliente final) han superado los 18,000 millones de dólares, mientras que en España en el 2007 se acercó a los 7,000 millones de dicha moneda. Un comprador francés medio gasta al año vía Internet cerca de 1,400 USD haciendo unas 9 compras de productos o servicios. El comercio electrónico es una buena vía si se complementa con microexportaciones de forma que pueda llegarse directamente al consumidor final.

Otro modo para mayores volúmenes es el uso de sitios B2B o (Business to Business, de empresa a empresa), el uso de estos lugares es cada vez mayor, sea sólo para lograr el contacto de posibles clientes empresariales, o bien para transar directamente. Otros portales de negocios sirven para colocar o localizar oportunidades e incluso para conocer la etiqueta empresarial en diferentes países cara a los tratos comerciales

Sin intención exhaustiva se proporcionan a continuación algunos Portales de Negocios relevantes relacionados con la Unión Europea o internacionales que pueden servir para acceder a los mercados de destino de dicha zona:

Eurotrade International Distribution

<http://www.eurotradeconcept.nl/menu.htm>

Sitio de comercio electrónico que registra ofertas y demandas de productos y servicios en la zona de la UE.

E Trade Center

<http://www.e-trade-center.com>

Sitio que cuenta con el patrocinio del Ministerio Federal de Economía y Tecnología de Alemania, permite a las empresas alemanas y extranjeras ofrecer sus productos o servicios, además de tener la posibilidad de solicitar qué clase de cooperación desean. Disponible en idioma español.

eMarketservices.com

<http://www.emarketservices.com>

Es un Portal de Portales de B2B mundial con información organizada por sectores.

DEVNET

<http://www.tips.org.uy/SPA/>

Sitio oficial de la Red TIPS está orientada en especial para las pequeñas y medianas empresas y se maneja en español.

Bobex

<http://www.bobex.be>

Es un Marketplace belga que permite registrar en línea compras y ventas de productos y servicios.

Estonian Trade Council

<http://www.estoniantrade.ee/>

Portal de negocios estonio B2B que puede manejarse en inglés y es guía oficial de productos y servicios en dicho país.

Flowerweb International

<http://www.flowerweb.com/>

El sitio holandés B2B de empresas que comercializan flores y plantas.

Worldbiditaly.com

<http://www.worldbiditaly.com/>

Portal de negocios B2B que promueve el comercio de importación y exportación de empresas italianas y extranjeras.

Italian Institute for Foreign Trade

<http://www.italtrade.com>

Portal de negocios de Italia que promueve comercio, negocios e inversiones entre compañías de dicho país y de resto del mundo.

Italian Association of Foreign Trade

<http://www.aicebiz.com/>

Portal de negocios para contactar a compradores o vendedores italianos.

FrozenB2B.com

<http://www.frozenb2b.com>

Marketplace francés de productos congelados.

Alibaba.com

<http://www.alibaba.com>

Portal de negocios que ofrece transacciones de comercio electrónico B2B, uno de los más populares del mundo.

eMarketservices.com

<http://www.emarketservices.com>

Portal que da información de comercio electrónico así como de e-markets.

Foodtrader.com

<http://www.foodtrader.com/>

Portal B2B de alimentos y bebidas a nivel mundial.

B2BWine.com

<http://www.b2bwine.com/>

Operaciones comerciales relacionadas con vino.

Wood Business Portal

<http://www.woodbusinessportal.com/>

Portal B2B orientado a todo tipo de productos, derivados de la madera y cosas relacionadas, aserrada, virutas, fósforos, muebles, tableros, puertas, ventanas, parquet, juguetes, adhesivos, maquinaria, y más.

Steelscren.com

<http://www.steelscreen.com/>

Para negocios con metales y productos de acero, en especial de construcción

World Trade Next

<http://www.worldtradexnet.com/>

Portal B2B de una gran cantidad de rubros.

EC21

<http://www.ec21.com>

Un portal de negocios globales en un marketplace global con gran cantidad de sectores.

Handcraft Virtual Market Place

<http://www.e-handcraft.com/>

Plataforma para venta de artesanías

Handcrafts web

<http://www.handcraftsweb.com/>

Sitio B2B para venta y oferta de artesánías

Greentrade.net

<http://www.greentrade.net/>

Sitio para agricultores, profesionales de la industria de transformación y también de las redes de distribución.

Proyecto Emed

<http://www.emed-tds.com/>

Proyecto piloto de desarrollo de una plataforma B2B para crear un market place de productos agroalimentarios en la región euro-mediterránea. Participan como socios 15 países, entre ellos Turquía

ExecutivePlanet.com

<http://www.executiveplanet.com>

Portal que proporciona información de los usos, costumbres y etiqueta orientadas a contactos empresariales en varios de los mercados europeos como Alemania, Bélgica, España, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Reino Unido, además de otros.

16. Microexportaciones.

Todo exportador, de cualquier tamaño, ha de enfrentarse en alguna ocasión con el envío de pequeñas cantidades de producto a un eventual importador. El caso típico es el envío de muestras comerciales. No obstante esto, el envío de muestras, donde incluso hay procedimientos y calificaciones aduaneras para las mismas, no es el mismo caso que el envío de pequeñas cantidades con frecuencia variada que puede llegar a ser recurrente.

16.1. Concepto y Oportunidades.

Las microexportaciones están vinculadas con las pequeñas empresas, pero no solamente, sino que también se relacionan con los flujos continuos de producto generados por estrategias de comercio electrónico que deban trabajar “*just in time*” que no obliguen a mantener almacenaje en puntos intermedios de la operación de distribución, es decir, la microexportación tiene una relación con la distribución directa de productos directamente hechos llegar al consumidor desde el mercado de origen al de destino, tanto como con el envío de pequeños exportadores a minoristas finales, como sería el caso de productos del mercado nostálgico a tiendas especializadas en dicho tipo de mercaderías en destino.

Por otra parte existen productos muy adecuados para ser microexportados, el ejemplo más tradicional es el de las artesanías, arte, joyería realizada a mano, y en general aquellos que, al contrario de los *commodities*, no obtienen un beneficio tangible de las economías de escala, dado que cada producto suele ser único, incluso cuando se trabajan en grandes cantidades.

Por el tamaño de envíos, otros sectores que pueden beneficiarse además de los mencionados, son metal-mecánica (piezas, pequeños artefactos), alimentos y bebidas (conservas, latas, no perecibles en general), textil y confecciones, manufacturas de cuero, calzado, incluso muebles.

En resumen las microexportaciones abren oportunidades:

- A las pequeñas empresas exportadoras
- A las empresas que utilizan comercio electrónico
- A las empresas exportadoras consolidadas que necesiten cubrir vacíos de distribución puntuales.
- A los *no-commodities* o productos únicos
- A sectores con productos hábiles para ser enviados al menor
- A pequeños importadores en destino (incluidos emigrantes para mercado nostálgico)

16.2. Principales ejemplos logísticos en la Región.

La Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana-IIRSA es un foro de diálogo entre las autoridades responsables de la infraestructura de transporte, energía y comunicaciones en los doce países suramericanos. IIRSA tiene por objeto promover el desarrollo de la infraestructura bajo una visión regional, procurando la integración física de los países de Suramérica y el logro de un patrón de desarrollo territorial equitativo y sustentable. La Iniciativa surgió de la Reunión de Presidentes de América del Sur realizada en Agosto del año 2000 en la ciudad de Brasilia, en la que los mandatarios de la región acordaron realizar acciones conjuntas para impulsar el proceso de integración política, social y económica suramericana, incluyendo la modernización de la infraestructura regional y acciones específicas para estimular la integración y desarrollo de subregiones aisladas.

A través del trabajo conjunto de los países y las instituciones multilaterales participantes, IIRSA ha concentrado sus esfuerzos en tres áreas de acción principales: (i) Construcción de una Visión Estratégica de la Integración Física Suramericana, (ii) Ejes de Integración y Desarrollo, y (iii) Procesos Sectoriales de Integración.

En este sentido IIRSA se consolida como una instancia importante para que los países de la región construyan una agenda común de acciones y proyectos para la integración física de América del Sur. La “Agenda de Implementación Consensuada 2005-2010” está constituida por un primer conjunto de 31 proyectos de integración acordados por los países a partir de los resultados logrados durante la fase de planificación territorial y de ordenamiento de la Cartera de Proyectos IIRSA y que por sus características tienen un alto impacto en la integración física de Suramérica. Esta Agenda con sus 31 proyectos estratégicos fue aprobada por el Comité de Dirección Ejecutiva de IIRSA, en noviembre de 2004, y presentada a los Señores Presidentes de Suramérica en la Cumbre de Cusco de diciembre de 2004.

El proyecto “Exportación por Envíos Postales para MIPYMES”, es decir para la micro, pequeña y mediana empresa, es uno de los 31 Proyectos que conforman la Agenda de Implementación Consensuada-AIC. Este proyecto fue presentado a los representantes de los países miembros de IIRSA por el Ministerio de Comunicaciones de Brasil, debido a la experiencia exitosa implementada por la Empresa de Correos y Telégrafos de Brasil-ECT. El objetivo del proyecto es implementar en los 12 países miembros de IIRSA un sistema de exportación simplificada que permita contribuir al fortalecimiento de las MIPYMES suramericanas, facilitando su acceso al mercado internacional a través de una simplificación de los procedimientos necesarios para la exportación, e igualmente una solución logística basada en la utilización de la infraestructura postal del operador público o del concesionario privado del servicio público.

El Proyecto orientado a las microexportaciones, sirve a todas las empresas exportadoras, aunque por su concepto está especialmente dirigido a las micro, pequeñas y medianas empresas para su inserción en el comercio internacional, ya que aunque las mismas representan un alto porcentaje del tejido empresarial su contribución a las exportaciones es reducida debido a varios factores entre ellos la peor dotación de infraestructuras en las zonas del interior con una mayor presencia de MIPYMES que encarece costos logísticos y de distribución. Por otra parte los trámites y normas para la exportación encarecen y dificultan la actividad empresarial para aquellas empresas cuyo reducido tamaño las hace más sensibles a los costos de transacción asociados a la actividad exportadora clásica.

El Proyecto actúa sobre los aspectos normativos necesario para la exportación, generando un esquema operativo que facilite el proceso de exportación para las MIPYMES. La idea es la creación en cada país de un régimen simplificado de exportación que defina un monto máximo por operación y que pueda ser utilizado por los exportadores, sin la intervención de un agente de aduana. En este esquema se otorgarían facultades al operador postal para que desempeñe el papel de intermediario del proceso de despacho de la mercadería en nombre del exportador. Establecido normativamente dicho sistema de exportación simplificada, se apoya la implementación del servicio logístico en los correos públicos. Este esquema incluye la capacitación de personal del operador postal y de las empresas para la correcta utilización del sistema y el desarrollo de servicios complementarios para reforzar la presencia en los nuevos mercados.

Los productos pasibles de incorporarse al Sistema de Exportación Simplificado son todos aquellos productos que se encuadren dentro de las normativas existentes en cada uno de los países en materia de envíos postales. El nuevo mecanismo beneficia a los exportadores de aquellos bienes cuyo tamaño, en volumen y peso, se encuentra dentro del rango tradicionalmente operado por la infraestructura postal. En este sentido es importante la participación de las Administraciones de los países importadores. El Proyecto incluye actividades de coordinación regional e internacional con los principales destinos para darse a conocer, mejorar la recepción de los paquetes que se reciben a través del nuevo servicio y reducir el número de paquetes abiertos o rechazados en las aduanas de destino.

El proyecto plantea generar el sistema de exportación simplificada a través de la constitución de grupos multisectoriales donde participen las instituciones públicas involucradas en el proceso de la exportación, la promoción de las exportaciones y el apoyo al desarrollo de las pequeñas empresas. La implementación regional del proyecto será coordinada por la Unión Postal de las Américas, España y Portugal-UPAEP, con el apoyo técnico de los funcionarios del gobierno brasileño, quienes proporcionan conocimientos adquiridos en base a la experiencia exitosa implementada por su administración postal.

En efecto, el sistema de exportación simplificada se comenzó a aplicar en Brasil en los últimos meses de 1999, siendo lanzado a nivel nacional en el año 2000. En sus primeros seis años de funcionamiento el nuevo sistema ha probado suficientemente su eficiencia, obteniéndose a través de este servicio exportaciones con un acumulado cercano a los 500 millones de dólares. En sus inicios, además de las limitaciones propiamente postales (peso, no animales vivos, monedas y billetes, mercaderías peligrosas, etc.) había una limitación de valor de 2,000 dólares por envío, que se ha incrementado a 20,000 dólares en el 2008.

El 22 de febrero del 2007, el Perú presentó el comienzo del Proyecto “Exporta Fácil”, misma denominación que la usada por Brasil, utilizada para el consensuado proyecto IIRSA “Exportación por envíos postales para MIPYMES”, con el financiamiento del Banco Mundial, especialistas de Correios de Brasil (ECT) asesorarían al Perú en la implementación de exportaciones que no superasen los 30 kilogramos de peso y 2,000 dólares de valor. Los objetivos del Exporta Fácil se orientan a incrementar un 20% anual las exportaciones de las micro y pequeñas empresas. La etapa inicial del proyecto se realizó en 15 puntos postales, 5 en Lima y 10 en provincias.

Al igual que en Brasil, en el Perú el sistema ha tenido un éxito inmediato, lo que le ha valido incluso ganar reconocimientos y premios⁴², en los primeros cinco meses de su puesta en marcha, el Exporta Fácil había logrado que las pequeñas empresas peruanas exportasen por un valor de 200,000 dólares con una media de 150 envíos mensuales siendo el valor medio de cada envío algo superior a unos 260 dólares. Casi la mitad de las microexportaciones vía Exporta Fácil se realizaron a USA, seguidas del Reino Unido, Argentina, España, Francia, Australia, Canadá y otros. A finales del 2007, de las 15 primeras oficinas postales habilitadas se pasó a 29 en todo el territorio peruano, que se han seguido incrementando durante el 2008. El perfil de la mercadería enviada corresponde a joyería y bisutería, prendas de vestir de alpaca y algodón, artículos cosméticos, artículos de decoración en maderas y otros⁴³.

En el Perú, además de la cooperación de Brasil a través de ECT y de la Coordinación Nacional de IIRSA, el equipo operativo fue constituido por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones-MTC, SERPOST (el concesionario del servicio público postal peruano), PROMPERU (entidad de promoción de exportaciones y turismo), y la SUNAT (Tributos y Aduanas).

Otros países miembros de IIRSA que están en vías de implementación de un sistema simplificado de exportación vía postal son Ecuador y el Uruguay, con la esperada incorporación de Argentina.

⁴² Premio a la Creatividad Empresarial en el año 2007, muy reconocido en dicho país.

⁴³ Ver presentación en

<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=585A99ED-3ABC-488D-8657-DE9AFDA6F11F.PDF>

La República Oriental del Uruguay anunció en junio del 2008, también con el apoyo brasileño, el inicio de la implementación del Exporta Fácil que comenzaría con tres oficinas postales, una en Montevideo y dos en el interior, terminado el trabajo normativo y preoperativo el sistema estaría listo en septiembre para comenzar a operar. Ecuador había anunciado la fase de diagnóstico en febrero del 2008, igualmente con el asesoramiento brasileño y con la participación de todas las entidades involucradas. Fuera de Sudamérica, Costa Rica ya ha manifestado su interés por el proyecto, que fue presentado a finales del 2007 en los Correos de dicho país por altos funcionarios postales brasileños.

La implementación del Exporta Fácil, además de los recursos aportados por cada país, cuenta con fondos del propio IIRSA por un valor de 2,75 millones de dólares y del BID a través del Fondo Multilateral de Inversiones-FOMIN, por un valor 1,5 millones más.

Exporta Fácil está siendo utilizado como un excelente complemento logístico al e-commerce de bienes tangibles, en los países en que se ha implementado.

La República de Bolivia está en vías de firmar los requeridos acuerdos de cooperación para iniciar el Proyecto Exporta Fácil, lo que mejorará las exportaciones de acuerdo a las experiencias previas anteriormente mencionadas.

Anexo I.

Listado de las principales instituciones por países de la UE de interés para el comercio exterior boliviano (aduaneras, IVA, Derechos Especiales, otras).

Además de las que hayan aparecido en el documento en otros numerales, se listan las siguientes:

Alemania

Administración Aduanera

<http://www.zoll.de/>

Gobierno de Alemania

<http://www.bundesregierung.de/>

Embajada de Alemania en Bolivia

www.la-paz.diplo.de/

German-Business-Portal

<http://www.german-business-portal.info/>

Ministerio Federal de Relaciones Exteriores

http://www.auswaertiges-amt.de/www/es/willkommen/deutschlandinfo/index_html

Oficina Federal de Economía y Control de las Exportaciones (BAFA)

<http://www.bafa.de>

Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación

<http://www.verbraucherministerium.de/>

Oficina de Información del Ministerio Federal de Defensa del Consumidor,

http://www.zadi.de/cln_044/DE/1-Homepage/homepage__node.html__nnn=true

Oficina Federal de Información para el Comercio Exterior

<http://www.bfai.de/DE/Navigation/home/home.html>

Asociación Alemana de Productores e Importadores de Bebidas Alcohólicas

<http://www.spirituosen-verband.de/index.html>

Alemania: Asociación de Cámaras de Comercio e Industria Alemanas (DIHK)

<http://www.ihk.de>

Asociación para la Promoción de los Intereses de los Mayoristas del Mercado Alemán

http://www.grossmaerkte.org/index_e.html

Fruchthandel Magazin (Comercio de frutas On-line)

<http://www.fruchthandel.de/>

Asociación Alemana de Fabricantes de Agua Mineral (VDM)

<http://www.mineralwasser.com/>

Asociación Alemana de la Industria de Joyería y Relojería

<http://www.bv-schmuck-uhren.de>

Asociación Alemana de Mercados Mayoristas de Frutas y Verduras

<http://www.grossmarkt-hamburg.de/>

Asociación Alemana de Perfumerías

<http://www.parfuemerieverband.de>

Asociación Alemana del Café

<http://www.kaffeeverband.de/>

Asociación Alemana del sector de Ferias y Exposiciones (AUMA)

<http://www.auma.de>

Asociación Alemana para el Comercio de Frutas y Hortalizas (DFHV)

<http://www.dfhv.de/>

Asociación de la Industria Alemana del Calzado

<http://www.hds-schuh.de>

Asociación del Comercio Minorista de Alemania del Sector Textil

<http://www.bte.de>

Asociación del Comercio Minorista de Marroquinería de Alemania

<http://www.lederwareneinzelhandel.de>

Asociación del Comercio Minorista Especializado en Joyería, Bisutería y Relojería de Alemania

<http://www.bv-juweliere.de>

Asociación Federal de la Industria de la Confección de Alemania

<http://www.gesamttextil.de/>

Federación Alemana de la Industria del Dulce (BDSI)

<http://www.bdsi.de/bdsi/bdsi.html>

Federación Alemana de Productos Lácteos (MOPRO)

<http://www.mopro.de/>

Federación Alemana del Sector Lácteo Privado

<http://www.milk.de/>

Federación Alemana para la Agricultura Ecológica (AGÖL)

<http://www.der-gruene-faden.de/text/text2092.html>

Federación Central de las Asociaciones de Representantes y Corredores de Comercio Alemanes

<http://www.handelsvertreter.de/>

Instituto Alemán para Productos Congelados

<http://www.tiefkuehlinstitut.de/index.php4>

Austria

Aduanas

<http://www.bmf.gv.at/>

Agencia de Negocios Austríaca (ABA)

<http://www.aba.gv.at>

Austrian Business Agency

<http://www.aba.gv.at>

Banco Central de Austria (ONB)

<http://www.oenb.co.at>

Ministerio de Asuntos Exteriores

<http://www.bmaa.gv.at/>

Ministerio de Finanzas

<http://www.bmf.gv.at/>

Sociedad de implantación de Empresas (Burgenland)

<http://www.burgenland.at/>

Sociedad de implantación de Empresas (Niederösterreich)

Ecoplus

<http://www.ecoplus.at/>
Sociedad de implantación de Empresas (Kärnten)
<http://www.siliconalps.com/>
Sociedad de implantación de Empresas (Salzburg)
<http://www.salzburgagentur.at/>
Sociedad de implantación de Empresas (Tirol)
<http://www.tech-tirol.at/>
TMG Sociedad de implantación de Empresas (Oberösterreich)
<http://www.tmg.or.at/>
Vienna Business Agency Sociedad de implantación de Empresas (Wien)
<http://www.wwff.gv.at/>
Sociedad de implantación de Empresas (Voralberg)
<http://www.vorarlberg.at/>
WKO Cámara de Comercio Austriaca
<http://wko.at/>

Bélgica

Banco Nacional de Bélgica
<http://www.bnb.be>
Agencia belga de Comercio Exterior
<http://www.abh-ace.org/frameset/homepage.html>
Cámaras de Comercio
<http://www.cci.be/>
Directorios de empresas - Solvencia
<http://www.nbb.be/PR/Exe/BA/BaSrc.asp?id=2/22/20072:42:03PM>
MADE IN BELGIUM - Anuario de las principales empresas belgas.
<http://www.madeinbelgium.be/>
Gobierno belga
<http://www.belgium.fgov.be>
Invertir en Bélgica
http://mineco.fgov.be/investors/why_invest_in_belgium/home.htm
Federación de Empresas de Bélgica
<http://www.feb.be/>
Federación belga de la Industria Tecnológica
<http://www.agoria.be>
Relación de Ferias en Bélgica
http://mineco.fgov.be/enterprises/fairs/home_en.htm
Formalidades de acceso al mercado europeo.
<http://mkaccdb.eu.int>
Mercados públicos.
<http://www.publicmarkets.eu>
Vademecum para las empresas en Bélgica.
http://www.mineco.fgov.be/enterprises/vademecum/home_fr.htm

Bulgaria

Presidente de la República
<http://www.president.bg>
Gobierno de Bulgaria
<http://www.government.bg>
Agencia de Privatización
<http://www.priv.government.bg>
Ministerio de Agricultura y Bosques
<http://www.mzgar.government.bg>
Ministerio de Asuntos Exteriores
<http://www.mfa.government.bg>
BCCI Cámara Búlgara de Comercio e Industria
<http://www.bcci.bg/>
Asociación Búlgara de la Industria
<http://www.bia-bg.com/>
Feria Internacional de Plovdiv
<http://www.fair.bg/bg/>

Chipre

Aduanas e Impuestos Especiales
<http://www.mof.gov.cy/ce>
Gobierno de Chipre
<http://www.cyprus.gov.cy/>
Red Euro-Mediterránea de Agencias de Promoción de la Inversión
<http://www.animaweb.org>

Dinamarca

Aduanas
<http://tarif.toldskat.dk>
Primer Ministro de Dinamarca
<http://www.statsministeriet.dk>
Agencia para el desarrollo
<http://www.danida-dccd.dk/>
Ministerio Danés de Agricultura, Pesca y Alimentación
<http://www.fvm.dk/>
Ministerio de Economía y Negocios
<http://www.oem.dk>
Ministerio de Finanzas de Dinamarca
<http://www.fm.dk>
Ministerio de Impuestos de Dinamarca
<http://www.skm.dk>
Asociación danesa del sector de la construcción
<http://www.danskbyggeri.dk/>
Asociación danesa del sector del mueble
<http://www.danishfurniture.dk>
Asociación danesa del sector del vino y otras bebidas alcohólicas

<http://www.vsod.dk/>
Asociación danesa del sector textil
<http://www.textile.dk/>

Dansk industria-Asociación de empresarios daneses
<http://www.di.dk>

Eslovaquia

Oficina Gubernamental de Eslovaquia
<http://www.vlada.gov.sk/>
Agencia Eslovaca para el Desarrollo de la Inversión y el Comercio (SARIO)
<http://www.sario.sk/>
Dirección Central de Aduanas
<http://www.colnasprava.sk>
Ministerio de Economía
<http://www.economy.gov.sk>
Ministerio de Hacienda
<http://www.finance.gov.sk>
Agencia Nacional para el Desarrollo de las PYMES (NADSME)
<http://www.msponline.sk>
Asociación de la Industria del Automóvil de la República Eslovaca (ZAP SR)
<http://www.zapsr.sk>
Asociación de la Industria Electrotécnica de la República Eslovaca (ZEP SR)
<http://www.zep.sk>
Asociación de la Industria Mecánica de la República Eslovaca (ZSP SR)
<http://www.zspsr.sk>
Cámara de Comercio e Industria de la República Eslovaca (SOPK)
<http://www.test.sopk.sk/an/index.php>
Centro de Desarrollo Económico del Este
<http://www.usske.sk/edc>
Ferias en Nitra
<http://www.agrokomplex.sk/>
Ferias en Bratislava
<http://www.incheba.sk/>
Ferias en Trencín
<http://www.tmm.sk/index.php?&lang=en&rok=>

Eslovenia

Gobierno de Eslovenia
<http://www.gov.si>
Agencia Pública para el Empresario y las Inversiones Extranjeras (JAPTI)
<http://www.japti.si>
Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Alimentación
<http://www.mkgp.gov.si>
Ministerio de Asuntos Exteriores

<http://www.mzz.gov.si>
Ministerio de Economía
<http://www.mg.gov.si>
Ministerio de Finanzas
<http://www.gov.si/mf>
Camara de Artesanos de Eslovenia
<http://www.ozs.si>
Cámara de Comercio e Industria de Eslovenia
<http://www.gzs.si/eng>
Cámara de Comercio e Industria de Eslovenia
<http://www.gzs.si>
Agencia de Promoción e Inversiones (TIPO)
<http://www.investslovenia.org>

España

Agencia Española de Administración Tributaria (inc.Aduanas)
<http://www.aeat.es>
Presidencia del Gobierno Español
<http://www.la-moncloa.es/>
Ministerios Españoles
<http://www.ministerios.es/>
Confederación Española de Organizaciones Empresariales
<http://www.ceoe.es>
Asociaciones Empresariales Españolas
<http://www.alego.com/es/asociaciones-empresariales/>
Consejo Superior de Cámaras de Comercio
<https://www.camaras.org/>

Estonia

Oficina Fiscal y Aduanera
<http://www.emta.ee/>
Gobierno de Estonia
<http://www.valitsus.ee>
Portal del Estado
<http://www.eesti.ee>
Ministerio de Agricultura
<http://www.agri.ee>
Ministerio de Asuntos Económicos y Comunicaciones
<http://www.mkm.ee>
Ministerio de Finanzas
<http://www.fin.ee>
Ministerio de Asuntos Exteriores
<http://www.vm.ee/>

Finlandia

Consejo Nacional de Aduanas
<http://www.tulli.fi>
Finnpartnership - Programa finlandés de colaboración comercial
<http://www.finnpartnership.fi>
Confederación de Industrias Finlandesas EK
<http://www.ek.fi/>
Federación Finlandesa del Comercio
<http://www.suomenkauppa.fi>
Cámara de Comercio de Helsinki
<http://www.helsinki.chamber.fi/>
Cámara de Comercio Central de Finlandia
<http://www.keskuskauppakamari.fi/>
Confederación de Empresarios de Finlandia
<http://www.ek.fi/>
Asociación de productores del mueble e industrias asociadas
<http://www.puusepanteollisuus.fi/>
Asociación finlandesa del sector textil, piel y del calzado
<http://www.finatex.fi/>
Federación Finlandesa de Industrias de Alimentación y Bebida
<http://www.etl.fi/>
Federación Industrial Química de Finlandia
<http://www.chemind.fi/>
Asociación Industrial Farmacéutica de Finlandia
<http://www.pif.fi/>
Asociación para la promoción del comercio justo en Finlandia
<http://www.reilukauppa.fi>
Agencia Nacional de Medicamentos
<http://www.nam.fi/english/>
Confederación Finlandesa de Empresas de la Construcción
<http://www.rakennusteollisuus.fi/>
Federación de Empresas Finlandesas
<http://www.yrittajat.fi/>
Asociación de Industrias Tecnológicas Finlandesas
<http://www.teknologiateollisuus.fi/>

Francia

Aduanas
<http://www.douane.gouv.fr/>
Ministerio de Economía, Finanzas y Empleo
<http://www.minefi.gouv.fr/>
Ministerio de Asuntos Exteriores
<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/>
Ubifrance, Agencia francesa para el desarrollo internacional de las empresas
<http://www.ubifrance.com>
Cámaras de Comercio e Industria de Francia

<http://www.cci.fr>
Chambre de Commerce et Industrie de Paris
<http://www.ccip.fr>
Cámara de Comercio y de Industria de París-Chambre de Commerce Internationale
<http://www.iccwbo.org>
MEDEF, Mouvement des entreprises de France (Asociación de empresarios).
<http://www.medef.fr>

Grecia

Administración Aduanera
<http://www.e-oikonomia.gr/>
Ministerio de Agricultura
<http://www.minagri.gr>
Ministerio de Asuntos Exteriores
<http://www.mfa.gr>
Ministerio de Economía y Hacienda
<http://www.ypetho.gr>
Asociación de Agentes Comerciales de Atenas
<http://www.aaca.gr>
Asociación de Empresas griegas de Marcas
<http://www.esvep.gr>
Asociación de Exportadores del Norte de Grecia
<http://www.seve.gr>
Asociación de importadores y representantes de vehículos
<http://www.seaa.gr>
Asociación de Industrias de Ática y Pireo
<http://www.svap.gr>
Asociación de Industrias del norte de Grecia
<http://www.sbbe.gr>
Cámara de Comercio de Arkadia
<http://www.arcadianet.gr>
SEB Federación de Industrias Griegas
<http://www.fgi.org.gr/online>

Hungría

Administración Aduanera
<http://openkkk.vpop.hu/>
Agencia estatal de privatización
<http://www.apvrt.hu>
Ministerio de Agricultura y desarrollo regional
<http://www.fvm.hu>
Ministerio de Asuntos Exteriores
<http://www.mfa.gov.hu>
Ministerio de Economía y Transporte
<http://www.gkm.hu>

Ministerio de Finanzas
<http://www1.pm.gov.hu>
Camara de comercio de Hungría
<http://kamara.lap.hu/>

Irlanda

Agencia Tributaria irlandesa y Aduanas
<http://www.revenue.ie>
Agencia estatal de desarrollo de la industria agropecuaria
<http://www.bim.ie>
Agencia gubernamental de promoción empresarial de Irlanda
<http://www.enterprise-ireland.com>
Autoridad de Seguridad Alimentaria de Irlanda
<http://www.fsai.ie>
Autoridad Nacional de Estándares de Irlanda
Banco central y autoridad central de servicios financieros en
<http://www.centralbank.ie>
Consejo de Promoción Alimentaria de Irlanda (Irish Food Board)
<http://www.bordbia.ie>
Asociación de proveedores de productos lácteos
<http://www.icmsa.ie>
Asociación irlandesa de granjeros
<http://www.ifa.ie>

Asociación irlandesa de granjeros y cultivadores orgánicos
<http://www.irishorganic.ie>
Asociación nacional de tiendas de bebidas alcohólicas
<http://www.noffla.ie>
Cámara de comercio de Dublín
<http://www.dubchamber.ie/index.asp>
Cámaras de Comercio de Irlanda
<http://www.chambers.ie>
Confederación irlandesa de empresarios
<http://www.ibec.ie>
Consejo de productos lácteos
<http://www.ndc.ie>
Consejo de promoción del vino
<http://www.wineboard.com/market.htm>

Italia

Presidencia de la República
<http://www.quirinale.it/>
Cámara de Comercio Portal del Sistema de Cámaras de Comercio de Italia
<http://www.camcom.it/>
ICE - Instituto Nacional para el Comercio Exterior

<http://www.ice.gov.it/>
Ministerio de Asuntos Exteriores
<http://www.esteri.it>
Ministerio de Desarrollo Económico
<http://www.sviluppoeconomico.gov.it/>
ANCITEL Rete dei Comuni d'Italia
<http://www.ancitel.it/>
CONFCOMMERCIO
<http://www.confcommercio.it>
Confindustria
<http://www.confindustria.it/>
Federación Italiana del Comercio y el Turismo
<http://www.confcommercio.it/>

Letonia

Administración Aduanera
<http://www.vid.gov.lv/>
Euro Info Center of Latvian Development Agency
<http://www.kommers.se/>
Agencia de Inversión y Desarrollo de Letonia
<http://www.liaa.gov.lv/>
Ministerio de Asuntos Exteriores
<http://www.mfa.gov.lv/>
Cámara de Comercio Letona
<http://www.chamber.lv/>
Federación de Empresas de Alimentación de Letonia)
<http://www.lpuf.lv>
LETERA- Asociación de la industria electrónica y de ingeniería
<http://www.letera.lv/index.html?l=3>

Lituania

Autoridad Aduanera
<http://www.cust.lt/>
Instituciones Gubernamentales en Lituania
<http://www.on.lt/hgov.htm>
Ministerio de Finanzas
<http://www.finmin.lt>
Asociación de Cámaras de Comercio e Industria Lituanas
<http://www.chambers.lt>
Cámara de Comercio de Kaunas
<http://www.chamber.lt>
Cámara de Comercio de Klaipeda
<http://www.kcci.lt>
Cámara de Comercio de Panevezys

<http://www.ccic.lt>
Cámara de Comercio de Siauliai
<http://www.rumai.lt>
Cámara de Comercio de Vilnius
<http://www.cci.lt>
Cámara de Comercio Internacional
<http://www.tprl.lt>
Catálogo de Empresas Lituanas
<http://www.imones.lt/en/>
Centro Lituano de Ferias (LITEXPO)
<http://www.litexpo.lt/en>

Luxemburgo

Gobierno de Luxemburgo
<http://www.etat.lu/>
Creación de empresas en Luxemburgo
<http://www.entreprises.public.lu/>
Inversiones en el Gran Ducado de Luxemburgo
<http://www.bed.public.lu/>
Cámara de Comercio de Luxemburgo
<http://www.cc.lu/>
Feria Internacional de Luxemburgo
<http://www.luxexpo.lu/>

Malta

Ministerio de Finanzas (inc. Aduanas)
<http://www.mfin.gov.mt>
Ministerio de Asuntos Exteriores
<http://www.foreign.gov.mt>
Cámara de Comercio
<http://www.chamber.org.mt>
Malta Enterprise
<http://www.maltaenterprise.com>

Países Bajos

Administración Aduanera
www.belastingdienst.nl/douane
Gobierno
<http://www.regering.nl>
Agencia de Comercio Exterior y Cooperación Internacional (EVD)
<http://www.hollandtrade.com>
Agencia de Inversiones Exteriores (NFIA)
<http://www.nfia.nl>

Ministerio de Agricultura, Naturaleza y Calidad Alimenticia

<http://www.minlnv.nl>

Ministerio de Asuntos Económicos

<http://www.minez.nl>

Ministerio de Asuntos Exteriores

<http://www.minbuza.nl>

Asociación de Pymes en Países Bajos (MKB)

<http://www.mkb.nl>

Organización empresarial VNO-NCW

<http://www.vno-ncw.nl>

Cámaras de Comercio

<http://www.kvk.nl>

Polonia

Aduanas

http://www.mf.gov.pl/sluzba_celna/aktualnosci/index.php

Cancillería del Primer Ministro (con links a todos los ministerios)

<http://www.paiz.gov.pl>

Agencia Polaca de Desarrollo Empresarial

<http://www.parp.gov.pl>

- Resultados mostrados: 1 - 10 de 14 -

[página siguiente >>](#)

Asociación Polaca de Fabricantes, Exportadores e Importadores de Carne

<http://www.polskie-mieso.pl>

Business Center Club

<http://www.bcc.org.pl>

Cámara de Algodón

<http://www.gca.org.pl>

Cámara Nacional de Comercio

<http://www.kig.pl>

Cámara Nacional de Fabricantes de Muebles

<http://www.oigpm.org.pl>

Cámara Polaca de Automoción

<http://www.pim.org.pl>

Cámara Polaca de la Industria del Calzado y el Cuero

<http://www.pips.pl>

Cámara Polaca de la Industria Química

<http://www.pipc.org.pl>

Cámara Polaca de Siderurgia

<http://www.piks.atomnet.pl>
Cámara Polaca de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones
<http://www.piit.org.pl>
Confederación de Empresarios de Polonia
<http://www.kpp.org.pl>
Confederación de Empresarios del Sector Privado de Polonia
<http://www.prywatni.pl>
Federación Polaca de Productores de Alimentos
<http://www.pfpz.pl>

Portugal

Aduanas

<http://www.dgaiec.min-financas.pt/>
Portal del Gobierno Portugués
<http://www.portugal.gov.pt>
Ministerio de Economía
<http://www.min-economia.pt>
Ministerio de Finanzas
<http://www.min-financas.pt>
AEP - Asociación Empresarial de Portugal
<http://www.aeportugal.pt>
AIMMAP-Asociación de Industriales Metalúrgicos y Metalmecánicos
<http://www.aimmap.pt>
AIP - Asociación Industrial Portuguesa
<http://www.aip.pt>
ANEMM-Asociación Nacional de Empresas Metalúrgicas y Metalmecánicas
<http://www.anemm.pt>
ANETIE- Asociación Nacional de Empresas de las TIC y Electrónica
<http://www.anetie.pt>
ANIMEE-Asociación Nacional de Industrias de Material Eléctrico y Electrónico
<http://www.animee.pt>
ANIVÉC- Asociación Nacional de Industrias de Vestuario y Confecciones
<http://www.anivec.pt>
ANJE - Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios
<http://www.anje.pt>
APDC - Asociación para el desarrollo de las Comunicaciones
<http://www.apdc.pt>
APIFARMA- Asociación de Industrias de Farmacia
<http://www.apifarma.pt>
Asociación Portuguesa de Empresas Químicas
<http://www.apequmica.pt>
CEFAMOL-Asociación de Industrias de Moldes
<http://www.cefamol.pt>
PME Portugal- Pequeña y Mediana Empresa
<http://www.pmeportugal.pt>

Reino Unido

Aranceles e impuestos especiales británicos

<http://www.hmrc.gov.uk/>

HM Treasury. Ministerio de Economía y Hacienda

<http://www.hm-treasury.gov.uk/>

Ministerio de Comercio e Industria y Oficina de Inversiones en el Reino Unido

<http://www.dti.gov.uk/>

UK Trade & Investment

<http://www.uktradeinvest.gov.uk>

Confederation of British Industry

<http://www.cbi.org.uk>

República Checa

Administración Aduanera

<http://www.cs.mfcr.cz/>

Gobierno Checo

<http://www.vlada.cz>

Portal de la Administración Pública.

<http://portal.gov.cz>

Czech Invest (Inversiones)

<http://www.czechinvest.cz>

Czech Trade (Comercio Exterior)

<http://www.czechtradeoffices.com>

Ministerio de Agricultura

<http://www.mze.cz>

Ministerio de Asuntos Exteriores

<http://www.mzv.cz>

Cámara de Comercio Checa

<http://www.komora.cz>

República Checa: Unión de Empresarios Checos

<http://www.spcr.cz>

Ferias Comerciales y Exhibiciones de Brno

<http://www.bvv.cz>

Rumanía

Gobierno Rumano

<http://www.gov.ro>

Ministerio de Agricultura, Madera y Desarrollo Rural

<http://www.maap.ro>

Ministerio de Asuntos Exteriores

<http://www.mae.ro>

Ministerio de Economía y Comercio

<http://www.minind.ro/>

Ministerio de Finanzas

<http://www.mfinante.ro>

Ministerio de Integración Europea

<http://www.mie.ro>

Asociación Empresarial Nacional Rumana

<http://www.pnr.org.ro>

Cámara de Comercio e Industria "Oltenia" de Dolj

<http://www.ccidj.ro>

Cámara de Comercio e Industria de Bihor

<http://www.ccibh.ro>

Cámara de Comercio e Industria de Brasov

<http://www.ccibv.ro>

Cámara de Comercio e Industria de Cluj

<http://www.ccicj.ro>

Cámara de Comercio e Industria de Covasna

<http://www.ccicov.ro>

Cámara de Comercio e Industria de Harghita

<http://www.ccihr.ro>

Cámara de Comercio e Industria de Hunedoara

<http://www.ccihd.recep.ro>

Cámara de Comercio e Industria de Iasi

<http://www.cciasi.ro>

Cámara de Comercio e Industria de Maramures

<http://www.ccimm.ro>

Rumanía: Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Tulcea

<http://www.cciatl.ro>

Cámara de Comercio, Industria, Navegación y Agricultura de Constanta

<http://www.ccina.ro>

Centro Rumano para la Promoción del Comercio

<http://www.traderom.ro>

Confederación Nacional de Empresarios

<http://www.cnpr.org.ro>

Consejo Nacional de las Pequeñas y Medianas Empresas Privadas de Rumanía

<http://www.cnipmmr.ro>

Unión Nacional de Empresarios

<http://www.unpr.ro>

Unión General de Empresarios Industriales

<http://www.ugir.ro>

Unión General de Empresarios Industriales 1903 - UGIR 1903

<http://www.ugir-1903.ro>

Suecia

Aduanas suecas

<http://www.tullverket.se>

Gobierno

<http://www.sweden.gov.se>
Agencia Invest in Sweden
<http://www.investinsweden.se/>
Suecia: Agencia Nacional de Productos Alimenticios
<http://www.slv.se/>
Agencia Nacional de Productos Medicinales
<http://www.lakemedelsverket.se/>
Suecia: Agencia Tributaria
<http://skatteverket.se/>
Suecia: Consejo de Importación
<http://www.svenskhandel.se/Default.asp>
Ministerio de Agricultura
<http://www.sjv.se>
Systembolaget (Empresa estatal monopólica en distribución de bebidas alcohólicas)
<http://www.systembolaget.se>
Cámaras de Comercio
<http://www.cci.se>
Asociación de Agentes Suecos
<http://www.agenturforetagen.se/>
Asociación de Proveedores Suecos de Bebidas Alcohólicas y Vino (SSWS)
<http://www.spritchvinleverantorsforeningen.se/>
Asociación de Tecnología Médica en Suecia
<http://www.swedishmedtech.se/>
Asociación Industrial de Suecia-Pymes (SINF)
<http://www.sinf.se/>
Confederación de Empresas Suecas
<http://www.svensktnaringsliv.se/>
Federación sueca de productos alimenticios
<http://www.li.se>

Anexo II.

Una herramienta de la Comisión Europea en Internet: el “Export Helpdesk para países en desarrollo”, qué es y cómo manejarlo.

Dada la relevancia y la utilidad de esta herramienta, se ha preferido reservar para la misma un Anexo especial para describirla y orientar a su funcionamiento.



Es un servicio en Internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la UE, ayudando de esta forma a dichos países a alcanzar un mayor crecimiento a través del comercio.

Está destinado a exportadores, importadores, asociaciones de comercio, Gobiernos, investigadores y público en general que ofrece:

- Información sobre los requisitos de importación de la UE y los Estados miembros (seguridad, normas alimentarias, etiquetado, IVA e impuestos especiales), así como sobre los gravámenes interiores aplicables a los productos en:

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/MSServlet?languageId=ES>

- Información sobre los regímenes preferenciales de importación que aplica la UE a los países en desarrollo en:

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taric/TaricServlet?languageId=ES>

- Información sobre la documentación necesaria para poder acogerse a un régimen arancelario preferencial en:

<http://exporthelp.europa.eu/hdlinks/customs.cfm?languageId=ES>

- Información relativa a las normas de origen en:

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/rulesoo/inputform.jsp?languageId=ES>

- Datos estadísticos sobre el comercio de la UE y de cada uno de sus Estados miembros en:

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/comext/ComextServlet?languageId=ES>

- Un espacio comercial en el que los exportadores de los países en desarrollo pueden establecer contactos con importadores de la UE en:

<http://exporthelp.europa.eu/hdmarket/index.cfm?languageId=ES>

- Enlaces con otras autoridades y organizaciones internacionales competentes en el ámbito de las operaciones comerciales y la promoción del comercio en:

<http://exporthelp.europa.eu/hdlinks/links.cfm?languageId=ES>

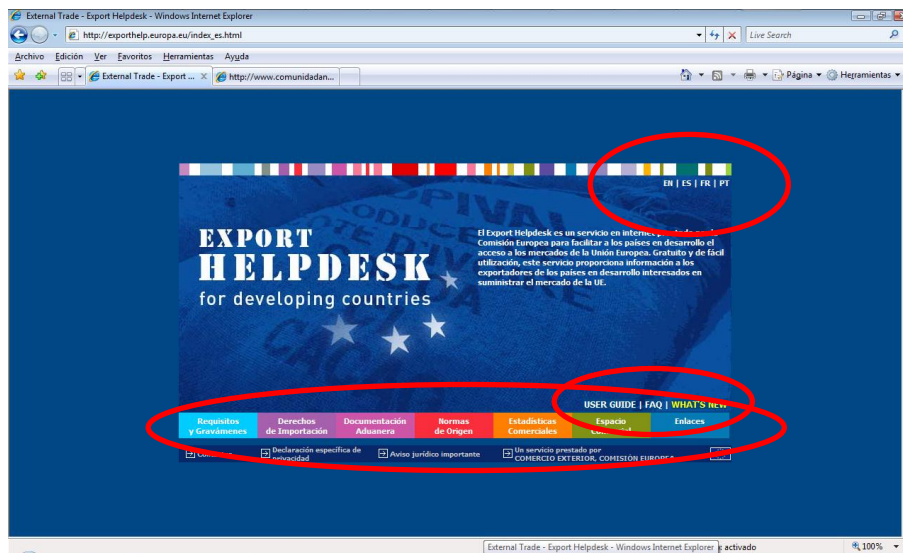
- La posibilidad de solicitar información detallada sobre situaciones concretas en las que se encuentran los exportadores en:

<http://exporthelp.europa.eu/hdinforequest/index.cfm?languageId=ES>

La herramienta es gratuita y está disponible en idioma castellano. Dispone también de una coordenada de contacto exporthelp@ec.europa.eu

Para manejarlo puede ingresarse por alguna de las direcciones directas indicadas, o bien directamente ir a la página principal del Export Helpdesk:

<http://exporthelp.europa.eu>



Eligiendo la opción “ES” para que la herramienta sea manejable en idioma castellano, hay también en la página de entrada opciones para acceder a la Guía de Usuario (User Guide), que ofrece en este idioma si se ha elegido tal opción inicialmente, como se ha indicado. También puede dirigirse el usuario a las FAQ o preguntas más frecuentes acerca del servicio, así como también a las novedades relacionadas con el mismo.

Las siete (7) opciones de menú principal están colocadas abajo, y son (i) Requisitos y gravámenes, (ii) Derechos de Importación, (iii) Documentación Aduanera, (iv) Normas de Origen, (v) Estadísticas Comerciales, (vi) Espacio Comercial y (vii) Enlaces.

La Guía de Usuario describe paso a paso el manejo del Export Helpdesk, se anima descargarla e ingresar y utilizar el servicio, para familiarizarse con la operativa y tipo de contenidos que ofrece.

Anexo III.

Inforexport, una colaboración de CEPROBOL y CBI de Holanda.

En coordinación con el Centro de Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo CBI de los Países Bajos (Unión Europea), CEPROBOL ofrece acceso a la más completa base de datos interactiva sobre los mercados de la Unión Europea, conteniendo más de 2000 documentos relacionados a productos de la oferta exportable boliviana.

En el servicio Inforexport encontrará:

Estudios de mercado, conteniendo información sobre flujos de comercio, canales de distribución, tendencias de los consumidores, certificaciones, precios, instituciones relacionadas al sector, usos y costumbres de los importadores y mucho más.

Guías de acceso al mercado, que incluyen información sobre la legislación aduanera, sanitaria y ambiental en vigencia, normas, estándares, requisitos de empaque, embalaje, etiquetado y certificación entre otros temas.

Manuales de exportación que abarcan temas como marketing por Internet, la realización de investigaciones de mercado, predicciones de la moda, imagen corporativa de la empresa exportadora, etc.

Al servicio se accede por la página web de CEPROBOL vía el icono correspondiente:



La pantalla le solicitará el usuario y la contraseña. Para obtenerlas CEPROBOL le invita a ponerse en contacto con: vguachalla@ceprobol.gov.bo

En la siguiente pantalla, puede ser descargado el Manual para la correcta utilización de Inforexport, que enseña el manejo de la Base de Datos de Información de Mercados de CBI. La Información de la misma y su manejo están disponible en el idioma inglés, si bien el Manual está en castellano.

Con este Manual, el usuario estará en condiciones de operar la herramienta, se anima a los exportadores a descargarla e ingresar y utilizar el servicio, para familiarizarse con la operativa y tipo de contenidos que ofrece.


CBI

CBI

Para aprovechar al máximo la BDIM de CBI, lea las siguientes instrucciones de búsqueda. Le ofrece consejos sobre cómo:

1. buscar
2. filtrar
3. leer

Adicionalmente, encontrará algunos consejos prácticos sobre cómo utilizar la BDIM y resolver algunos de los problemas más comunes.



...Imagínes que tuviera que hacer toda esta investigación por medio de Google y con un módem análogo ...para cuando termine la investigación, nuestro grupo objetivo ya se habrá pensionado* (Organización de Apoyo de Negocios)

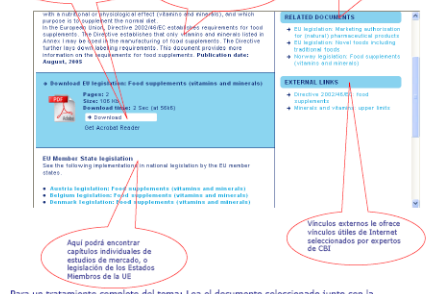
Contacte a su Tutor de Información de Mercado
marketaccess@cbi.eu para preguntas acerca de requerimientos de acceso a mercados
marketinfo@cbi.eu para cualquier pregunta acerca de información de mercados

¿aí cual pertenece su producto?

Contacte a su Tutor de Información de Mercado
marketaccess@cbi.eu para preguntas acerca de requerimientos de acceso a mercados
marketinfo@cbi.eu para cualquier pregunta acerca de información de mercados

3. Cómo leer la información suministrada por la BDIM de CBI

El resultado de la búsqueda en la BDIM de CBI arroja una lista de los documentos relevantes. Haga clic en el título del documento para seleccionarlo, y encontrará la siguiente página:



El documento para descargar se encuentra en la parte central destacada

El resumen que aparece encima del documento para descargar ofrece una breve descripción del documento

Documentos relacionados le ofrece acceso fácil a información adicional disponible en la BDIM de CBI sobre el tema seleccionado

Relacionados con el tema seleccionado

- EU legislation: Marketing authorization for human pharmaceutical products
- EU legislation: Novel food including traditional foods
- Non-EEA legislation: Food supplements (vitamins and minerals)

EXTERNAL LINKS

- Directive 2002/46/EC: Food supplements
- Research and related support tools

Aquí podrá encontrar capítulos individuales de estudios de mercado, o legislación de los Estados Miembros de la UE

Vínculos externos le ofrece vínculos útiles de Internet seleccionados por expertos de CBI

Para un tratamiento completo del tema: Lea el documento seleccionado junto con la información adicional suministrada.

Consejos de su Tutor de Información de Mercados

"No puedo descargar los documentos!"
Si tiene problemas descargando los documentos, primero consulte las preguntas frecuentes (FAQs) en la página de Internet de CBI. Si todavía no los puede descargar, ¡Avisenos! Si no podemos resolver el problema técnico, podemos enviarle una copia impresa de la información solicitada.

"Esta información está desactualizada!"
La información de la BDIM de CBI se actualiza periódicamente y siempre utilizamos la última información disponible. La información estadística sobre comercio se publica anualmente, lo cual significa que las cifras para el año 2007 no estarán disponibles sino hasta el año 2008. Tenga en cuenta que las tendencias son más importantes que los números exactos! Los requisitos de acceso al mercado son actualizados continuamente; los estudios de mercado anualmente; las proyecciones de moda semestralmente y los manuales de exportación cada tres años en promedio.

Contacte a su Tutor de Información de Mercado
marketaccess@cbi.eu para preguntas acerca de requerimientos de acceso a mercados
marketinfo@cbi.eu para cualquier pregunta acerca de información de mercados

Bibliografía principal

Publicaciones y documentos.

“La globalización en beneficio de todos. La Unión Europea y el comercio mundial”. Comisión Europea. Dirección General de Prensa y Comunicación. Unidad de Publicaciones. 2003.

“Convertir el comercio en una herramienta de desarrollo. Ayuda al comercio: algunos ejemplos prácticos en distintas zonas del mundo.” Comisión Europea. Dirección General de Comercio. 2008.

“Resolución del Parlamento Europeo sobre comercio justo y desarrollo.” de 6 de julio de 2006. P6_TA(2006)0320.

“Hechos y cifras clave sobre Europa y los europeos”. Comisión Europea. Oficina de Publicaciones oficiales de las Comunidades Europeas. 2007.

Reglamento (CE) No 980/2005 del Consejo de la Unión Europea de 27 de junio de 2005 relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas.

Reglamento (CE) No 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de 28 de enero de 2002 por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria.

REGLAMENTO (CEE) No 2092/91 del Consejo de 24 de junio de 1991 sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios.

Una nueva Estrategia de Salud Animal para la Unión Europea (2007-2013) en la que “Más vale prevenir que curar”. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones COM 539 (2007).

“SGP Plus con la Unión Europea: ventajas para Bolivia” nº136 “Comercio Exterior” del Instituto Boliviano de Comercio Exterior-IBCE. 2005.

“Manual del Exportador”. Cámara de Exportaciones de Cochabamba-CADEXCO y el Programa de Desarrollo de Comercio y Promoción de las Inversiones-PROCOIN.2008.

“CÓMO EXPORTAR. Guía para Productores, Micro y Pequeños Empresarios”. Ministerio de Relaciones Exteriores y Cultos-Viceministerio de Relaciones Económicas y Comercio Exterior. CEPROBOL. Unión Europea. PROCOIN.2007.

“Procedimiento para el Despacho Aduanero de Exportación Definitiva”. Aduana Nacional de Bolivia. 2006.

“Procedimiento Manual de Exportación Definitiva. Aduana Nacional de Bolivia. 2001.

“Procedimiento para Instalar, Habilitar y Cambiar Contraseñas en el SIDUNEA”. Aduana Nacional de Bolivia.

“Estadísticas de Remesas en los Países de la Comunidad Andina 2000-2006”. Comunidad Andina.2007.

Recursos.

. Todos consultados en agosto y septiembre 2008

http://europa.eu/abc/european_countries/index_es.htm
http://europa.eu/agencias/index_es.htm
<http://ec.europa.eu/trade/>
http://ec.europa.eu/development/index_en.cfm
http://ec.europa.eu/external_relations/
http://ec.europa.eu/europeaid/index_es.htm
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P6-TA-2006-0320&language=ES&ring=A6-2006-0207>
<http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX%3A32005R0980%3AES%3AHTML>
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/consleg/1991/R/01991R2092-20060506-es.pdf>
<http://www.ibce.org.bo/>
<http://www.ceprobol.gov.bo>
<http://www.ine.gov.bo>
<http://www.comunidadandina.org/exterior/ue.htm>
<http://www.hacienda.gov.bo/tributaria/arancel2007/index.html>
<http://www.nuevaeconomia.com.bo/>
<http://www.cites.org/esp/index.shtml>
<http://www.tramites.gov.bo/>
http://ec.europa.eu/consumers/safety/prod_legis/
<http://www.gestiontrazabilidad.com/>
<http://www.aopeb.org/>
<http://www.mapa.es/app/CPRP/CPRP1.aspx?ID=es>
<http://www.oficinascomerciales.es>
<http://www.sidunea.aduana.gov.bo/capacitacion/Procedimientos/Exportacion/Presentaci%C3%B3n%20exportaci%C3%B3n%20con%20sistema.pdf>
<http://www.cadexco.bo/esp/download/documentos/ProcExp.pdf>
<http://www.asycuda.org/spanish/>
<http://www.ahorabolivia.com/2008/01/05/productos-bolivianos-en-espana/>
<http://es.wikipedia.org/>
<http://www.sellocomerciojusto.org/es/>
<http://www.mesfairtrade.org/>
<http://www.ifat.org/>
<http://www.ifat-la.org/>
<http://www.flo-cert.net/flo-cert/main.php?lg=es>
<http://observatorio.red.es/>
<http://www.iirsa.org>
http://www.iirsa.org/BancoConocimiento/N/noticia_envios_postales/noticia_envios_postales.asp?CodIdioma=ESP
<http://exporthelp.europa.eu>