

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA Y GESTIÓN PÚBLICA
MENCIÓN DE RELACIONES INTERNACIONALES Y DIPLOMACIA



PROYECTO DE GRADO


**LA POLÍTICA COMERCIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANAS
EMPRESAS (MIPYMES) DE LA CIUDAD DE EL ALTO EN EL MERCADO
REGIONAL DE LA COMUNIDAD ANDINA (CAN):**

Exportacion de productos manufactureros en Bolivia de 2006 a 2010

POSTULANTE: ROLANDO MARTÍN CALDERÓN SALVATIERRA

TUTOR: LIC. VÍCTOR HUGO CARLOS CHÁVEZ SERRANO

**LA PAZ - BOLIVIA
2014**

A scroll with text on it, representing the title of the document.

**LA POLÍTICA COMERCIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA
EMPRESAS (MIPYMES) DE LA CIUDAD DE EL ALTO EN EL
MERCADO REGIONAL DE LA COMUNIDAD ANDINA (CAN):**

Exportación de productos manufactureros en Bolivia de 2006 a 2010.

Dedicatoria

*A mis padres (+), hermanas,
familiares, amigos(as) y a mi
querida hija Carolina Antonia,
que con todos, su apoyo moral y
sus palabras, asentaron el
conocimiento y la luz que guió mi
camino en el recorrido por el
tiempo dedicado a mi formación,*

Agradecimiento

Agradezco a las personas que me guiaron por el camino del conocimiento para contribuir a ésta rama del saber cómo parte de los objetivos de mi vida;

A los docentes de la UMSA y la Carrera, por compartir sus experiencias para enriquecer mi formación académica;

A mi Tutor, Lic. Víctor H. Chávez a quien considero referente, por contribuir en el desarrollo de ésta investigación;

A las instituciones públicas y privadas organizaciones sociales que aportaron al desarrollo y resultado del estudio; y

A mi entrañable amigo S. A. F. que con su apoyo incondicional fue posible alcanzar éste objetivo para seguir aportando a la construcción del conocimiento.

RESUMEN/ABSTRACT

El presente estudio sobre las políticas comerciales de exportación manufacturera de y para las micro, pequeña y mediana empresas (Mipymes) de la ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina (CAN) busca contribuir, por un lado a la actividad productiva y comercial desde el emprendimiento empresarial a nivel local, nacional y regional, y por otro lado, a la organización y participación democrática de las Mipymes en el diseño y gestión de las políticas comerciales que contribuyen a la integración regional, donde los agentes económicos como actores políticos interactúan en la dimensión económica del sistema político.

La participación de las micro, pequeña y mediana empresas en el proceso de las políticas comerciales hace referencia a la cualidad de los agentes económicos como actores políticos que ejercen el poder en la esfera de las decisiones sociales del sistema político democrático. Es decir, las Mipymes participan en la toma de decisiones económicas y políticas, ejercen el poder en las dos dimensiones de la vida social. Así, se considera como actores claves en la *co-construcción y cogestión de la política comercial* en el mercado regional de la Comunidad Andina.

En este sentido, hacemos hincapié a la *participación democrática* de las Mipymes, en forma de organización empresarial, en la construcción de la agenda, diseño, gestión y evaluación de las políticas comerciales de exportación manufacturera, que generan las oportunidades y condiciones de permanencia en el proceso de producción de bienes y servicios en la esfera comercial del mercado así como en la esfera de las decisiones políticas de la democracia, orientados a mejorar las condiciones de vida de las personas, resolviendo los problemas de interés colectivo relacionados con la satisfacción de las necesidades sociales.

Entonces, las políticas comerciales, basadas en el emprendimiento, competitividad y productividad se perfeccionan con la cooperación, solidaridad y reciprocidad bajo los postulados de la *complementariedad*; bajo estas premisas se busca fortalecer la cohesión del tejido social desde el enfoque de las relaciones internacionales y diplomacia en aras de la integración regional, para alcanzar el Bien Común y Vivir Bien o Buen Vivir de la Comunidad Andina.

ÍNDICE

Introducción.....	9
-------------------	---

CAPÍTULO I

TEMATIZACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Contexto político-social.....	16
1.2. Contexto académico.....	16
1.2.1. Delimitación de la investigación.....	17
1.2.1.1. Delimitación espacial.....	17
1.2.1.2. Delimitación temporal.....	17
1.2.2. Planteamiento del problema de Investigación.....	18
1.2.2.1. Formulación del problema de investigación.....	18
1.2.3. Objetivos.....	18
1.2.3.1. Objetivo general.....	18
1.2.3.2. Objetivos específicos.....	18
1.2.4. Estado del arte.....	19
1.2.5. Marco teórico.....	21
1.2.5.1. Concepto de políticas públicas.....	22
1.2.5.1.1. Políticas económicas.....	23
1.2.5.1.2. Políticas productivas.....	23
1.2.5.1.3. Políticas comerciales.....	24
1.2.5.1.4. Políticas industriales.....	24
1.2.5.2. Definición de micro, pequeña y mediana empresas.....	24
1.2.5.3. Definición de empresa manufactura.....	25
1.2.5.4. Definición de mercado regional.....	26
1.2.5.5. Concepto de integración regional.....	26
1.2.6. Diseño de investigación.....	26
1.2.6.1. Tipo de investigación.....	26
1.2.6.2. Método de investigación.....	27
1.2.6.3. Técnicas instrumentos de investigación.....	28

CAPITULO II

LAS POLÍTICAS COMERCIALES DE EXPORTACIÓN MANUFACTURERA PARA LAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESAS DE LA CIUDAD DE EL ALTO DE BOLIVIA AL MERCADO DE LA COMUNIDAD ANDINA

2.1. Los instrumentos jurídicos que sustentan las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras de exportación.....	30
2.1.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia.....	30
2.2. Los instrumentos políticos que constituyen las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras de exportación.....	32
2.2.1. Plan Nacional de Desarrollo.....	33
2.2.2. Plan Estratégico del Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa.....	34
2.2.3. Plan de Desarrollo Departamental del Gobierno Autónomo de La Paz...	35
2.2.4. Plan de Desarrollo Municipal del Gobierno Autónomo de El Alto.....	35
2.3. Los instrumentos jurídico-políticos de integración en las políticas comerciales para las Mipymes exportadoras de la Comunidad Andina.....	38
2.3.1. Los objetivos del Acuerdo de Cartagena.....	38
2.3.2. Plan Integrado de Desarrollo Social de la Comunidad Andina.....	39
2.4. Las políticas comerciales para las Mipymes de la Comunidad Andina orientados a alcanzar el Bien Común y Vivir Bien o Buen vivir.....	41

CAPÍTULO III

EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MIPYMES DE LA CIUDAD DE EL ALTO EN LAS POLÍTICAS COMERCIALES DE EXPORTACIÓN MANUFACTURERA AL MERCADO REGIONAL DE LA CAN

3.1. Los emprendimientos de las micro, pequeña y mediana empresas como unidades productivas.....	42
3.1.1. Empresas unipersonales.....	42
3.1.2. Empresas familiares.....	43
3.1.3. Empresas comunitarias.....	43
3.2. Las micro, pequeña y mediana empresas en los sectores económicos.....	44
3.2.1. Las Mipymes en el sector industrial.....	44

3.2.2. Las Mipymes en el sector comercial.....	44
3.2.3. Las Mipymes en el sector servicios.....	44
3.3. Los principios y fines en el proceso económico, productivo y comercial.....	45
3.3.1. El emprendimiento empresarial.....	46
3.3.2. La competitividad empresarial.....	46
3.3.3. La productividad empresarial.....	48
3.4. Las micro, pequeña y mediana empresas manufactureras exportadoras en las políticas comerciales.....	49
3.4.1. Las Mipymes manufactureras exportadoras de Bolivia.....	49
3.4.2. Las Mipymes manufactureras exportadoras de La Paz.....	53
3.4.3. Las Mipymes manufactureras exportadoras de la ciudad de El Alto.....	57
3.5. Las actividades económicas, productivas y comerciales en El Alto.....	59
3.6. Las micro, pequeña y mediana empresas exportadoras en las políticas comerciales orientados al desarrollo económico y social.....	62
3.7. Las políticas económicas, productivas y comerciales del estado Plurinacional de Bolivia en el proceso de integración andina.....	69

CAPÍTULO IV

LA PARTICIPACIÓN DE LAS MIPYMES DE EL ALTO EN LAS POLÍTICAS COMERCIALES DE EXPORTACIÓN MANUFACTURERA AL MERCADO DE LA CAN EN EL MARCO DE LA INTEGRACIÓN REGIONAL

4.1. La participación de las Mipymes manufactureras de exportación en las políticas comerciales orientados a la integración regional de la CAN.....	73
4.1.1. La participación de las Mypes, Pymes y Mipymes.....	74
4.1.2. La participación de las empresas familiares.....	75
4.2. La participación de las Mipymes en el proceso de integración económica, política y social de la Comunidad Andina.....	76
4.2.1. Las perspectivas económicas, productivas, comerciales y sociales de los Estados de la Comunidad Andina.....	77

4.2.1.1. La productividad en la integración andina en el marco de la Nueva Agenda Estratégica Andina.....	83
4.2.1.2. La productividad como la razón de ser de las Mipymes andinas....	86
4.3. La participación de las Mipymes manufactureras de exportación en las políticas comerciales del mercado regional de la Comunidad Andina.....	88
4.3.1. La participación de las microempresas en el mercado regional andino..	88
4.3.2. La importancia del mercado andino para los Estados de la CAN.....	91
4.3.3. Las oportunidades en la esfera comercial de la Comunidad Andina.....	91
4.4. La participación de las Mipymes exportadoras en las relaciones comerciales entre la Comunidad Andina y la Unión Europea.....	99
4.4.1. Las exportaciones de la Comunidad Andina a la Unión Europea.....	102
4.5. Los mecanismos de participación en las políticas comerciales orientados a la integración de la Comunidad Andina.....	103
4.5.1. La coordinación de las políticas comerciales en la integración andina.	103
4.5.2. La articulación de las instituciones de exportación de la CAN.....	111
4.5.3. La complementariedad en las políticas comerciales para la integración de la Comunidad Andina.....	112
4.6. Las políticas comerciales para las Mipymes exportadoras al mercado andino, desde la concepción de las relaciones Internacionales y Diplomacia.....	112

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Bibliografía.....	119
Anexos.....	122
Índice de cuadros y gráficos.....	149

INTRODUCCIÓN

En la historia de la humanidad, el continente americano ha experimentado grandes avances, donde las culturas y los pueblos generan espacios de interrelación de conocimientos y tecnologías, así como el intercambio de bienes y servicios, que corresponde a un encuentro de relación social que encarna en diferentes formas de integración social, económico, político cultural y espiritual.

En este contexto, los Estados como organizaciones sociales y como actores del sistema político local y global constituyen organismos e instituciones de integración en la región andina, cuyo objetivo de interés común responde a las reivindicaciones, demandas y necesidades sociales para el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas que forman parte de la sociedad, por lo tanto, de los Estados que integran la Comunidad Andina.

Por su parte, en el entramado de actores, recursos, tecnologías y mecanismos se genera interacción e interdependencia entre las organizaciones sociales, políticas y económicas, donde podemos identificar a las micro, pequeña y mediana empresas como agentes económicos de la cadena productiva, que participan en el mercado de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de las personas, familias, comunidades y/o sociedades que constituyen el Estado.

Para cumplir con los objetivos señalados, el Estado requiere de conocimientos, recursos y mecanismos, mediante los cuales el gobierno y la administración se canalizan las demandas de la sociedad, para dar soluciones a los problemas de interés colectivo, priorizando en la agenda social, el diseño, gestión y evaluación de las políticas públicas en materia social y económica.

En este sentido, las políticas comerciales como herramientas del sector público gestionadas por el poder público generan la participación de las Mipymes en la producción de bienes y prestación de servicios brindando el apoyo e incentivo al emprendimiento, competitividad y productividad sustentada en la cooperación solidaridad y reciprocidad de las unidades productivas, cuyos objetivos, más allá

de las utilidades, busca generar beneficios, bienestar y felicidad, cumpliendo con los fines, bajo los postulados de complementariedad, de alcanzar el Bien Común.

En el siglo XX los países de América y el mundo han conocido distintas corrientes ideológicas que postularon modelos o sistemas políticos, económicos y sociales, en ese recorrido por el camino erosionado de la democracia, se erige el neoliberalismo, bajo el patrocinio y tutela del FMI, BM, y la OMC, como un estímulo del sistema capitalista, basada en la economía de mercado. He ahí el auge del emprendimiento empresarial en las actividades comerciales, donde las Mipymes juegan un rol importante en la cohesión social y contribuye al desarrollo económico expresado en el Producto Interno Bruto (PIB).

Entre la década de los 80 y 90 éstos agentes económicos se han consolidado en el mercado latinoamericano, empero, en éste continente se han registrado su participación desde 1951, presentándonos importantes avances hasta hoy, así ante los desafíos, convirtiéndose en protagonistas del proceso productivo por ser un sector estratégico de las economías locales, nacionales, regionales e internacionales, es más las Mipymes se caracterizan por su vocación manufacturera, lo cual trasciende los modos de producción que se han registrado en el desarrollo de la historia.

Por lo tanto, el emprendimiento y la productividad, así como la cooperación y solidaridad, es inherente a la naturaleza humana, independientemente del ciclo de vida de las Mipymes, sea en un sistema económico de libre mercado o en un sistema económico de planificación del Estado, los seres humanos se caracterizan por su vocación organizativa orientados por objetivos determinados, tanto en el negocio o el comercio como en el mercado y la democracia.

En Bolivia, el surgimiento de las Mipymes responden a distintas razones, entre los cuales podemos identificar como consecuencia de las políticas económicas neoliberales o políticas de ajuste estructural que se traduce en la relocalización de los trabajadores de las empresas estatales, dejando sin empleo a más de 500 mil obreros mineros, campesinos e indígenas, quienes, principalmente se asentaron

en la ciudad de El Alto, considerado como el bastión de inmigrantes de las zonas rurales del departamento de La Paz.

Así, las personas y familias en busca de nuevas oportunidades han constituido unidades productivas *por cuenta propia* con el objetivo de obtener beneficios; son reconocidas por el Estado como Micro, Pequeña y Mediana empresas, y guiados por su vocación de emprendimiento y competitividad en el rubro de textiles y tejidos, carpintería, joyería, artesanías y otros elaborados manualmente, que comprende el sector manufacturero, para comercializar en los mercados de la urbe alteña, del departamento, el país y la región de la Comunidad Andina.

El presente estudio tiene como objeto de investigación a *las políticas comerciales de exportación manufacturera para las micro, pequeña y mediana empresas de la ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina*. Una aproximación teórica, basada en investigaciones y experiencias, que busca entender la participación de las Mipymes en el proceso de la toma de decisiones, en las dimensiones económicas y políticas de la vida social, por lo tanto, del sistema político democrático local nacional y regional así como intra y extracomunitarias que contribuyen al proceso de integración integral.

El problema que se busca comprender es, por un lado, a la actividad productiva y comercial desde el emprendimiento y la competitividad empresarial a nivel local, nacional e internacional (regional); y por otro lado, a la organización y participación democrática de las Mipymes en el diseño y gestión de las políticas comerciales que contribuyen a la integración regional, donde los agentes y/o actores interactúan en la dimensión económica sistema político democrático.

Para fines de ésta investigación se realiza una sistematización de la información, que gira en torno a las Mipymes, cuyas unidades productivas constituyen el sistema social, como agentes económicos basados en *emprendimiento* y competitividad *productiva*, por un lado, y como actores políticos basados en la *participación* y *representación*, por otro lado; quienes ejercen el poder político y económico en las dos dimensiones en la vida social de manera interdependiente e

interrelacionada y complementaria. Así, se considera como actores claves en *la co-construcción y cogestión de la política comercial* en el mercado regional de la Comunidad Andina.

En base a estas premisas, el campo de estudio de las políticas comerciales de exportación manufacturera para las Mipymes se define en las dos dimensiones:

En la *dimensión académica*, a través de ésta investigación se busca contribuir al conocimiento científico de esta disciplina desde el enfoque de las Relaciones Internacionales y Diplomacia, para hacer de ella una herramienta de elaboración e implementación de las políticas comerciales de exportación manufacturera, basadas en el emprendimiento y la competitividad empresarial, y la participación en la esfera de la decisión política, para las Mipymes de la Ciudad de El alto.

Entonces, esta contribución está orientada a las ciencias sociales en general y a la Ciencia Política en particular, ya que el estudio comprende los principales actores e instrumentos del sistema social en su dimensión política, con el Estado y en la dimensión económica en el mercado. Esto implica, por un lado, la participación democrática de las Mipymes en la construcción y ejecución de las políticas comerciales, y por otro lado, el emprendimiento y la competitividad de las Micro, Pequeña y Mediana empresas para la producción y comercialización de productos de exportación manufacturera al Mercado de la Comunidad Andina.

Entonces, desde ésta óptica hacemos hincapié a los elementos que constituyen el proceso de integración regional, que se sustentan en la cohesión, cooperación, solidaridad, etc., y que comprende la red de empresas, orientados a fortalecer el tejido social desde el enfoque de las relaciones internacionales y diplomacia.

Por su parte, en la *dimensión política y social*, el presente estudio aporta a los desafíos que quiere encarar, considerando la democracia en el sistema económico (que se traduce en poder económico). He ahí, la importancia de las aproximaciones teóricas que contribuyen en forma pragmática con respuestas

concretas a las necesidades y brindar un tratamiento adecuado a los problemas de manera integral en la vida social, política, económica y cultural.

Es por eso, que se pone énfasis en la *participación democrática* de las Mipymes en la construcción de la agenda, el diseño, la gestión y la evaluación de las políticas públicas comerciales de exportación manufacturera, en forma organizada, en federaciones, confederaciones, etc., de empresarios, como representantes de sus organizaciones económicas. Esto, no solamente para generar las oportunidades de emprendimiento y competitividad empresarial, sino para dar las condiciones de permanencia de las Mipymes -defendiendo de la competencia feroz de las grandes empresas- en el proceso de producción de éste sector estratégico, operativizando a través de planes, programas y proyectos de apoyo y promoción de las Mipymes, que a nivel local en la ciudad de El Alto, así como a nivel nacional y regional contribuyan al desarrollo integral de la CAN.

Así, los objetivos no solamente están orientados a generar empleos, utilidades para el Estado, sino para generar *redistribución* de los ingresos, invirtiendo en programas de apoyo a las Mipymes, innovación tecnológica, gestionando el incremento de los salarios para sus trabajadores, seguro social, etc. en el marco de la democracia en el proceso de producción, intercambio y distribución de los bienes y servicios que comprende la exportación manufacturera.

Sabiendo que las Mipymes, juegan un rol determinante en las relaciones del poder económico, y se constituye en el sustento del poder público, es decir, las utilidades que genera el Estado de las exportaciones y los impuestos sustancialmente, sostienen la economía nacional y que se redistribuye a través de la asignación de recursos al sistema de presupuestos en materia de políticas, programas y proyectos de inversión pública, y en salarios, bonos, etc., como ingresos de los hogares de la sociedad boliviana.

Por lo tanto, es preciso considerar en las dos dimensiones, el contexto histórico y político de las Mipymes de la ciudad de El Alto que ejercen el rol protagónico en la década de los noventa del Siglo XX, ya que el sector manufacturero hoy ocupa el

sitio más privilegiado en Bolivia, es decir, éste rubro ocupa el primer lugar de entre las principales ciudades con Mipymes exportadoras por departamento. Es así que, en el marco de la economía plural, la participación del Estado es fundamental, más allá de los postulados del sistema económico de mercado o del sistema económico de planificación, ya que los actores, recursos y mecanismos responden al tratamiento de los problemas de interés público.

En este marco, se identifica el problema de la realidad, el cual nos permite definir el problema de investigación: *¿cuáles son las políticas comerciales de exportación de productos manufactureros que se implementaron por el Estado boliviano en las Micro, Pequeña y Mediana Empresas (Mipymes) de la Ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina (CAN) de 2006 a 2010?*

Para comprender la presente investigación es importante considerar los siguientes capítulos relacionados con la obtención de los objetivos en el marco del problema en cuestión, abordando sucintamente.

El primer capítulo comprende el marco teórico y la estrategia metodológica de la investigación, en el cual se diseñan los lineamientos del desarrollo de investigación y los pasos que se siguen para alcanzar los objetivos de la investigación a través de la sistematización de la información cualitativa y cuantitativa que validan la cientificidad del estudio, basada en la comprobación empírica.

El segundo capítulo hace referencia a la identificación del marco institucional y los lineamientos estratégicos, que se sustentan en instrumentos técnico-políticos mediante los cuales el Estado Plurinacional de Bolivia genera la participación de las micro, pequeña y mediana empresas de la Ciudad de El Alto en las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado regional de CAN.

El tercer capítulo se basa en la descripción del emprendimiento y la competitividad de las micro, pequeña y mediana empresas de la ciudad de El Alto en el proceso de las políticas comerciales de exportación manufacturera, a través del cual podemos definir las características y cualidades de éstas unidades productivas en

el sector manufacturero para comprender el comportamiento y el desenvolvimiento de las Mipymes en el mercado local, nacional y regional, como agentes y/o actores del tejido social que contribuyen al desarrollo económico y social.

En el cuarto capítulo se hace referencia a la participación de las Mipymes en forma organizada bajo las premisas de la democracia, como agentes y/o actores en el proceso de las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado, así como la participación del Estado a través de la planificación, en el marco del sistema político democrático, contribuye al proceso de integración regional tanto en la dimensión económica y política orientados al desarrollo integral de los países miembros de la Comunidad Andina.

En el último capítulo podemos destacar que las políticas comerciales de exportación manufacturera gestionados por el Estado Plurinacional de Bolivia para las micro, pequeña y mediana empresas de la ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina han contribuido a su consolidación, es por eso, la participación del Estado en la organización y planificación en materia de las políticas comerciales en el ámbito de las relaciones internacionales y diplomacia que genera, por un lado, mecanismos de emprendimiento y competitividad empresarial en el sector manufacturero, y por otro lado, contribuye en la participación democrática de las organizaciones económicas, basadas en la cooperación, cohesión y redes de Mipymes en pos de la integración regional.

Además, de la descripción del estado de situación de las Mipymes en el proceso de las políticas comerciales de exportación manufacturera, se hace hincapié al carácter estratégico del sector manufacturero en las políticas públicas (como políticas de Estado) en general y en las políticas económicas (como políticas comerciales) en particular, orientados a la promoción e innovación del emprendimiento y competitividad empresarial y la participación democrática de las unidades productivas, sean empresas unipersonales, familiares y comunitarias en el marco de la economía plural, que corresponde a los desafíos y oportunidades de la sociedad boliviana, y la contribución a las políticas industriales, para encarar las relaciones comerciales en el mercado mundial de siglo XXI.

CAPÍTULO I

TEMATIZACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“...un foco central de la agenda productiva deben ser las Mipymes, es importante avanzar en asuntos centrales de apoyo al desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, a fin de poder mejorar los niveles de productividad...” (Segovia y Roo, 2011),

Las políticas comerciales de exportación manufacturera para las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de la ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina¹ nos permite entender, por un lado, la actividad productiva y comercial basada en el emprendimiento y la competitividad empresarial a nivel local, nacional y regional; y por otro lado, comprender la organización y participación de las Mipymes, como agentes y/o actores que interactúan en la dimensión económica del sistema político democrático -intra y extrasocietal²-, por lo tanto, en la *co-construcción y cogestión de la política comercial y productiva* en el mercado regional de la Comunidad Andina.

En base a éstas premisas, el campo de estudio de las políticas comerciales de y para las Mipymes manufactureras de exportación, se identifica y determina, tanto en el contexto político-social como en lo académico.

1.1. CONTEXTO POLÍTICO–SOCIAL.

En la dimensión político y social, las políticas comerciales de exportación de productos manufactureros para las micro, pequeña y mediana Empresas de la ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina nos permite comprender las cualidades de éste sector estratégico en la economía nacional, siendo que las políticas comerciales en la exportación manufacturera en los últimos años, sabiendo que éste rubro ocupa los primeros lugares, que además, a

¹ Al respecto es pertinente considerar la Comunidad Andina, como un organismo internacional orientado a la integración regional, que está constituido por Bolivia, Ecuador, Perú y Colombia, cuya sigla -CAN- se mantiene, pero, también se denomina “Pacto andino” -así como en su origen.

² De acuerdo a la Comunidad Andina se definen ambas dimensiones de las relaciones comerciales como intracomunitarias y extracomunitarias.

nivel nacional, la actividad productiva y comercial de las Mipymes de la ciudad de El Alto ocupa el sitio más privilegiado en relación a otros departamentos del país.

Sabiendo que las Mipymes, juegan un rol determinante en las relaciones del poder económico, y que se constituye en el sostén del poder político, es decir, a través de la inversión pública en programas y proyectos de desarrollo económico, político y social que se sustenta en el sistema de presupuestos, etc., que actualmente el Estado Plurinacional está priorizando en el diseño y gestión de políticas comerciales para las Mipymes manufactureras de exportación en el marco de la economía plural. He ahí la importancia de la participación del Estado, más allá de argumentos que reproducen y justifican argumentos a favor o en contra del sistema de economía de mercado o del sistema de economía de planificación, es indispensable el sector público, ya que a través de las políticas comerciales se puede contribuir al desarrollo económico, político y social.

1.2. CONTEXTO ACADÉMICO.

En la dimensión académica, vamos considerar las partes más importantes que constituyen la estructura de la investigación, los cuales nos permiten desarrollar el contenido del estudio, basada en la sistematización de la información y selección de las mismas que sustentan la dimensión empírica utilizando métodos y técnicas, teorías y enfoques, etc., concernientes y pertinentes con ésta rama del saber.

1.2.1. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

1.2.1.1. Delimitación espacial

Las políticas comerciales de y para las Mipymes manufactureras de exportación comprende la ciudad de El Alto considerando su participación en el mercado regional de la Comunidad Andina.

1.2.1.2. Delimitación temporal

El presente estudio sobre las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras de exportación al mercado andino abarca desde 2006 a 2010.

1.2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

Para establecer el planteamiento del problema de investigación previamente se realiza un análisis de la situación actual de la participación de las Mipymes en las políticas comerciales de exportación de productos manufacturados, considerando las experiencias expresados en forma de información cualitativa y cuantitativa, en forma de un diagnóstico sobre el problema de la realidad en materia económica relacionado con la dimensión política de la vida social.

1.2.2.1. Formulación del problema de investigación

¿Cuáles son las políticas comerciales de exportación manufacturera de y para las Micro, Pequeña y Mediana Empresas (Mipymes) de la Ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina (CAN) de 2006 a 2010?

1.2.3. OBJETIVOS.

1.2.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Describir las políticas comerciales de exportación manufacturera de y para las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de la ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina de 2006 a 2010.

1.2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar el marco institucional y los instrumentos políticos que sustentan las políticas comerciales de exportación manufacturera para las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de la Ciudad de El Alto en el mercado regional de la CAN.
- Describir el emprendimiento de las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de la Ciudad de El Alto en las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado regional de la Comunidad Andina.
- Determinar la participación de las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de la Ciudad de El Alto en las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado de la Comunidad Andina que contribuyen a la integración regional.

1.2.4. ESTADO DEL ARTE.

En el siglo XX los países de América y el mundo han conocido distintas ideologías que postularon modelos o sistemas políticos, económicos y sociales, en ese recorrido por el camino erosionado de la democracia, se erige el [neo] liberalismo, bajo el patrocinio y tutela del Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM), y la Organización Mundial del Comercio (OMC), como un estímulo del sistema capitalista, basada en la economía de mercado. En este contexto, el auge del emprendimiento empresarial en las actividades comerciales es significativo, donde las Mipymes juegan un rol importante en la cohesión social y contribuye al desarrollo económico expresado en el Producto Interno Bruto.

Entre la década de los 80 y 90 éstos agentes económicos se han consolidado en el mercado latinoamericano, empero, en éste continente se han registrado su participación desde 1951, presentándonos importantes avances hasta hoy, así ante los desafíos, convirtiéndose en protagonistas del proceso productivo por ser un sector estratégico de las economías locales, nacionales, regionales e internacionales, es más las Mipymes se caracterizan por su vocación manufacturera, lo cual trasciende los modos de producción que se han registrado en el desarrollo de la historia.

Por lo tanto, el emprendimiento y la productividad, así como la cooperación y solidaridad, es inherente a la naturaleza humana, independientemente del ciclo de vida de las Mipymes, sea en un sistema económico de libre mercado o en un sistema económico de planificación del Estado, los seres humanos se caracterizan por su vocación organizativa orientados por objetivos determinados, tanto en el negocio o el comercio como en el mercado y la democracia.

En Bolivia, el surgimiento de las Mipymes responden a distintas razones, entre los cuales podemos identificar como consecuencia de las políticas económicas neoliberales o políticas de ajuste estructural que se traduce en la relocalización de los trabajadores de las empresas estatales, dejando sin empleo a más de 500 mil obreros mineros, campesinos e indígenas, quienes, principalmente se asentaron

en la ciudad de El Alto, considerado como el bastión de inmigrantes de las zonas rurales del departamento de La Paz.

Así, las personas y familias en busca de nuevas oportunidades han constituido unidades productivas “por cuenta propia” con el objetivo de obtener beneficios, reconocidas por el Estado como Micro, Pequeña y Mediana empresas; y guiados por su vocación de emprendimiento y competitividad en el rubro de textiles y tejidos, carpintería, joyería, artesanías y otros elaborados manualmente, que comprende el *sector manufacturero*, para comercializar en los mercados de la urbe alteña, del departamento, el país y la región de la Comunidad Andina.

En cuanto al sector manufacturero de la economía local, nacional y regional, es pertinente considerar que, la producción artesanal ha formado parte de la humanidad desde la Edad Media, se piensa que la manufactura moderna surge alrededor de 1780 con la Revolución Industrial británica, expandiéndose a partir de entonces a toda la Europa, luego a América del norte, y al resto del mundo.

La manufactura se ha convertido en una porción inmensa de la economía del mundo. La fabricación es un sector que produce riqueza en una economía, mientras que el sector servicios tiende a ser el consumo de la riqueza.

Entonces, la manufactura es la actividad del sector secundario de la economía, también denominado sector industrial, sector fabril, o simplemente fabricación o industria. El sector manufacturero genera la producción de bienes y servicios para la transacción de dichos productos en el mercado interno y externo, en cuanto a este último, se refiere al mercado regional de la Comunidad Andina.

En este sentido, una aproximación teórica sobre las políticas comerciales de exportación para las Mipymes manufactureras de la ciudad de El Alto, nos permite contribuir a las ciencias sociales en general y las ciencias políticas en particular, en este sentido, por un lado, nos permite comprender el ejercicio del poder en las dimensiones políticas y económicas en la esfera de las decisiones y acciones en forma democrática, y por otro lado, nos permite entender, como mecanismos que

generan empleo, competitividad y productividad en las empresas del mercado nacional y regional.

Para fines de esta investigación, se considera como el estudio referente: *“las MIPYMES en las exportaciones bolivianas”* de Ana Solares (2008), así como los estudios realizados por las instituciones de investigación como UDAPE, CEDLA, CEPAL, IBCE, INE, Fundaempresa, Promueve, Fundación Milenio, Fundación Jubileo y otros en materia de políticas económicas que contribuyen al desarrollo del estudio sobre las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras de exportación al mercado andino orientados al proceso de integración de la CAN.

Por lo tanto, éste estudio hace referencia a uno de los principales actores del sistema político, como es el Estado en el ámbito de las relaciones internacionales, ya que genera las condiciones y oportunidades de emprendimiento y participación de las mipymes en el mercado regional andino, bajo este criterio se realiza una redefinición de las políticas comerciales para las Mipymes manufacturas de exportación, que se sustentan en la observación y descripción del rol que juega estos agentes económicos en el desempeño productivo del mercado regional y su contribución al proceso de integración regional de la Comunidad Andina.

1.2.5. MARCO TEÓRICO.

Para abordar la temática en cuestión en la presente investigación se considera como objeto de estudio a una dimensión de la política económica, como es la política comercial en el sistema político intrasocietal en relación con el sistema político extrasocietal (Easton, 2006), por la correspondencia del estudio en el ámbito de las Relaciones Internacionales y Diplomacia.

En este sentido, se tomara como referentes los instrumentos teóricos y conceptuales adecuados a la realidad social política y económica, para dar curso al estudio de las políticas comerciales de exportación de productos manufactureros que se gestionan por el Estado boliviano para las micro, pequeña y mediana empresas de la ciudad de El Alto en el mercado regional de la CAN.

1.2.5.1. Conceptos de políticas públicas.

La política pública es el instrumento técnico-político mediante el cual el Estado a través de un gobierno diseña, gestiona y evalúa las acciones -planes, programas y proyectos-, orientados a la obtención de objetivos de interés público, definido en forma democrática, con la participación de los actores involucrados en el proceso de solución de los problemas públicos, para satisfacer las necesidades de una comunidad o sociedad como beneficiarios de la obtención de bienes y servicios.

La política pública³ se define como un proceso decisorio que se traduce en cursos de acción, cuyo núcleo estratégico se basa en la elección de alternativas de solución, de acuerdo a las formas de tratamiento de los problemas de interés común priorizando las necesidades sociales. En este sentido, según Graglia:

“...las políticas públicas son proyectos y actividades que un Estado diseña y gestiona a través de un gobierno y una administración pública a los fines de satisfacer necesidades de una sociedad” (Graglia, 2004:19-20).

1.2.5.1.1. Políticas económicas.

Desde la concepción del Estado Plurinacional, la política económica se refiere a una *“política productiva industrial y comercial que garantice una oferta de bienes y servicios suficientes para cubrir de forma adecuada las necesidades básicas internas, y para fortalecer la capacidad exportadora”* (CPE, 2009).⁴

La política económica en su expresión instrumental de acuerdo con Tinbergen (1952) “consiste en la liberación de cierto número de medios para alcanzar determinados objetivos”. Por su parte, Meynaud sostiene que “la política económica la forman el conjunto de decisiones gubernamentales en materia

³ En la dimensión económica de sistema político democrático, las políticas públicas en materia productiva, comercial e industrial, se definen como políticas económicas, cuyos fines y objetivos, basadas en el emprendimiento y la competitividad empresarial, así como la participación democrática de las Mipymes, están orientados a alcanzar el desarrollo económico, político y social.

⁴ Véase el Art. 318 de la Constitución Política del Estado de Bolivia (2009).

económica, tomando la expresión “gobierno” en su sentido más amplio para que comprenda las diversas autoridades públicas de un país dado que pueden tomar decisiones de política económica” (Meynaud citado por Cuadrado, 2010: 43-44).⁵

1.2.5.1.2. Políticas productivas.

Las políticas productivas son las decisiones y acciones orientadas a generar bienes económicos con valor agregado, utilizando los factores productivos con eficiencia y eficacia en la producción, distribución y consumo para alcanzar los objetivos como las utilidades y beneficios de satisfacción de necesidades sociales.

1.2.5.1.2. Políticas comerciales.

La política comercial hace referencia al “conjunto de medidas gubernamentales que regulan el comercio internacional. La política comercial define entonces la estructura de los aranceles, las prohibiciones, cuotas y contingentes a la importación, y los incentivos a la exportación; también tiene relación directa con la creación de áreas de librecambio, los acuerdos bilaterales o multilaterales y la conformación de uniones aduaneras. La política comercial puede considerarse como una parte específica de la política económica de un gobierno, pues sólo de este modo es posible concebir una acción coherente sobre el desarrollo de las actividades económicas”.⁶

Por su parte Murray Gibbs (2007) afirma que “el uso de la política comercial como instrumento para lograr la diversificación industrial y la creación de valor añadido

⁵ En este sentido, la política económica se entiende como la “estrategia general que trazan los gobiernos en cuanto a la conducción económica de un país. Debido al incremento de la participación del sector público en las economías modernas, y a la importancia que toda decisión fiscal o monetaria tiene para el conjunto de las actividades productivas, la política económica se ha convertido en uno de los elementos centrales de la política en sí, [que] suele dirigirse a un número bastante grande de objetivos, muchas veces contradictorios entre sí. Los gobiernos procuran alentar el crecimiento, porque ello crea un clima de bienestar general que les proporciona réditos políticos, así como disminuir el desempleo, eliminar o reducir la inflación y satisfacer las aspiraciones de diversos grupos de presión que buscan intereses particulares: sindicatos, asociaciones empresariales, importadores, exportadores, grupos regionales, etc.” (Sabino, 1991).

⁶ Sabino, Carlos (1991). *Diccionario de Economía y Finanzas*. Caracas: Panapo, Recuperado de <http://carlossabino.freeservers.com/dic.htm>

es crucial. Además, la exportación de bienes y servicios puede proporcionar mayores ingresos para los pobres, incrementar la recaudación del gobierno, y dar oportunidades de empleo, incluyendo trabajos con salarios más elevados en el extranjero, en especial a mujeres y jóvenes”.⁷

Las políticas públicas comerciales comprende tres componentes básicos, los cuales son: los *principios y valores* que la orientan (la ideología o argumentos que la sustentan)⁸; los *instrumentos o mecanismos* mediante los cuales se ejecuta (incluyendo aspectos de regulación, de financiamiento, y de mecanismos de prestación de las políticas) y los *servicios o acciones* principales que se llevan o deberían llevarse a cabo de acuerdo a los principios propuestos. Por lo tanto, el diseño de una estrategia es tarea de un conjunto de actores, recursos e instrumentos, los cuales interactúan y negocian, obteniendo así una política pública que logre beneficios convergentes a todos los involucrados.

1.2.5.1.3. Políticas industriales.

La política industrial se define como un conjunto de acciones emprendidas, mayoritariamente por las administraciones públicas, mediante las introducciones de factores externos, cuyo objetivo es aumentar y mejorar la competitividad de la industria, de un sector, de un país, o de una región” (Caballano, s/f). La política industrial corresponde a decisiones y actividades económicas de industrialización de los recursos naturales -sean materias primas u otros insumos productivos- orientados a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios con valor

⁷ Gibbs, Murray (2007, junio de). **Política Comercial: Guías de Orientación de Políticas Públicas, Estrategias Nacionales de Desarrollo**, (ONU DAES/ UN DESA), Nueva York: Pp. 9-10.

⁸ En cuanto a los principios y valores que sustentan el proceso de integración regional de la CAN gira en torno a criterios antagónicos del espectro ideológico, en términos de izquierdas y derechas, sabiendo que Ecuador y Bolivia desarrollan sus actividades políticas, económicas y sociales bajo los postulados del Vivir Bien o Buen Vivir, cuya tendencia ideológica comprende el socialismo del siglo XXI; por su parte Perú y Colombia se basan en criterios ideológicos [neo]liberales que constituye el capitalismo. He ahí, la necesidad imperiosa de buscar el equilibrio entre la *competitividad*,... para el desarrollo y crecimiento económico; y la **complementariedad** (cooperación, solidaridad,...) para Vivir Bien, en aras de la integración integral de la región para alcanzar el Bien Común.

agregado, de acuerdo a los objetivos de “transformación de la matriz productiva” y “la diversificación del aparato productivo” (PND, 2007).⁹

1.2.5.2. Definición de micro, pequeña y mediana empresas.

Las micro, pequeña y mediana empresas son unidades productivas de un sistema económico local, nacional y regional, donde éstos agentes económicos se caracterizan por el emprendimiento y la participación en la producción de bienes y prestación de servicios, así como el intercambio comercial en el mercado. Éstas organizaciones sociales de carácter económico como actores políticos juegan un rol determinante en la toma de decisiones económicas relacionados con la dimensión política de la vida social.

1.2.5.3. Definición de empresas manufactureras.

La empresa manufacturera es una organización económica constituida por sujetos sociales, que se denominan agentes, entes, instituciones, unidades productivas, cuya actividad económica se caracteriza por el proceso de transformación manual de los insumos o materias primas, con la contribución de factores productivos, en bienes manufacturados o productos con valor agregado orientados a satisfacer las necesidades e intereses en beneficio tanto de la empresa como de la sociedad.

En cuanto a la manufactura¹⁰ se entiende como *“una fase de la producción económica de los bienes. Consiste en la transformación de materias primas en productos manufacturados, productos elaborados o productos terminados para su distribución y consumo”*.¹¹

La manufactura se refiere a una variedad de actividades humanas en el proceso de elaboración manual o con la ayuda de máquinas, que comprende desde la

⁹ Es en este sentido que, “la política pública productiva selectiva priorizara las actividades que contribuyan a generar valor agregado y diversifiquen la producción nacional...” (PND, 2007:93)

¹⁰ El termino manufactura proviene del latín manus, mano, y factura, hechura.

¹¹ Véase en Manufactura, Productos Manufactureros (2011, 31 de octubre), Recuperado de www.wordreference.com/definicion/manufacturados

artesanía hasta la tecnología más avanzada; esta categoría es más aplicada en la producción industrial, donde las materias primas son transformadas en bienes terminados, con la utilización de máquinas y fuentes de energía que genera una producción a gran escala, y la contribución del trabajo humano.

El proceso de la elaboración del producto o fabricación de un bien puede ser manual -origen del término manufactura- y/o con la utilización de máquinas; para obtener mayor volumen de producción es aplicada la técnica de la división del trabajo, donde cada trabajador ejecuta sólo una pequeña porción de la tarea, que implica especialización y economizar el proceso productivo, va a repercutir en una mayor velocidad de producción de bienes y servicios.

1.2.5.4. Definición de mercado regional.

El mercado regional es la esfera económica en la que interactúan un conjunto de organizaciones sociales, sean Estados, sociedades, comunidades, empresas, etc., en un espacio de transacción comercial de bienes y servicios como agentes oferentes y demandantes, que comparten una necesidad común, y que están dispuestos a adquirir los productos necesarios para satisfacer las necesidades de la población de los países miembros de la región, como la Comunidad Andina.¹²

1.2.5.5. Integración regional.

La integración regional es un “proceso convergente, deliberado, gradual y progresivo, entre dos o más Estados, sobre un plan de acción común en aspectos económicos, sociales, culturales y políticos” (Mariño citado en Alarcón, 2011: 132). El sentido de la integración regional se expresa en la “*Integración Integral*”, con la que se pretende abrir espacios a la sociedad civil andina en sus diferentes estratos sociales y productivos, a fin de que sean actores de integración andina.

¹² En cuanto a “la historia del Grupo Andino comenzó a gestarse el 16 de agosto de 1966, cuando los presidentes de Colombia, Chile y Venezuela, y los delegados personales de los Presidentes de Ecuador y Perú, reunidos en la capital colombiana, firmaron la ‘Declaración de Bogotá’, en la que se sentaron las bases preliminares del pacto subregional”. [...] Después de dos años de negociaciones, el 25 de mayo de 1969 se aprueba el Pacto Andino, mediante el documento conocido como **Acuerdo de Cartagena**. Al día siguiente, los delegados de Bolivia, Chile, Ecuador y Perú suscribieron en Bogotá el *Acuerdo de Integración Subregional* (Luna C., 1974, citado por Casas y Correa, 2007:595).

1.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN (tipo de investigación, métodos y técnicas).

1.5.1. Tipo de investigación.

El tipo de investigación de éste estudio es *descriptiva*, que se sustenta en la exploración teórica sobre el tema en cuestión, y es de carácter *explicativo*, es decir es una tipo de investigación cualitativa basada en datos cuantitativos.

La *descripción* de las políticas comerciales de exportación manufacturera para las Mipymes de la ciudad de El Alto al mercado regional de la Comunidad Andina, nos permite identificar y determinar, de alguna manera, la participación de las Mipymes y el Estado en el diseño y gestión de dichas políticas a nivel local, nacional y regional en base a la exploración y/o revisión bibliográfica, mediante el cual se sistematiza la información detallando la situación del fenómeno económico y político en el contexto del mercado regional a partir del diagnóstico basada en las estadísticas que respaldan el estudio de las políticas comerciales del sector manufacturero para hacer de ella una herramienta de integración de la CAN.

1.5.2. Método de investigación

Esta investigación se basa en el método cualitativo, que no se limita a la exploración de la literatura en materia de la política comercial en torno al agente económico estratégico -como son las Mipymes- del sistema económico “intra y extrasocietal del sistema político” (Easton, 2006), sino se enriquecerá con las entrevistas, tanto a los principales agentes de las organizaciones empresariales - que comprende la experiencia vivencial del investigador- como a los actores en el sector público, siendo el soporte empírico las actividades económicas (producción de bienes y servicios) y políticas (participación y representación en la planificación) de las micro, pequeñas y medianas empresas manufactureras.

En este sentido, la sistematización de la información, en función de los estudios realizados sobre este campo económico y político, constituye el soporte teórico, como una de las fuentes sustanciales que contribuyen a la construcción del marco

teórico, cuyo instrumento nos permitirá alcanzar los objetivos relacionados con el problema de investigación.

Para ello se realiza una descripción del rol que juega las Mipymes en la economía local, nacional y regional, en base a datos cualitativos y cuantitativos (estadísticas), que sustenta éste estudio de 2006 hasta 2010, el cual nos permitirá establecer una propuesta de integración de la Comunidad Andina, desde la perspectiva de las relaciones internacionales y diplomacia, basada en la coordinación y articulación de políticas comerciales, de acuerdo a los postulados de la cooperación, solidaridad y complementariedad.

Las *fuentes primarias*, están sustentadas por las *entrevistas* a investigadores y/o especialistas del tema y sus publicaciones, así como la *observación* relacionados con la experiencia vivencial en el campo de emprendimiento empresariales en el rubro de las manufacturas, además de seminarios, talleres, conferencias, etc.

Las *fuentes secundarias* constituyen la exploración bibliográfica, sobre la base de un estudio referente: *“las MIPYMES en las exportaciones bolivianas”* de Solares (2008), presentado por IBCE, así como la revisión de tesis, revistas, artículos, semanarios, periódicos, etc. nacionales y extranjeros, investigaciones realizadas por instituciones gubernamentales y no gubernamentales sobre éste tema.

1.5.3. Técnicas e instrumentos.

Las *técnicas* que se toman en cuenta son: *análisis de documentos*, referidos a la recolección de Información, seleccionando libros, artículos de revistas, artículos periodísticos, videoconferencias, internet y revisión de tesis relacionados con las Mipymes, que se valida con *entrevista* y *observación*.

En cuanto a los *instrumentos* que hacen posible la obtención de la información son: realización de *fichas técnicas*, el *cuestionario de entrevistas*, *registros de observación*, grabaciones y filmaciones, *registro de conferencias y talleres*, etc. a través de cámaras fotográficas, grabadoras, computadora y otros.

Cuadro N° 1. Relación de objetivos y técnicas de investigación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTES	TÉCNICAS
<p>Identificar el marco institucional y los instrumentos políticos que sustentan las políticas comerciales de exportación manufacturera para las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de la Ciudad de El Alto en el mercado regional de la CAN.</p>	<p>Primarios: acceso a información de instituciones públicas y privadas sobre las Mipymes, marco normativo (jurídico) institucional y programa de gobierno, planes, programas y proyecto</p> <p>Secundarios: exploración teórica, revisión de investigaciones relacionados con el tema.</p>	<p>Entrevistas, Seminarios, Talleres, Cuaderno de Apuntes, Cuestionario de entrevista, etc.</p>
<p>Describir el emprendimiento de las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de la Ciudad de El Alto en las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado regional de la Comunidad Andina.</p>	<p>Primarios: acceso a información de instituciones públicas y privadas sobre las Mipymes a través de medios impresos y magnéticos</p> <p>Secundarios: exploración teórica, revisión de estudios e investigaciones.</p>	<p>Entrevistas, Cuaderno de Apuntes, Seminarios, Taller, Cuestionarios.</p>
<p>Determinar la participación de las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de la Ciudad de El Alto en las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado de la Comunidad Andina que contribuyen a la integración regional.</p>	<p>Primarios: acceso a información basada en entrevistas a especialistas que sustentan la definición de Mipymes de exportación de productos manufactureros</p> <p>Secundarios: exploración teórica, revisión de investigaciones.</p>	<p>Entrevistas, Cuaderno de Apuntes, Seminarios, Taller, Cuestionarios de entrevistas, etc.</p>

CAPÍTULO II

LAS POLÍTICAS COMERCIALES DE EXPORTACIÓN MANUFACTURERA PARA LAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESAS DE LA CIUDAD DE EL ALTO DE BOLIVIA AL MERCADO DE LA COMUNIDAD ANDINA

“Las micro, pequeñas y medianas empresas del país (MIPyME) representan el 98 por ciento del universo empresarial de Bolivia y efectúan un aporte del 29 por ciento al Producto Interno Bruto” (CEDLA, 2012).

El campo de estudio de las políticas comerciales de exportación manufacturera para las micro, pequeña y mediana empresas corresponde al entramado de instituciones, actores, recursos y mecanismos que sustentan el proceso decisorio que se traduce en acciones orientados a la obtención de los objetivos de interés privado y público, guiados por el espíritu del emprendimiento empresarial y la participación democrática, donde los agentes y/o actores -Mipymes- contribuyen a la productividad y legitimidad del sistema político democrático.

2.1. Los instrumentos jurídicos que sustentan las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras de exportación.

Las herramientas con que cuenta el sistema político-jurídico comprende el conjunto de instrumentos jurídicos, políticos y económicos- las herramientas que constituyen el proceso de las políticas comerciales de exportación manufacturera para las micro, pequeña y mediana empresas de la ciudad de El Alto.

2.1.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia.

En el marco de la Constitución Política del Estado Plurinacional Comunitario de Bolivia, las políticas económicas, productivas y comerciales se sustentan en el artículo 318, donde se establece los siguientes lineamientos:

- ✓ El Estado reconoce y prioriza el apoyo a la organización de estructuras asociativas de micro, pequeñas y medianas empresas productoras, urbanas y rurales.

- ✓ El Estado fortalecerá la infraestructura productiva, manufactura e industrial y los servicios básicos para el sector productivo.
- ✓ El Estado promoverá y apoyará la exportación de bienes con valor agregado y los servicios.

En este sentido, en el artículo 311, II de la Constitución se establece: “El Estado ejercerá el desarrollo integral del desarrollo económico y sus procesos de planificación”, así como se establece en el artículo 316, 1: “Conducir el proceso de planificación económica y social, con participación y consulta ciudadana”.

En la Constitución Política del Estado, en su artículo 330, II: establece que “El Estado, a través de su política financiera, priorizará la demanda de servicios financieros de los sectores de la micro y pequeña empresa, artesanía comercio, servicios, organizaciones comunitarias y cooperativas de producción” y en el artículo 334, 4: “Las micro y pequeñas empresas, así como las organizaciones económicas campesinas y las organizaciones o asociaciones de pequeños productores, quienes gozaran de preferencias en las compras del Estado”.¹³

Por su parte, el Decreto Supremo N° 0808 en el artículo 1, establece “modificar el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 0338, de 21 de octubre de 2009 y autorizar la constitución de un Fideicomiso a cargo del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural¹⁴ destinado a los micro y pequeños productores, urbanos o rurales, individuales o asociados.”¹⁵

¹³ Las políticas públicas comerciales se sustentan en la Constitución Política del Estado de Bolivia (2009).

¹⁴ En la Ley N° 3351 de 21 de febrero de 2006, de Organización del Poder Ejecutivo, el Ministerio de Planificación del Desarrollo tiene entre sus atribuciones planificar y coordinar el desarrollo integral del país, mediante la elaboración, coordinación y seguimiento de la estrategia nacional del desarrollo económico, social y cultural en relación con los Ministerios correspondientes; formular y coordinar las políticas y estrategias de desarrollo productivo y social; articular los Planes de Desarrollo Departamental y Municipal con la Estrategia Nacional de Desarrollo Económico y Social; y definir políticas para fortalecer la presencia del Estado como actor productivo y financiero para la redistribución de la riqueza económica.

¹⁵ Al respecto, la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 28015 03/07/2003, en su artículo 1 se establece “Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su

2.2. Los instrumentos políticos que sustentan las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras de exportación.

Las políticas comerciales para las Mipymes está constituido por el conjunto de los instrumentos técnicos-políticos y jurídicos expresan las directrices y los lineamientos estratégicos, tanto del sector público como del poder público, este último se caracteriza por “la planificación central integral, *el gobierno por planes*” (Aguilar, 2012:10), los cuales nos permiten identificar las herramientas del sistema de planificación, que comprende el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2011(bajo las directrices del programa del gobierno central), Plan de Desarrollo Departamental del Gobierno Autónomo de La Paz y el Plan de Desarrollo Municipal del Gobierno Autónomo de El Alto, en el marco de la estructura institucional y organizacional del Estado Plurinacional de Bolivia y bajo los postulados del Plan Integrado de Desarrollo Social de la Comunidad Andina.

Por su parte, el Plan Estratégico del Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa (2010) en el marco de las políticas de Estado, las políticas nacionales o las políticas sectoriales permite operativizar en programas y proyectos de apoyo y promoción del sector de exportación de productos manufactureros de las Mipymes en Bolivia en general y en la Ciudad de El Alto en particular.

En el marco de las competencias del Estado, a través del Ministerio de Planificación del Desarrollo presenta los lineamientos estratégicos del “Plan Nacional de Desarrollo ‘Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática, para Vivir Bien’ 2006-2011”¹⁶, como un instrumento de planificación, gestión y monitoreo para el desarrollo nacional, acorde al programa de gobierno.¹⁷

productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.”

¹⁶ Ministerio de Planificación del Desarrollo. *“Plan Nacional de Desarrollo “Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática, para Vivir Bien” lineamientos estratégicos 2006 - 2011”* La Paz: Ministerio de Planificación del Desarrollo, 2007.

¹⁷ En la Agenda Patriótica del Bicentenario 2025, en los 13 Pilares de la Bolivia Digna y Soberana se establece en el sexto pilar sobre la soberanía productiva: “[...] el Estado Plurinacional potencia y diversificación

2.2.1. Plan Nacional de Desarrollo.

La política comercial estratégica, en el marco de la política productiva, se centra en el aprovechamiento complementario del dinamismo de la demanda externa y de las potencialidades del mercado interno, lo cual significa un cambio del enfoque orientado exclusivamente a las exportaciones (PND, 2007:93).

Si bien en el Estado boliviano solo se cuenta con el Plan Nacional del Desarrollo (2007), el Plan Sectorial de Desarrollo Productivo con Empleo Digno (2009) del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural y Plan Estratégico del Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa (2010), tomamos como referentes los instrumentos políticos que sustentan las experiencias en materia de políticas económicas, productivas y comerciales de América Latina y el Caribe, como el “*Plan Nacional para el Desarrollo de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresa*, así como las herramientas, el “*Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*” que contribuyen en el diseño y gestión de planes, programas y proyectos para las Mipymes, bajo el criterio que compartimos:

“La Política MIPYME se plantea como una Política de Estado, con una visión de largo plazo, que establece las líneas de acción necesarias para orientar la formulación de planes, programas y proyectos de desarrollo del sector, en forma integrada y congruente con los planes socioeconómicos del país. Toma en cuenta las perspectivas de los diferentes actores involucrados en el proceso, como son los empresarios, trabajadores, instituciones financieras, gremios y asociaciones y el propio Estado. Al mismo tiempo, se plantean objetivos de corto y mediano plazo, en línea con la visión general del sector, de manera de contar con indicadores y medios para verificar el avance de las metas que comprende la Política”.¹⁸

agropecuaria, la conservación de los bosques y componentes de la biodiversidad, promueve la economía artesanal y manufacturera, fortalece el sector de servicios del comercio, turismo, transporte y comunicaciones, e impulsa el conjunto de los emprendimientos productivos y empresariales de pequeños y medianos productos y organizaciones económico comunitarias” (Ministerio de Comunicación, 2013:7).

¹⁸ Ministerio de Economía (s/f): *La Política Nacional para el Desarrollo de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: Creando más y mejores oportunidades*. Guatemala. p.8.

El Plan Sectorial de Desarrollo Productivo con Empleo Digno (2009) Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural “está orientado hacia los sectores de la agroindustria y alimentos, artesanía, manufactura, industria y turismo, con el objetivo de desarrollar una economía plural: pública, mixta y privada-comunitaria, pero con fuerte presencia estatal orientada a promover el desarrollo económico de todas las unidades productivas del país con más y mejores empleos.”¹⁹

En el marco de las políticas productivas nacionales, “las políticas comerciales incidirán en el desarrollo y fortalecimiento del mercado nacional para los productos agroindustriales a ser producidos por los pequeños y medianos productores. Sin embargo, en lo que se refiere a la transformación manufacturera e industrial, y sin descuidar la provisión para el mercado interno, se incidirá en aprovechar la potencialidad de los mercados externos [...] En este sentido, los procesos de industrialización y modernización de los pequeños y medianos productores, estarán directamente relacionados con la mejora de su competitividad para acceder a los actuales y nuevos mercados de productos, tanto del mercado interno como externo, complementada con la regulación de los mercados y precios, así como la normativa necesaria para proteger la industria nacional frente al contrabando y a las prácticas desleales del comercio.”²⁰

2.2.2. Plan Estratégico del Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa

Para el cumplimiento del Plan Estratégico del Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa se ponen énfasis en las siguientes líneas estratégicas.

- ❖ *Sistema de Información para la Micro y Pequeña Empresa.*
- ❖ *Centro piloto de capacitación para la Micro y Pequeña Empresa*
- ❖ *Elaboración de diagnósticos del sector para medir la incidencia de las MYPES y OECAS en la economía nacional*

¹⁹ Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (2009): *Plan Sectorial de Desarrollo Productivo con Empleo Digno*. La Paz.

²⁰ Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa. ***Plan Estratégico del Viceministerio de la Micro y Pequeña Empresa (VMPE)***. Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. La Paz: 2010. p. 8.

- ❖ *Estrategia integral de fortalecimiento al sector productivo de la micro y pequeña empresa.*
- ❖ *Banco de Insumos y Materias Primas para las MYPES.*²¹

2.2.3. Plan de Desarrollo Departamental del Gobierno Autónomo de La Paz.

En el Plan de Desarrollo Departamental del Gobierno Autónomo de La Paz se define el “fomento al desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos productivos y de transformación (economía plural) [mediante el] programa de servicios de desarrollo empresarial y microempresarial” (PDD, 2012:116-122), que implica la creación y el fortalecimiento de las Mypes, así como el apoyo por medio del programa de fomento al desarrollo empresarial a los “emprendimientos (familiares, comunitarios y OECA’s)”.²²

2.2.4. Plan de Desarrollo Municipal del Gobierno Autónomo de El Alto.

El Plan de Desarrollo Municipal del Gobierno Autónomo de El Alto prioriza en su diseño y gestión de políticas locales el apoyo a las organizaciones económicas constituidas en forma de Mypes. En este sentido, las “políticas municipales de articulación productiva para el sector industrial manufacturero” (PDM, 2006-2010) de acuerdo a los siguientes criterios:

- ❖ Organizar Asociaciones de Micro y Pequeñas Empresas que produzcan Mercancías para la Exportación.
- ❖ Selección de Micro y Pequeñas Empresas en base a Características Económica, Técnicas y Sociales”.

En el PDM del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, las asociaciones de micro y pequeñas empresas o la Asociación de las Pequeñas Unidades Productivas se

²¹ Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa (2010): *Plan Estratégico del Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa...*pp. cit. pp. 10-12.

²² Gobierno Autónomo Departamental de La Paz (2012): *Plan de Desarrollo Departamental del Gobierno Autónomo de La Paz, PDDA-LP al 2020*. La Paz: Secretaria Departamental de Planificación del Desarrollo.

definen como “la unión de agentes económicos, empresas, para emprender conjuntamente actividades económicas que generen beneficios a los componentes en la ejecución de una actividad productiva”, de acuerdo a las “políticas de articulación productiva para la aplicación de los objetivos propuestos y convertir a las pequeñas unidades productivas en generadoras de empleo y por tanto incremento de ingresos para los Alteños, [...] *El gobierno Municipal de El Alto debe generar alternativas que apoyen el crecimiento y desarrollo de la actividad productiva manufacturera*” (ver anexos 4 y 5).²³

Cuadro N° 2. Matriz comparativo de Planes y políticas de apoyo y promoción de micro pequeña y medianas empresas en la Ciudad de El Alto

Plan Nacional de Desarrollo	Plan de Desarrollo Departamental	Plan de Desarrollo Municipal
<p>Los sectores generadores de ingresos y empleo están integradas por: desarrollo agropecuario, transformación industrial, manufacturera y artesanal, turismo y vivienda [...]. Se caracterizan por ser intensivos en la mano de obra y con capacidad de generar ingresos para el conjunto de la población...”. Dichos sectores están integrados por diversas actividades productivas, comerciales y de servicio, y al mismo tiempo de tamaños, formas de organización y</p>	<p>Las manufactureras en el Departamento de La Paz, presentan una trayectoria de crecimiento en sus niveles de producción, lo que se refleja en un incremento de las exportaciones. Un aspecto importante de esta actividad económica es su amplia diversificación, ya que la estructura de la industria manufacturera”.</p>	<p>Políticas municipales de articulación productiva para el sector industrial manufacturero. Organizar Asociaciones de Micro y Pequeñas Empresas que produzcan Mercancías para la</p>

²³ Gobierno Municipal de El Alto (2006): *Plan de Desarrollo Municipal 2006-2010*. La Paz: Gobierno Municipal de El Alto, pp. 37-42.

<p>escalas de producción. En el área urbana se encuentran unidades micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, además de cooperativas y artesanías. En el área rural están conformadas por, medianas y pequeñas empresas, organizaciones económicas campesinas (OECAS), comunidades campesinas, pueblos indígenas y originarios, cooperativas y artesanías. El estado apoyara a todas estas unidades mediante políticas públicas con criterios de equidad, asociatividad, temporalidad y prioridad, considerando las potencialidades, equilibrios y dinamismos regionales y sectoriales”.</p>	<p>Fomento al desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos productivos y de transformación (economía plural).</p> <p>Programa de servicios de desarrollo empresarial y microempresarial” (PDD, 2012:116-122), que implica la creación y el fortalecimiento de las Mypes.</p> <p>Emprendimientos (familiares, comunitarios y OECA's) apoyados por el programa de fomento al desarrollo empresarial.</p>	<p>Exportación.</p> <p>Selección de Micro y Pequeñas Empresas en base a Características Económica, Técnicas y Sociales.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia basada en PND (2007), PDD (2012) y PDM (2006).

2.3. Los instrumentos jurídico-políticos de integración en las políticas comerciales para las Mipymes de la Comunidad Andina.

2.3.1. Los objetivos en el Acuerdo de Cartagena.

De acuerdo al Artículo 1 del Acuerdo de Cartagena, Tratado fundacional del proceso andino de integración suscrito en Bogotá el 26 de mayo de 1969²⁴, se establece el objetivo central de este proceso de integración:

²⁴ Este Tratado Internacional fue suscrito por Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú. Venezuela se adhirió entre 1973 y 2006, y Chile lo abandonó en 1976, volviendo a incorporarse posteriormente al proceso de

“tiene por objetivos promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social; acelerar su crecimiento y la generación de ocupación; facilitar su participación en el proceso de integración regional con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano” (Acuerdo de Cartagena, 1969, art. 1).

En este sentido, Mendoza (2011) entiende que *“...promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social”* todo ello con la finalidad de *“procurar un mejoramiento persistente en el nivel de vida de los habitantes de la Subregión”* (Mendoza, 2011:207).²⁵

2.3.2. El Plan Integrado de Desarrollo Social de la Comunidad Andina.

En el marco de las políticas públicas para el desarrollo social de la comunidad andina, se construye “la Agenda Social Andina, [que] se define como el conjunto de acciones que la Comunidad Andina lleva adelante para desarrollar la dimensión social de la integración. Esta, a su vez, comprende tres grandes áreas de intervención: a) *acciones de carácter social que son necesarias para la plena operación del mercado ampliado y para avanzar en la integración;* b) *programas, proyectos y actividades de alcance comunitario que complementan y agregan valor a las políticas sociales de los países miembros;* y c) *la creación de instancias para democratizar el proceso de integración y volverlo más participativo”*.²⁶

En el diseño y gestión de las políticas sociales se considera prioritario las políticas comerciales para las Mipymes, ya que el campo económico de la vida social es inherente a la búsqueda de bienestar para mejorar las condiciones de vida de las personas de los países miembros de la CAN. Para ello es necesario la aplicación

integración como País Miembro Asociado y definiendo una serie de áreas en las cuales tiene interés de participar activamente a través de la aprobación de la Decisión 666 del año 2007.

²⁵ Mendoza, Guido (2011): La superación de la desigualdad y los retos del desarrollo económico y social en América Latina. los avances en la Comunidad Andina...pp.204-214.

²⁶ Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores (2004, setiembre de): **Plan Integrado de Desarrollo Social**. Nueva York: Decisión 601, pp. 6-7.

del “Plan Integrado de Desarrollo Social”, que se inscribe dentro de la segunda área de intervención y deberá contribuir también al desarrollo de las otras dos.

En el marco de los instrumentos jurídicos y políticos tenemos como referente la Decisión 601, mediante el cual se implementa “el *Plan Integrado de Desarrollo Social* (PIDS), entendido como una *estrategia social comunitaria, tiene el propósito de encauzar acciones de alcance subregional (actividades, proyectos y programas) que enriquezcan y complementen las políticas nacionales de superación de la pobreza y la inequidad social*. El PIDS constituye así la propuesta de mayor envergadura dentro del segundo de los ejes de la Agenda Social Andina antes enunciados. Sin embargo, no deben perderse de vista los vasos comunicantes que existen entre los tres ejes. Así, por ejemplo, los esfuerzos desplegados por los países miembros para incrementar la cobertura y mejorar la calidad de la educación, a la vez que contribuyen a luchar contra la pobreza y a garantizar la vigencia de un derecho humano fundamental, también posibilitan una participación más activa y consciente de la población en la toma de decisiones, incluidas aquellas que inciden sobre el proceso de integración. Similarmente, la reciente puesta en vigencia de los nuevos instrumentos sociolaborales sobre migraciones, seguridad social o sobre salud y seguridad en el trabajo ayudarán a consolidar el mercado ampliado, pero también contribuirán a la equidad social y a la protección de los trabajadores.²⁷

La Comunidad Andina ha llevado a cabo una integración comercial caracterizada por: zona de libre comercio, arancel externo común, normas de origen, competencia, normas técnicas, normas sanitarias, instrumentos aduaneros, franjas de precios, sector automotor y liberalización del comercio de servicios.²⁸

²⁷ Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores (2004, setiembre de): *Plan Integrado de Desarrollo Social...* Óp. cit. p. 10.

²⁸ Un Mercado Común, la CAN realiza tareas de: Coordinación de Políticas Macroeconómicas, Propiedad Intelectual, Inversiones, Compras del Sector Público y Política Agropecuaria Común. En el campo de las Relaciones Externas, la CAN mantiene: negociaciones con el MERCOSUR, con Panamá, con Centroamérica y con la CARICOM; Relaciones con la Unión Europea, Canadá y EEUU; Participa en el ALCA y en la OMC; y todos los países miembros tienen una Política Exterior Común.

Este organismo ha realizado grandes esfuerzos para conseguir una integración física y fronteriza en materia de transporte, infraestructura, desarrollo fronterizo y telecomunicaciones, y también una integración cultural, educativa y social.

Los *acuerdos comerciales* son instrumentos económicos de entendimientos bilateral o multilateral entre Estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos de los nacionales de las partes contratantes y aumentar los intercambios comerciales.²⁹

2.4. Las políticas comerciales para las Mipymes de la Comunidad Andina orientados a alcanzar el Bien Común y Vivir Bien o Buen Vivir.

En el marco de la elaboración de la agenda de “Integración Integral”, el diseño y gestión de las políticas públicas relacionados con las políticas sociales y políticas económicas: políticas productivas y comerciales, tienen como metas, objetivos y fines, en la teoría como en la práctica, alcanzar la Dignidad y Convivencia humana en la búsqueda del Bien Común y Vivir Bien, Buen Vivir y Vida plena.

En este sentido, las políticas comerciales para las Mipymes de la Comunidad Andina se sustentan en las premisas establecidas en la Declaración de Tarija:

“...Desarrollar y profundizar el proceso de integración de la CAN tomando en cuenta las visiones y enfoques de los Países Miembros, *con el objetivo de lograr unidad en la diversidad al servicio de ‘vivir bien’ de nuestros pueblos y de la armonía con la naturaleza...*” (Declaración de Tarija, 2007).

Por su parte, Alarcón (2010) entiende como un mandato político de carácter general que debe ser implementado por los órganos e instituciones

²⁹ Al respecto, existen dos tipos de acuerdos comerciales: de *cooperación internacional*, es un sistema mediante el cual se asocian varios estados con el fin de alcanzar determinados objetivos comunes que responden a sus intereses solidarios, sin que la acción emprendida, ni las medidas adoptadas para alcanzarlos, afecten esencialmente a sus jurisdicciones o a sus prerrogativas de Estado soberano, y de Integración internacional, es un sistema por el que se unen varios Estados, delegando su ejercicio en una autoridad supranacional, en la que se opera la fusión de sus intereses, y a cuyas decisiones aceptan someterse mediante el control y los procedimientos adecuados, para todo aquello que se refiera al sector de actividad encomendado a la alta autoridad.

correspondientes del Sistema Andino de Integración (SAI) (ver Anexo 3). En el marco de esta institución de integración podemos identificar las dimensiones del poder económico, político, social y cultural que se interrelacionan en el proceso de políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado andino mediante los cuales se genera el proceso de articulación integral de la Comunidad Andina.

Gráfico N° 1: Los Estados miembros de la Comunidad Andina en el espectro ideológico, político y económico.



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III

EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MIPYMES DE LA CIUDAD DE EL ALTO EN LAS POLÍTICAS COMERCIALES DE EXPORTACIÓN MANUFACTURERA AL MERCADO REGIONAL DE LA COMUNIDAD ANDINA

En este capítulo se aborda sobre el emprendimiento de las micro, pequeña y mediana empresas de la ciudad de El Alto en el proceso de las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado regional de la Comunidad Andina, desde esta óptica podemos describir la estructura de la cadena productiva del tejido social relacionados con la participación de los agentes económicos en la esfera de las decisiones y acciones políticas orientados a la integración regional.

3.1. Las micro, pequeña y mediana empresas como unidades productivas de emprendimiento empresarial.

Para referirnos a las Mipymes como unidades productivas del sistema económico, es pertinente entender como agentes económicos u organizaciones económicas, sean en forma de empresas del sector industrial, comercial y servicios, así como empresas comunitarias, que constituyen la cadena productiva del tejido social, cuya peculiaridad está en la producción y distribución de bienes económicos con valor agregado, característico de las empresas manufactureras.

3.2.2. Empresas unipersonales.

Las empresas unipersonales en la actividad productiva hacen referencia a emprendimientos o iniciativas personales³⁰ en la producción de bienes y prestación de servicios, cuyos objetivos están orientados a obtener beneficios o utilidades para satisfacer las necesidades sociales en el mercado.

Las empresas unipersonales forman parte de la categoría Mipymes, aunque es preciso distinguir de las asociaciones, que corresponde en su mayoría a medianas

³⁰ En cuanto a las empresas unipersonales cabe destacar la naturaleza del emprendimiento de las actividades económicas, productivas y comerciales, basadas en una iniciativa “por cuenta propia”.

empresas, por lo que las empresas unipersonales corresponden en su mayoría a micro y pequeñas empresas, cuyos agentes económicos como organizaciones económicas constituyen el sistema económico local, nacional y regional.

3.2.3. Empresas familiares.

Las empresas familiares hacen referencia a unidades productivas como una organización económica constituida por personas, en cuya actividad económica participan miembros del entorno familiar por el sentido de pertenencia, basada en valores comunes como la unión, la tolerancia y la confianza que pueden generarse entre los miembros de una familia en la empresa -sobre todo en micro y pequeñas empresas- y que trascienden de generación en generación, perfeccionando el proceso productivo a través de la innovación con responsabilidad social.³¹

3.1.3. Empresas comunitarias.

La empresa comunitaria es “una forma de organización social, que está basada en la economía del núcleo familiar, donde existen bienes de carácter personal y comunal, la competencia se equilibra en la complementariedad; la acumulación de los excedentes es redistributivo y recíproco. En esta modalidad de trabajo, gana el empresario comunitario al mismo tiempo gana también el productor primario de forma proporcional en la medida que crece y mejora la industria. La competencia es complementaria y de equilibrio” (Morales, 2008).³²

³¹ Al respecto Purtschert (2011) “ofrece una visión de las organizaciones, en particular de las pequeñas y medianas empresas, basada en una cultura responsable, en las cuales se puede alcanzar un bienestar organizacional basada en buenas relaciones, proactividad, transparencia, puntualidad y respeto entre quienes las conforman...”.

³² Según Morales (2008) “en la forma de producción comunitaria (forma de producción del ayllu) los bienes son de dos formas, bienes personales y bienes comunales; los bienes personales pertenecen al núcleo familiar (chacha-warmi), que *funciona en complementariedad entre el hombre y la mujer* (esposos); la paridad administra su economía “la empresa productiva comunitaria”, con el apoyo y complemento de sus hijos, principalmente en la producción básica y primaria como la agricultura y ganadería. Los bienes comunales son aquellas que pertenecen al conjunto social de la comunidad, donde todos disfrutan de su uso...”. Para enriquecer este estudio ver las investigaciones de Patxi (2007), Yampara (2007) y Untoja (2012).

3.2. Las micro, pequeña y mediana empresas en los sectores económicos.

3.3.1. Las Mipymes en el sector industrial.

Las Mipymes en el sector de la industria manufacturera, hace referencia a la participación de los segmentos empresariales en el proceso productivo basada en la manufactura y tecnología; de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (2012) “se entiende por industria manufacturera a la transformación física y química de materias primas, materiales y componentes en productos (bienes)”.³³

3.3.2. Las Mipymes en el sector comercial.

La participación de las Mipymes en el sector comercial, se refiere a las actividades económicas que las unidades productivas se dedican, referidos al intercambio de bienes y servicios para generar beneficios, en este sentido, el “comercio es la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta (al por mayor o menor) de las mercaderías diversas percibiendo una utilidad o ganancia” (ibídem).

3.3.3. Las Mipymes en el sector servicios.

Las Mipymes que desempeñan sus labores o prestan servicios cuya finalidad es generar ingresos y beneficios, considerando que “los servicios son ventas de bienes intangibles sobre los cuales no recae ninguna propiedad, es un conjunto de actividades orientadas a la satisfacción de necesidades de los clientes” (ibídem).

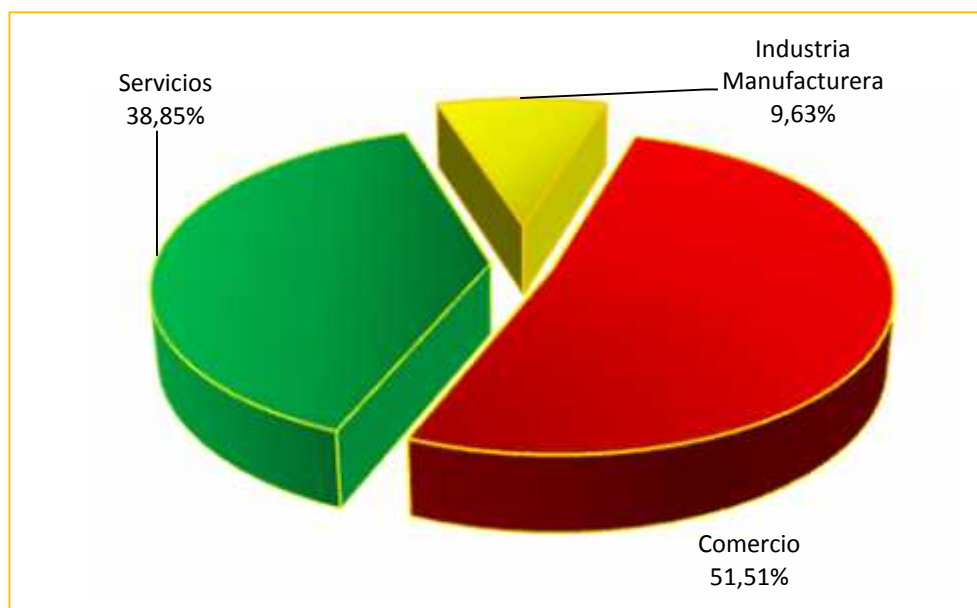
Las micro, pequeña y mediana empresas se han constituido en un sector estratégico de la economía boliviana, más allá de generar utilidades, empleo, crecimiento del PIB, etc., permite obtener los objetivos de interés y beneficio social a través de la producción de bienes y prestación de servicios para satisfacer las necesidades de las personas, ya que comprende los sectores económicos de la *industria manufacturera, comercio y servicios*, cuyo escenario de relación

³³ Instituto Nacional de Estadística del Estado Plurinacional de Bolivia (2012): *Resultados de la Encuesta Trimestral a las Micro y Pequeñas Empresas 2010*. La Paz: INE, p. 18.

comercial o negocio propicio para generar intercambio y redistribución de productos, en el mercado local, nacional, regional y global.

En este sentido, el sector comercial de la economía boliviana es la que mayor actividad económica genera, ya que también contribuye al sector de la industria manufacturera, para ello ilustramos con el siguiente gráfico, (Ver Anexo 6):

Gráfico N° 2: Bolivia: Participación de las micro y pequeñas empresas, según actividad económica, 2010.



Fuente: Elaboración propia basada en Instituto Nacional de Estadística, 2010

3.3. Las micro, pequeña y mediana empresas en el desarrollo económico.

El emprendimiento empresarial basada en la competitividad desde una concepción de la productividad, nos permite comprender las actividades económicas, productivas y comerciales de las Mipymes en la vida social, razón por la cual es necesario entender la misión de esos agentes económicos como organizaciones sociales -empresas de carácter privado, público, comunitario y cooperativa- orientados por una visión de integración regional.

3.3.1. El emprendimiento empresarial.

El emprendimiento empresarial hace referencia a un proyecto económico que surge de la iniciativa de una persona o una organización social en el ámbito del comercio y negocio, que implica inversión en los recursos económicos, financieros y humanos para alcanzar determinados objetivos.³⁴

El emprendimiento empresarial se define como la capacidad de una persona o un conjunto de personas constituidas en forma de una organización toma(n) la decisión de encaminar una iniciativa en las actividades económicas, productivas y comerciales, a través de un negocio o creación de una empresa de producción de bienes y prestación de servicios, orientados a la obtención de metas u objetivos referidos a las utilidades y los beneficios para satisfacer las necesidades sociales. Al respecto, Víctor Guachalla (2014) de Promueve Bolivia, afirma lo siguiente:

“...desde el punto de vista el emprendimiento, Bolivia se caracteriza por ser muy emprendedor, las personas por su naturaleza tanto mujeres como varones son muy emprendedoras, particularmente en las regiones de Santa Cruz, Cochabamba, La Paz y El Alto un registro que tenemos de Fundaempresa vemos de que para el 2012 más de 53 mil unidades productivas que han iniciado sus actividades y todas ellas eran un 30% micro empresas, vale decir pequeñas unidades productivas...” (Entrevista con Guachalla, 2014).

3.3.2. Competitividad empresarial.

La competitividad empresarial se define como la capacidad que tiene los agentes económicos en la asignación de recursos con eficiencia y eficacia para generar valor agregado, a través del incremento de la *productividad* y la *participación*

³⁴ El emprendimiento de las micro, pequeña y mediana empresas comprende un conjunto de actitudes y aptitudes que son necesarios para crear, desarrollar y mejorar proyectos orientados a generar el intercambio de bienes y servicios en el mercado, donde las empresas de los países miembros de la Comunidad Andina interactúan en forma de redes y cadenas productivas que generan la cohesión del tejido social, y se sustentan en la competitividad y productividad bajo las premisas de la solidaridad y complementariedad a la medida de la riqueza cultural como un paradigma de organización económica, política y social en la búsqueda del Bien Común y Buen Vivir/Vivir Bien.

sostenible de las empresas en condiciones de igualdad de oportunidades en el mercado de bienes y servicios para obtener utilidades, intereses y beneficios.³⁵

La concepción de Porter (1993), que pone énfasis en el *proceso productivo* como el criterio determinante de la competitividad, nos permite compartir enriquecer la propuesta de definición de competitividad empresarial desde dos acepciones:

“Alic (1987) define como *la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países*”. [Por su parte], Vallejo (1999), Michalet (1981) y Valero (2004), insisten en la permanencia de las empresas en el mercado libre como un criterio de competitividad; Román (2004) destaca la importancia de la innovación en la generación de productos; Pallares (2004) da gran importancia tanto a la capacidad de generar redes como a la asociación; y Malaver (1999) señala que la competitividad es “la necesidad de las organizaciones de sostenerse y consolidarse dentro de sus mercados, teniendo como indicador el porcentaje de participación -de sus bienes y servicios- en ellos, a partir de una concepción sistemática que incorpora elementos económicos, empresariales, políticos y socioculturales” (Cabrera, 2011:3).³⁶

En este sentido, consideramos adecuado abordar la *competitividad de las micro, pequeña y mediana empresas* en las relaciones comerciales del mercado de la Comunidad Andina, tomando en cuenta los factores o condiciones que se generan en los niveles de industria, región y país, se toma como referente la idea planteada por Porter (1993)³⁷ y retomada por Krugman (1997), quien argumenta que “*las que compiten no son las naciones, sino las empresas*”; o sea, a un país lo hace competitivo el desempeño de las empresas que conforman su aparato productivo.

³⁵ De acuerdo a la teoría de los recursos y capacidades postulados por Hitt y Hoskisson (1999) se entiende en el campo empresarial “las capacidades permiten el despliegue coordinado de recursos para transformarlos en productos y generar valor agregado, favoreciendo aspectos como la productividad, la calidad, la eficacia o cualquier otro objetivo organizacional”.

³⁶ Véase en Cabrera M., Alejandra; López L., Paula; y Ramírez M., Claudia (2011, marzo de): **La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio**. Documentos de investigación, Administración de Empresas, N.º 4. Bogotá: Universidad Central.

³⁷ Michael Porter (1993) se refiere a este concepto como “la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores domésticos e internacionales, lo que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener o aumentar los ingresos reales”.

3.3.3. La productividad empresarial.

La productividad hace referencia al desempeño económico de las organizaciones económicas -empresas- en el proceso productivo, a través de la gestión eficiente y eficaz de los recursos -en el mercado de factores de producción: tierra, trabajo, capital y capacidad empresarial (tecnología)-, es decir, la capacidad de desarrollar la actividad económica en la producción, intercambio, consumo y distribución en el mercado de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Para comprender la productividad empresarial una condición sine qua non es el emprendimiento, razón por la cual es importante desatacar la vocación productiva que se sustenta en los emprendimientos de las micro, pequeña y mediana empresas, es por eso, desde la perspectiva de *Promueve Bolivia* considera que:

“...hemos visto en el país que el sector de manufacturas tiene bastante emprendimiento que genera también bastante empleo y también proporciona bastante a lo que es el PIB, [...] por ejemplo, el PIB que genera los emprendimientos, lo que son las manufactures de las Mipymes alcanza por lo menos al 30% a nivel nacional según un estudio de lo que es el CEDLA, y tenemos a nivel de emprendimiento en el país aproximadamente a 117 mil unidades productivas como emprendimientos de Mipymes, posiblemente estas no estén registradas, formalizadas legalmente, pero existe esa cantidad de emprendimientos y esto genera aproximadamente más de 3 millones de empleos” (Entrevista con Guachalla, 2014).

En cuanto a la productividad de las actividades económicas y comerciales que desarrollan las Mipymes para generar el intercambio de bienes y servicios en el mercado regional andino, Alarcón (2010) destaca que:

“La Productividad está relacionada a la capacidad de los sectores económicos, empresariales y productivos para mantener o acrecentar su presencia en el mercado, en condiciones de equidad social y con respeto al medio ambiente” (Alarcón, 2010:14).

La productividad empresarial del sector manufacturero en la ciudad de El Alto es muy importante, sabiendo que las Mipymes se caracterizan por la transformación de materias primas, con la utilización de recursos o insumos, en bienes materiales con valor agregado, cuya cualidad productiva contribuye al desarrollo económico.

3.4. Las micro, pequeña y mediana empresas manufactureras exportadoras en las políticas comerciales.

Las micro, pequeña y mediana empresas son unidades productivas de bienes y servicios, que generan el intercambio comercial en el mercado. Estas organizaciones sociales de carácter económico como agentes económicos juegan un rol determinante en la toma de decisiones económicas que expresan su relación con la dimensión política de la vida social.

Cuadro N° 3: Definición de las Mipymes exportadoras

Países de la CAN/Tamaño	BOLIVIA	PERÚ	ECUADOR	COLOMBIA
MICRO	Hasta 10	Hasta 9	Hasta 9	Hasta 10
PEQUEÑA	Hasta 20	Hasta 20	Hasta 49	Hasta 50
MEDIANA	Hasta 49	Hasta 100	Hasta 199	Hasta 200

Fuente: Elaboración propia basada en Saavedra, Moreno y Hernández, 2008; y Ferraro y Stumpo, 2010.

Cuadro N° 4: El tamaño de las Mipymes en la Comunidad Andina

Variables	Estrato I	Estrato II	Estrato III	Estrato IV
Personal ocupado	1 - 9	10 - 49	50 - 99	100 -199
Valor bruto de las ventas anuales (\$us)	100.000	100.001-1.000.000	1.000.001-2.000.000	2.000.001-5.000.000

Fuente: Comunidad Andina, 2010.

3.4.1. Las micro, pequeña y mediana empresas exportadoras de Bolivia.

Considerando los sectores de la actividad económica podemos dar cuenta de la participación de las Mipymes en las exportaciones de acuerdo a los sectores primarios y manufactureras, aquí desatacamos la importancia del segundo, para comprender esta estructura de exportaciones ilustramos con los siguientes datos:

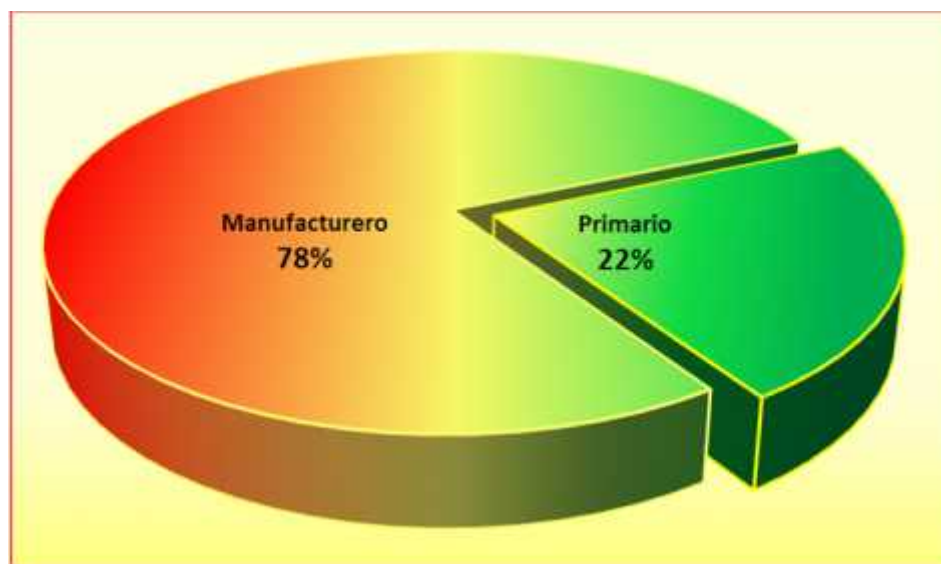
Cuadro N° 5: Las Mipymes exportadoras según sectores

Sectores	Nº de empresas	Participación en el total de %	Exportaciones	Participación en el total de %
Primario	225	22,0	57.049.872	44,3
Manufacturero	800	78,0	71.752.389	55,7
Total	1.025	100	128.802.261	100

Fuente: Elaboración propia basada en CEPROBOL, 2006.

Al respecto, los datos que presentamos en el siguiente cuadro nos muestra el valor exportado de 128.802.261 \$us., los cuales nos permiten identificar y distinguir entre las *exportaciones primarias* que alcanza el 57.049.872 \$us., equivalente a 44,3%, concretadas por 225 empresas y las *exportaciones manufactureras* obtienen el valor de 71.752.389 \$us., que equivale a 55,7%, realizadas por 800 empresas.

Gráfico N° 3: El perfil exportador de las Mipymes



Fuente: Elaboración propia basada en CEPROBOL, 2006.

En relación a la información obtenida, nos permite determinar la concentración mayoritaria de las Mipymes exportadoras en el sector manufacturero, en términos de participación de las unidades productivas, por lo tanto, la cantidad de 800

empresas representan el 78% en comparación del 22% que constituyen las 225 empresas exportadoras de los sectores primarios (minerales y agropecuarios).

De acuerdo a la participación de las Mipymes en la estructura comercial de exportación del sector manufacturero, considerando el valor exportado de 71.752.389 \$us., presentamos las actividades productivas que constituyen la misma en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 6: Mipymes en las exportaciones por sectores manufactureros

Sector	Valor \$us.	Participación %
Manufacturas de Madera	30.190.309	42,1
Textiles y Confecciones	14.923.393	20,8
Manufacturas de cuero	5.848.372	8,2
Alimentos y Bebidas	4.875.436	6,8
Manufacturas varias	3.169.489	4,4
Plásticos	3.107.744	4,3
Productos Metálicos	1.792.057	2,5
Productos de Construcción	1.634.891	2,3
Metalmecánica	1.238.407	1,7
Joyería	1.184.223	1,7
Productos de Papel	1.150.800	1,6
Derivados de hidrocarburos	1.017.012	1,4
Productos Químicos	364.312	0,5
Productos No Metálicos	363.752	0,5
Productos Eléctricos	325.555	0,5
Medicinas	292.985	0,4
Juguetes y Juegos	122.561	0,2
Instrumentos Musicales	103.561	0,1
Electrónica	45.950	0,1
Productos de caucho	1.580	0,0
Total exportado	71.752.389	100,0

Fuente: Elaboración propia basada en CEPROBOL, 2006.

Este cuadro nos proporciona la información sobre la participación de las Mipymes en la exportaciones por sectores manufactureros, donde podemos observar la preeminencia del sector de manufacturas de madera, que alcanza 30.190.309

\$us., representa el 42,1% del total exportado, le sigue el sector de textiles y confecciones con 14.923.393 \$us., que representa el 20,8%, así sucesivamente.

Las micro, pequeña y mediano empresas del sector manufacturero de Bolivia se caracteriza por su vocación comercial en materia de exportación al mercado internacional en general y al mercado regional de la comunidad Andina en particular, razón por la cual es pertinente presentar los siguientes datos que constatan la contribución al desarrollo económico y social.

Cuadro N° 7: Las Mipymes manufactureras exportadoras de Bolivia

Categoría	Número de empresas	Porcentaje en el total de empresas	Participación en el total de exportaciones
Micro	338	42,3%	1,1%
Pequeña	234	29,3%	12,2%
Mediana	228	28,5%	86,7%
Total	800	100%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en CEPROBOL, 2006.

Los datos presentados nos permiten realizar un análisis del desempeño económico de las Mipymes en materia de exportación manufacturera, en función del porcentaje en el total de las empresas y la participación porcentual en el total de las exportaciones de acuerdo a los segmentos empresariales, mediante el cual podemos distinguir que el 86,7% corresponde a la mediana empresa, a pesar de que el porcentaje de producción es de 28,5 en relación del 42,3% de producción de las microempresas cuya participación en la exportación alcanza el 1,1%.

Cuadro N° 8: Mipymes manufactureras exportadoras

Categoría	Número de empresas	Porcentaje en el total	Monto exportado	Participación en %
Micro	338	42,3%	796.249	1,11%
Pequeña	234	29,3%	8.736.011	12,18%
Mediana	228	28,5%	62.220.129	86,72%
Total	800	100,0%	71.752.389	100,00%

Fuente: Elaboración propia basada en CEPROBOL, 2006.

Considerando los datos referidos a los valores exportados en cada categoría de las empresas podemos dar cuenta de una situación inversamente proporcional, donde se observa que una gran proporción del valor de estas exportaciones corresponde a las de las empresas medianas en relación al monto exportado.

3.4.2. Las Mipymes manufactureras exportadoras de La Paz.

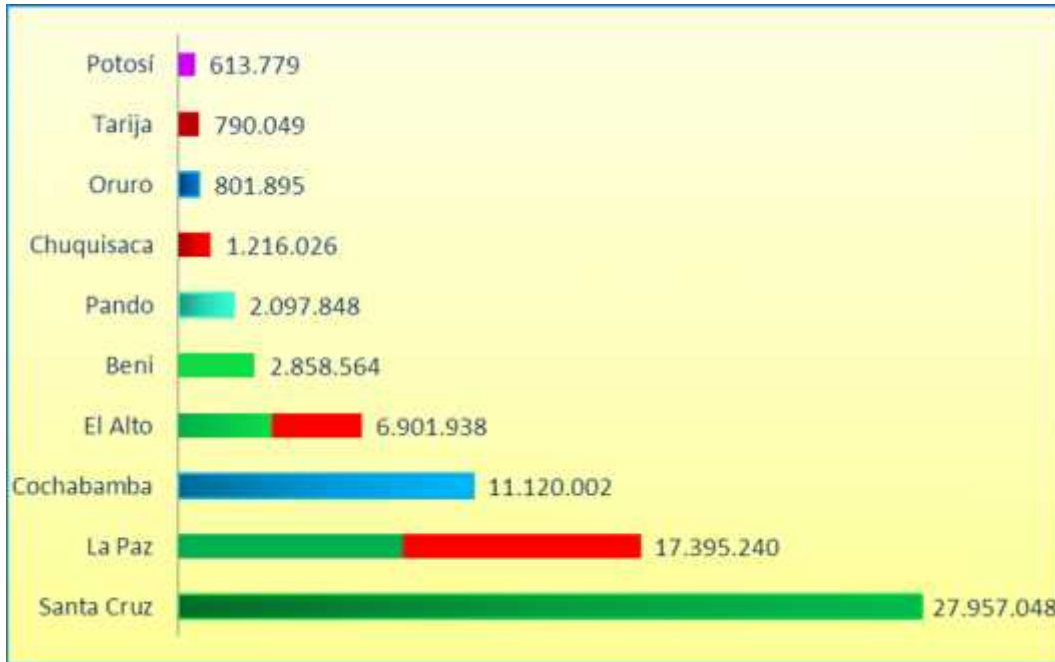
Para referirnos a las micro, pequeñas y medianas empresas manufactureras exportadoras del departamento de La Paz consideramos los datos de diagnóstico del Plan de Desarrollo Departamental de La Paz, mediante el cual se conoce que:

“El Departamento de La Paz, concentra casi el 12% del valor total exportado de Bolivia, destacándose entre sus productos exportables, las manufacturas de joyería, textiles y prendas de vestir, muebles y cuero. Las exportaciones paceñas encuentran en los productos manufacturados cerca de las dos terceras partes de sus ingresos de divisas anuales. [...] La ciudades del La Paz y El Alto concentran al 30.78% de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) de Bolivia, el 82.46% de las MYPES del Departamento de La Paz son pequeñas unidades de hasta cuatro empleados. El 58.12% está orientada a la producción industrial, el 26.99% a los servicios y solo 14.88% a las actividades comerciales. De las MYPES dedicadas a la actividad industrial 72.04% se dedica a la fabricación de textiles, prendas de vestir, muebles y manufacturas”.³⁸

Por su parte, Solares (2012) describe “las Mipymes manufactureras en las exportaciones por departamento y la ciudad de El Alto”, que se distingue la participación de las micro, pequeña y mediana empresas manufactureras de la ciudad de El Alto en la exportación a comparación de los departamentos de Santa Cruz, La Paz y Cochabamba, en el periodo de estudio ha incrementado la productividad, posicionándose de manera sostenible en el mercado internacional así como en el mercado regional de la Comunidad Andina, veamos el gráfico:

³⁸ Gobierno Autónomo Departamental de La Paz (2012): *Plan de Desarrollo Departamental del Gobierno Autónomo de La Paz, PDDA-LP al 2020...*óp. cit. p. 65.

Gráfico N° 4: Las Mipymes manufactureras en las exportaciones por departamento y el Alto (en \$us).



Fuente: Elaboración basada en CEPROBOL, 2006.

Los datos que presentamos para realizar un análisis tomando en cuenta el valor de exportación proveniente de cada departamento y de la ciudad de El Alto, sobre este último hacemos hincapié, en el sentido de que se trata de un importante centro de actividad industrial manufacturera, donde se desenvuelven con mucho éxito las micro, pequeña y medianas empresas.

De esta manera podemos observar que el valor total exportado por las Mipymes manufactureras es de 71.752.389 \$us., de los cuales, el 88,3% está concentrado en los departamentos de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba y la ciudad de El Alto. Sobre este último se constata la contribución de un 9,6%, en una participación desagregada del valor de la exportación, cuya proporción sumados con un 24,2% de La Paz alcanza el 33,8% del total de los valores de exportación.

La vocación productiva de las Mipymes en el rubro de las manufacturas ha permitido posicionarse en la exportación de sus principales productos, donde los

segmentos empresariales se de acuerdo a sus condiciones y oportunidades de emprendimiento y competitividad se destacan en los siguientes sectores:

Cuadro N° 9: Mipymes manufactureras y sus principales sectores

La Paz		El Alto	
Sectores	Exportaciones \$us.	Sectores	Exportaciones \$us.
Textiles y Confecciones	7.152.606	Manufacturas de Madera	3.261.845
Manufacturas de Madera	4.681.069	Textiles y Confecciones	1.477.816
Manufacturas varias	1.537.407	Plásticos	794.234
Productos Metálicos	878.818	Manufacturas varias	588.965
Manufacturas de cuero	688.050	Alimentos y Bebidas	249.041

Fuente: Elaboración propia basada en CEPROBOL, 2006.

Los datos de los cinco principales sectores representan el 85,6% del valor de las exportaciones de estos segmentos empresariales, en la venta de productos al mercado externo predominan las manufacturas de madera, con 15.102.865 \$us, que representan el 54% de las exportaciones totales. Por su parte, los siguientes sectores que se destacan son: los textiles y confecciones con el 10,8%, las manufacturas de cuero con el 7,4% y la participación de los demás sectores en menor proporción, pero no por ello es menos importante.

El valor de exportación de las Mipymes manufactureras en el departamento La Paz es de 17.395.240 \$us., los cinco sectores identificados representan el 85,7% de este valor. De acuerdo a los datos se observa que el primer lugar ocupa el sector de los textiles y confecciones con el 41,1% de participación, seguidos por las manufacturas de madera con el 26,9%, las “manufacturas varias” como la partida arancelaria que representa el 8,8%, los productos metálicos con el 5% y las manufacturas de cuero que llegan al 3,9%.

Es por eso, se destaca la vocación productiva de las micro y pequeña empresas manufactureras en distintos rubros por Saturnin Ramos (2014), Presidente de la Confederación de las Micro y Pequeña Empresas de la ciudad de El Alto, afirma:

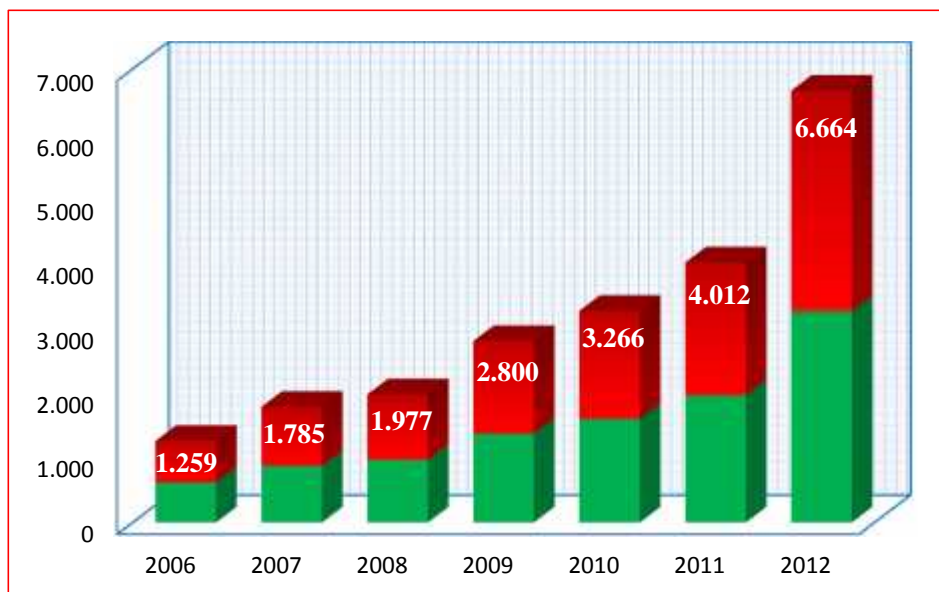
“...la manufactura es una de las áreas que se da a una materia prima su valor agregado en la parte textil [...] el conjunto de las áreas que tenemos como es el caso textil, madera, cuero, metal mecánica, vidrios, estoy hablando de la parte de servicios, estoy hablando del área de lo que es artesanía, [...] lo que es la institución, es de que no solo nosotros nos identificamos como micro y pequeña empresa a los de producción sino que también están los de servicio, el caso de las artes gráficas que son parte de la cadena productiva que se encargan del funcionamiento de un producto terminado, el tema de la construcción que muchos han dicho que es mano de obra nomas, y no es así *en Bolivia se está produciendo y dando valor agregado*” (Entrevista con Ramos, 2014).

En cuanto a las Mipymes de la ciudad de El Alto, la participación en la exportación alcanzó un valor de 6.901.938 \$us., donde los cinco principales sectores representan el 92% del total de ventas externas de las Mipymes, que está constituido en primer lugar por las exportaciones de las manufacturas de madera con el 47,2% del total, seguidos por los textiles y confecciones con el 21,4%, los plásticos con el 11,5%, las manufacturas varias con el 8,5% y los alimentos y bebidas con el 3,6%.

En cuanto a los segmentos empresariales, en “el registro de empresas de la Ciudad de El Alto. El comercio es la mayor actividad en crecimiento en la ciudad de El Alto, seguido por la construcción y la industria manufacturera”³⁹, veamos el siguiente gráfico:

³⁹ La Razón, El Alto, La Paz, 30 de diciembre de 2012 .

Gráfico N° 5: El Alto: Base empresarial por gestión, según tipo societario 2006-2012



Fuente: Elaboración propia basada en Infoempresas El Alto, La Razón, 2012.

3.4.3. Las Mipymes manufactureras exportadoras de la ciudad de El Alto.

En este contexto las Mipymes manufactureras exportadoras de la ciudad de El Alto, se caracteriza por su vocación emprendedora y productiva, razón por la cual respaldamos con datos que sustentan su participación en la exportación de productos manufacturados, veamos el siguiente cuadro:

Cuadro N° 10: Mipymes manufactureras en la exportación desde El Alto

Categoría	Número de empresas	Participación en el total %	Exportaciones en \$us.	Participación en el total %
Micro	20	39,2	52.380	0,8
Pequeña	11	21,6	504.577	7,3
Mediana	20	39,2	6.344.981	91,9
Total	51	100	6.901.938	100

Fuente: Elaboración propia basada en CEPROBOL, 2006.

Los datos que presentamos nos permiten apreciar que en la ciudad de El Alto la participación de las micro, pequeña y mediana empresas manufactureras en la exportación reflejan características similares a los otros centros de producción y distribución, en términos de exportación de los departamentos de este sector, ya que la cantidad de Mipymes que exportaron manufacturas desde la urbe alteña alcanza a 51 empresas, de las cuales se distinguen en proporciones iguales, la cantidad de 20 microempresas y medianas empresas, cada una representando una participación en el total de 39,2% de acuerdo a sus categorías, y las 11 pequeñas empresas constituyen el 21,6%.

Al respecto, cabe precisar sobre la información obtenida, considerando lo que compartimos más adelante, que refleja un comportamiento de la contribución al valor de exportación inversamente proporcional relacionados con las micro y pequeñas empresas manufactureras en la exportación, ante el predominio de las medianas empresas, cuyas ventas externas representan el 91,9% del valor exportado desde El Alto pero que no es menor su contribución en la economía local y nacional. Pero en cuanto al valor de exportación que es el más bajo de los cuatro centros analizados también se presenta un total predominio de las empresas medianas, cuyas ventas externas representan el 91,9% del valor exportado desde El Alto, ya que el porcentaje de participación de las pequeñas empresas alcanza el 7,3% y las microempresas alcanza solo 0,8% del total de sus ventas externas, es decir, de la venta de sus productos manufacturados, tanto al mercado regional como al mercado internacional.⁴⁰

Sin embargo, a pesar de ésta información poco alentadora, las expectativas de posicionar a las Mipymes en el mercado de la Comunidad Andina de manera sostenida y sostenible responde a la imperiosa necesidad de generar la oportunidad de emprender unidades productivas diversas cuyo contribución no es menor, sabiendo de que éste es uno de los sectores estratégicos del aparato productivo a nivel local, nacional y regional, para hacer de ella un medio de

⁴⁰ Solares, Ana. *Las MIPYMES en las exportaciones bolivianas...* óp. cit. p. 57.

intercambio real en el mercado de bienes y servicios así como de factores productivos para cumplir con los objetivos de satisfacer las necesidades básicas, razón por la cual no compartimos con la definición de “economía informal”⁴¹.

La vocación productiva de las personas así como de los segmentos empresariales de la urbe alteña, constituye uno de los mayores valores de la economía nacional, ya que el emprendimiento y la participación en forma organizada de las personas constituyen empresas familiares y comunitarios, como unidades productivas que se caracteriza por la redistribución, solidaridad, cooperación, ayni, etc., que no solamente se vive en las comunidades sino también en la ciudad de El Alto.

Por su parte, Víctor Guachalla de Promueve Bolivia, que forma parte del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural describe las cualidades de las micro y pequeña empresas de la ciudad de El Alto, ya que en:

“...estas Mipymes, las cualidades [son] esa del emprendedurismo, que tienen esa fuerza de crear para poder realizar una factoría, un proceso productivo, se le tiene que destacar del ciudadano boliviano que está en la ciudad de El Alto que tiene esa garra para iniciar actividades, [hay] dos cualidades: una cualidad de los factores productivos son bajos los costos uno de ellos, puede ser la mano de obra, los insumos que en la ciudad de El Alto son relativamente económicos, en comparación con otras ciudades del tema de lo que es la energía, por ejemplo, el gas, son factores que te permiten a un micro empresario el de elaborar un cierto bien, en este caso confecciones ya permite elaborar a un bajo costo o cualquier otro bien, los costos son bajos a comparación con otras ciudades y la ciudad del alto sus factores productivos son económicos y esto es una cualidad, la otra cualidad es la mano de obra es bastante buena, que tiene esa pasión el ciudadano de El Alto el de producir un bien con una calidad que sea apreciada...” (Entrevista con Guachalla, 2014).

3.5. Las actividades económicas, productivas y comerciales en El Alto.

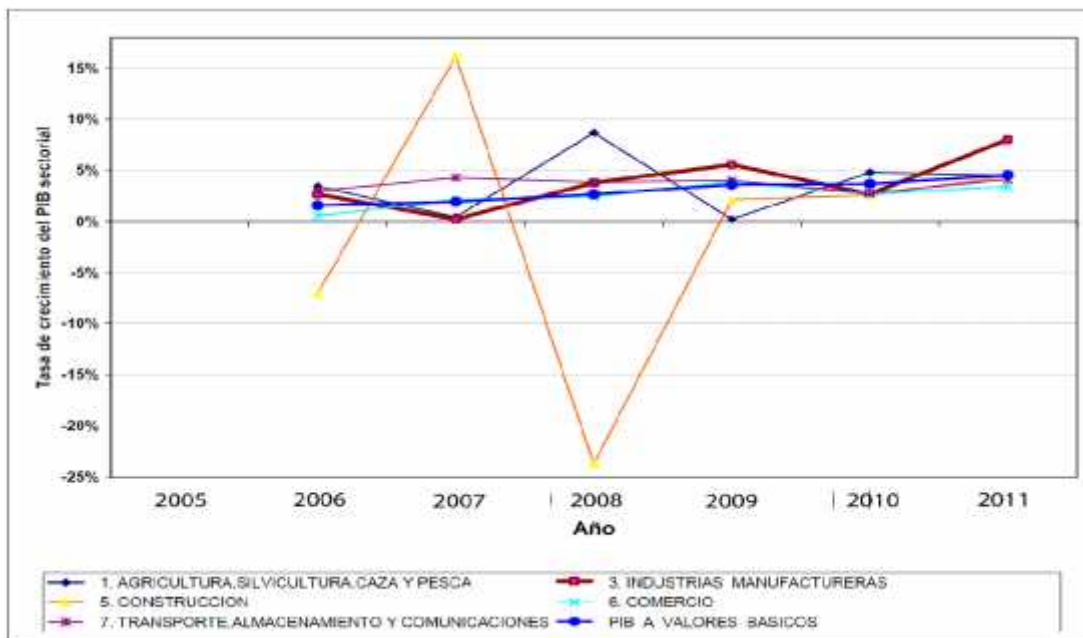
Para referirnos a las Mipymes de la ciudad de El Alto, el tiempo y espacio en el que se define el campo de estudio es importante considerar algunas de las características de la urbe alteña, el Municipio de El Alto, cuenta, con 13 distritos: 10 urbanos y 3 rurales, para una relación de superficies (ver Anexo1). A pesar de

⁴¹ Véase en **De Soto, Hernando** (1987): *El Otro sendero*. Editorial Oveja Negra.

la difícil situación política y social, que ha caracterizado a Bolivia en general y la ciudad de El Alto en particular, en estos últimos seis años, los principales sectores económicos presentan un desarrollo económico.

Para describir las actividades económicas, productivas y comerciales se toma como referente el diagnóstico que ha realizado el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (2013) sobre el estado de situación de la vida social de la urbe alteña, donde “se destaca el crecimiento sostenido del PIB manufacturero a partir del año 2001. En la gestión 2011, la producción de este sector alcanzó los niveles más altos de su historia reciente, principalmente debido al ascenso o despegue en la evolución de la economía mundial”, al respecto ilustramos con este gráfico:

Gráfico N° 6: Crecimiento Anual del Producto Interno Bruto por Actividad Económica 2005 - 2011



Fuente: Base de datos UDAPE 2011/GAMEA, 2013.

Como se puede observar en el gráfico, existe un crecimiento importante del 7% del PIB sectorial para el sector manufacturero, lo que indica que existe mayor incremento en la dinámica económica con respecto a otros sectores económico a nivel nacional. Esto implica también el crecimiento de la productividad con la

participación creciente de las micro, pequeña y mediana empresas de la ciudad de El Alto, por lo que no es menor su contribución al desarrollo económico.

En la **actividad económica**, podemos destacar los datos que presenta la Estrategia de Desarrollo Económico Local de El Alto, el Producto Interno Bruto de El Alto representa aproximadamente el 25% del PIB del Departamento de La Paz y el 6% del PIB de Bolivia, que es mayor a similares indicadores del Departamento de La Paz y de Bolivia, destacando su mayor especialización en la actividad manufacturera. Asimismo, esta misma fuente señala que el 12% de las exportaciones bolivianas tiene su origen en El Alto, y estas exportaciones representan a productos no tradicionales. Por su parte, EDEL de El Alto, señala también que El Alto cuenta con el 16% del total de población ocupada en la industria manufacturera del país.⁴²

En la **actividad productiva**, según el último Censo de Establecimientos Económicos de la *Industria Manufacturera* en la ciudad de El Alto, realizado por la Cámara Departamental de Industrias de La Paz describe que la mayoría de las unidades productivas, corresponden a la clasificación de micro y pequeña industria manufacturera, las cuales representan un 90% de un total de 5.045 unidades productivas (GMEA, 2013).

En la **actividad comercial**, la ciudad de El Alto cuenta con una red comercial impresionante desde un punto de vista de tamaño, la actividad comercial es copada en su mayoría por personas del género femenino. De acuerdo con el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto identificamos los puntos de encuentro comercial local, nacional y regional:

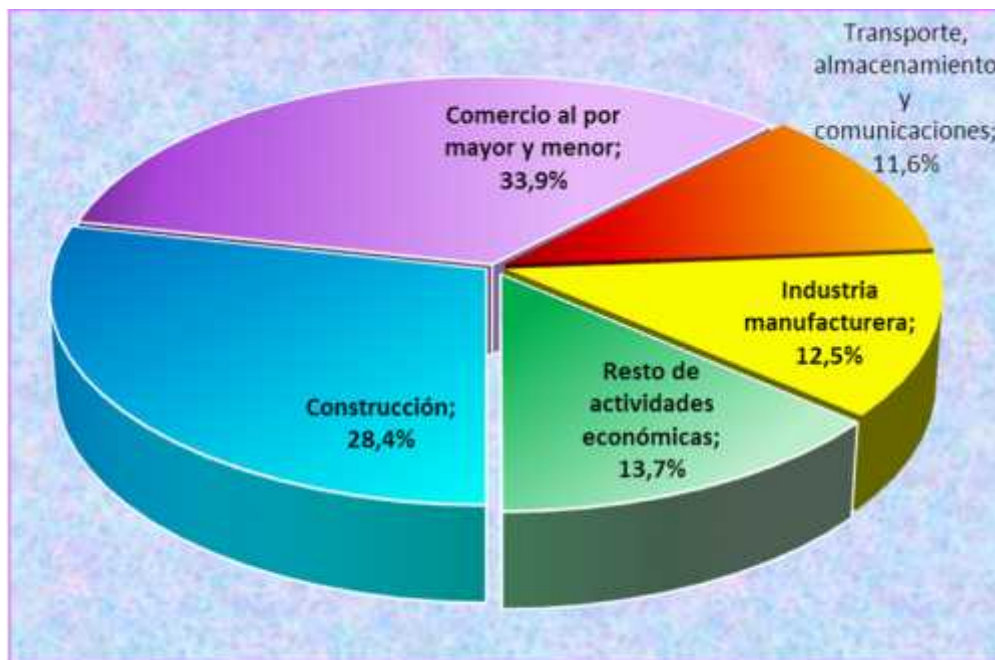
“El principal y centro de la actividad comercial está ubicado en el distrito 1, denominado comúnmente como la “Ceja de la Ciudad de El Alto” (área que vincula la ciudad de El Alto con la Ciudad de La Paz) convirtiéndose en el centro comercial y de negociación más importante de esta urbe así mismo considerada como el distribuidor del flujo vehicular (transporte liviano, pesado, Urbano, Provincial, Departamental y Nacional) lugar ideal para la edificación de centros comerciales y servicios de hotelería.

⁴² Gobierno Autónomo Municipal de El Alto, 2013.

Otra área comercial importante, es la “Feria 16 de Julio” la cual se desarrolla los días jueves y domingos; en esta feria aproximadamente se movilizan entre 50.000 y 700.000 personas estructurados como ofertantes y demandantes motivo por el cual se constituye en un eje estructurador del comercio formal e informal de esta ciudad, la variada exposición y venta de bienes y servicios (desde ropa usada hasta vehículos 0 km.) la convierte en una de las ferias más importantes a nivel local, regional y nacional la cual es visitada por personas de diferentes lugares nacional e internacional”(GAMEA, 2013).

El registro de empresas en la ciudad de El Alto, “el comercio es la mayor actividad en crecimiento en la ciudad de El Alto seguido por la construcción y la industria manufacturera. La gran empresa queda reducida con el 18%” (La Razón, 2012).

Gráfico Nº 7: La paz: Base empresarial según tipo societario, 2006 - 2012 (en porcentaje)



Fuente: Elaboración basada en Fundaempresa 2012.

3.6. Las micro, pequeña y mediana empresas exportadoras en las políticas comerciales orientados al desarrollo económico y social.

En este estudio se describe la contribución de los reportes periódicos generadas por los medios de información y comunicación escritos y oral de este país, y sobre todo haciendo hincapié a la información generada sobre las actividades de emprendimiento para la producción de bienes y servicios que contribuyen al

desarrollo económico y bienestar social y la participación de las organizaciones de carácter económico en la esfera de las decisiones políticas. Estas unidades productivas o micro-productores se definen como micro, pequeña y mediana empresas. Así, según Gabriel Ghignone (2008), se destaca:

*“...nueve de cada 10 empresas se desempeñan en Bolivia, como pequeña y micro empresas (Pymes), constituyéndose en las principales generadoras de empleo y de crecimiento de la economía nacional”.*⁴³

De acuerdo a “un diagnóstico sobre la situación empresarial en Bolivia, se reveló que *la pequeña y micro empresa (Pymes) es la responsable del 50 por ciento de la economía nacional; sin embargo el 80% finaliza su trabajo antes de cumplir su primer año de vida.* El estudio revela que el 80% de las Pymes no cuenta con ningún tipo de certificación de sus productos ni de la empresa, y cerca del 50% no utiliza técnicas en calidad y producción. Además, sólo el 24% maneja alguna licencia o patente y el 83% no consolida su presencia en el exterior” (ibídem).

El estudio de “*las Mipymes en las exportaciones bolivianas*”, realizada por Ana María Solares (2008), labor encargada por el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), brinda esos resultados, además resalta que “el 80 por ciento de estas exportaciones son en manufactura”. De acuerdo con el estudio “de 1.241 empresas identificadas como titulares de las exportaciones registradas el 2006, se identifican a 1.025 empresas en la categoría conjunta de las Mipymes, cifra que se integra por 385 microempresas, 300 pequeñas empresas y 340 medianas” (Ibíd.).

En cuanto a la actividad productiva de las Mipymes se conoce que “*las Mipymes venden productos a más de 80 mercados extranjeros, IBCE pide al Gobierno mayor apoyo al sector*” (El diario, 2008).

El emprendimiento de las Mipymes del sector manufacturero en la actividad productiva contribuye, por un lado, al crecimiento económico -expresado en el PIB-, en la macroeconomía, y por otro lado, genera empleos, mejora los ingresos

⁴³ El Diario: La Paz, 2008.

de las personas, familias, comunidades y asociaciones, en la microeconomía, ya que las “manufacturas generan el 10% de las exportaciones del país”, de acuerdo a un estudio realizado por Solares (2008). En este sentido, se determina que:

“Más de mil micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) que venden sus productos a más de 80 países y, sin tomar en cuenta el sector de ventas tradicionales, generan el 10% de las exportaciones y crean el 82 por ciento de fuentes de empleo. [...] además resalta que el 80 por ciento de estas exportaciones son en manufactura” (El Diario, 2008).

Para destacar la vocación productiva de los agentes económicos estudiados podemos dar cuenta del rol que juega en el sistema económico de Bolivia, ya que “*Las Mipymes representan el 98% de industrias*” (CEDLA, 2012). Al respecto, Wilson Aguilar (2012) afirma que “este sector aporta el 29 por ciento al Producto Interno Bruto del país”, en consecuencia:

“Las micro, pequeñas y medianas empresas del país (MIPyME) representan el 98 por ciento del universo empresarial de Bolivia y efectúan un aporte del 29 por ciento al Producto Interno Bruto (PIB)” (Aguilar, 2012).⁴⁴

En este sentido, CEDLA (2012)⁴⁵, destaca la contribución de este sector en el aparato económico nacional. De acuerdo con los datos contenidos en el documento se determina lo siguiente:

“...en Bolivia, la microempresa representa el 80 por ciento; la pequeña empresa, el 13 por ciento, y la mediana empresa el 5 por ciento. “Sólo el 2 por ciento está conformado por la denominada gran empresa, que tiene como planta a 100 o más trabajadores”. Según los datos estadísticos, este sector se constituye en el principal generador de empleo, con un 83 por ciento. Lo importante es que las mipymes proveen recursos económicos a las con menores ingresos” (CEDLA, 2012).

Pero también se conoce, que “pese a esta situación, las micro, pequeñas y medianas empresas enfrentan problemas para acceder a un buen desarrollo, entre

⁴⁴ Para corroborar con la información, así señala el informe de la Incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial y Gobernabilidad Corporativa en la Gestión de las pymes.

⁴⁵ CEDLA comparte el documento elaborado por el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), el Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin-BID), la Fundación para el Desarrollo Sostenible (Fundes) y la Agencia Suiza para el Desarrollo Sostenible.

los principales: *la falta de un marco legal y normativo adecuado, deficiencias en la infraestructura básica y de servicios básicos, escasa calificación de su mano de obra, tecnologías en muchos casos obsoletas, dificultades de acceso a los mercados de servicios financieros y no financieros, [...] se caracterizan por la débil formación empresarial de sus propietarios, quienes, pese a ello, deben enfrentarse a crecientes presiones competitivas, las que crecen paralelamente a la liberalización de los mercados y la apertura de la economía* (ibídem).

Por su parte, la Confederación de Micro y Pequeñas Empresas de Bolivia informa que de “660 mil Micro y pequeñas empresas (Mypes) registradas, solo el 10% son formales” (Conamypes, 2013).

En cuanto a la “responsabilidad social y gobierno corporativo. Tras la identificación de los problemas de las pymes y la participación que tienen en la economía, se determinó desarrollar un proyecto para contribuir a la mejora de la transparencia, la rendición de cuentas y la competitividad responsable en este sector.”⁴⁶

“El proyecto respondió a la dinámica actual que demanda a las empresas hacerse cargo de los efectos sociales que genera su actividad específica. Asimismo, independientemente de su tamaño y estructura de propiedad, toda empresa debe contar con prácticas formales que regulen la relación entre los proveedores de capital (accionistas y acreedores) y los administradores. De esta forma se genera transparencia y rendición de cuentas, que dan confianza y certidumbre a la conducción del negocio, lo cual facilitará el acceso a fuentes alternativas de financiamiento y mejorará las relaciones con los grupos de interés con los que interactúa la empresa, [considerando que] 51.708 es la base empresarial de Bolivia y se concentra en los departamentos de La Paz, Santa Cruz y Cochabamba. 35.922 son las empresas unipersonales en el país. El mayor porcentaje de éstas concentran sus actividades en el comercio. [...] las pequeñas y medianas empresas han sido capacitadas en responsabilidad social empresarial y gobernabilidad corporativa, lo que permitió la elaboración y ejecución de planes de acción en tres dimensiones: económica, social y ambiental (CEDLA, 2012).”⁴⁷

⁴⁶ Para lograr tal efecto, se impulsó la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Gobernabilidad Corporativa (GC) en la gestión del sector PyME boliviano.

⁴⁷ CEDLA, 2012-04-09. Recuperado de <http://cedla.org/obess/content/8735>

En cuanto a la contribución de éstas unidades productivas al desarrollo económico y social, podemos destacar el aporte de este sector estratégico a la producción económica expresado en el PIB, al respecto, Wilson Aguilar (2012) afirma:

“Este sector aporta el 29 por ciento al Producto Interno Bruto del país. **Las micro, pequeñas y medianas empresas del país (MIPyME) representan el 98 por ciento del universo empresarial de Bolivia y efectúan un aporte del 29 por ciento al Producto Interno Bruto (PIB)**”.⁴⁸

Las Mipymes como unidades productivas del sistema económico local, nacional y regional se constituyen en la base de la vida social, ya que “las Pymes son la base de la economía nacional” (Fundaempresa, 2012), razón por la cual es preciso ilustrar con datos que presentan el crecimiento de la participación de las Pymes:

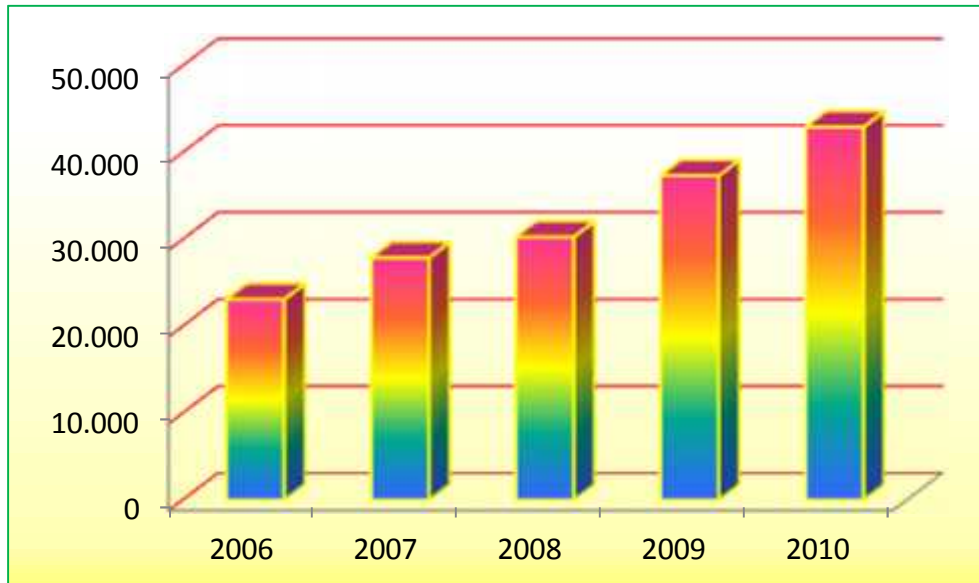
Cuadro Nº 11: Bolivia: Base empresarial según tipo societario 2006-2010

Sector/ Empresas	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Empresa Unipersonal	14.654	17.337	19.364	25.035	29.936	35.922	44.449
Sociedad de Responsabilidad Limitada	7.592	8.806	9.586	10.910	11.576	14.158	16.774
Sociedad Anónima	996	1.057	1.158	1.207	1.234	1.441	1.566
Sucursal de Soc. constituida en el Extranjero	140	133	143	148	146	152	170
Sociedad Colectiva	6	4	12	12	14	21	25
Sociedad Anónima Mixta	7	10	11	8	10	10	10
Sociedad en Comandita Simple	4	3	3	5	5	4	4
Totales	23.082	27.870	30.277	37.325	42.921	51.708	62.998

Fuente: Fuente elaboración propia basada en Fundaempresa, 2012.

⁴⁸ Para corroborar con la información, así señala el informe de la Incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial y Gobernabilidad Corporativa en la Gestión de las pymes.

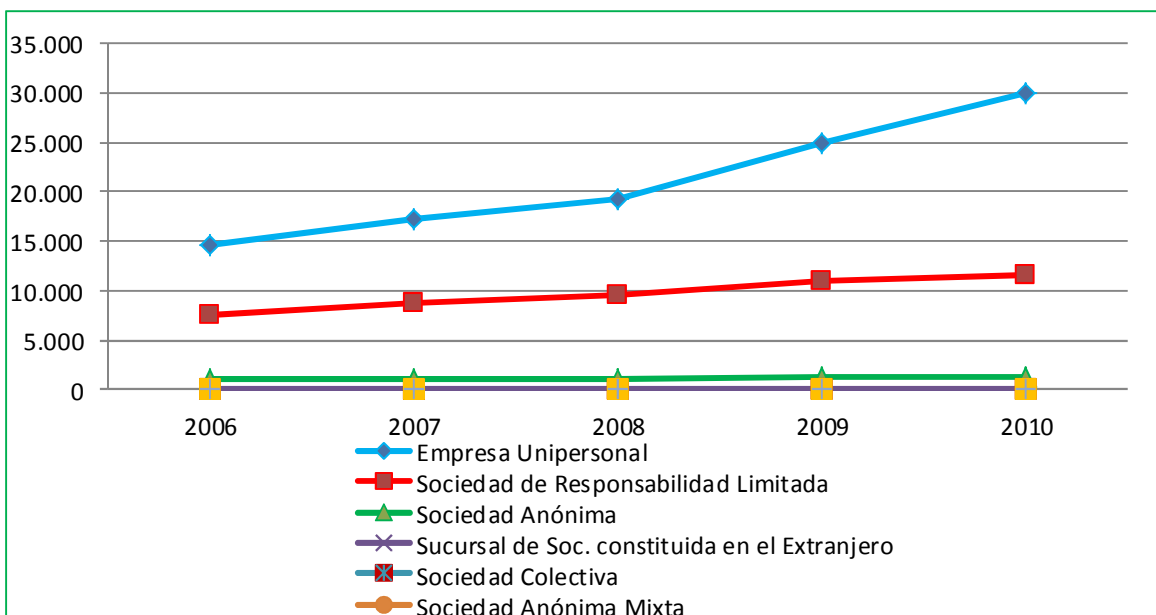
Gráfico N° 8: Bolivia: Base empresarial por gestión, según tipo societario 2002 - 2012



Fuente: Fuente elaboración propia basada Fundaempresa, 2012.

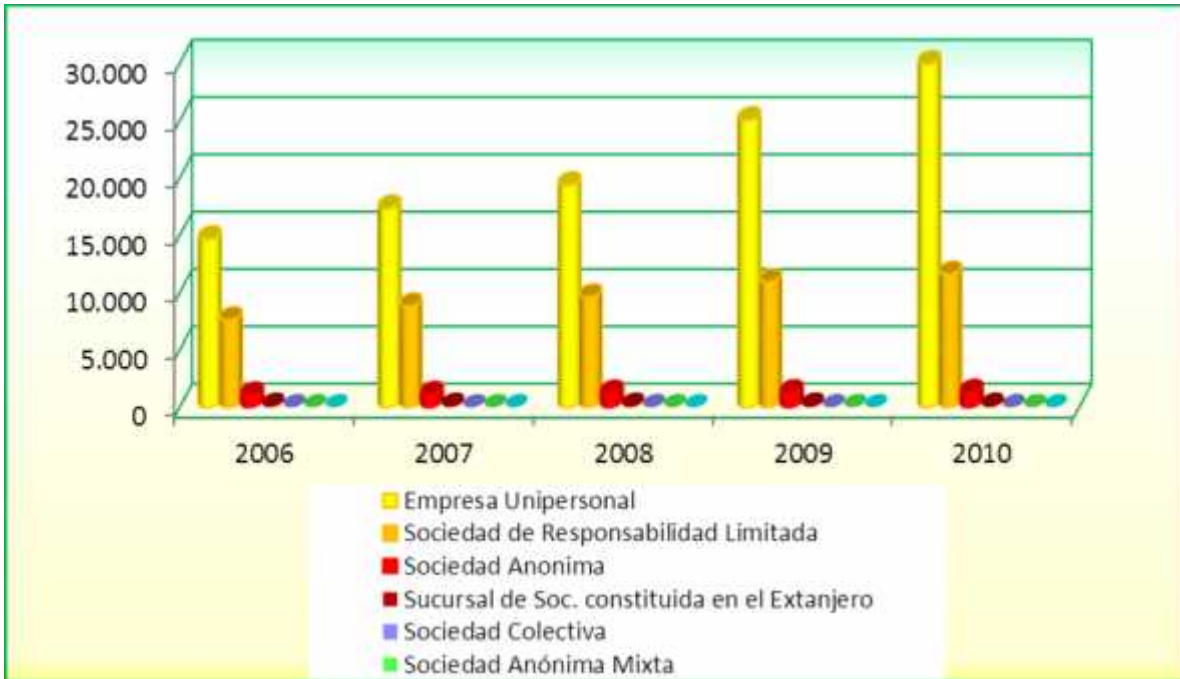
Considerando los datos anteriores, podemos evidenciar el crecimiento de la participación de la Pymes, que contribuyen al desarrollo económico y social, en este sentido, vamos a ilustrar con los siguientes gráficos a continuación:

Gráfico N° 9: Crecimiento de la participación de las Pymes, según tipo societario 2006-2010 en cantidad de empresas.



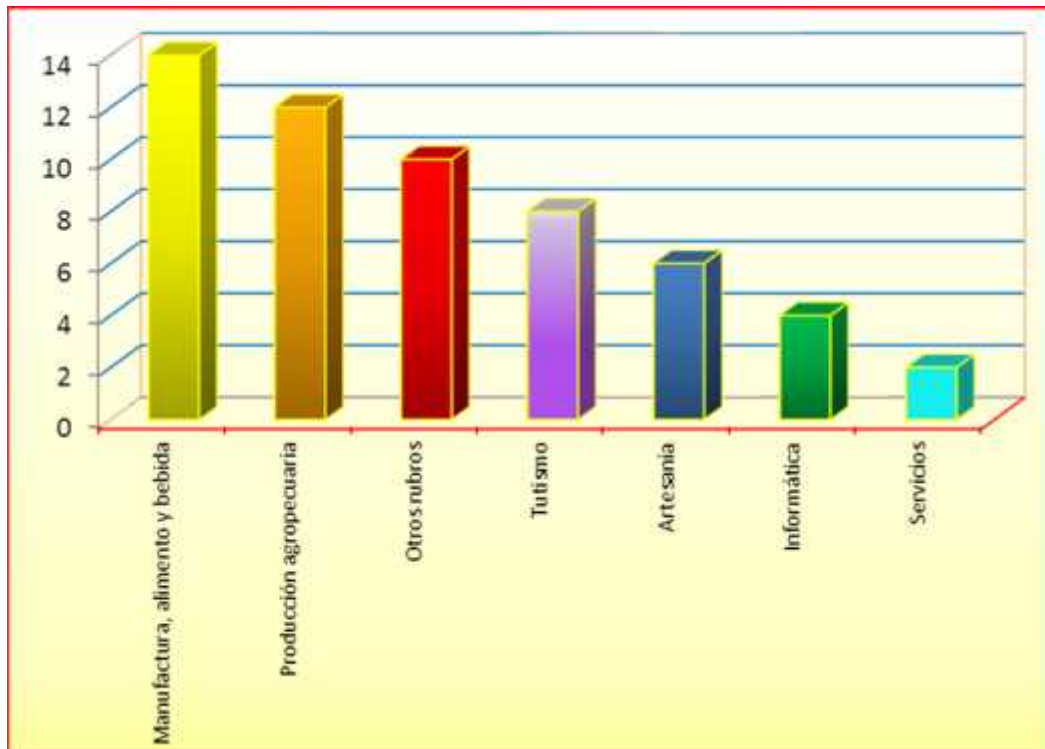
Fuente: Fuente elaboración propia basada Fundaempresa, 2012.

Gráfico N° 10: Pymes: Base empresarial según tipo societario 2006-2010



Fuente: Fuente elaboración propia basada en Fundaempresa, 2012.

Gráfico N° 11: Incremento de la participación de la mujer emprendedora por rubros (en porcentaje)



Fuente: Ideas emprendedoras de El Alto, 2008.

Los mecanismos de comercialización de las Pymes se definen en función de los rubros y segmentos empresariales, a través de estos se contribuyen al desarrollo económico y social, para ello ilustramos con el siguientes cuadro:

Cuadro Nº 12: Mecanismos de comercialización para Pymes

Nº	Rubro	A-pedido	Local propio	Ferias	Promotores	Otros
1	Metalmecánica	42%	41%	11%	5%	1%
2	Madera	43%	36%	12%	3%	6%
3	Confección textil	40%	26%	19%	6%	10%
4	Alimentos y Bebidas	5%	23%	22%	17%	11%
5	Plásticos y Químicos	29%	25%	21%	21%	4%
6	Curtimbre	5%	28%	11%	6%	22%
7	Calzado	25%	25%	50%	0%	0%
8	Marroquinería	42%	16%	26%	16%	0%
9	Construcción	22%	44%	11%	22%	0%
10	Artesanías	35%	27%	25%	5%	9%
11	Servicios	41%	45%	2%	3%	9%
	Total promedio	34%	30%	19%	9%	7%

Fuente: CADEPIA y Nueva Empresa, 2011.

3.7. Las políticas económicas, productivas y comerciales del Estado Plurinacional de Bolivia en el proceso de integración andina.

De acuerdo a Luis Arce Catacora (2011) “durante los últimos años la economía boliviana experimentó un sólido desempeño macroeconómico⁴⁹ producto de la política económica aplicada en el marco de un nuevo modelo económico que permitió mayores ingresos fiscales y una redistribución del ingreso en Bolivia.⁵⁰”

⁴⁹ La estabilidad macroeconómica no se constituye en un fin en sí mismo, sino como patrimonio social, que es la base para el desarrollo económico en un marco de políticas soberanas.

⁵⁰ Entre 2006 y 2009 la economía había crecido a tasas promedio superiores a 4,7%, [...] por cuatro años consecutivos se registró superávit fiscal tras 66 años de continuos déficit,...” (Arce, 2011).

El Estado Plurinacional Comunitario de Bolivia asume una activa participación en la economía, por lo tanto en las políticas económicas, productivas y comerciales como promotor y conductor de las diferentes formas de organización económica – Mipymes y Oecas-, el control de los recursos estratégicos y su adecuado uso en beneficio de la población, e impulsa un patrón de industrialización y desarrollo productivo. Y “continúa en el proceso de consolidación de un esquema de desarrollo orientado al ‘*crecimiento con redistribución de los ingresos*’ iniciado en 2006, la política productiva avanza gradualmente a fin de romper con el esquema primario exportador históricamente presente en la estructura económica boliviana...” (Arce, 2011:17), razón por la cual el sector manufacturero contribuye al crecimiento económico que se expresa a través del Producto Interno Bruto.

3.9.1. La política productiva y comercial orientada a la integración andina.

La peculiaridad en el proceso de las políticas públicas, así como en las políticas económicas, productivas y comerciales se percibe en la partición cualitativa de las micro, pequeña y mediana empresas, como unidades productivas, cual si fuera células económicas del tejido social, que constituyen cadenas productivas. En este contexto, Arce afirma que:

“A partir de 2006 la política económica boliviana experimentó un profundo cambio en su orientación, en línea con la construcción de un nuevo [...] ‘*Modelo Económico Social Productivo Comunitario*’. El nuevo modelo económico plantea una visión integral de desarrollo económico y social: ‘*crecimiento económico con redistribución del ingreso*’, que busca el Vivir Bien de los bolivianos (Arce, 2011:18).

En el aspecto económico financiero se evidencia algunas limitaciones, la dificultad de acceso al crédito del sistema financiero por parte de *pequeños productores*, [pero] en 2007 se creó el *Banco de Desarrollo Productivo* (BDP), como banca de segundo piso, orientado a *otorgar créditos a micro y pequeños productores* en condiciones financieras más ventajosas que en el mercado,⁵¹ veamos el cuadro:

⁵¹ Según Arce (2011) esto implica: créditos de largo plazo, menores tasas de interés que en el mercado, inclusión de años de gracia, entre otros. Los créditos dirigidos al sector de alimentos representan el 74% del total.

Cuadro N° 13: Bolivia: Banco de Desarrollo Productivo, Acumulado 2007- Septiembre 2010 (p) (En millones de US\$ y en número de créditos)

Rubro	Créditos	
	Monto Aprobado	Número de Créditos
Total	178,0	18.916
Alimentos	131,1	14.427
Artesanía	3,1	287
Cerámica	0,8	61
Cueros	1,9	277
Maderas	8,8	993
Mat. construcción	3,5	301
Metalmecánica	2,3	228
Orfebrería	0,5	64
Plásticos	0,3	26
Textiles	23,4	2.075
Turismo	2,2	177

Fuente: Banco de Desarrollo Productivo (BDP)

En el aspecto económico y financiero para generar el apoyo al sector productivo, sobre todo relacionado con pequeños productores, el Estrado ha implementado planes y políticas de apoyo a las Mipymes en la producción manufacturera.

En consecuencia, el 2010 fue creado el *Fondo ProPyme Unión* a fin de facilitar el acceso a garantía para créditos, con una cobertura de hasta el 50% del saldo a capital pendiente de pago de los préstamos otorgados por la banca a la pequeña y mediana empresa.⁵²

En este sentido, las políticas públicas comerciales para las Mipymes constituyen una herramienta de integración económica política, social y cultural, donde la relación comercial se establece en el mercado andino, basada en el intercambio recíproco de bienes y servicios con valor agregado, priorizando los productos manufacturados en el comercio intra y extracomunitarias, los cuales contribuyen al desarrollo económico y social de la región andina; desde la perspectiva del representante de *Promueve Bolivia*, Iván Cahuaya (2013):

⁵² Arce, Luis en Segovia, Santiago y Roo, Elba. *Estrategias Económicas, Productivas y Comerciales en la Región Andina*...Op. Cit. Pp. 19 - 20.

“...la Comunidad Andina es un mercado importante para Bolivia, a donde se exportan principalmente productos con valor agregado. [Esto] para nuestras empresas exportadoras que venden: pantalones, camisas, poleras, sombreros, prendas de vestir de alpaca, calzados, chamarras, maletines, puertas, ventanas, entre otros. [...] Representa el cuarto mercado de importancia de nuestras exportaciones totales, pero el primero de nuestras exportaciones de manufacturas” (Cahuaya, 2013:18).

Entre las cualidades de las Mipymes está el espíritu de emprendimiento y productividad en las políticas comerciales locales, nacionales y regionales. La contribución de estas unidades productivas no se limita al campo económico, sino al campo político y social, así como Álvarez (2009) entiende:

“La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales. Adicionalmente, representan una cuota importante en el tejido empresarial de los países; [...] se estima que en promedio contribuyen con el 20% del PIB y que, en algunos casos, esta contribución llega a alcanzar el 50%” (Álvarez, 2009:5).⁵³

Estas experiencias de producción y distribución de bienes y servicios se sustentan en el *sistema comunal*⁵⁴ diferente del sistema capitalista, pero no contradictorio, sino *complementario*; es por eso, que en la agenda social de integración a través de políticas económicas, productivas y comerciales es una prioridad el desarrollo de la matriz productiva comunitaria de acuerdo a los saberes, conocimientos y tecnologías de las naciones originarias y pueblos indígenas, que constituyen la riqueza cultural, como sujetos sociales claves en la articulación de las cadenas productivas, la cohesión del tejido social e integración de los Estados miembros de la Comunidad Andina, bajo los postulados del Bien Común y Vivir Bien/Buen Vivir.

⁵³ Álvarez, Mariano (2009): *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: Una Contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. San Salvador: CEPAL/GTZ.

⁵⁴ Véase en Yampara, Simón; Mamani, Sayl; y Calncha, Norah (2007): *La cosmovisión y la lógica en la dinámica socioeconómica del qhahthu/feria 16 de julio*. El Alto.

CAPÍTULO IV

LA PARTICIPACIÓN DE LAS MIPYMES DE EL ALTO EN LAS POLÍTICAS COMERCIALES DE EXPORTACIÓN MANUFACTURERA AL MERCADO DE LA CAN EN EL MARCO DE LA INTEGRACIÓN REGIONAL

“En la región andina las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) se constituyen en un bastión del desarrollo productivo [...] es un sector que puede contribuir a una inserción internacional equilibrada y beneficiosa para nuestros países” (Segovia y Roo, 2011).

La participación de las micro, pequeña y mediana empresas en el proceso de las políticas comerciales hace referencia a la cualidad de los agentes económicos en la representación a sus organizaciones como actores políticos, que ejercen el poder en la esfera de las decisiones sociales del sistema político democrático. Es decir, las Mipymes participan en la toma de decisiones económicas y políticas, ejercen el poder en las dos dimensiones de la vida social. Así, se considera como actores claves en *la co-construcción y cogestión de la política comercial* de exportación manufacturera al mercado regional de la Comunidad Andina.

En este sentido, hacemos hincapié a la *participación democrática* de las Mipymes, en forma estructurada esta organización empresarial, en la construcción de la agenda, el diseño, la gestión y la evaluación de las políticas públicas comerciales, como representantes de sus organizaciones económicas, para generar las oportunidades y condiciones de sostenibilidad en el proceso de producción de éste sector estratégico que contribuyen al desarrollo económico y social a nivel local, nacional y regional. Bajo estas premisas se busca fortalecer la cohesión del tejido social desde la concepción de las relaciones internacionales y diplomacia en aras de la integración regional, como el Bien Común y Buen Vivir de la CAN.

4.1. La participación de las Mipymes manufactureras de exportación en las políticas comerciales orientados a la integración regional de la CAN.

Para determinar la participación de las Mipymes de la Ciudad de El Alto en el proceso de las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado

regional de la Comunidad Andina, vamos a definir los cursos de acción en la esfera de la decisión social referido a la Estructura organizacional e institucional del sistema político intra y extracomunitarias en el ámbito regional y/o subregional:

“Para promover una mayor participación del sector empresarial en el proceso andino de integración, existe el Consejo Consultivo Empresarial Andino, que emite opinión ante el Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores, la Comisión o la Secretaría General a solicitud de éstos o por propia iniciativa, sobre los programas o actividades del proceso de integración subregional que sean de su interés. Otros sectores de la sociedad civil de la CAN, como los trabajadores y los Pueblos indígenas, tienen también sus instancias de participación en el Sistema Andino de Integración, las cuales son el Consejo Consultivo Laboral Andino y el Consejo Consultivo de Pueblos Indígenas de la Comunidad Andina, que cuentan con funciones similares” (SGCAN, 2013:7).

La participación de las Mipymes en las políticas comerciales en el marco de la democracia, implica generar el emprendimientos, la competitividad y productividad bajo los postulados, fines y objetivos de las ciencias sociales en general y las ciencias políticas en particular, por un lado, así como los principios y valores en el diseño y gestión de las políticas económicas en general y las políticas comerciales en particular, por otro lado, para generar las condiciones y oportunidades de participación con libertad e igualdad, equidad y justicia, pluralidad y unidad (comunidad), dignidad y convivencia de las unidades productivas que constituyen la cohesión del tejido social.

4.1.1. La participación de las Mypes y Pymes como Mipymes.

Si consideramos la vocación emprendedora de las organizaciones sociales en la vida social, económica, política y cultural, estamos refiriéndonos a la capacidad de tomar decisiones en una de las dimensiones de la vida humana, pero no por ello, prescinde de las otras, que también determinan el comportamiento social. Los componentes del sistema social en forma de redes sociales o cadenas productivas en constante interacción, interdependencia, correspondencia, etc., lo que en su máxima expresión en la vida económica se conoce como intercambio de bienes y

servicios cuyo espacio de desarrollo de esas actividades, por excelencia es el mercado, es ahí donde se genera la cohesión del tejido social.

En este sentido, las Mypes y Pymes como agentes económicos constituyen las Mipymes, por lo que se establecen bajo una estructura organizacional, que se sustenta en la planificación, con la participación y representación, tanto de los involucrados con el proyecto o emprendimiento empresarial como beneficiarios, para cumplir con los determinados objetivos, de proveer bienes y prestar servicios, satisfaciendo sus necesidades y la de otras personas a través del comercio.⁵⁵

Es habitual, escuchar que las Pymes “*son la fuerza de la economía en el mundo*”, obviamente por el volumen de las mismas; son tal cantidad que sumadas hacen una gran fuerza económica y sobre todo solucionan los temas inherentes a las personas involucradas en su desarrollo, igualmente muchísima gente”⁵⁶.

4.1.2. La participación de las empresas familiares como Mipymes.

Para referirnos a los emprendimiento familiares, cuya organización económica juega un rol importante en el mercado de la vecindad, del barrio, de la comunidad, etc., en el espacio local, sea de un Distrito, Municipio y Región, tanto en el centro como en la periferia de la urbe alteña, en fin, su participación es muy importante:

“es indiscutible el potencial de las empresas familiares, justamente basado en esos valores familiares, en la unión, en la tolerancia y en la confianza que pueden generarse entre los miembros de una familia-empresa y es por eso que siento que es bastante natural que en una empresa familiar calen los conceptos de responsabilidad social, porque son parte de

⁵⁵ Los seres humanos que tienen vocación de “emprendedor, que con su idea genera una empresa, es el que inicialmente hace todo dentro de la organización con la ayuda de sus colaboradores y normalmente son extremadamente eficientes en el uso de los recursos, eso les lleva a su crecimiento rápido. Ahí es donde la Pyme tiene que establecer sistemas de gestión para garantizar su estabilidad, crecimiento y sostenibilidad. Suele ser muy natural, ya que el dueño de la empresa está presente, que los valores sobre los que se basan sus relaciones humanas y comerciales trasciendan hacia el resto de la sociedad” (ibídem).

⁵⁶ Esta concepción comparte Purtschert (2011), y entiende que “son fruto de la búsqueda de una forma de vida de millones de gentes en el mundo, de la búsqueda de un sustento en el que involucran a más actores y todos crecen relativamente rápido, lamentablemente la mortalidad de las mismas es bastante alta y normalmente están relacionadas a negocios familiares también, iniciados por su fundador y que quedan en manos de sus hijos”.

su esencia, la responsabilidad con los demás, adicionalmente a la gran disposición por su posición social de ayuda y compromiso con los demás; así se puede entender la sinergia que generan las empresas familiares exitosas incrementando el valor de su negocio no sólo por su rentabilidad sino por el aporte responsable para con la sociedad” (Ibídem).

Las experiencias de estas características refleja sus cualidades y debilidades, es por eso que, la familia empresaria enfrenta grandes retos, sobre todo al interior de la misma familia, y se hace fundamental que ésta establezca reglas claras de comportamiento para con la empresa, sea capaz de diferenciar los temas de negocios de los temas familiares e intente construir un sistema de gobierno transparente y sobre todo se practique los principios y valores de la democracia.

La *democracia* en la Comunidad Andina está basada en la participación de las organizaciones sociales, económicas, políticas y culturales, donde los agentes económicos, actores políticos y sujetos sociales interactúan de acuerdo a los fines y medios que contribuyen al proceso de integración andina, razón por la cual:

“El apoyo a la democracia de los países miembros de la Comunidad Andina se hizo presente desde el acto fundacional del proceso de integración, en 1969, a través del preámbulo del Acuerdo de Cartagena: "los Gobiernos participantes convienen en celebrar dicho acuerdo fundado en los principios de igualdad, justicia, paz, solidaridad y democracia". A lo largo de los años se hicieron declaraciones y compromisos que reafirman a la democracia como parte fundamental vinculada al proceso de integración”.⁵⁷

4.2. La participación de las Mipymes en el proceso de integración económica, política y social de la Comunidad Andina.

Para abordar sobre el proceso de integración de la Comunidad Andina, es necesario recordar los procesos históricos que han dado pulso a este organismo internacional, cuya trayectoria en el sistema político internacional, ha dado curso a experiencias de integración y cooperación en el campo económico y social, que se

⁵⁷ Montañó Sandoval, Ximena (2007): *Democracia y Participación de la Sociedad Civil en los procesos de Integración: Comunidad Andina de Naciones - CAN*. Alianza Social Continental, p.56

traduce en nuevos desafíos bajo los postulados del paradigma de la comunidad o comunalidad en busca del Bien Común o Buen Vivir.⁵⁸

En este sentido, desde el enfoque de las relaciones internacionales y diplomacia, el proceso de integración de la Comunidad Andina, se concreta en los espacios de intercambio de bienes y servicios (mercado) y de participación en la organización y planificación, ejerciendo la libertad e igualdad (democracia), para hacer de ella un proceso de aprendizaje en cooperación, solidaridad y cohesión social.

“La integración es un elemento importante de las agendas de política exterior, [para] Jorge Mariño, *la Integración Regional es un ‘proceso convergente, deliberado, gradual y progresivo, entre dos o más Estados, sobre un plan de acción común en aspectos económicos, sociales, culturales y políticos’*” (Mariño citado por Alarcón, 2011: 132).

4.2.1. Las perspectivas económicas, productivas, comerciales y sociales de los Estados de la Comunidad Andina.

En cuanto a las *perspectivas económicas y financieras* se hace referencia a la Banca de Desarrollo de segundo piso,⁵⁹ como una oportunidad para apoyar el acceso al financiamiento y a los servicios financieros de toda la población, ante las

⁵⁸ Si bien los objetivos de la Comunidad Andina en sus orígenes hacen hincapié al proceso de integración económica, pero, en el transcurso de la vida institucional, se han generado enmiendas, instrumentos jurídicos o Decisiones que sustentan los nuevos postulados de complementariedad intra y extra comunitario, ante los desafíos democráticos del siglo XXI. El espíritu del presente estudio está orientado a contribuir a mediano y largo plazo a una forma de “*integración integral*” basada en el paradigma de la comunalidad, fruto de la reserva y riqueza cultural que comprende la matriz civilizatoria en las comunidades -pueblos indígenas, nacionalidades o naciones originarias- de la cultura andino-amazónicas, que se constituye en la fuerza vital de la humanidad; empero, en la teoría como en la práctica presenta limitaciones en las decisiones y acciones de los países miembros, sabiendo que Colombia y Perú son los Estados más inclinados a guiar a la sociedad por el camino del sistema liberal capitalista de acumulación, mientras de alguna manera, los Estados de Bolivia y Perú conservan y contribuyen a la recuperación de los saberes y conocimientos en la vida social, económica y política, *sistema comunal* de [re]distribución, basadas en la solidaridad, reciprocidad, interculturalidad y complementariedad como pilares fundamentales del paradigma -mencionado antes-, que implica un encuentro de enriquecimiento mutuo entre dos marices civilizatorias, las culturas indígenas originarias y las culturas occidentales. Donde el Estado y el mercado en interacción e interdependencia, constituyen las relaciones sociales en el sistema democrático.

⁵⁹ Al respecto Rojas (2011) describe los principales instrumentos de intervención de BANCOLDEX (Banco de desarrollo de segundo piso) con importantes resultados en el incentivo y profundización del crédito, plazos, atención de segmentos de población vulnerable o sectores con alto potencial de crecimiento y de generación de divisas, empleo y valor agregado.

fallas del mercado relacionadas con una escasa información sobre el sistema financiero, la competencia imperfecta y la inexistencia de mercados. Ante esta situación, considera necesaria la intervención del Estado con mecanismos efectivos. En este sentido, se analiza las características particulares del segmento empresarial, de las Mipymes y de las entidades financieras, identificando las barreras que pueden impedir una mayor profundización del mercado financiero.⁶⁰

Respecto a las *perspectivas productivas* se destaca cómo las políticas industriales actuales buscan la conformación de cadenas de valor para generar economías de escala y aprovechar así los mayores márgenes de utilidad económica, que resultan de la integración de eslabones productivos y del incremento en los volúmenes de producción, considerando la responsabilidad social y las cadenas de valor en la producción de bienes y servicios.⁶¹ Desde ésta perspectiva se plantea la conformación de *cadenas de valor*, que debería convertirse en círculo virtuoso para la economía productiva puesto que implica beneficios tanto para la empresa como para la sociedad (Sánchez, 20011:11).

Así, los avances tanto en las políticas de articulación de cadenas de valor como en la concepción de la gestión empresarial bajo los principios de la Responsabilidad Social Empresarial,⁶² para ello se ilustra con los avances institucionales liderados por la Cámara Nacional de Industrias de Bolivia. El cual nos permite proyectar la

⁶⁰ Segovia, Santiago y Roo, Elba (coord). *Estrategias Económicas, Productivas y Comerciales en la Región Andina*. Revista de la Integración Nº 7. Perú: Secretaría General de la Comunidad Andina. 2011, Pp. 10.

⁶¹ Sanchez (2011) señala que una de las principales connotaciones de la Responsabilidad Social Empresarial es ir más allá de la simple preocupación por la rentabilidad económica e incorporar en la gestión de la industria los principios del desarrollo sostenible y la prevención de la contaminación medioambiental. En términos estrictamente económicos afirma que la responsabilidad social implica asumir los costos de las externalidades negativas provocadas por el desarrollo industrial, aunque reconoce que la Responsabilidad Social Empresarial puede ir mucho más allá de la preocupación por los temas ambientales, laborales, de salud o de mercado. p. 11

⁶² Por su parte Norberto Purtschert (2011) comparte la Responsabilidad Social en las Pequeñas y Medianas Empresas y la Innovación, donde ofrece una visión de las organizaciones, en particular de las pequeñas y medianas empresas, basada en una cultura responsable, en las cuales se puede alcanzar un bienestar organizacional basada en buenas relaciones, proactividad, transparencia, puntualidad y respeto entre quienes las conforman, [además] destaca la capacidad innovadora y versatilidad de las pequeñas y medianas empresas. p. 11.

fusión de ambos conceptos como pivotes que los formuladores de políticas públicas deben considerar para impulsar el desarrollo productivo (ibídem.).⁶³

Además, se hace hincapié en “la asociatividad de los países en una integración por complementación ya no es un tema en debate, por el contrario, es una necesidad incontrastable” (Varsky, 2011:12).⁶⁴

Desde ésta óptica, bajo esas premisas es imperante la necesidad de determinar el rol de la Mipymes en políticas económicas, productivas y comerciales, ya que:

“La importancia de las Pymes en la economía latinoamericana es indiscutible, particularmente en la región andina las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) se constituyen en un bastión del desarrollo productivo”. [Sabido] que “las Mipymes andinas representan el 60% del empleo andino, y es un sector que puede contribuir a una inserción internacional equilibrada y beneficiosa para nuestros países”. (Alarcón, 2011:12)⁶⁵

Considerando estos datos es pertinente contribuir a la determinación de las políticas comerciales en el marco de la *Agenda Estratégica de la Comunidad Andina* que ha incorporado la promoción de un proceso de desarrollo productivo que impulse el mejoramiento de las capacidades de los sectores productivos nacionales,⁶⁶ en la medida que, además de su carácter productivo local, tienen un

⁶³ La contribución de las empresas familiares en la actividad productiva con responsabilidad social, basada en los valores comunes que trascienden de generación en generación, así como sus conflictos, y las condiciones que se desarrollan en las Pymes para generar innovación, tomando en cuenta que por su propia necesidad y realidad normalmente nacen conceptos, procesos y productos nuevos, que de una manera simple y natural gestan ideas que solucionan situaciones.

⁶⁴ En este marco, según Varsky (2011) “*la integración productiva* en el MERCOSUR se define como un programa que contempla un Fondo de Garantías para las Pequeñas y Medianas Empresas y un Programa Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva. Para esto en MERCOSUR se promueve la participación coordinada del sector productivo, el sector público, el sector financiero y el sector científico-tecnológico”. P. 12.

⁶⁵ Destaca las cualidades de las Mipymes Carlos Alarcón, Coordinador del Programa PYMES en la Secretaría General de la Comunidad Andina.

⁶⁶ Para entender la productividad se considera “los indicadores de competitividad que son calculados a nivel internacional para determinar los factores que inciden en la productividad. Se hace específica referencia al Índice de Competitividad Global (ICG) y su aplicación a cada uno de los países andinos y la Comunidad

componente de desarrollo social que es también prioridad de nuestros países, dadas las condiciones de desarrollo de las Mipymes en la región andina.⁶⁷

Desde la *perspectiva comercial*, tomando en cuenta el desarrollo de las actividades comerciales, poniendo énfasis en las relaciones comerciales intracomunitarias, en materia de exportación manufacturera (transacción de bienes y servicios relacionados con productos manufactureros), es muy importante destacar las relaciones comerciales entre los países de la Comunidad Andina, a pesar de los efectos de la crisis financiera mundial (2008-2009), “un aspecto fundamental a tomar en cuenta, es que el comercio andino está constituido de modo importante por *productos manufacturados*, con alto contenido de valor agregado” (Segovia, 2011:13).⁶⁸

Al respecto, cabe afirmar que “en esta caracterización positiva del comercio andino tiene fuerte influencia la normativa comunitaria relativa a reglas de origen, armonización aduanera, defensa comercial, sistemas de calidad y sanidad agropecuaria, y sistemas de información y transparencia. Esta normativa contribuye además a mejorar los estándares de calidad de los productos, haciéndolos competitivos y estimulando la exportación extra-CAN” (ibídem.).

Empero, uno de los mayores desafíos, destacándose el de la complementación productiva, toda vez que se lograron avances en la agenda comercial en términos de preferencias arancelarias y normativa de facilitación del comercio. En este contexto, como entiende Segovia (2011) es un paso necesario construir una

Andina en su conjunto, mostrando el comportamiento de las variables macroeconómicas y microeconómicas que se constituyen en fortalezas y debilidades como componentes de un diagnóstico regional” (Segovia y Roo, 2011).

⁶⁷ En este sentido la contribución de Alarcón es cualitativamente muy valiosa, que enfatiza especialmente en la importancia de la innovación como factor de fortalecimiento de la productividad, para lo que propone un trabajo coordinado entre los sectores productivos y el Consejo Andino de Ciencia y Tecnología (CACYT).

⁶⁸ De acuerdo a Santiago Segovia (2011) “con la crisis financiera mundial, este comercio disminuye en 2009, pero se recupera rápidamente y en el año 2010 se sitúa en cifras cercanas a los 8 mil millones de dólares, superando en un 35% el movimiento comercial del año anterior” p.13.

agenda para la integración productiva, con base en la mejora de la productividad, *cerrando brechas entre pequeñas y grandes empresas*.

Desde la *perspectiva social* podemos dar cuenta de la situación del desarrollo social, a la luz de los resultados que se vienen alcanzando en el crecimiento económico de los países andinos en los últimos años, así como Mendoza afirma:

“...es posible reducir efectivamente la desigualdad en la región, emprendiendo un trabajo perseverante y concertado destinado al desarrollo de políticas públicas orientadas a la superación de las causas profundas que han originado tradicionalmente los altos niveles de desigualdad en la región. Para ello sugiere que, entre otras medidas, es necesario avanzar en un enfoque más integral de la política pública, así como un fortalecimiento de los instrumentos redistributivos y regulatorios de los Estados” (Mendoza, 2011:14).

Es menester destacar la contribución de la Comunidad Andina al desarrollo integral, ya que está avanzando en el manejo de *una agenda social que busca construir una estrategia de desarrollo comunitario andino para superar la pobreza, la exclusión y la desigualdad social*⁶⁹ mediante la interconexión y complementación de las Políticas de Estado y Programas de Gobierno de los Países Miembros. En esta línea, los trabajos que se vienen observando, con la gradual puesta en marcha del *Plan Integrado de Desarrollo Social de la Comunidad Andina (PIDS)*, brindan prometedores resultados preliminares sobre cómo una experiencia de integración subregional puede complementar y reforzar efectivamente los distintos trabajos que los países miembros vienen ejecutando.⁷⁰

⁶⁹ La existencia de una altísima y persistente desigualdad e inequidad social en América Latina y el Caribe es constatada por Guido Mendoza (2011), identificándola como uno de los principales factores que ha limitado el desarrollo económico y social de los países andinos y latinoamericanos. También atribuye a esta persistente desigualdad la existencia de un ciclo vicioso que no sólo obstaculiza, sino que procrea las limitaciones para el desarrollo de políticas que ofrezcan un mejor y más digno nivel de vida a la mayoría de la población en nuestra región”. (Ibíd., p.14).

⁷⁰ Ibídem. p. 14.

Así, Alarcón (2011) argumenta “dichos procesos fueron avanzando en diferentes regiones del mundo, apoyando su accionar en diferentes mecanismos globales que permitieron mejorar las condiciones y términos del intercambio comercial”⁷¹.

Considerando la apreciación de Alarcón (2010) sobre las Mipymes, estas unidades productivas significan un sector de primera trascendencia en las economías de los países miembros de la Comunidad Andina, que representa de 53 a 69 % de los establecimientos productivos andinos y el 43% del empleo.

Para ello es necesario destacar los mecanismos de participación de las Mipymes en las actividades económicas de carácter comercial, que se sustentan en: la circulación de bienes sin pago de aranceles, las normas de origen, los mecanismos de defensa comercial y mecanismos de facilitación del comercio.

Para hacer de las políticas públicas comerciales una herramienta de integración del mercado andino, basada en el intercambio recíproco de bienes y servicios con valor agregado, priorizando los productos manufacturados en el comercio intra y extracomunitarios contribuyen a la integración integral de la región andina.

Las Mipymes son agentes o actores claves en la esfera de las decisiones económicas, y por ende, en el proceso de toma de decisiones sociales y políticas en democracia, tanto en el espacio local y global, en consecuencia, se constituyen en la pieza fundamental del abanico de organizaciones sociales, por cuanto se considera como uno de los actores más importantes del sector estratégico de la dimensión económica. Entonces, esto implica el ejercicio del poder económico en el mercado local, regional, nacional e internacional, y nos es menor su contribución, basada en la participación, al proceso de *integración* de la CAN.

“Las Mipymes son un elemento muy importante en la dinámica económica de la CAN, que constituyen un sector social, claramente definido, que puede contribuir a hacer de la

⁷¹ Alarcón, Carlos (2011): ***La Promoción del Desarrollo Productivo en el marco de la Integración y su implicancia para las MIPYMES Andinas.*** En Segovia, Santiago y Roo, Elba (coord.). Estrategias Económicas, Productivas y Comerciales en la Región Andina. Revista de la Integración N° 7. Perú: Secretaría General de la Comunidad Andina, pp. 132-139.

inserción internacional de nuestros países una inserción equilibrada y beneficiosa. [...] Por ello, debe entenderse como fundamental la incorporación de la micro, pequeña y mediana empresa en los procesos productivos en el contexto de integración profunda andina y, al mismo tiempo, de globalización internacional, competitividad y complementariedad productiva” (Alarcón, 2011).⁷²

En este entramado de agentes y/o actores sociales que constituyen el sistema político se vislumbran las relaciones sociales, tanto en la esfera pública como en la esfera privada, donde el Estado y las organizaciones sociales en el ámbito económico participan de acuerdo a las necesidades y problemas de interés y beneficio social, pero la realidad nos muestra una situación distinta, una relación social de producción capitalista, donde el espacio de intercambio de bienes y servicios, el mercado, más o menos, determina dichas relaciones sociales que inciden en la forma de vida de las personas, por lo tanto, del sistema social.

“Los usualmente reconocidos son los clientes, como parte fundamental de la razón de ser de la organización (sean éstos de productos o servicios, privados o públicos); el capital humano como el recurso más importante de las organizaciones; los dueños (accionistas o Estado), que persiguen con la organización objetivos concretos; **el Gobierno, que lo que necesita es que las organizaciones se mantengan en la legalidad y propongan temas de políticas públicas; la comunidad, que necesita solucionar sus situaciones de convivencia y calidad de vida; y el medio ambiente**, que obviamente es el proveedor de recursos para las actividades de las organizaciones...” (Purtschert, 2011).

4.2.1.1. La productividad en la integración andina en el marco de la Nueva Agenda Estratégica Andina.

En América Latina y específicamente, en Sudamérica se erige un organismo de integración andina, que constituye en el proceso de integración integral referente de la región o subregión, y que se sustenta en la integración y cooperación económica y social, con énfasis en las actividades comerciales, fortaleciendo las cadenas productivas del tejido social, donde las Mipymes juegan un rol importante:

⁷² Alarcón, Carlos. (2011) *La Promoción del Desarrollo Productivo en el marco de la Integración y su implicancia para las MIPYMES Andinas*. Óp. cit. Pp. 132-139.

“...el Acuerdo de Cartagena, como documento constitutivo, es en sí mismo un factor de cohesión comercial, económica, industrial y productiva de sus Países Miembros a través de sus numerosos enunciados que hacen referencia a temas fundamentales para sus respectivos espacios económicos. En el ámbito social, el artículo 129 del Acuerdo de Cartagena⁷³ señala con precisión que una de las preocupaciones y desafíos de la integración andina debe ser la lucha contra la pobreza a través de una temática social a ser abordada, [...] Para el ámbito productivo, [...] el artículo 60 que señala la disposición de promover un proceso de desarrollo industrial conjunto para alcanzar objetivos tales como el aprovechamiento de economías de escala y el mejoramiento de la productividad, entre otros (Alarcón, 2011).

En este recorrido por el camino de la integración se implementa “las Directrices de los Presidentes Andinos en la Declaración de Tarija⁷⁴, que dan vigencia a nuevas concepciones en la integración andina, tales como:

“...la ‘Integración Integral’, con la que se pretende abrir espacios a la sociedad civil andina en sus diferentes estratos sociales y productivos, a fin de que sean actores del proceso andino de integración, señalando que se debe desarrollar y profundizar el proceso de integración tomando en cuenta las visiones y enfoques de los Países Miembros, con el objetivo de lograr unidad en la diversidad al servicio del vivir bien de nuestros pueblos y de la armonía con la naturaleza” (Alarcón, 2011).

Esta directriz presidencial ha dado curso a la gestión de diferentes programas de acción de la Secretaría General de la CAN en la medida en que se ha elaborado la nueva Agenda Estratégica.⁷⁵

⁷³ Establece que: “Los Países Miembros emprenderán acciones de *cooperación* conjunta destinadas a contribuir al logro de los siguientes *objetivos de desarrollo social de la población andina*: a) Eliminación de la pobreza de las clases marginadas para lograr la justicia social; b) *Afirmación de la identidad cultural y de formación de valores ciudadanos para la integración del área andina*; c) *Participación plena del habitante de la Subregión en el proceso de integración*; y d) *Atención de las necesidades de las áreas deprimidas predominantemente rurales*. Para la consecución de tales objetivos se desarrollarán programas y proyectos en los campos de la salud, la seguridad social, la vivienda de interés social y la educación y cultura. La realización de las acciones que se desarrollen en el marco del presente artículo serán coordinadas con los distintos organismos del sistema andino” (Art. 129 del Acuerdo de Cartagena).

⁷⁴ XVII Cumbre Presidencial Andina en Tarija, Bolivia, 14 de junio de 2007 (Punto 1. Profundización y Renovación de la Integración).

En cuanto a los logros, como otro hito primordial, en este derrotero de *construcción de integración solidaria y con equidad*, es la *aprobación de la nueva Agenda Estratégica Andina* por el Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores (2010), que, sobre la base de unos principios orientadores, señala los parámetros y la estrategia que debe tener la temática que se aborde en el marco del proceso de integración, señalando entre otros los siguientes principios:

- ❖ Impulsar el desarrollo del mercado y del comercio andinos desarrollando nuevas oportunidades de inclusión económica y solidaridad social.
- ❖ Avanzar en la reducción de las asimetrías al interior de los Países Miembros mediante iniciativas que impulsen el desarrollo económico y social.
- ❖ Promover la participación de la ciudadanía en el proceso de integración.
- ❖ Valorar y asumir la unidad en la diversidad cultural.

Siguiendo la apreciación de Carlos Alarcón sobre la Agenda Estratégica Andina (AEA), esta contempla avanzar en diversos programas y proyectos entre los cuales se destaca la *“promoción de la producción” como un punto central de avance de la integración andina*, definiendo, entre otras, acciones tales como:

- ❖ *Diseñar e implementar herramientas que contribuyan a la creación y fortalecimiento de las Mipymes andinas, su contacto y complementación productiva, y su participación en el mercado andino.*
- ❖ *Promover la complementación de cadenas productivas, en especial en el sector agropecuario.*
- ❖ Promover la identificación de una bolsa de productos andinos que potencie su capacidad de oferta en los mercados.

⁷⁵ Así, “entre 2007 y 2009, los temas de Desarrollo Productivo y Comercial vienen definiendo su accionar de forma más clara, sobre la base de la multiplicidad temática, lo que ha ido consolidándose como una fortaleza del proceso de integración” (Ibídem, 135-136).

La Agenda Estratégica Andina, si bien establece prioridades en la toma de decisiones y acciones de acuerdo a los sectores y actores estratégicos que precisan el tratamiento y solución de los problemas y atención de las necesidades de interés común; he ahí la necesidad de diseñar y gestionar las políticas económicas, productivas y comerciales, así como políticas sociales, para obtener los objetivos, mejorando las condiciones de vida de las personas que constituyen los Estados Miembros de la Comunidad Andina. Por su parte, Alarcón señala:

“la Agenda Estratégica Andina señala algunos sectores y temas que deben ser el centro de atención de la renovada agenda productiva de la Comunidad Andina, la cual debe convertirse en un importante vaso comunicante con la *Agenda Económica y Comercial*, pero también con la *Agenda Social*. Ahí radica su importancia, ya que debe constituirse en un punto de diálogo de diversos actores de la integración que en principio podrían tener intereses distintos al participar de la integración andina, pero que, en todo caso, confluyen en el interés de lograr una continuidad de sus actividades productivas sobre basamentos de **equidad, complementariedad y justicia social**, para consensuar el rumbo que debe tomar el proceso de integración” (Ibídem.).

4.2.1.2. La productividad como la razón de ser de las Mipymes andinas.

En el campo del emprendimiento empresarial, la participación de las Mipymes en el proceso productivo es esencial, más allá de su desarrollo o desenvolvimiento eficaz en el mercado y su contribución a la microeconomía en un sistema económico de libre empresa, o la competencia y ganancia para generar utilidades, *la productividad se entiende como la capacidad de producción de bienes y prestación de servicios para resolver los problemas y satisfacer las necesidades básicas de interés y beneficio común referidos a la alimentación, ropa, etc.*, razón por la cual es indispensable establecer relaciones económicas y políticas en la vida social de estos agentes y/o actores a través de cadenas productivas tanto a nivel local, nacional y regional, para hacer de ella una herramienta de y para la cohesión social como el sustento del proceso de integración de la CAN.

Desde otra perspectiva, “la productividad es entendida como la eficiencia con la que se combinan los recursos disponibles y precisamente por ello está relacionada

a la capacidad de los sectores económicos, empresariales y productivos para mantener o acrecentar su presencia en el mercado, en condiciones de equidad social y con respeto al medio ambiente. La productividad de un país está dada por la sumatoria de las productividades de sus empresas” (ibídem).

En cuanto a la *competitividad*⁷⁶ en proceso de producción y distribución de bienes y servicios en el mercado local o regional, se entiende como un componente de la productividad, que permite el desarrollo de las capacidades, tecnologías y la innovación en el emprendimiento empresarial, donde prima los postulados de la cooperación, solidaridad y *complementariedad* orientados al proceso de integración regional de la Comunidad Andina.

En consecuencia, como afirma Alarcón (2013), “es vasta la tarea de promover un proceso de desarrollo productivo andino, desde la lógica de una visión local y nacional, y que propenda hacia el mejoramiento de las capacidades de los sectores productivos nacionales, especialmente de sectores que requieren un apoyo especial como son las Mipymes, que además de su carácter productivo local tienen la característica de tener un componente de desarrollo social...”.

“Cuando en la agenda de la integración económica afloran nuevos temas como la competitividad, la complementariedad, la asociatividad, la innovación tecnológica, la generación de empleo sustentable y otros asociados al ámbito de la producción, definitivamente se está considerando la problemática central de las Mipymes, y ese debe ser un pilar fundamental en el nuevo horizonte del avance del proceso integrador subregional (Alarcón, 2013).⁷⁷

⁷⁶ Por su parte, Michael Porter señala en un análisis sobre la competitividad, “*son las empresas y no las naciones las que compiten en los mercados internacionales*” y, en consecuencia, dicho concepto debe ser aplicado a las empresas. Por otro lado, Alarcón afirma que, si aplicamos el mismo razonamiento, el concepto de productividad es aplicado a las empresas que se desarrollan en la economía nacional para mejorar sus indicadores de crecimiento y expansión.

⁷⁷ Alarcón, Carlos (2011): *La Promoción del Desarrollo Productivo en el marco de la Integración y su implicancia para las MIPYMES Andinas*. En Segovia, Santiago y Roo, Elba (coord.). *Estrategias Económicas, Productivas y Comerciales en la Región Andina...* Óp. cit. pp. 132-139.

4.3. La participación de las Mipymes manufactureras de exportación en las políticas comerciales del mercado regional de la Comunidad Andina.

4.3.1. La participación de las microempresas en el mercado regional andino.

Las Mipymes en la Comunidad Andina, según Alarcón (2010) se caracterizan por dos aspectos fundamentales, los cuales nos permite determinar, por un lado, como el sector altamente importante, por su implicación social; y por otro lado, básicamente constituye unidades familiares. Estas cualidades del emprendimiento empresarial se caracterizan por la participación de estas unidades productivas en el mercado andino, para comprender éstas actividades es necesario determinar la estimación de microempresas en el mercado andino, veamos este cuadro:

Cuadro N° 14: Estimación de microempresas en la Comunidad Andina.

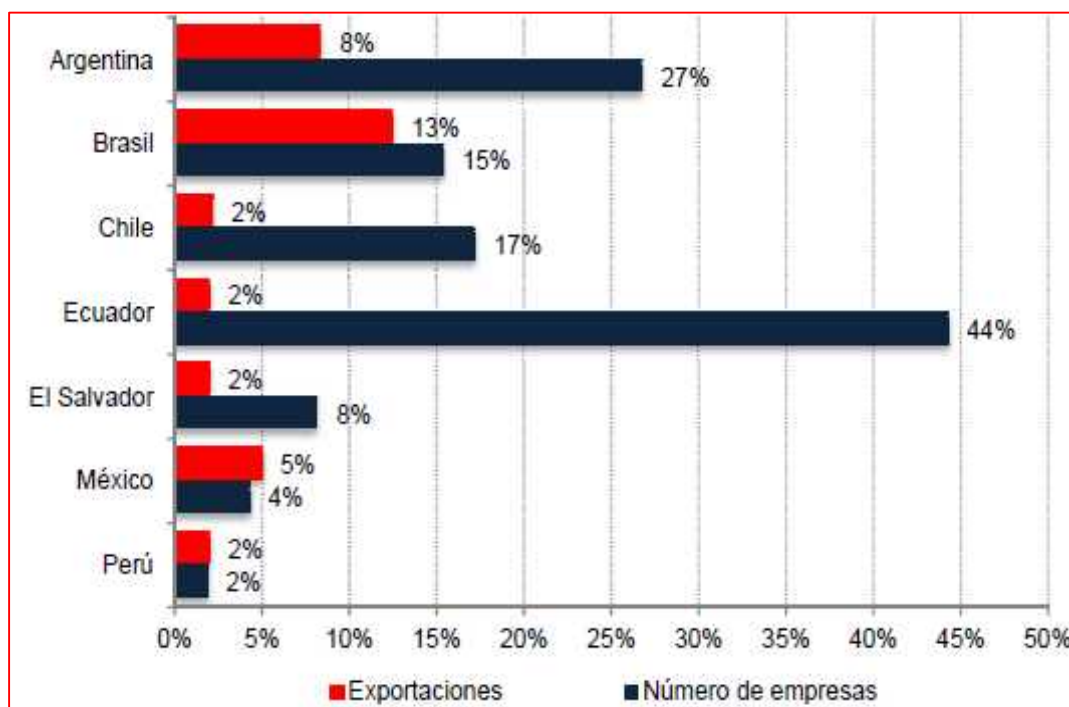
País	N° estimado de Microempresas	Población ocupada en %	Participación en el PIB en %
Bolivia	850.000	60	60
Colombia	3'000.000	38	35
Ecuador	700.000	40	55
Perú	2'500.000	45	42

Fuente: Elaboración propia basada en la Comunidad Andina, 2010.

Desde la perspectiva de la Cepal (2010), la participación de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el total de empresas exportadoras en América Latina es de gran importancia para el sector productivo en materia de comercio regional e internacional, para conocer la vocación productiva y comercial de las micro y pequeñas empresas en los estos países que forman parte de la Comunidad Andina y su orientación de las actividades económicas a la integración económica y social es significativo, para ello lustramos con los siguientes gráficos:

Gráfico N° 12: América Latina: participación de las pequeñas y medianas en el total de las empresas exportadoras, 2006-2007.

(En porcentajes del número total de empresas y valor de exportación)



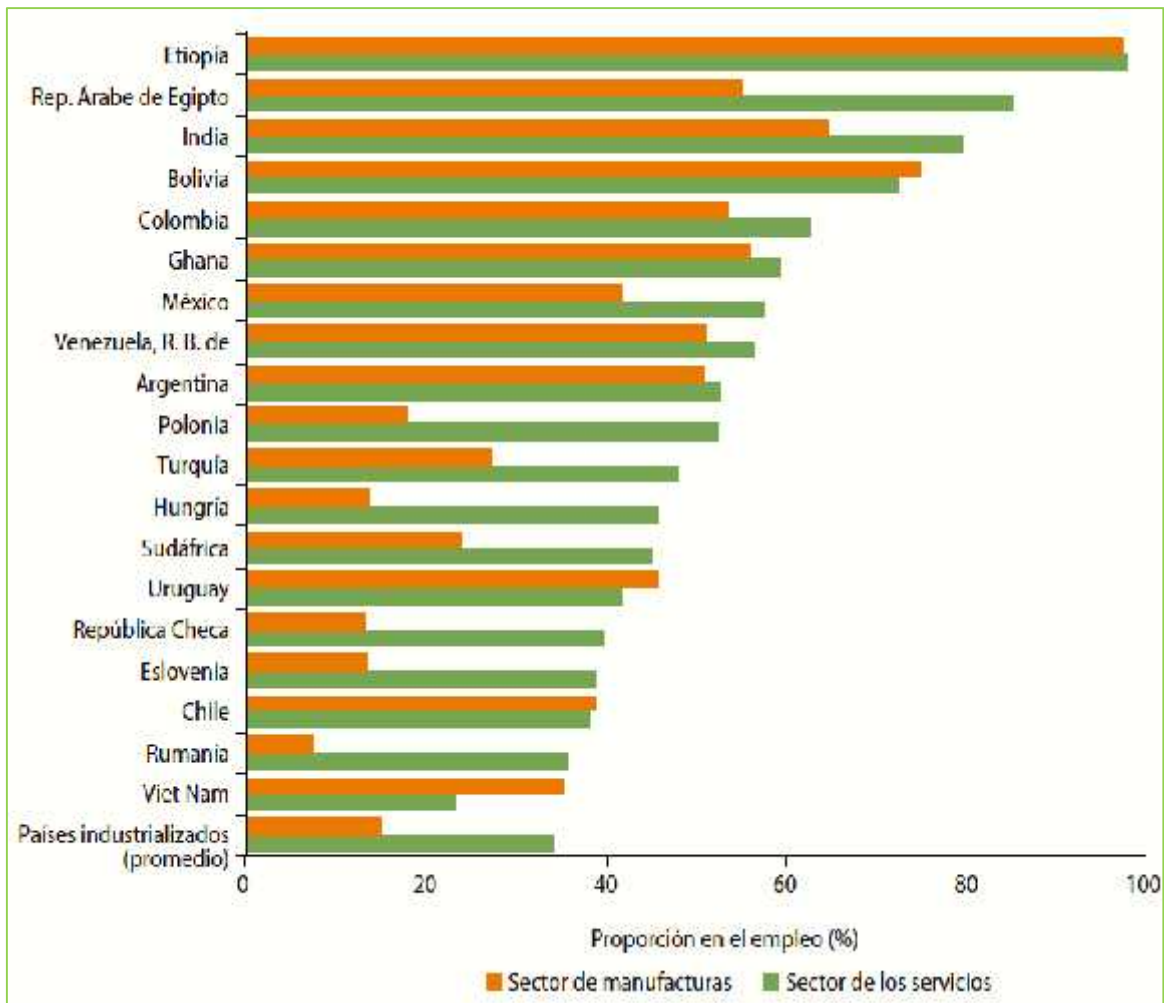
Fuente: Elaboración basada en Ferraro y Stumpo (2010).

De acuerdo al Informe sobre el desarrollo mundial 2013 y EUROSTAT “la proporción del empleo en microempresas⁷⁸ es mayor en los países en desarrollo”⁷⁹, pero aquí destacamos la vocación productiva que traduce en emprendimientos empresariales, específicamente en los países que forman parte del mercado regional andino, al, respecto veamos el siguiente gráfico:

⁷⁸ Las *microempresas* son empresas del sector formal o informal con menos de 10 empleados. Los datos de los países en desarrollo corresponden a Argentina (2006-10), **Bolivia** (2005, 2007), Chile (2006, 2009), **Colombia** (2009), Eslovenia (2005-07), Etiopía (1999), Ghana (1991), Hungría (2007-08), India (2004, 2009), México (2004-10), Polonia (2005-07), República Árabe de Egipto (2006), República Bolivariana de Venezuela (2004-06), República Checa (2005-07), Rumania (2005-07), Sudáfrica (2005-07), Turquía (2006-10), Uruguay (2009), y Viet Nam (2009). Los datos de los países industrializados corresponden a Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Italia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia para el período 2005-07.

⁷⁹ Banco Mundial. 2012. *Informe sobre el desarrollo mundial 2013. Panorama general: Empleo*. Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Atribucion CC BY 3.0.

Gráfico N° 13: La proporción del empleo en microempresas es mayor en los países en desarrollo.



Fuente: Estimaciones del equipo del Informe sobre el desarrollo mundial 2013 y EUROSTAT.

En cuanto a la integración andina en materia comercial podemos dar cuenta de las relaciones sociales basadas en el intercambio de bienes y servicios, cuyo escenario comercial es el mercado regional, donde se generan articulaciones de los emprendimientos empresariales que constituyen las cadenas productivas intracomunitarias, dando sentido al encuentro empresarial, sabiendo que:

“...uno de los logros más visibles del proceso andino de integración ha sido el crecimiento del comercio entre nuestros países, que ha permitido una sólida relación de interdependencia económica y social”.⁸⁰

⁸⁰ Comunidad Andina (2013): *Encentro Empresarial*, Bogotá: Recuperado de www.comunidadandina.org

En las actividades económicas, “el comercio entre los países de la Comunidad Andina alcanzó la cifra récord de 10.349 millones de dólares, confirmando la tendencia creciente que han tenido las exportaciones intracomunitarias, sobre todo, desde la conformación de la zona de libre comercio andina, que permite que los productos originarios de los países miembros puedan circular libremente por toda la región, sin necesidad de pagar aranceles” (SGCAN, 2012).

En este sentido, las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras de exportación al mercado de la CAN, encuentran su razón de ser en las actividades comerciales de las unidades productivas mediante la gestión de los Estados que constituyen el mercado regional, tomando en cuenta:

*“La adopción de un conjunto de instrumentos y políticas comunes ha permitido el desarrollo de nuevos emprendimientos, mayormente de pequeños y medianos productores, el incremento de las inversiones y, en consecuencia, la generación de puestos de trabajo, al ser las manufacturas las principales mercaderías que se comercializan en la región”.*⁸¹

4.3.2. La importancia del mercado andino para los Estados de la CAN.

La importancia del mercado regional andino para las exportaciones de las micro, pequeña y medianas empresas se ha convertido en el núcleo estratégico de integración económica, política y social, sabiendo que:

“Las exportaciones de los países de la CAN dirigidas al mercado andino se caracterizan por ser más dinámicas y de mejor calidad que aquellas dirigidas a terceros países, en términos de incorporación de valor agregado y de mayor diversificación de la oferta exportable” (SGCAN, 2013).

4.3.3. Las oportunidades en la esfera comercial de la Comunidad Andina.

La Comunidad Andina como esfera de las decisiones sociales, políticas, económicas y culturales, se ha constituido básicamente en un espacio comercial de intercambio de bienes y servicios que responden a las necesidades y

⁸¹ Considerando que “los Países Miembros de la Comunidad Andina decidieron dar un renovado impulso al comercio y al desarrollo productivo, para lo cual, entre otras medidas, reactivaron el Comité Andino de Autoridades de Promoción de Exportaciones (CAAPE)” (ibídem.).

benefician a la sociedad civil de los Estados miembros, que se traduce en el proceso de integración económica, política y social, sabiendo que:

“Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia decidimos conformar la Comunidad Andina, para juntos avanzar hacia un desarrollo justo y equilibrado, que permita mejorar nuestro nivel de vida, a través de la integración y la cooperación económica y social” (Comunidad Andina, 2013).

Para determinar el desarrollo económico de los Estados miembros de la Comunidad Andina expresados en el Producto Interno Bruto regional se destaca los resultados que presentan cifras favorables mediante la contribución de las políticas comerciales que se sustentan en exportación manufacturera, es por eso:

“El Producto Interno Bruto regional que en 1970 alcanzaba solamente los 16 098 millones de dólares, al 2011 significó un total de 600 291 millones de dólares: un crecimiento de más de 37 veces. Esto no es gratuito: las políticas de intercambios comerciales positivas, la reducción de trámites exportadores, la eliminación de aranceles, las normas comunes (en materia de calidad, sanidad agropecuaria, inversiones, transporte, doble tributación, política de competencia), la mejora de infraestructura vial para el transporte de mercancías, etc., han permitido que las exportaciones entre los países andinos crezcan 196 veces en poco más de cuatro décadas, pasando de escasos 53 millones de dólares en 1969, a alcanzar 10 349 millones de dólares al 2012” (SGCAN, 2013).

Las oportunidades de intercambio comercial en materia de exportaciones de productos manufacturados al mercado regional andino, contribuyen a la productividad de los emprendimientos empresariales, por cuanto:

“El peso más fuerte de la integración comercial en la CAN está en la industria manufacturera, que ha generado un plus comparativo exportador frente a terceros mercados -donde se centran los commodities- [...] del total de las exportaciones intra-andinas, el 73% corresponde a productos manufacturados, lo que significa una cifra superior a los \$ 7000 millones, permitiendo la participación de miles de empresas y trabajadores que se han visto beneficiados ante las normativas de facilitación del comercio que la Comunidad Andina ha logrado consolidar (SGCAN, 2013).

Por lo tanto, las oportunidades para las unidades productivas en el mercado regional o subregional andino son espacios integración comercial así como de cohesión social, razón por la cual “el ser parte de la Comunidad Andina permite

ampliar las ventajas y posibilidades de intercambios comerciales en la región e incrementar las economías locales, promoviendo así el desarrollo económico y social de nuestros pueblos” (ibídem.).

Una visión panorámica del desarrollo económico y social de la Comunidad Andina nos permite visibilizar las ventajas y oportunidades comerciales, para ello damos cuenta de los principales indicadores y variables, en cuanto se refiere a datos que validan esta organización social internacional o regional, que está constituido por:

“... [Cuatro] países andinos; con más de 103 millones de ciudadanos andinos; 600,291 millones de dólares de PIB (es decir: 5 952 dólares por cada ciudadano andino); 6,4% de crecimiento del PIB; 10,349 millones de dólares en exportaciones entre países andinos; 138 mil millones de dólares en exportaciones al mundo; y cerca del 80% de los productos que se comercializan entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú son manufacturados” (Ibíd.)

Además, considerando lo anterior, se conoce los datos de las exportaciones de los países andinos al mercado ampliado de la CAN que han mostrado un mayor dinamismo que las dirigidas a terceros mercados, tomando en cuenta desde la fundación de éste organismo internacional, cuyo resultado se basa en:

“El comercio entre los países andinos ha crecido, 196 veces, mientras que el dirigido a terceros países aumentó 73 veces. La tasa de crecimiento promedio anual fue de 13,1% en el caso de las exportaciones intracomunitarias y de 10,5% en el de las exportaciones extracomunitarias” (SGCAN, 2013).

En consecuencia, “esto evidencia el impacto positivo de las acciones desarrolladas por los países miembros para normar de una manera armonizada el comercio intracomunitario y adoptar un conjunto de instrumentos y políticas comunes que regulan el mercado andino, garantizando su buen funcionamiento” (ibíd.), para ello ilustramos con el siguiente gráfico:

Gráfico N° 14: Exportación intracomunitarias y extracomunitarias (1969-2012)



Fuente: SICEXT - Secretaría General de la CAN.

Aquí se puede apreciar la preeminencia de la actividad comercial intracomunitaria, ya que “el comercio intra-andino ha venido creciendo de manera sostenida en los últimos años. En el 2012, alcanzó la cifra récord de 10 349 millones de dólares. Se estima que en el 2013 continuará esta tendencia progresiva” (ibídem.).

Cuadro N°15: Exportaciones intracomunitarias 2012 (en millones de dólares)

País exportador	Países de destino				Intra Comunitarias	Distribución %
	Bolivia	Colombia	Ecuador	Perú		
Bolivia		414	184	596	1194	11
Colombia	125		2033	1582	3741	36
Ecuador	22	1055		1989	3066	30
Perú	555	896	897		2348	23
					10349	100

Fuente: SICEXT - Secretaría General de la CAN.

Este panorama favorable para las políticas comerciales orientados al proceso de integración económica y comercial se sustenta en los siguientes resultados que nos permiten apoyar y promocionar los emprendimientos, considerando que:

“El 73% de la oferta exportable de los países andinos dirigida al mercado ampliado de la CAN está compuesto por productos manufacturados [...] del total de las exportaciones de los países andinos al mercado ampliado (10.349), el 73% corresponde a la industria

manufacturera (7.511 millones de dólares). Este tipo de comercio genera empleo de calidad (SGCAN, 2012).⁸²

En cuanto a la exportación de los principales productos manufacturados, del total de los productos exportados por Bolivia al mercado andino, 66% corresponde a productos manufacturados, bajo éste criterio, 42% del total de los productos exportados por Ecuador, 92% del total de los productos exportados por Perú y 88% del total de los productos exportados por Colombia al mercado de la CAN.⁸³

Cuadro Nº 16: Productos manufacturados exportados por los países al mercado de la Comunidad Andina

País de la CAN	Productos manufacturados exportados por los países al mercado de la Comunidad Andina		
BOLIVIA	66%	Aceite de soya y sus derivados;	547.000.000
		Aceite de girasol;	57.000.000
		Harina de habas y de soya (soya);	27.000.000
		Azúcar de caña o de remolacha; y	17.000.000
		Cobre de construcción.	12.000.000
ECUADOR	42%	Vehículos, automóviles;	105.000.000
		Aceite de palma;	97.000.000
		Conservas de atunes;	81.000.000
		Tableros de madera;	58.000.000
		Cocinas.	44.000.000
PERÚ	92%	Alambre de cobre refinado;	177.000.000
		Alimentos para animales;	92.000.000
		Barra de hierro o acero sin alear;	55.000.000
		Persiano licuado y	44.000.000
		Alcohol etílico.	43.000.000
COLOMBIA	88%	Aeronaves ultraligeras;	124.000.000
		Azúcar de caña o remolacha;	122.000.000
		Polipropileno en formas primarias;	114.000.000
		Medicamentos para humanos; y	111.000.000
		Vehículos, automóviles.	68.000.000
			10.349.000.000

Fuente: Elaboración propia basada en INE y SICEXT-Secretaría General de la CAN, 2013.

⁸² Como resultado de la integración andina, se ha producido un cambio estructural en la composición de las exportaciones de los países andinos a la región. En 1970, la participación de los productos manufacturados a nivel intracomunitario era de 36%.

⁸³ El total de exportaciones a la CAN es de 10 349 millones de dólares (SICEXT - SGCAN, 2013).

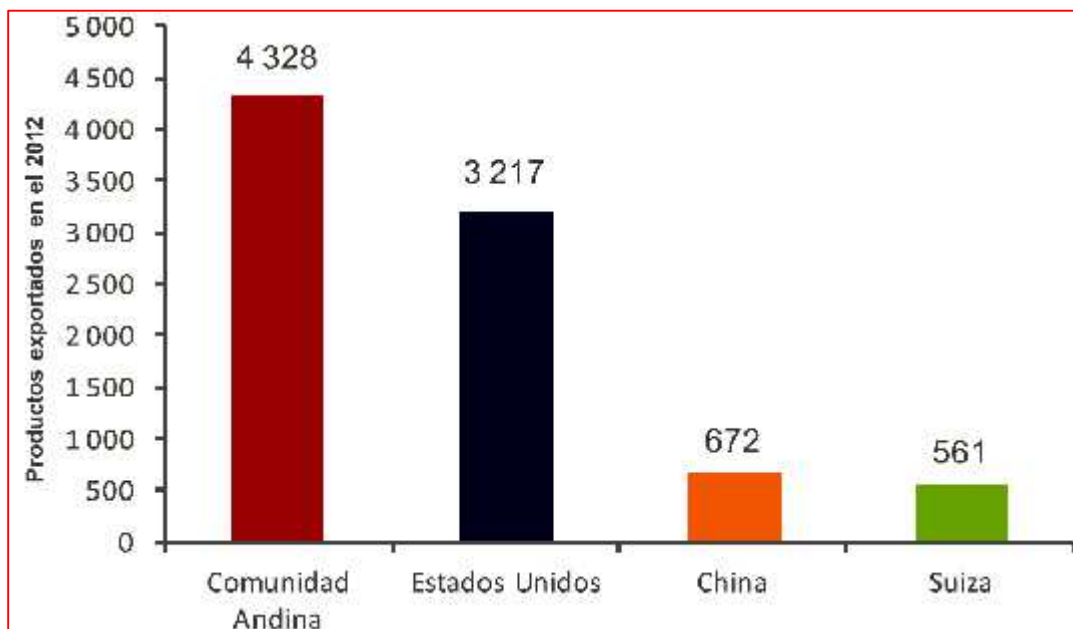
Gráfico Nº 15: Exportaciones a la Comunidad Andina 2012 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia basada en la CAN, 2013

Sobre las actividades comerciales como resultados de la vocación productiva y de servicio de los ciudadanos o pueblos que integran el mercado andino, se conoce que “las exportaciones intracomunitarias son de una mayor diversificación que aquellas exportaciones dirigidas fuera del bloque andino”, veamos el gráfico:

Gráfico Nº 16: Las exportaciones intracomunitarias



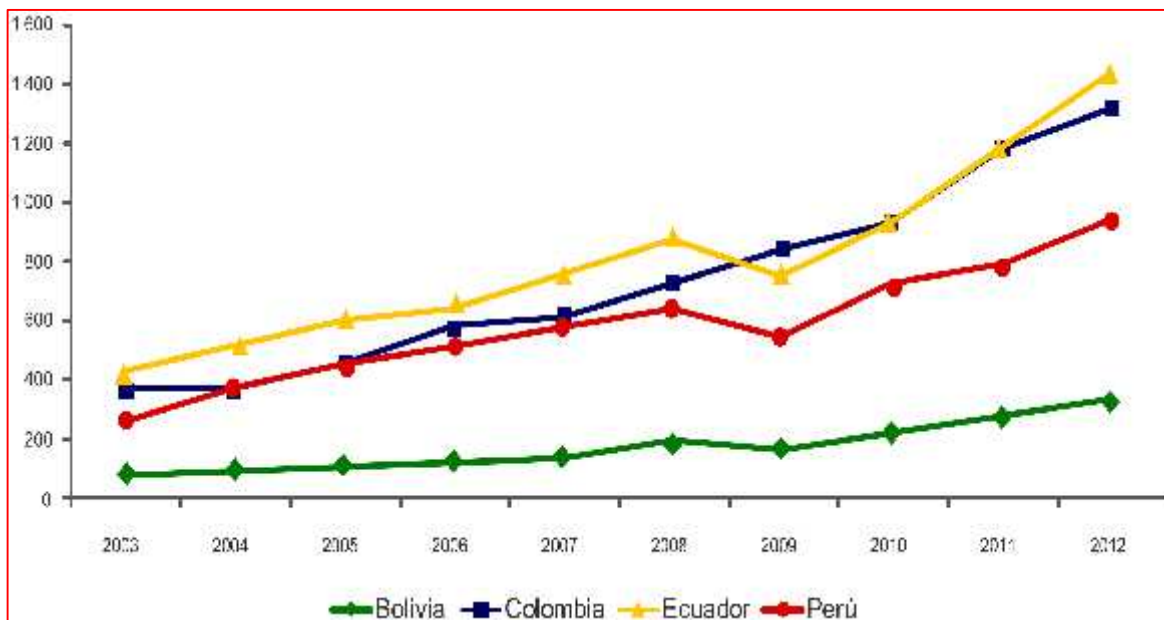
Fuente: SICEXT - Secretaría General de la CAN.

El encuentro empresarial es un espacio de intercambio de experiencias orientados a la promoción de emprendimientos empresariales, bajo la dirección del Consejo Consultivo Empresarial del Sistema Andino de Integración (SAI), que:

“...comprende una Macrorrueda de Negocios y una Reunión del Comité Andino de Autoridades de Promoción de Exportaciones, cuenta con la participación de grandes, medianos y pequeños empresarios de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú de los siguientes sectores: Alimentos: Agroindustria y Pesca; Flores; Textil y Confecciones; Joyería; Materiales de Construcción; Metalmecánica (Autopartes e Insumos para la Minería); Productos Farmacéuticos; Plásticos; Muebles de Madera; Manufacturas de Cuero-Calzado y Servicios (Logística y Software). [...] Los sectores participantes en el Encuentro Empresarial Andino (excluyendo los de servicios) representaron el 39,6% del comercio total intracomunitario del 2012, que alcanzó la cifra récord de 10 349 millones de dólares” (Ibíd.).

Las exportaciones intracomunitarias de cada país andino de estos sectores participantes en el encuentro empresarial, considerando los datos anteriores, ilustramos con el siguiente gráfico:

Gráfico N° 17: Exportaciones intracomunitarias de cada país andino.

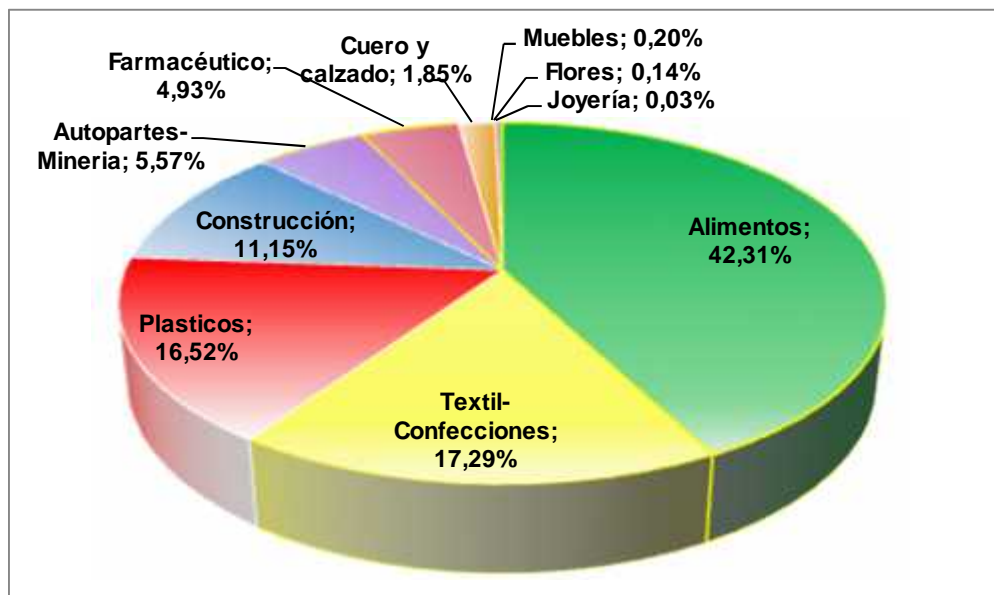


Fuente: Elaboración propia basada en Comunidad Andina, 2013

En este contexto, “es importante mostrar la participación de cada uno de los sectores priorizados con respecto al total de las exportaciones...” (CAN, 2012). Sabiendo que la participación de los sectores estratégicos productivos y

comerciales es el motor de la economía regional, cuyo espacio de relación comercial es el mercado de la Comunidad andina, como que se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 18: La participación de los sectores productivos y comerciales en la Comunidad Andina



Fuente: Elaboración propia basada en Comunidad Andina, 2013

Para hacer de las políticas comerciales un mecanismo de cooperación en las exportaciones manufactureras andinas⁸⁴, sean intra o extracomunitarias, vamos a ilustrar con los siguientes datos:

Cuadro N° 17: Exportaciones Manufactureras Andinas: Intra y Extra CAN

PAÍS	2005		2009		2010 (p)	
	IntraCAN	ExtraCAN	IntraCAN	ExtraCAN	IntraCAN	ExtraCAN
Bolivia	81.2	29.0	22.8	74.9	71.1	21.9
Colombia	84.8	48.7	93.4	42.8	89.9	38.4
Ecuador	40.6	25.2	49.4	27.9	46.6	26.5
Perú	96.7	70.6	93.8	65.4	95.2	62.9
CAN	73.7	51.1	79.7	46.7	77.9	43.9

Fuente: Elaboración propia basada en Comunidad Andina, 2011.

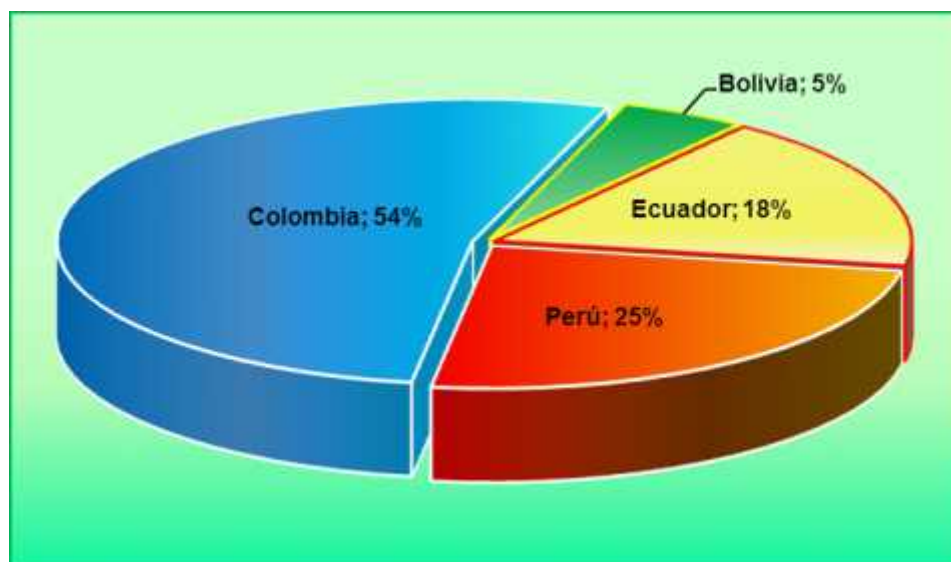
⁸⁴Segovia, Santiago (2011): Comercio Intracomunitario: Dinamismo y Relevancia para los Países Andinos. Pp.163-188.

4.4. La participación de las Mipymes exportadoras en las relaciones comerciales entre la Comunidad Andina y la Unión Europea.

El establecimiento y consolidación del mercado común subregional y el avance hacia etapas superiores del proceso de integración andino y latinoamericano obligarán a superar las grandes distancias entre los niveles de desarrollo social o humano hoy prevaletentes entre países y regiones, de manera similar a cómo ha debido proceder la Unión Europea.⁸⁵

Analizando a cada país miembro de la CAN, esta importancia varía. Colombia, en primer lugar y Perú, en segundo concentran el mayor intercambio con la UE. El comercio con Ecuador y Bolivia es poco significativo. Para la UE, el comercio con la CAN es marginal: menos del 1%, del total de exportaciones e importaciones europeas.⁸⁶

Gráfico N° 19: Participación de las exportaciones de la CAN hacia la UE



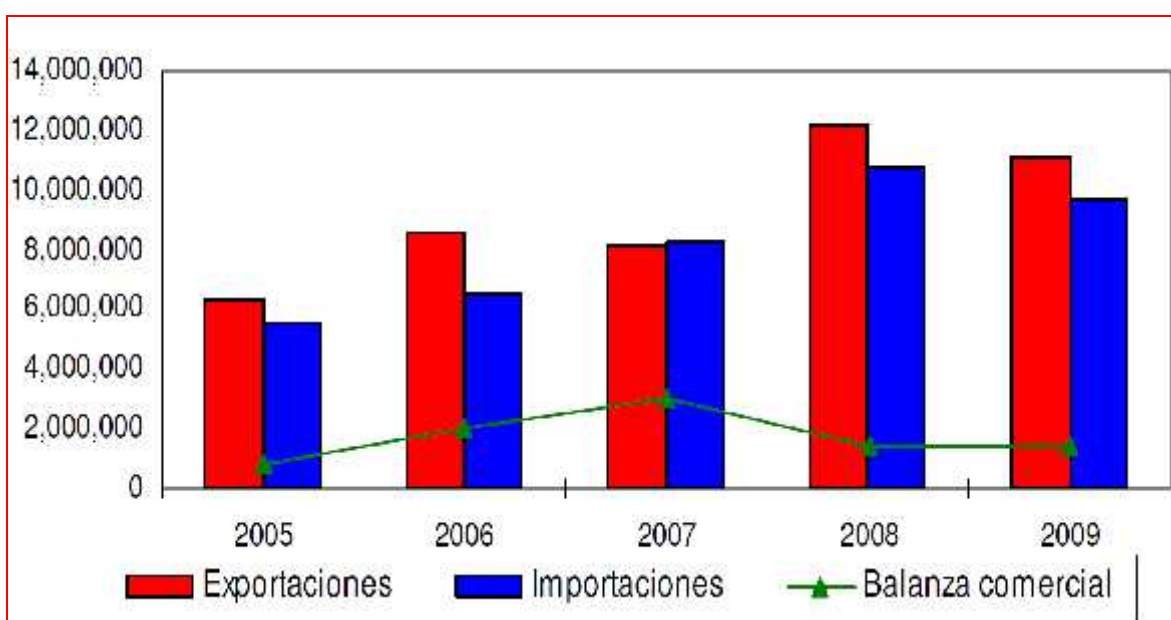
Fuente: Elaboración basada en Eurostat y Fairlie, 2010.

⁸⁵ Ibídem. PIDS, p.15.

⁸⁶ Fairlie Reinoso, Alan (2010, septiembre): *Del Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y la Comunidad Andina (CAN) al Acuerdo Comercial Multipartes con Colombia y Perú: ¿Qué escenarios para la integración regional?*, Observatorio Social de las Relaciones Unión Europea - América Latina/Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción al Desarrollo A.C. p. 4.

La balanza comercial CAN-UE ha sido favorable para los países andinos, en los últimos años, principalmente por el saldo comercial positivo del comercio UE-Perú. Sin embargo, se ha observado desde el 2007 una tendencia a la disminución del superávit comercial que mantiene el Perú con la UE. El superávit comercial del 2008 fue de aproximadamente USD 1,400 millones; mientras que en el 2007, fue de casi 3 mil millones de dólares. No obstante, en el 2009, la balanza comercial ha variado poco respecto al año previo, situándose en USD 1,435 millones.

Gráfico N° 20: Balanza Comercial (en millones de USD)



Fuente: Elaboración basada en datos de la Comunidad Andina y Fairlie, 2010.

Haciendo una comparación de la estructura comercial de los países de la región observamos que Bolivia, Colombia y Ecuador tienen una fuerte concentración en los destinos de sus exportaciones. Las exportaciones de Bolivia se concentran en el MERCOSUR (40.8%); [...] Para Bolivia, la UE es el tercer socio comercial...⁸⁷

⁸⁷ Al respecto, "...mientras que las de Colombia y Ecuador en Estados Unidos (39.1% y 33.2%, respectivamente) [y] que para Colombia y Ecuador es el segundo. En el caso del Perú, los mercados de destino están más diversificados", *Ibíd.*, p. 4.

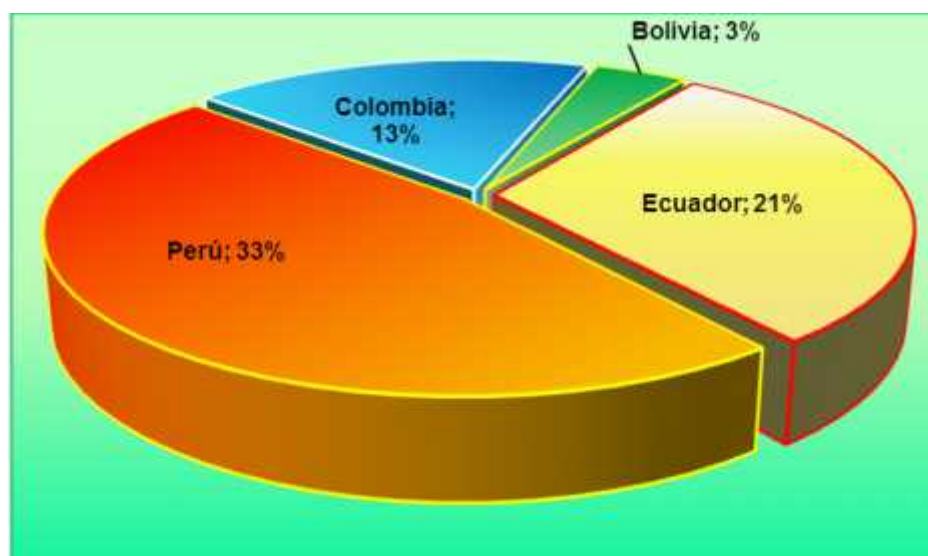
Cuadro Nº 18: Estructura Comercial de la región por mercado de destino (2009) (en porcentajes)

COMUNIDAD ANDINA	UNION EUROPEA	MERCOSUR
Bolivia	7.4	40.8
Ecuador	14.8	1.0
Perú	15.5	2.3
Colombia	14.2	2.1

Fuente: Elaboración basada en datos de la Comunidad Andina y Fairlie, 2010.

En el caso de las importaciones, desde la CAN, el 43% de estas son realizadas por Colombia. Perú ocupa el segundo lugar, le sigue Ecuador explicando el 21% y Bolivia apenas el 3%.

Gráfico Nº 21: Participación de las importaciones de la CAN hacia la UE



Fuente: Elaboración basada en Eurostat y Fairlie, 2010.

Bolivia se abastece principalmente de los países del MERCOSUR y, en segundo lugar, de Estados Unidos. El 25.6% de las importaciones de Ecuador y el 28.7% de las de Colombia provienen de los Estados Unidos. En ambos casos la UE representa el segundo lugar. Perú tiene también una mayor diversificación en sus importaciones donde Estados Unidos explica el 20%; UE, el 12.1%; y China y el MERCOSUR, el 13% y 14.6 %, respectivamente.

Cuadro N° 19: Estructura Comercial de la región por mercado de origen (2009) (en porcentajes)

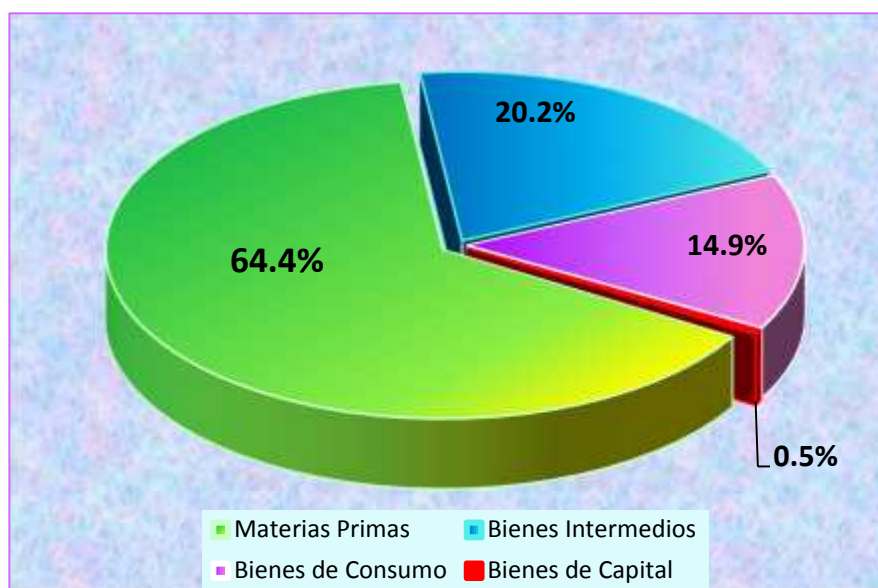
COMUNIDAD ANDINA	UNION EUROPEA	MERCOSUR
Bolivia	8.8	32.4
Ecuador	9.6	8.1
Perú	12.1	12.9
Colombia	15.5	9.9

Fuente: Elaboración basada en datos de la Comunidad Andina y Fairlie, 2010.

4.4.1. Las exportaciones de la Comunidad Andina a la Unión Europea.

Las exportaciones de los países andinos a la Unión Europea⁸⁸ son básicamente productos agrícolas y mineros, es decir, materias primas con el 64,4 %, los bienes intermedios con 20,2 % y bienes de consumo con 14,9%, veamos el grafico:

Gráfico N° 22: CAN: Estructura de exportaciones a la Unión Europea, 2008



Fuente: Elaboración basada en Naciones Unidas COMTRADE, 2008.

⁸⁸ En cuanto a las relaciones comerciales de Bolivia y la Unión Europea, por medio del mercado de la Comunidad Andina, hasta el 2009, sabiendo que: “la nueva modalidad de negociación involucra solo a Colombia, Perú y Ecuador, al retirarse del proceso Bolivia, por considerar que dicho esquema terminaría en un simple Tratado de Libre Comercio. Al respecto, véase en Chiriboga Vega, Manuel (2009, mayo de): *¿Es la CAN un esquema vigente de Integración?* Quito: ILDIS – Friedrich Ebert Stiftung, pp. 20-22.

Cuadro Nº 20: Bolivia: Exportaciones a la Unión Europea Según país de destino al año 2008 (En miles de dólares)

PAIS	VALOR en \$US
Bélgica	155.540.361
Reino unido	89.787.420
Países bajos	50.374.765
España	45.764.518
Italia	23.547.615
Alemania	23.116.455
Francia	12.872.298
Austria	7.771.847
Federación de Rusia	3.124.205
Rumania	1.287.088
Portugal	902.791
Suecia	741.931
Noruega	737.639
Dinamarca	692.555
Polonia	620.089
Lituania	604.957
Letonia	319.819
Grecia	194.139
Irlanda	136.846
Republica checa	94.199
Finlandia	84.127
Luxemburgo	55.298
Estonia	42.800
Malta	21.507
Hungría	9.399
TOTAL EXPORTADO	418.444.668

Fuente: Elaboración CEBEC/CAINCO, 2008.

4.5. Los mecanismos de participación en las políticas comerciales orientados al proceso de integración de la Comunidad Andina.

4.5.1. La coordinación de las políticas comerciales en el proceso de integración de la Comunidad Andina.

Los mecanismos de integración en las políticas comerciales de la Comunidad Andina juegan un rol determinante en el proceso e integración económica, política y social, razón por la cual, es importante considerar la coordinación de las políticas comerciales para las Mipymes exportadoras al mercado andino, por lo que es

necesario entender las políticas comerciales, tomando en cuenta la interrelación de las decisiones y acciones intra y extrasociales en el ámbito comercial. Desde la concepción de la política exterior en democracia, Olivier Dabene (1999), entiende que:

“los problemas internos de un país se regionalizan o internacionalizan, y requieren un tratamiento colectivo a nivel regional o internacional [...] en una región como la andina donde los países son vulnerables a las corrientes internacionales, toda clase de política pública tiene una dimensión internacional”⁸⁹.

En este sentido, Forero entiende que “la política comercial de los países andinos es también interdependiente, en la medida que gran parte de las acciones unilaterales llevadas a cabo por cada país en este campo tienen repercusión directa sobre el proceso de integración y sobre el ámbito comercial de los demás miembros”. Por cuanto, el sentido y orientación de las políticas comerciales responde al proceso de integración política y económica andina, considerando:

La necesidad de adoptar acciones coordinadas adquiere relevancia para fortalecer el proceso de integración y para profundizar los lazos comerciales entre los miembros andinos. [...] La coordinación de la política comercial implica la adopción de posiciones comunes en los diferentes foros multilaterales relacionados con temas comerciales, la defensa de los intereses de la subregión, la armonización de políticas relacionadas con el comercio, la adopción de políticas conducentes a estrechar la profundización de las relaciones comerciales entre los países andinos, entre otros.⁹⁰

De acuerdo a Krugman y Obstfeld, “la política comercial puede ser entendida como el conjunto de medidas y acciones que los Estados adoptan con el propósito de regular el comercio internacional”⁹¹. “Entre dichas acciones que los Estados

⁸⁹Dabene, Olivier. *La defensa de la democracia como agenda de política exterior común en la Comunidad Andina*. En: Secretaría General de la Comunidad Andina. *Hacia una política exterior de la Comunidad Andina*. Lima: Publicaciones Comunidad Andina, 1999. p. 616.

⁹⁰Forero, Fabio (s/f): *La Coordinación de la Política Comercial en la Comunidad Andina y su efecto en el proceso de integración*. Bogotá: Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, pp. 5-6.

⁹¹ Para una descripción de las rupturas y continuidades del Sistema Internacional Contemporáneo, véase en: Pearson, Frederic y Rochester, J Martin. *Relaciones Internacionales: situación global en el siglo XXI*. McGRAWHILL. p. 72.

pueden implementar se encuentran los aranceles, los subsidios a las exportaciones, los subsidios a las importaciones, las cuotas a las importaciones, restricciones voluntarias de exportación, el requisito de contenido nacional, subsidios de crédito a la exportación y las barreras no arancelarias. En complemento a esto, las políticas de integración hacen parte de los instrumentos de un país para conducir su política comercial” (Ibídem, p. 8).

En este contexto, Manuel Agosín (1996) entiende que “la creación de la Organización Mundial del Comercio implicó un punto de quiebre para el uso de la política comercial en América Latina, en la medida que ‘las nuevas reglas limitaron la posibilidad de implementar políticas que en el pasado han sido exitosas para alcanzar la competitividad internacional’”⁹². Por lo anterior, de acuerdo a Forero “los países de América Latina, entre ellos los andinos, se han visto enfrentados al reto de formular y ejecutar políticas comerciales que les permita incrementar los niveles de competitividad internacional en un contexto regulado y más limitado en términos de desarrollo industrial”(ibíd.).

En este sentido, “el cambio de estrategia de los años 90 por parte de los países de la CAN, ocasionó que la política comercial pasara de ser un instrumento para la industrialización a ser entendida como un instrumento para la internacionalización de la economía”⁹³. En consecuencia se conoce que:

“...a fin de consolidar el espacio económico andino y mejorar la inserción internacional, los países de la CAN dieron especial énfasis a la ejecución de la política comercial a través de instrumentos tales como: la rebaja unilateral de aranceles, las negociaciones comerciales con terceros, la búsqueda de sistemas de preferencias unilaterales otorgados por países desarrollados, entre otros” (Forero, s/f).

⁹² Agosín, Manuel R. *La política comercial en la América Latina y el nuevo sistema internacional de comercio*. En: Revista Integración y Comercio, enero-abril 1996, INTAL: Buenos Aires. p. 149.

⁹³ Al respecto, Forero señala que “la política comercial en el ámbito andino se justificaba en el argumento de la industrialización mediante la protección de algunos sectores estratégicos de la industria a fin de garantizar su germinación o despegue. Lo anterior, se llevaba a cabo mediante el uso de los diferentes instrumentos de la política comercial, tales como los aranceles, las restricciones cuantitativas, los créditos, el incentivo fiscal, la inversión estatal, entre otras. No obstante, el uso de estos instrumentos se ha visto restringido en el nuevo marco jurídico multilateral de comercio”.

La institucionalidad en el sistema de comercio internacional y/o comercio regional tienen una relevancia fundamental en el diseño y ejecución de la política comercial, ya que en torno a ello se configuran los actores y definen las formas de acceso a los procesos de toma de decisiones en pos de la integración andina.

Cuadro Nº 21: Estructura institucional en la Política de Comercio Exterior y cambio institucional en los países de la CAN

Países	Ministerios Implicados	Órgano de Coordinación	Cambio Institucional
Bolivia	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (lidera). ❖ Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. ❖ Ministerio de Economía y Finanzas. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Consejo Nacional de Exportaciones (CONEX). ❖ Consejo Nacional de Política Económica (CONAPE) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ministerio de Exportaciones y Competitividad (suprimido en 1997). ❖ Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones (creado en 1997). ❖ Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones (suprimido en 2003). ❖ Ministerio de Desarrollo Económico (asume funciones comerciales en 2003). ❖ Red Externa Boliviana (creada en 2005). ❖ Ministerio de Desarrollo Económico (suprimido en 2009). ❖ Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (creado en 2009). ❖ Agencias: Promueve Bolivia, Conoce Bolivia, Insumos Bolivia y Pro Bolivia (creadas en 2009).
Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración (lidera agenda internacional). ❖ Ministerio de Industrias y productividad (lidera agenda interna). ❖ Ministerio de 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ministerio de Coordinación de Política Económica. ❖ Consejo de Comercio Exterior e Inversiones. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (creado en 1997). ❖ Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (creado 1997 y suprimido en 2007). ❖ Ministerio de Industrias y Productividad (creado en 2007).

	Economía y Finanzas.		<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración (asume funciones comerciales en 2007). ❖ Ministerio de Coordinación de Política Económica (creado en 2009).
Perú	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Lidera). ❖ Ministerio de Economía y Finanzas. ❖ Ministerio de Relaciones Exteriores 		<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ministerio de Industria, Turismo y Negociaciones Comerciales Internacionales (suprimido en 2002). ❖ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (creado en 2002).
Colombia	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (lidera). ❖ Ministerio de Hacienda y Crédito Público. ❖ Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. ❖ Ministerio de Relaciones Exteriores. ❖ Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Consejo Superior de Comercio Exterior. ❖ Comisión Nacional de Competitividad ❖ Comité de Asuntos Aduaneros, Arancelarios y de Comercio Exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ministerio de Comercio Exterior (creado en 1991). ❖ Consejo Superior de Comercio Exterior (creado en 1991). ❖ Comité de Asuntos Aduaneros, Arancelarios y de Comercio Exterior (creado en 1991). ❖ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (fusión de dos Ministerios en 2002). ❖ Comisión Nacional de Competitividad (creada en 2006).

Fuente: Elaboración basada en Forero.

En cuanto a las instituciones que sustentan los mecanismos de integración en el proceso de las políticas comerciales podemos destacar el carácter democrático de la esfera de decisión económica y comercial como el punto de encuentro de los actores y/o agentes basada en el intercambio de bienes y servicios, sabiendo que:

“En Colombia, Ecuador y Bolivia, existen mecanismos formales que facilitan la participación de la sociedad civil en el proceso de diseño y ejecución de la política comercial, lo cual es de gran relevancia en la medida que existe una gama amplia de interlocutores con los cuales definir la política comercial. Por su parte, Perú refleja una debilidad en términos de organización formal que permita la interacción con los actores de la sociedad civil implicados en el sector de comercio exterior, pero esto no se ha traducido necesariamente en resultados precarios en esta materia. Mientras que Bolivia, en el contexto político reciente, ha permitido el incremento de la participación de nuevos sectores en la

elaboración de la política comercial involucrando a asociaciones campesinas, movimientos sociales, organizaciones obreras, artesanos, entre otros” (Forero, s/f: 17).

Cuadro N° 22: Mapa del marco institucional de la política comercial en los países de la CAN

PAÍS	Modelo Institucional	Fragmentación Institucional	Formalización de la Coordinación	Red de Sector Privado	Formalización de la participación
Bolivia	Comercio Exterior - Relaciones Exteriores	Medio	Medio	Amplia y dispersa	Medio
Ecuador	Comercio Exterior - Relaciones Exteriores	Alto	Bajo	Pequeña y concentrada	Medio
Perú	Comercio Exterior - Aislado	Medio	Medio	Amplia y concentrada	Bajo
Colombia	Comercio Exterior - Aislado	Bajo	Alto	Amplia y concentrada	Alto

Fuente: Elaboración basada en Forero.

En el marco de la institucionalidad del proceso de integración de la Comunidad Andina, de acuerdo a las modalidades e instancias de coordinación de las políticas comerciales, podemos determinar la ejecución de la política comercial a saber:

Cuadro Nº 23: Comparación de la ejecución de la política comercial (Disciplina comercial)

Países	Arancel promedio	Política de competencia	Medidas sanitarias, fitosanitarias y OTC	Aduanas	Defensa comercial	Propiedad intelectual
Bolivia	8,2%	No hay una Ley integral que regule el tema de manera específica.	En el período 1999-2005: notificaron 7 normas y 2 reglamentos técnicos.	Miembro de OMA y AVA de OMC. Creó Unidad de Control Operativo Aduanero, SIDUNEA y UTISA. Despacho Aduanero: 30 min (canal verde), 1 día (canal amarillo), 3 días (canal rojo). Eliminó licencias previas a la expedición.	No ha impuesto medidas antidumping entre 1999 y 2005. Según Perfil de Bolivia de la OMC: A 30 de junio de 2008, no ha impuesto medidas.	Compromisos Multilaterales: Convenio de París, Convenio de Berna, Convención de Roma, ADPIC, UPOV, Tratado de Nairóbi. Control y vigilancia: SENAPI.
Ecuador	11,9%	No hay una Ley integral que regule el tema de manera específica.	No ha presentado notificaciones en este tipo de normas.	Miembro de OMA y AVA de OMC. La Aduana está a cargo de las Fuerzas Armadas. Tiempo de Despacho: 11.9 días en promedio. Mantiene licencias previas a la expedición para todas las mercancías que superan los 4 mil dólares.	No ha adoptado medidas, ni ha realizado investigaciones entre 1999 y 2005. Según perfil de Ecuador de la OMC: a 30 de junio de 2008, no ha impuesto medidas.	Compromisos Multilaterales: Convenio de París, Convenio de Berna, Convención de Roma, ADPIC, PCT, Convenio de Ginebra, Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor, Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas Control y Vigilancia: IEPI

Perú	8,2%	Existe una Ley que regula el tema de manera específica y la vigilancia la realiza una sola entidad.	En el período 1999 - 2007: notificaron a la OMC 1209 normas, entre normas sanitarias y reglamentos técnicos.	Miembro de OMA y AVA de OMC. Ha reducido los tiempos de despacho Aduanero en un 30%. Despacho en Aduana: 2,3 a 5,9 horas en control documental, 13,4 a 19 horas en control físico. Es posible hacer declaración en internet.	El Examen de 2007 señala que han estado en vigor 24 derechos antidumping definitivas, de las cuales 3 resultaron definitivas. El perfil de Perú de la OMC, señala que a 30 de junio de 2008 se han notificado 33 medidas antidumping.	Compromisos Multilaterales: Convenio de París, Convenio de Berna, Convenio de Roma, ADPIC, Convención Universal sobre Derecho De Autor Control y Vigilancia: INDECOPI
Colombia	12,0%	Existe Ley específica que regula el tema y regulación por sectores. La vigilancia es dispersa por sectores. Dispersión genera confusión en competencias entre entidades.	En el período 1999-2006: Colombia notificó a la OMC 151 normas y 120 reglamentos técnicos.	Miembro de OMA y AVA de OMC. Creó VUCE. Redujo trámites aduaneros en 60%. Mantiene licencias previas a la expedición para 133 líneas arancelarias.	Han estado en El Examen de 2006 señala que han estado en vigor 25 medidas, de las cuales 18 resultaron definitivas. Se realizaron 9 Investigaciones para imponer salvaguardias. A 30 de junio de 2008: 10 medidas antidumping estaban en vigor.	Compromisos Multilaterales: Convenio de París, Convenio de Berna, Convenio de Roma, ADPIC, PCT, Convenio de Ginebra Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor, Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas, Convenio Internacional para la Protección de Nuevas Variedades de Plantas Control y Vigilancia: DNDA, SIC e ICA.

Fuente: Exámenes de Política Comercial de la OMC para Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú; y, www.comunidadandina.org.

En cuanto a los mecanismos que contribuyen al proceso de integración, se destaca la coordinación de las políticas comerciales bajo la orientación de las instituciones de la Comunidad Andina, que expresa en:

“El ejercicio de coordinación de la Política Comercial en el Consejo Presidencial de la CAN ha jugado un rol relevante sobre cinco asuntos: la visión estratégica de la CAN en la perspectiva comercial, conformación de un mercado común, establecimiento de un arancel externo común, negociaciones comerciales conjuntas con terceros y acciones de política sectorial. [...] Dos países, Ecuador y Bolivia han revisado su visión respecto al comercio exterior. Se ha mostrado que existen mecanismos institucionales para que los países lleven a cabo la coordinación de la política comercial pero estos son poco efectivos en la medida que se caracterizan por el incumplimiento y no establecen mecanismos para llevar a cabo un diseño conjunto de la política comercial”.⁹⁴

4.5.2. La articulación de las instituciones de exportación de la CAN.

Los organismos de promoción de exportaciones de la CAN son Promueve Bolivia, Pro Ecuador, Prom Perú y Proexport Colombia. En este marco, “las máximas autoridades de los Organismos de Promoción de Exportaciones de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú coinciden en considerar el mercado andino como un mercado de oportunidades y en destacar la importancia del trabajo conjunto para fortalecer el comercio y el sector productivo regional” (SGCAN, 2013).

En el marco del Sistema Andino de Integración, el Consejo consultivo Empresarial, promueve la participación de los agentes económicos de los países miembros de la Comunidad Andina, ya que está constituido por sectores estratégicos en materia comercial, dando a poyo a los emprendimientos empresariales de producción manufacturera, donde los espacios de decisión son importantes:

“Para promover una mayor participación del sector empresarial en el proceso andino de integración, existe el Consejo Consultivo Empresarial Andino, que emite opinión ante el Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores, la Comisión o la Secretaría General a solicitud de éstos o por propia iniciativa, sobre los programas o actividades del proceso

⁹⁴ Forero, Fabio (s/f): *La Coordinación de la Política Comercial en la Comunidad Andina y su efecto en el proceso de integración...* óp. cit. p. 37.

de integración subregional que sean de su interés. Otros sectores de la sociedad civil de la CAN, como los trabajadores y los Pueblos indígenas, tienen también sus instancias de participación en el Sistema Andino de Integración, las cuales son el Consejo Consultivo Laboral Andino y el Consejo Consultivo de Pueblos Indígenas de la Comunidad Andina, que cuentan con funciones similares” (SGCAN, 2013).

4.5.3. La complementariedad en las políticas comerciales para la integración de la Comunidad Andina.

El objetivo de la Comunidad Andina es impulsar la complementariedad, así entiende Rivadeneira (2013), quien también considera que el mercado andino es una de las más importantes:

“La Comunidad Andina [...] Es uno de los mercados más importantes para nuestros países -para algunos de nosotros, es el más importante-. Es, además, muy importante para nuestros *productos de valor agregado*” [...] Más allá de la promoción de exportaciones, nuestro *objetivo es impulsar la complementariedad*. Creemos que la CAN tiene que trabajar mucho en identificar y apoyar el desarrollo de encadenamientos regionales, de tal manera que, como países, nos complementemos y, al mismo tiempo, podamos exportar conjuntamente hacia el Asia y otros mercados.” (Rivadeneira, 201: 16).⁹⁵

4.6. Las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras desde la concepción de las relaciones internacionales y diplomacia.

Para realizar una aproximación teórica a las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras en materia de exportación al mercado intracomunitaria y extracomunitaria, consideramos que la aplicación de ésta herramienta en el contexto internacional, sea en el comercio internacional o regional, es pertinente redefinir desde la concepción de las Relaciones Internacionales y Diplomacia, considerando las dimensiones económica y política en la vida social, que se expresan en una relación de interdependencia y complementariedad del poder social, poder económico y poder político, al menos cuando se hace énfasis en la dimensión material -sin prescindir la dimensión espiritual- de la vida social basada en el intercambio de bienes y servicios en el mercado andino, donde los agentes

⁹⁵ Francisco Rivadeneira Sarzosa, Viceministro de Comercio Exterior e Integración del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración del Ecuador es el actual Presidente de la Comisión de la CAN.

económicos como actores políticos en la interrelación del sector público y privado hacen del mercado local, nacional y regional un espacio de interacción social y un proceso de aprendizaje social; en este escenario las Mipymes que juegan el rol protagónico en las cadenas productivas que generan la cohesión del tejido social.

En este sentido, el sistema social comprende el sistema político y el sistema económico en el proceso de integración integral de la Comunidad Andina, para comprender ello ilustramos con el siguiente gráfico:

Gráfico N° 23: Los actores e instrumentos económicos y políticos en el proceso de la política comercial de exportación manufacturera.



Fuente: Elaboración propia basada en Bobbio, 1990.

En este sentido, la propuesta de las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras de la ciudad de El Alto en el comercio regional del mercado andino desde la concepción de las relaciones internacionales y diplomacia postula un método teórico-práctico que se ilustra en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 24: El proceso de las políticas comerciales de exportación manufacturera para las Mipymes de la ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina.



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las Micro, Pequeña y Medianas empresas (Mipymes) se han constituido actualmente en uno de los pilares fundamentales del sistema económico del país, ya que, no solamente contribuye al desarrollo económico, sino al desarrollo político y social, en este último se destaca la contribución al desarrollo de la integración integral de la Comunidad Andina.

El diseño y gestión de las políticas comerciales de exportación manufacturera promovidos por el Estado boliviano para las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de la Ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina de 2006 a 2010 representa, no solamente un desafío del sector público, sino también del poder público o el desempeño de la gestión del gobierno en el Estado Plurinacional Comunitario de Bolivia, así como de la sociedad civil organizada en materia económica, es decir estas organizaciones sociales de carácter económico tienen la gran responsabilidad en la co-construcción de políticas públicas comerciales de exportación manufacturera de emprendimiento y competitividad para las Mipymes de la ciudad de El Alto en el Mercado Regional del CAN.

La vocación productiva de las personas de la urbe alteña, constituye uno de los mayores valores de la economía nacional, ya que el emprendimiento y la participación en forma organizada de las personas constituyen empresas familiares y comunitarios, como unidades productivas que se caracteriza por la redistribución, solidaridad, cooperación, ayni, etc., que no solamente se vive en las comunidades sino también en la ciudad de El Alto.

Estas experiencias de producción y distribución de bienes y servicios se sustentan en el *sistema comunitario* diferente del sistema capitalista, pero no contradictorio, sino *complementario*; es por eso, que en la agenda social de integración a través de políticas económicas, productivas y comerciales es una prioridad el desarrollo de la matriz productiva comunitaria de acuerdo a los saberes, conocimientos y tecnologías de las naciones originarias y pueblos indígenas, que constituyen la

riqueza cultural, como sujetos sociales claves en la articulación de las cadenas productivas, la cohesión del tejido social e integración de los Estados miembros de la Comunidad Andina, bajo los postulados del Bien Común y Vivir Bien/Buen Vivir.

Considerando la participación de las Mipymes en el mercado local, éste estudio se realizó sobre la base de la experiencia vivencial, tomando como referente el encuentro comercial y emprendimiento empresarial, cuyo escenario es la feria (qhathu) de la zona 16 de Julio de la ciudad de El Alto, como el núcleo estratégico del mercado local que comprende el mercado regional de la Comunidad Andina.

En este sentido, la interrelación de las empresas en las relaciones comerciales, cuyas organizaciones económicas sean comunitarias basadas en la reciprocidad y redistribución y empresas de organización capitalistas o socialistas (empresa privada/pública) basadas en el intercambio, acumulación, ganancia y utilidades generan un encuentro comercial de bienes y servicios para obtener determinados objetivos de interés y beneficio de la sociedad.

El proceso de intercambio de bienes y servicios -como producto, acción y efecto, misión, real y material-, (dimensión económica: la esfera de las decisiones sociales de *las empresas en el mercado*, intercambio de experiencias en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios para generar la integración económica: integración en el mercado regional.

Los avances y desafíos de la participación y representación de las Mipymes en el diseño y gestión de políticas económicas, productivas y comerciales, en el marco de la democracia, para hacer de ella un *proceso de aprendizaje social de integración* -como decisión, causa, visión, inmaterial (espiritual), medios, objetivos, metas y fines, que genera legitimidad y gobernabilidad-, que contribuya a la formación de *cadenas productivas basada en redes empresariales que contribuyan a la cohesión del tejido social* para hacer realidad el *proceso de integración* regional de la CAN. Esto es la dimensión política, como la esfera de las decisiones sociales del Estado en la democracia, para generar integración política: integración en la democracia regional.

Desde el enfoque de las relaciones internacionales y diplomacia, el proceso de integración regional considerando las dimensiones política y económica del sistema social local nacional y regional (o subregional), en materia de comercio exterior, donde los agentes económicos, las Mipymes como actores políticos en relación con el estado, sobre la base de dos pilares de relación social: mercado y democracia establecen estrategias políticas para resolver problemas económicos productivos y comerciales de interés y beneficio común (intracomunal), que se operativizan mediante instrumentos (medios prácticos) jurídicos -leyes, D.S., Resoluciones Ministeriales, normas de las entidades territoriales autónomas, etc., económicas -presupuesto, gasto fiscal, inversión pública, etc. políticos -políticas públicas, planes, programas y proyectos en base a mecanismos de coordinación y cooperación entre el gobierno central y las entidades territoriales autónomas (ETA's) así como con las instituciones de la estructura organizacional de la CAN - Sistema Andino de Integración, Parlamento Andino, Ministros de Relaciones Exteriores y otras instancias-, basada en los principios y valores democráticos bajo los postulados de la solidaridad, cooperación, reciprocidad y complementariedad.

En cuanto a las recomendaciones que amerita precisar para entender esta propuesta, desde la concepción de relaciones internacionales y diplomacia, al presentar un modelo de integración basada en las políticas comerciales para las Mipymes manufactureras que exportan sus productos (bienes y servicios) al mercado de la CAN, se considera este estudio como una contribución al campo de estudio de los fenómenos políticos y económicos, para hacer de allá una herramienta de integración regional, y no se considera como una panacea en su aplicación sobre los problemas económicos, productivos y comerciales, así como políticos, sociales y culturales.

Para ello es imperiosa la necesidad de comprender la coexistencia de dos matrices civilizatorias que constituye la base de las formas de vida diversos que caracteriza la formación social boliviana, ante las controversias y disyuntivas que genera una forma de vida homogeneizante, hegemónico y monocultural, así, siendo consecuentes con el género humano, consideramos que las decisiones y

acciones inherentes a las personas expresan la forma de vida bajo determinados criterios culturales que son antagónicos pero complementarios, como ejes transversales en la vida social tanto en la dimensión material y espiritual como en el campo político y económico.

Entonces, para buscar el equilibrio entre competitividad y cooperación basada en principios y valores democráticos, bajo los postulados de la solidaridad y complementariedad, es indispensable entender en la vida política, económica y social de acuerdo a estos criterios: producir para consumir, acumular para distribuir, conocer el entorno y contorno, microeconomía y macroeconomía, macropolítica y micropolítica, etc.

Por consiguiente, es necesario generar estrategias relacionados con los planes, programas y proyectos de sostenibilidad de las Mipymes, para superar el fenómeno de lo inversamente proporcional en la productividad relacionado al desarrollo económico así como el desarrollo integral, con la participación de estos agentes económicos como actores políticos en el sistema político democrático en la dimensión intra y extrasocietal, basada en el equilibrio del poder económico y político para contribuir al desarrollo económico, político, social y cultural coherentes con el bienestar social, el bien común y vivir bien, vida plena.

BIBLIOGRAFÍA.

Alarcón, Carlos (2011): **La Promoción del Desarrollo Productivo en el marco de la Integración y su implicancia para las MIPYMES Andinas.** En Segovia, Santiago y Roo, Elba (coord.). *Estrategias Económicas, Productivas y Comerciales en la Región Andina.* Revista de la Integración N° 7. Perú: Secretaría General de la Comunidad Andina.

Alarcón, Carlos: **Comunidad Andina y las MIPYMES.** Lima, 2008.

Álvarez, Mariano (2009): **Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: Una Contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas.** San Salvador: CEPAL/GTZ.

Agosín, Manuel R. **La política comercial en la América Latina y el nuevo sistema internacional de comercio.** En: Revista Integración y Comercio, enero-abril 1996, INTAL: Buenos Aires.

Banco Mundial (2012): **Informe sobre el desarrollo mundial 2013. Panorama general: Empleo.** Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Atribución CC BY 3.0.

Comunidad Andina. **Encuentro Empresarial Andino.** Lima: Secretaría General de la Comunidad Andina, 2013.

Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores (2004, setiembre de): **Plan Integrado de Desarrollo Social.** Nueva York: Decisión 601.

Dabene, Olivier. **La defensa de la democracia como agenda de política exterior común en la Comunidad Andina.** En: Secretaría General de la Comunidad Andina. *Hacia una política exterior de la Comunidad Andina.* Lima: Publicaciones Comunidad Andina, 1999.

Forero, Fabio (s/f): **La Coordinación de la Política Comercial en la Comunidad Andina y su efecto en el proceso de integración.** Bogotá: Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia.

Gibbs, Murray (2007, junio de). **Política Comercial: Guías de Orientación de Políticas Públicas, Estrategias Nacionales de Desarrollo,** (ONU DAES/ UN DESA), Nueva York.

Gobierno Autónomo Departamental de La Paz (2012): **Plan de Desarrollo del Departamento Autónomo de La Paz (PDDA-LP) al 2020.**

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, **Jornadas de Fortalecimiento empresarial para Micro y Pequeños Empresarios,** La Paz, 2011.

Gobierno Municipal de El Alto (2006): **Plan de Desarrollo Municipal 2006-2010.** La Paz: Gobierno Municipal de El Alto.

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, **Taller Internacional de Capacitación en Estrategias en Mercadeo y Negocios para PYMES,** La Paz: 2010.

Ministerio de Planificación del Desarrollo: **“Plan Nacional de Desarrollo “Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática, para Vivir Bien” lineamientos estratégicos 2006 - 2011”** La Paz: Ministerio de Planificación del Desarrollo, 2007.

Montaño S., Ximena (2007): **Democracia y Participación de la Sociedad Civil en los procesos de Integración: Comunidad Andina de Naciones - CAN.** Alianza Social Continental.

Pearson, Frederic y Rochester, J Martin. **Relaciones Internacionales: situación global en el siglo XXI.** McGRAWHILL.

Purtschert, Norberto (2011): **Ensayo sobre responsabilidad social, las pequeñas y medianas empresas y la innovación,** en Segovia, Santiago y Roo,

Elba (coord.). *Estrategias Económicas, Productivas y Comerciales en la Región Andina*. Revista de la Integración N° 7. Perú: Secretaría General de la Comunidad Andina.

Regalado Hernández, R. y otros: **Las MIPYMES en Latinoamérica**. 2007
Recuperado de www.eumed.net/libros/2007b/274/

Segovia, Santiago y Roo, Elba (coord.) (2011): **Estrategias Económicas, Productivas y Comerciales en la Región Andina**. Revista de la Integración N° 7. Perú: Secretaría General de la Comunidad Andina.

Solares, Ana. **Las MIPYMES en las exportaciones bolivianas**, Santa Cruz, Instituto Boliviano de Comercio Exterior, 2008.

Varillas, Walter (2011, noviembre de): **Las Prioridades de la Agenda Social de los países andinos** en *Políticas de Desarrollo Social en la Comunidad Andina*. Revista de la Integración N° 8, Lima: Secretaría General de la Comunidad Andina

Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa. **Plan Estratégico del Viceministerio de la Micro y Pequeña Empresa (VMPE)**. Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. La Paz: 2010.

Viceministerio de la Micro Pequeña Empresa. **Opciones Asociativas en la Economía Plural: MIPYME's**, La Paz, 2010.

NORMAS

Gaceta Oficial del Estado Plurinacional: **Constitución Política del Estado**, La Paz, 2009.

Gaceta Oficial del Estado Plurinacional: **Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa**, Ley N° 28015 03/07/2003, La Paz, 2011.

Gaceta Oficial del Estado Plurinacional: Decreto Supremo N° 0808, 2011.

ANEXOS

ANEXO I

Preguntas y respuestas de la entrevista al representante de Promueve Bolivia, Víctor Guachalla Candía, Coordinador de Difusión e Información Comercial del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural sobre las Políticas Comerciales de exportación manufacturera de las Mipymes de la Ciudad de El Alto al mercado regional de la C.A.N. 2006-2010.

1. ¿Cómo entiende el emprendimiento y la competitividad de las Mipymes, sabiendo de que es una actividad productiva estratégica, en este caso del sector manufacturero, que no solamente contribuye al empleo, sino al crecimiento económico expresado en el Producto Interno Bruto PIB?

R.- Perfecto, ahí lo que vemos hay dos aspectos a generar, uno es el tema de *emprendimiento* y el otro es el tema de *competitividad*, ya desde el punto de vista el emprendimiento, Bolivia se caracteriza por ser muy emprendedor, las personas por su naturaleza tanto mujeres como varones son muy emprendedoras, particularmente en las regiones de Santa Cruz, Cochabamba, La Paz y El Alto un registro que tenemos de Fundaempresa vemos de que para el 2012 más de 53 mil unidades productivas que han iniciado sus actividades y todas ellas eran un 30% micro empresas, vale decir pequeñas unidades productivas, entonces un reporte que presenta Fundaempresa a nivel Latinoamérica, haciendo una comparación este sector de la micro y pequeña empresa como un sector que tiene bastante dinamismo, bastantes emprendimientos, porque la naturaleza del ciudadano boliviano es de poder realizar emprendimientos, de poder hacer actividades; es por eso, como país, nosotros tenemos un alto grado de emprendimiento, bien la competitividad tiene que estar en ella, tiene que estar ahora con el tema del emprendedurismo, ya porque la competitividad implica también competir en determinado mercado, en una determinada producción, y esto hace que de la mano de estos factores tengan que ir no solamente es el de ser un buen emprendedor, sino de un excelente emprendedor porque son así los excelentes emprendedores quienes a la larga los que sobreviven, hemos visto en el país el sector de manufacturas tiene bastante emprendimiento que genera también

bastante empleo y también proporciona bastante y lo que es el PIB, el Producto Interno Bruto del país, por ejemplo, el PIB que genera los emprendimientos lo que son las manufacturas de las Mipymes que alcanza por lo menos al 30% a nivel nacional según un estudio de lo que es el CEDLA, y tenemos a nivel de emprendimiento en el país aproximadamente a 117 mil unidades productivas como emprendimientos como Mipymes posiblemente estas no estén registradas formalizadas legalmente pero existe esa cantidad de emprendimientos y esto genera aproximadamente más de 3 millones de empleos, entonces es por eso que existe ese aporte significativo del 30% al PIB en el producto interno del país.

2. ¿Desde su perspectiva cuáles son las cualidades y las limitaciones de las Mipymes de la Ciudad de El Alto que es necesario considerar para contribuir en el diseño y gestión de las Políticas Comerciales de exportación manufacturera al mercado regional de la Comunidad Andina C.A.N.?

R.- Perfecto, en esta segunda pregunta podemos ver que las cualidades y lo analicemos bien las cualidades de estas Mipymes la cualidad es esa del emprendedurismo que tienen esa fuerza de crear para poder realizar una factoría un proceso productivo que tiene esa cualidad que se le tiene que destacar del ciudadano boliviano que está en la ciudad del alto que tiene esa garra para iniciar actividades y dos cualidades, una cualidad de los factores productivos, son bajos los costos uno de ellos, puede ser la mano de obra, los insumos que en la ciudad de El Alto son relativamente económicos, en comparación con otras ciudades del tema de lo que es la energía, por ejemplo el gas, son factores que te permiten a un micro empresario el de elaborar un cierto bien, en este caso confecciones ya permite elaborar a un bajo costo o cualquier otro bien, los costos son bajos a comparación con otras ciudades y la ciudad del alto sus factores productivos son económicos y esto es una cualidad, la otra cualidad es la mano de obra es bastante buena, que tiene esa pasión el ciudadano de El Alto el de producir un bien con una calidad que sea apreciada, bien y hay otras más que más adelante lo mencionare, y entre las limitaciones, es el tema de la formalización, estas unidades productivas que han tenido ese emprendedurismo, no todos logran el de

formalizarse, y el de formalizarse que implica el de ser una empresa una micro empresa o unidad productiva, formal implica tres aspectos y es una limitación implica que tenga documentos legales, es decir registro en Fundaempresa , que tenga licencia de funcionamiento, para ser exportadora tener el Ruex, un registro sanitario en el tema de los sanitarios de los alimentos esa documentación es la que implica esta formalización también implica que estas unidades productivas tengan una estructura organizacional pero desde el punto de vista económico comercial muchas de las micro empresas tienen una organización sindical, tiene un presidente, un vicepresidente, un secretario de actas, un secretario de deportes, de conflictos donde no es la más apropiada para realizar operaciones y situaciones comerciales, no es la más adecuada tiene que tener una estructura capaz de poder procesos de exportación, procesos de producción y proceso de consumo que tengan responsables de mercadeo, responsables del área de producción, especialistas en mercadeo en producción en el manejo financiero, en la parte legal en la parte lo que es manejo en sistemas ese tipo de estructuras y no un presidente un vicepresidente, un secretario de actas, eso que tiene y la infraestructura son, pese a que tiene un taller no es adecuado porque es relativamente familiar que no cumple como una empresa, una pequeña manufactura un pequeño taller que cumpla, vale decir que tengan buenas conexiones eléctricas buenos ambientes, oficinas, como talleres productivos con iluminación conexión eléctrica, servicios para los trabajadores, un depósito una sección de productos terminados, productos en elaboración, sección de materias primas, es solamente ordenar, seguridad, les falta todo, otro aspecto otra limitación que tienen aparte de la formalización tiene la certificación muchas de estas unidades productivas ya que tienen un buen producto pero no están certificados sus productos, a que me voy, de que unos se dedican a alimentos pero no tiene registro sanitario, entonces, como van a poder comercializar, va ser limitada su comercialización de expandirse en el mercado por no tener un registro sanitario o en algunos casos algunas empresas del sector manufacturas no tiene una certificación como el IBNORCA que les certificara de lo que están elaborando o confeccionando en textiles, zapatería, joyería, carpintería, etc. con normas de

calidad les falta la certificación y otro es el de manejar su producción de acuerdos productivos, que podrán realizar gestión gerencial es una de las limitaciones de las Mipymes que el negocio ya no lo vean como parte de la actividad familiar sino como lo vean como parte del negocio desde el punto de vista del negocio de la familia tienen que ver que dentro está el padre, la madre los hijos trabajando pero el manejo tienen que ser un manejo gerencial tiene que ver con un plan de elaboración de planes, programas, presupuesto, costeo, el tema de seguridad social eso tienen que ver el tema de lo que es inversión del manejo del capital las utilidades reinvertirlas no solamente las utilidades gastárselas, sino reinvertirlas ya como vera es un manejo gerencial esas son las limitantes que tiene las Mipymes de la ciudad de el alto para poder incursionar ya de manera más efectiva en mercados como es la comunidad andina puesto quien quiere apertura sus mercados hacia el Perú su producción quieren llevar hacia el Ecuador, quiere llevarlo hacia Colombia a esos países resulta que las Mipymes están bastante organizadas y lo manejan desde un punto gerencial ahí tienen pocas posibilidades de acceso de nuestras pymes Bolivianas de la ciudad de el alto, esas son las limitantes puesto que en que el mercado existe para nuestras producciones pero que solamente tiene que ser manejada ya un poquito trabajando estas limitaciones, vale decir que el empresario boliviano las limitaciones que hemos mencionado vayan trabajando las y vayan fortaleciendo también sus cualidades para que así se presenten como una empresa con características gerenciales que pueda tener producción y pueda ser competitiva, es esa la competitividad que en cualquier mercado pueda competir no solamente en la ciudad de el alto sino que ellos puedan ir a otros mercados de la Comunidad Andina y puedan competir puedan estar , como le digo con una competencia sana por los bajos costo de producción que nosotros tenemos, podíamos tener mejor competitividad que los micro empresarios de otros países de la comunidad andina.

3. *¿En qué medida es posible orientar la participación de las Mipymes, no solamente como agentes económicos, sino como actores políticos, en forma democrática, en el diseño y gestión de las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado de la Comunidad Andina C.A.N.*

R.- Una de estas formas es de que nuestras Mipymes de la ciudad de El Alto, nuestras Mipymes que tienen que estar organizadas, actualmente existe muchas dispersión de todas las Mipymes cada una forma una pequeña asociación para sus fines propios y cortos y luego desaparecen tiene que ver, tiene que existir el tema de trabajarlo de manera asociativa tienen que estar organizadas, y una vez que están organizadas todas también organizadas en un ente como en la ciudad de El Alto que existe la FERMYPE, entonces organizadas seguramente bajo FERMYPE, una vez organizadas tienen que estar esta Formalizadas así también van a tener peso van a decir somos Unidades Productivas Legalmente establecidas y no solamente son Mipymes vale decir cumplir la Norma establecida en nuestro país que para crear una unidad productiva tiene que tener su NIT su Registro en Fundaempresa su licencia de funcionamiento y si es para exportaciones tener su registro RUEX aun así tiene que estar Empadronadas en PRO-BOLIVIA y PROMUEVE BOLIVIA, entonces, mire está cumpliendo la formalidad esta Mipyme al cumplir esta su formalidad esta va tener mayor peso, mayor gravitación va tener gente con voz y voto, va poder ir a otras instancias, como grupo organizado dentro y para poder ingresar a la Comunidad Andina uno de los requisitos y uno de ellos es, que nosotros dentro de la comunidad Andina un Acuerdo muy bueno que ayuda en particular a las Mipymes y pymes existe unos eventos especializados para las Mipymes como unidad productiva organizada pueda participar y se pueda solicitar a la Comunidad Andina eventos de promoción comercial, eventos de capacitación, en área productiva eventos que pueda desarrollarse en Bolivia, pero cuál es el fondo de que estas Mipymes ingresar a este tema como un actor político a un actor que tenga cierta importancia dentro del mercado manufacturero de la Comunidad Andina hay medidas para que se organicen y se realicen y por instancias legales puedan Solicitar a la

Comunidad Andina incorporación como actores productivos dentro de este mercado de Integración regional.

4. ¿Considera pertinente la nueva Ley de las Mipymes, que el Gobierno promulgo para este sector manufacturo, y proponga más Preferencias en el ámbito Financiero, como en la Política Comercial, para la exportación de productos al mercado Regional de la Comunidad Andina C.A.N?

R.- Bien, esta nueva Ley lo que permite es de que las Mipymes puedan tener mayor acceso a las Fuentes de Financiamiento por que también es una de las Limitantes para este sector de poder consolidarse en mercados y ser un actor competitivo dentro del comercio de la Comunidad Andina, y me refiero de que las Mipymes para poder realizar exportaciones necesitan contar con tres capitales, tres tipos de capital, 1) un capital para las operaciones de producción, 2) otro capital para el abastecimiento de materias primas e insumos 3) y este último capital que necesitan es para el mercadeo y la Logística, entonces son tres capitales que necesita una Mipymes para poder ingresar al mercado, sino tiene esos tres tipos de capital, no va poder ser competitivo en el mercado intrarregional de la Comunidad Andina, entonces si existe una normativa para las Mipymes que favorezca que dé más preferencia al ámbito Financiero parece ser correcto, porque la parte Financiera es también la que muchas veces es determinante en la competitividad, si una Mipymes obtiene dinero con un alto grado de interés, con muchos intereses para esa Mipymes será insostenible continuar con un proceso de exportación las Mipymes necesitan un trato preferencial de exportación porque tiene que esperar muchas veces, para que su capital retorne, lo del capital invertido, un mes, dos meses y tres meses tiene que tener un colchón de espera suficiente para la espera y soportar ese tiempo entonces de ahí la importancia de que se le dé mayor énfasis al tema de lo que es el ámbito financiero, en tipos de política comercial también es importante el tema de política comercial está relacionado con la apertura de mercados, está relacionado con nuestro país porque firma los Acuerdos Comerciales con otros países en ese caso, con la Comunidad Andina tenemos un acuerdo muy amplio en el cual nuestras

mercancías pueden ingresar a estos mercados de Colombia, Ecuador, del Perú, donde pueden ingresar con arancel cero con acuerdo preferencial, ya no tenemos mucho que trabajar en esta área, porque ya tenemos esa preferencia otorgada a Bolivia y más aun a Bolivia y al Ecuador se les considera como países en vías de Desarrollo y por ende pueden tener mayores preferencias dentro de la Comunidad Andina a que me refiero, si existe una situación alguna actividad que se pueda desarrollar dentro de la comunidad Andina, un encuentro empresarial donde los países de la CAN propongan una sede para reunirse con preferencias en la CAN pero más preferencia a Bolivia y al Ecuador donde las Mipymes cuentan con preferencia arancelaria de la política comercial de nuestro país.

2. Preguntas y respuestas de la entrevista al Presidente de la Confederación de las Micro y Pequeña Empresas de la ciudad de El Alto de La Paz, Saturnin Ramos R. sobre las políticas comerciales de exportación manufacturera para las Mipymes de la ciudad de El Alto al mercado regional de la Comunidad Andina C.A.N. 2006 – 2010.

1. ¿Cómo entiende el emprendimiento y la competitividad de las micro, pequeña y mediana empresas, sabiendo de que es una actividad productiva estratégica, en este caso del sector manufacturero, que no solamente contribuye al empleo, sino al crecimiento económico expresado en el PIB?

R.- Debo aclarar primero que la Federación de micro empresarios aglutina a todas las áreas en lo que se relaciona producción de bienes y servicios esto es en el contexto nacional de la cadena productiva, en el tema de lo que es la manufactura es una de las áreas que se da a una materia prima su valor agregado en la parte textil punto no tenemos industria a nivel nacional a excepción de unas cuantas que en este momento está en su potencial no cubre menos los costos de producción en ese contexto lo que le puedo indicar que en el conjunto de las áreas que tenemos como es el caso textil, madera, cuero, metal mecánica, vidrios, estoy hablando de la parte de servicios, te estoy hablando del área de lo que es artesanía, la producción intelectual son grupos que generan sowfare, o sea trabajos a nivel informático entonces lo que conlleva, lo que es la institución es de

que no solo nosotros nos identificamos como micro y pequeña empresa a los de producción sino que también están los de servicio, el caso de las artes gráficas que son parte de la cadena productiva que se encargan del funcionamiento de un producto terminado, el tema de la construcción que muchos han dicho que es mano de obra nomas, y no es así en Bolivia se está produciendo y dando valor agregado a las arenas áridas de certificación de origen consolidando ladrillos, baldosas, hormigones , pre- moldeados de hormigón viguetas, la producción en el tema del área de construcción es muy importante inclusive el plastoformo que es de producción nacional, entonces, lo que estamos viendo que mucho depende de la capacidad de visualizar que podemos desarrollar a nivel nacional y que cosas podemos mejorar y necesitar insumos como para, además, de requerir de unos temas más tecnología o innovación tecnológica que nos pueda fortalecer el mercado y el desarrollo humano que es importante para la capacitación complementaria y la mano de obra es la única se diría que valorada a nivel mundial donde el Boliviano es reconocido, ahora con esta imagen actual honesto una de las virtudes más grande que tiene el pueblo boliviano.

2. ¿Desde su perspectiva cuales son las cualidades y las limitaciones de las Mipymes se la Ciudad de El Alto que es necesario considerar para contribuir en el Diseño y Gestión de las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado regional de la C.A.N?

R.- En este momento una de las limitaciones que tenemos es que no hay una verdadera política pública de incentivo al tema de la cadena productiva a nivel nacional peor en las Mipymes las que tal vez tengan en cierto momento tienen cierto acceso a ciertos beneficios son las medianas y grandes empresa en el tema de las micros y pequeñas no estamos en ese ámbito porque lastimosamente porque para tener solvencia y acceder a un determinado préstamo tienen que contar con bastante patrimonio suficiente para cubrir las garantías y eso nos limita para poder generar producto peor todavía si hablamos de consolidación de materia prima como es la certificación de origen para entrar lo que es la Comunidad Andina de Naciones, no es en todas las áreas tenemos algunas

virtudes como el tema de la fibra natural , el tema de camélidos podemos entrar con esa fibra a nivel mundial todos los países quieren algo ecológico entonces tenemos esas instancias y otros productos que se desarrollan en El Alto como en Bolivia pero la certificación del producto de origen de determinado producto que nos limita para aprovechar todo los Acuerdos Bilaterales que existe con nuestro país y a nivel mundial y a nivel sudamericano como el Pacto Andino.

3. *¿En qué medida es posible orientar la participación de las Mipymes, no solamente como agentes económicos, sino como actores políticos en forma democrática, en el diseño y gestión de las políticas comerciales de exportación manufacturera al mercado de la C.A.N?*

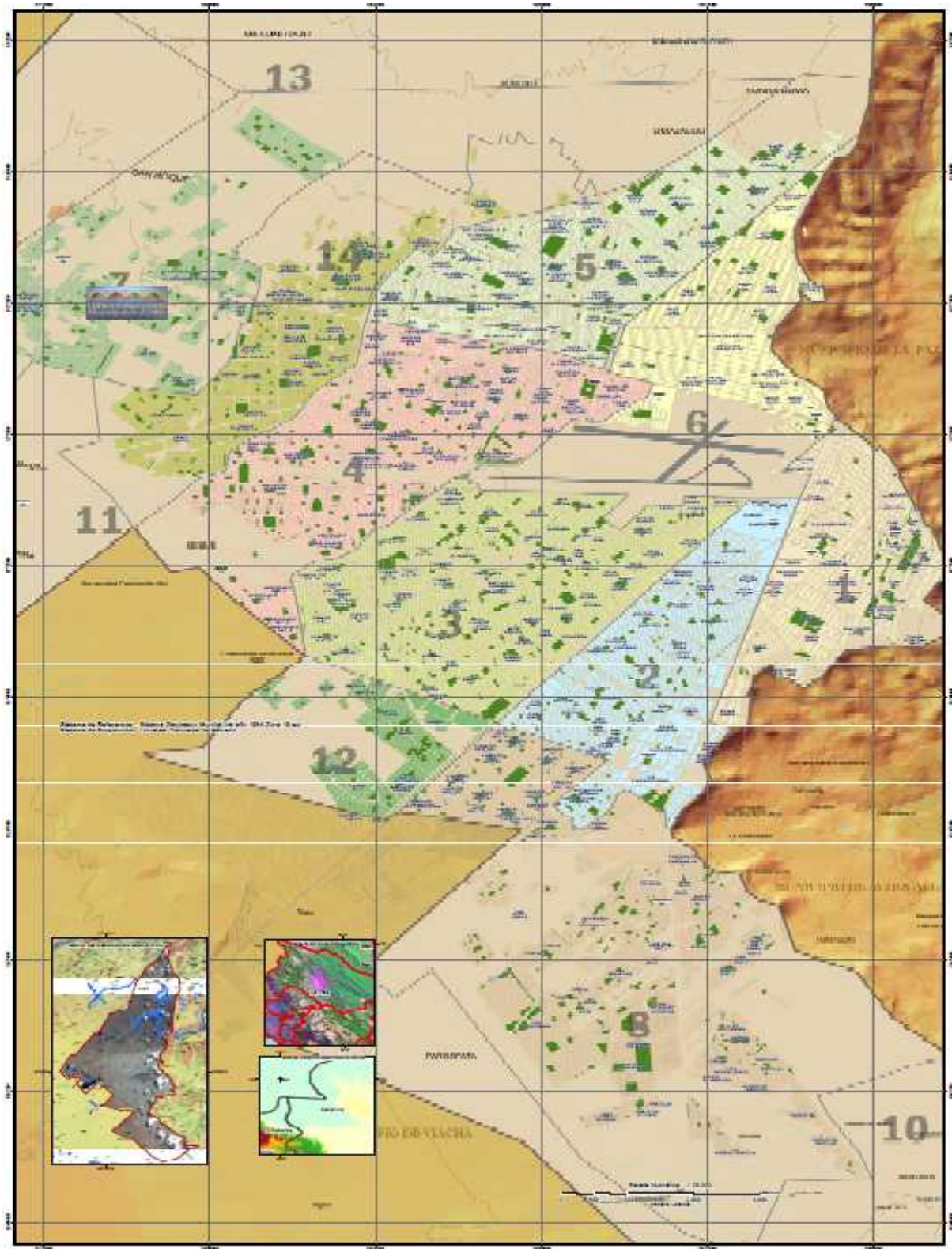
R.- En este momento lo que nos está faltando todos los agregados comerciales, los encargados de negocios hagan eco de la necesidad delo que somos las micro y pequeñas empresas o mínimamente identifiquen nichos de mercado para poder llegar a los países con las que tenemos acuerdos comerciales , en tanto no tengamos esa visión política y no participemos en el entorno de los acuerdos comerciales, eso es política de estado en busca de mercado y si nosotros no somos partícipes nunca vamos a poder consolidar exportación, es clara la figura en tanto no seamos actores nosotros y no designación a dedo como está ocurriendo en este momento nosotros no vamos a poder exportar directamente a otros países; Con la unión europea va muy bien porque está fortaleciendo en las áreas de Desarrollo Humano con la capacitación, aún no está confirmada la transferencia de tecnología y está en el tema d gastar recursos en el tema lo que es la parte humana, la parte de conocimiento , la parte de generar unas instancias que puedan fortalecer al micro y pequeña empresa , económicamente ninguna cooperación dan en efectivo, es difícil llegar con efectivo a los productores .

4. *¿Considera pertinente la nueva Ley de las Mipymes, que el gobierno promulgo para este sector manufacturero, y proponga más preferencias en el ámbito financiero, como en la política comercial, para la exportación de productos al mercado regional de la C.A. N?*

R.- En estos momentos quien le habla ha sido el articulador para la consolidación de la Ley de las Mipymes con dos años de consolidación tratando de consolidar y en estos momentos estamos en discusión en el parlamento porque aún no se ha promulgado estamos con varias observaciones porque lo que nos están proponiendo después de una revisión no está de acorde a la realidad que la hemos vivido por años en este caso te hablo de la socio laborales claramente ablando del código laboral donde la Mipymes no está contemplado en lo económico, que cuando tenemos algún problema con un trabajador, nos liquidan de acuerdo al código de comercio, no les interesa que seamos grande , mediana y pequeña o micro empresa que en muchos casos estamos de subsistencia en otros casos de cumplimiento que tenemos el carácter impositivo por los servicios básicos de educación y pocos son los que tienen una amplitud de contemplar el sistema de crecimiento abierto y la formalización que del 94 % de la estadística del INE el 70% es informal no es cierto entonces es clara la figura, en la parte comercial como siente las Pymes?, En la Política Institucional, lo que hemos estado viendo es que muchos de nuestros productores informales han estado exportando clandestinamente en el sentido de exportación, desde hace mucho tiempo y el desconocimiento y mientras los acuerdos bilaterales por la falta al emprendimiento económico productivo, por falta al fomento de generador de empleo, muchos prefieren estar en la clandestinidad lamentablemente peor todavía cuando tenemos un sistema tributario que genera draconianamente multas por errores cometidos por los contadores, por errores involuntarios con indiferentes multas, con solamente resoluciones administrativas y lastimosamente van muriendo a causa de esas resoluciones y va liquidando a uno que tiene un mínimo capital para realizar un emprendimiento económico ahí no termina, la importación de ropa usada y los productos terminados que tiene un precio barato y socialmente, ya que si hablamos de tecnología socialmente lo que pedimos es que en esta ley respeten los 9 ejes temáticos que hemos propuestos temáticos como propuestas que realizamos desde la ciudad de El Alto y a nivel nacional, concreto el tema de las obligaciones socio laborales, la modificación del código de comercio que está hecho a la medida de las grandes empresas, el sistema tributario que

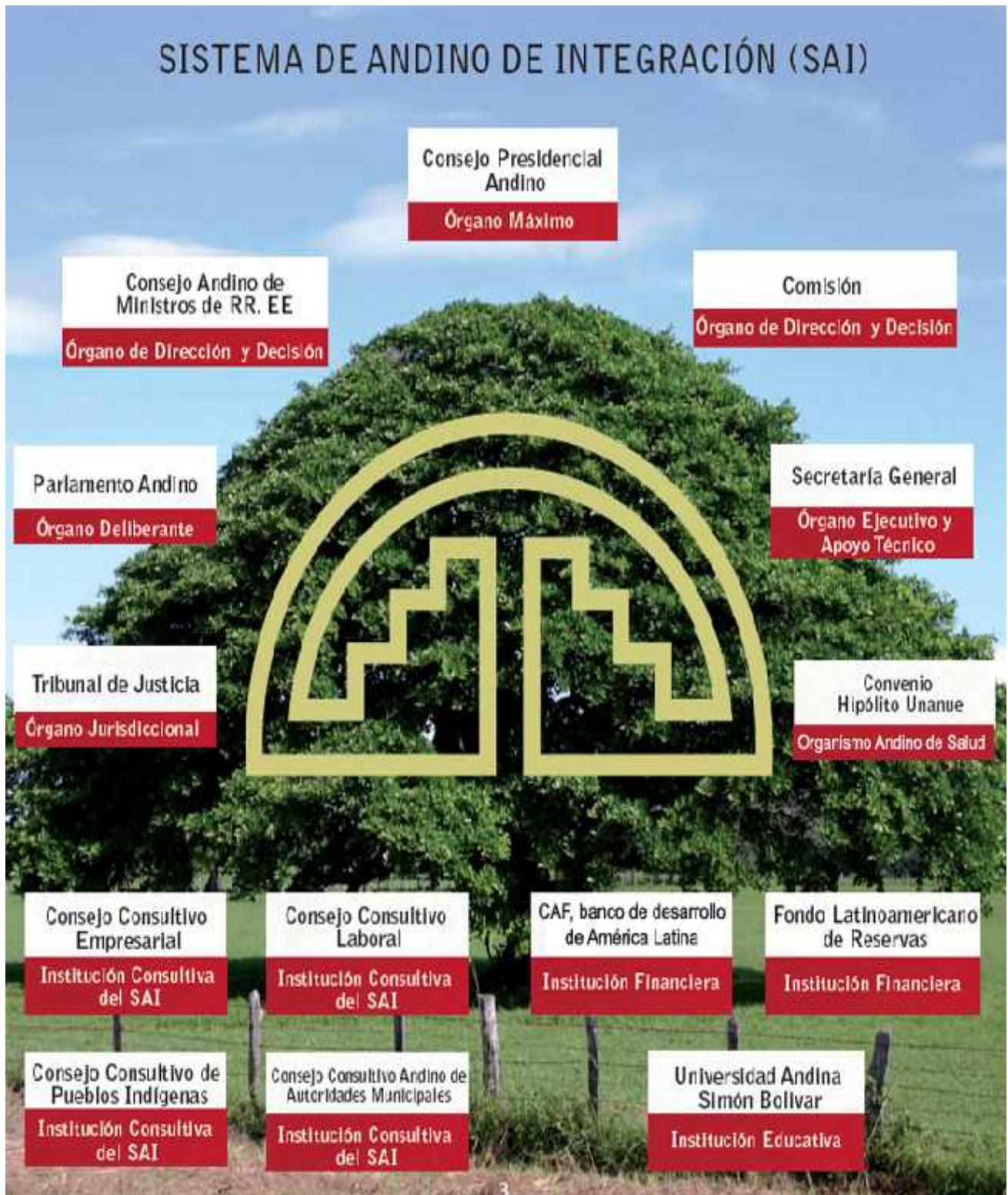
favorece el carácter comercial, los aranceles que lastimosamente no verifican la ubicación de no producción a nivel nacional para proteger la producción local como nacional en otro tema lo que tenemos y estamos hablando de Aduanas, Importaciones y Exportaciones, lastimosamente con 200 uniformados queremos cubrir nuestras fronteras que no se da y para el colmo de todo los 200 uniformados no trabajan en frontera trabajan en ciudades intermedias decomisando producto transformado al mismo boliviano, que por el solo hecho de colocar un estiker de otro país internacional ahí no termina, los Fondos Financieros, en estos momentos necesitamos pero lastimosamente ojala se pueda establecer algo que nos pueda fortalecer en el sistema financiero, la formación técnica, ni que decir tenemos universidades académicas no tenemos universidades técnicas que puedan fortalecer a técnicos medios técnicos superiores, en las áreas que tenemos para desarrollar y el otro tema de la valoración a la producción nacional, no hay una conciencia de difusión de los medios de comunicación sobre la producción nacional y si acaso tenemos una producción deficiente no es porque tengamos una mano de obra que tenga su calidad lastimosamente que la materia prima que nos importa el estado con valor agregado a los productos es de tercera calidad y especialmente cuando hablamos de los servicios básicos de tarifas especiales por que para la Mipymes pagamos de carácter comercial pero para las medianas y grades existe tarifa especial o diferenciado al resto de las empresas como las Mipymes.

ANEXO II Mapa Distrital de la ciudad de El Alto



Fuente: Dirección de Ordenamiento Territorial y Catastro Urbano 2012 (GAMEA, 2013).

ANEXO III



Fuente: Secretaría General de la Comunidad Andina, 2013.

ANEXO IV

METODO Y TECNICA DE ANALISIS FODA PARA MIPYMES DE LA CIUDAD EL ALTO

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<p>✓ Bajo el marco legal de las Políticas Económicas, la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia y Leyes complementarias, reconoce, promueve fortalecen y contribuye la integración de las diferentes formas económicas de producción, con el objeto de lograr el desarrollo económico productivo y social.</p> <p>✓ Fortalecer a las unidades productivas, a través de la promoción, capacitación, infraestructura productiva y el emprendimiento empresarial económico.</p>	<p>✓ Promover el desarrollo económico del sector productivo, mediante la difusión, en los medios de comunicación y publicación a nivel local, regional y nacional.</p> <p>✓ Apoyar y fortalecer el desarrollo económico de las medianas, pequeñas y microempresas.</p> <p>✓ Conseguir financiamientos, mediante convenios de cooperación interinstitucional para el desarrollo económico y social de la ciudad de El Alto.</p> <p>✓ Apoyar e incentivar las capacidades y el emprendimiento de los jóvenes, con cursos de capacitación de acuerdo a las necesidades del desarrollo económico.</p> <p>✓ Incrementar las oportunidades de empleabilidad y reducir la tasa de pobreza de nuestra ciudad.</p> <p>✓ Promover las construcciones de infraestructura productiva y social como el mejoramiento de las mismas.</p>	<p>✓ Contar con un ambiente apropiado y adecuado, que nos permita un desenvolvimiento más eficiente.</p> <p>✓ No se cuenta con los materiales de escritorio, necesarios.</p> <p>✓ La falta de coordinación e interés por parte de las Asociaciones y Organizaciones del Sector Productivo.</p> <p>✓ La existencia de una burocracia, que no permite la efectividad de un desenvolvimiento activo en el personal.</p> <p>✓ La falta de decisión, por parte de las direcciones y/o unidades del G.A.M.E.A.</p> <p>✓ La falta de relaciones humanas en el personal del G.A.M.E.A.</p>	<p>✓ Una de las amenazas más pertinentes para el área, es la presión que existe por parte de las Asociaciones y Organizaciones de los sectores con las que trabaja nuestro Municipio, siendo que es una dirección y un área dependiente del sector productivo.</p>

Fuente: GAMEA, 2011.

ANEXO V

Políticas municipales de articulación productiva para el sector industrial manufacturero.



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal del Gobierno Autónomo de El Alto 2006-2010.

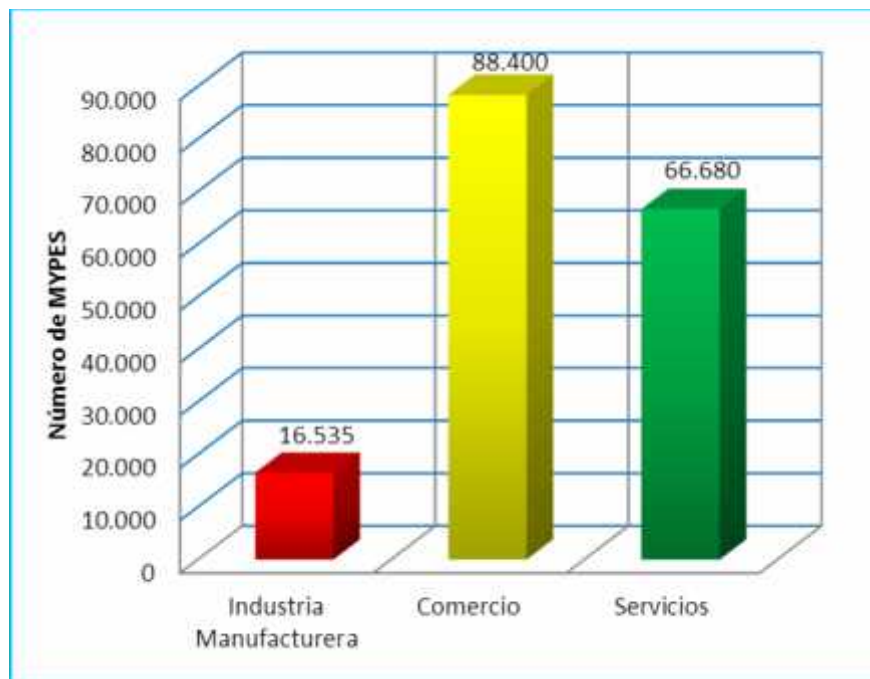
ANEXO VI

Cuadro Nº 1: Bolivia: Número de micro y pequeñas empresas, según actividad económica, 2010

Descripción	Total
Industria manufactura	16.535
Comercio	88.400
Servicios	66.680
Total	171.615

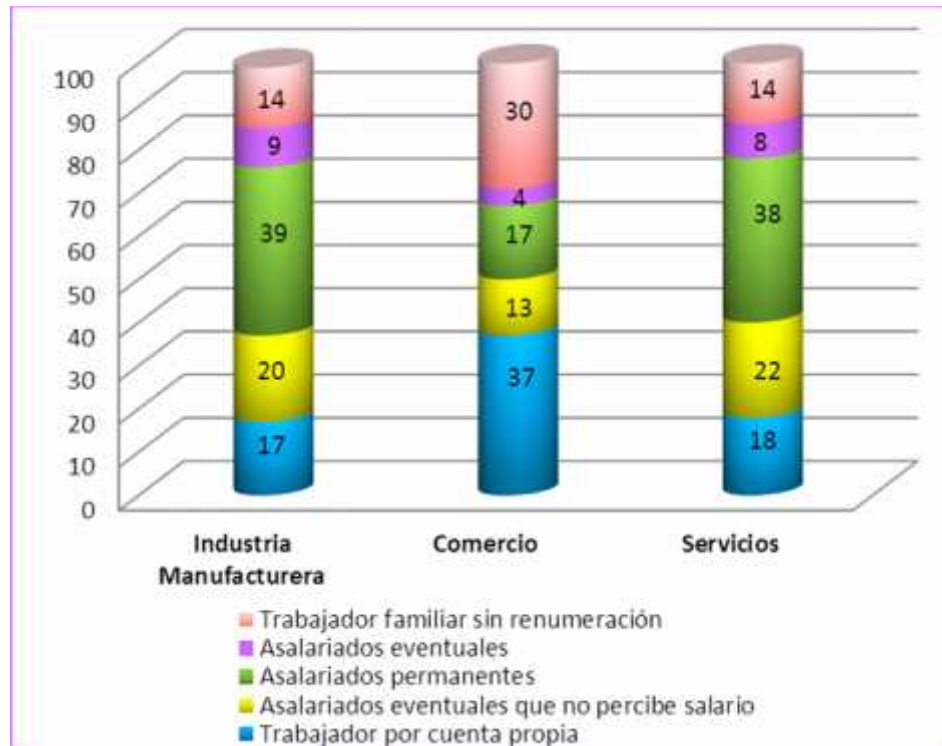
Fuente: Elaboración propia basada en INE, 2010.

Gráfico Nº 2: Bolivia: Número de micro y pequeñas empresas, según actividad económica, 2010



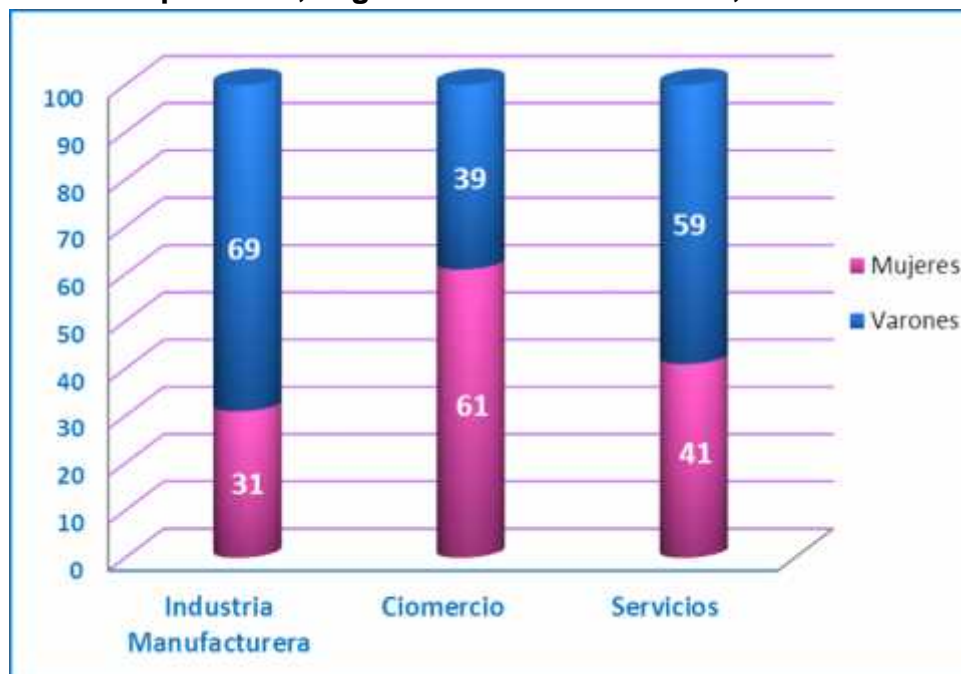
Fuente: Elaboración propia basada en Instituto Nacional de Estadística, 2010.

Gráfico N° 4: Bolivia: Personal ocupado en las micro y pequeñas empresas, por categoría ocupacional, según actividad económica, 2010



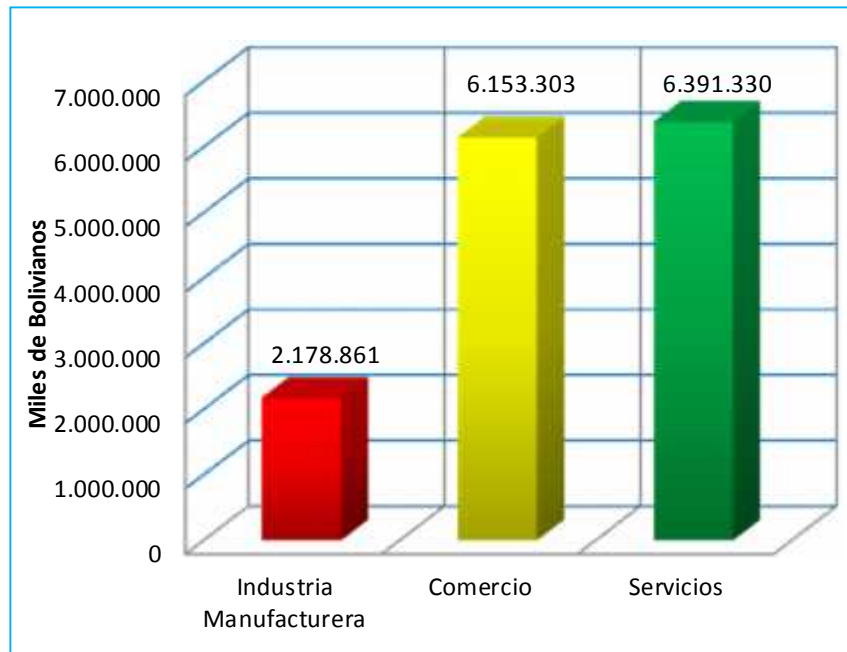
Fuente: Elaboración propia basada en Instituto Nacional de Estadística, 2010.

Gráfico N° 5: Bolivia: Personal ocupado en las micro y pequeñas empresas, por Sexo, según actividad económica, 2010



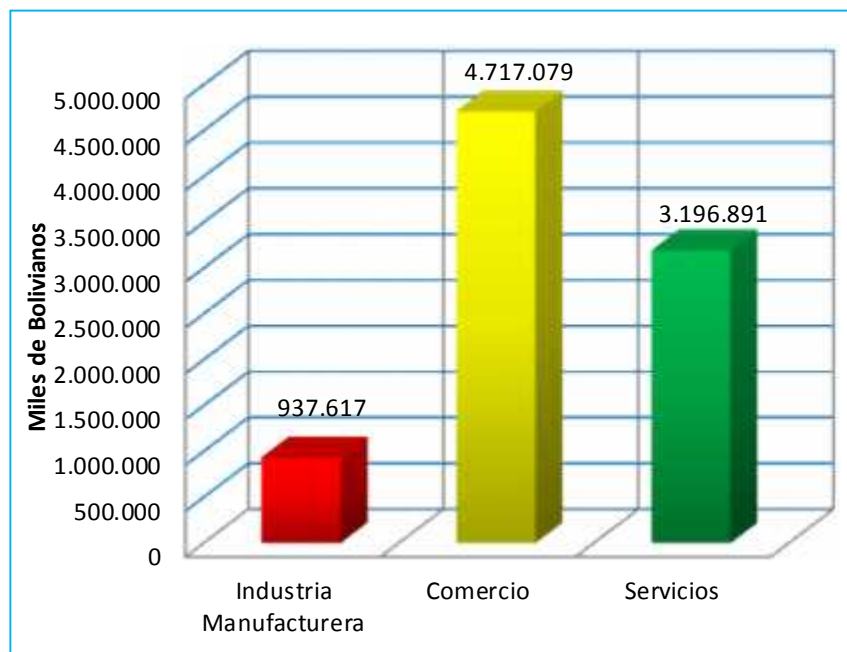
Fuente: Elaboración propia basada en Instituto Nacional de Estadística, 2010

Gráfico Nº 6: Bolivia: Valor Bruto de Producción de las micro y pequeñas empresas, según actividad económica, 2010



Fuente: Elaboración propia basada en Instituto Nacional de Estadística, 2010

Gráfico Nº 7: Bolivia: Valor Agregado de las micro y pequeñas empresas, según actividad económica, 2010



Fuente: Elaboración propia basada en Instituto Nacional de Estadística, 2010

ANEXO VII

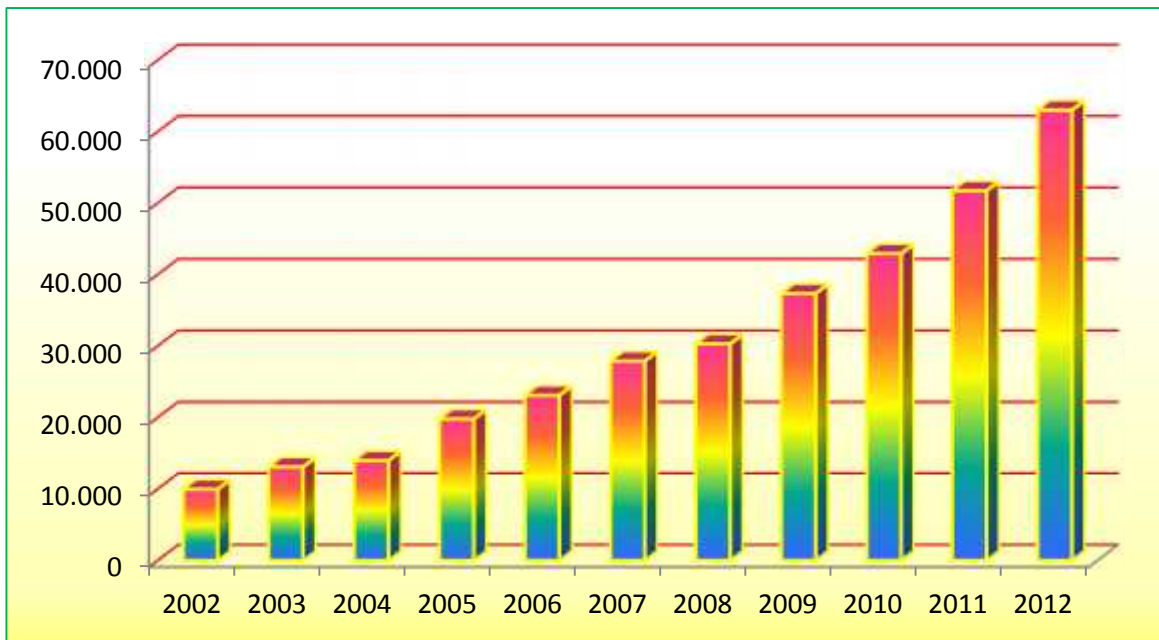
Las Pymes son la base de la economía nacional

Bolivia: Base empresarial por gestión, según tipo societario 2002 - 2012 en cantidad de empresas.

Sector/ Empresas	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Empresa Unipersonal	4.838	6.311	7.541	11.654	14.654	17.337	19.364	25.035	29.936	35.922	44.449
Sociedad de Responsabilidad Limitada	4.234	6.665	5.546	7.019	7.592	8.806	9.586	10.910	11.576	14.158	16.774
Sociedad Anónima	740	921	778	959	996	1.057	1.158	1.207	1.234	1.441	1.566
Sucursal de Soc. constituida en el Extranjero	72	113	66	132	140	133	143	148	146	152	170
Sociedad Colectiva	48	41	6	10	6	4	12	12	14	21	25
Sociedad Anónima Mixta	5	5	4	3	7	10	11	8	10	10	10
Sociedad en Comandita Simple	3	4	0	1	4	3	3	5	5	4	4
Totales	9.940	13.060	13.941	19.778	23.082	27.870	30.277	37.325	42.921	51.708	62.998

Fuente: Fundaempresa, 2012.

Gráfico N° 9: Base empresarial por gestión, según tipo societario 2002-2012



Fuente: Elaboración propia basada en Fundaempresa, 2012.

Cuadro N° 8: PIB per cápita de los países de la Comunidad Andina (US\$ a precios corrientes)

	Bolivia	Ecuador	Perú	Colombia
2006	1,224.3	3,163.2	3,276.0	3,714.6
2007	1,377.5	3,432.0	3,770.5	4,684.1
2008	1,720.0	4,056.4	4,477.2	5,404.9
2009	1,758.1	4,201.8	4,345.4	5,055.7

Fuente: Elaboración propia basada en Comunidad Andina, 2011.

ANEXO VIII

LISTADO DE EMPRESAS EXPORTADORAS REGISTRADAS EN LA CIUDAD DE EL ALTO QUE EXPORTAN A LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES: PERIODO 2006-ABR/2013

Nº	DESCRIPCIÓN DE LA PARTIDA ARANCELARIA	RAZON SOCIAL	CIUDAD	DIRECCIÓN
4	LOS DEMAS CAFES SIN TOSTAR SIN DESCAFEINAR	SOC AGRO SOSTENIBLE PANGO LTDA SAS	EL ALTO	CALLE 6-B #100 VILLA JULIANA
14	MANTAS DE FIBRAS SINTETICAS (EXCEPTO LAS ELECTRICAS)	VULTEXIBER LTDA.	EL ALTO	AV 6 DE MARZO #88 VILLA SANTIAGO
17	LOS DEMAS CAFES SIN TOSTAR SIN DESCAFEINAR	CIAPEC LTDA./COOP. INT. AGRI. DE PR	EL ALTO	AV. HUAYNA POTOSI #50 NUEVOS HORIZONTES III
18	TEJAS DE CERAMICA,DE CONSTRUCCION	INCERPAZ - INDUSTRIAS DE CERAMICA	EL ALTO	CARRETERA A VIACHA KM 27. #5/N VILIROCO
33	LOS DEMAS CIERRES DE CREMALLERA (CIERRES RELAMPAGO)	SANCHEZ SIRPA OMAR LEONARD	EL ALTO	AV. 16 DE JULIO #31 16 DE JULIO
36	LOS DEMAS CAFES SIN TOSTAR SIN DESCAFEINAR	EXIMCAR S.R.L.	EL ALTO	C. OCTAVIO CAMPERO ECHAZU #1115 NUEVOS HORIZONTES - URB. LITORAL
38	MANTAS DE FIBRAS SINTETICAS (EXCEPTO LAS ELECTRICAS)	CUSPIDE L.B. LTDA	EL ALTO	CALLE SOTASI #102 VILLA TUNARI
47	MANTAS DE FIBRAS SINTETICAS (EXCEPTO LAS ELECTRICAS)	I & I INVERSIONES INDUSTRIALES SRL	EL ALTO	AV. ALP, EX-PARQUE INDUSTRIAL CAMIN ZONA BARRIO LINDO
48	LAS DEMAS QUINUAS (QUINOA) (CHENOPODIUM QUINOA)	ANDEAN VALLEY S.A.	EL ALTO	AV PANAMERICANA ESQ GARCILAZO DE LA RIO SECO
51	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	CERAMICA DE TECNOLOGIA CHOQUE CERAM	EL ALTO	CARRETERA KM.16 A VIACHA #1000 Z/ TILATA
57	PLAQUITAS,CUBOS,DADOS Y ARTICULOS SIMILARES,INCLUSO DE FORMA DISTINTA DE LA CUADRADA O RECTANGULAR,EN LOS QUE LA SUP.MAYOR PUEDA INSCRIBIRSE EN UN CUADRADO DE LADO INF.A 7 cm	INCERPAZ - INDUSTRIAS DE CERAMICA	EL ALTO	CARRETERA A VIACHA KM 27. #5/N VILIROCO
61	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	CHUQUIMIA SANCHEZ HUGO	EL ALTO	AV. LOS ALAMOS #124 ASUNCION SAN PEDRO
66	LOS DEMAS CAUCHO ETILENO-PROPILENO-DIENO NO CONJUGADO (EPDM) EN PLACAS, HOJAS O TIRAS	RAFAELE BARBOZA JUAN CARLOS	EL ALTO	AV. EVADIDOS DEL PARAGUAY #300 VILLA BOLIVAR A
67	CIERRES DE CREMALLERA CON DIENTES DE METAL COMUN	CONDORI DE ALANOCA SANTUSA (INDUST	EL ALTO	C/ PASCOE #3310 Z/ 16 DE JULIO
73	LOS DEMAS ARTICULOS DE CAMA Y SIMILARES (POR EJ:COLCHONES,CUBREPIES,EDREDONES,COJINES,PUFES ,ALMOHADAS),CON MUELLES,RELLENOS O GUARNECIDOS INTERIORMENTE CON CUALQUIER MATERIA	CUSPIDE L.B. LTDA	EL ALTO	CALLE SOTASI #102 VILLA TUNARI
75	LAS DEMAS HARINAS DE CEREALES, EXCEPTO DE TRIGO O DE MORCAJO (TRANQUILLON)	ANDEAN VALLEY S.A.	EL ALTO	AV PANAMERICANA ESQ GARCILAZO DE LA RIO SECO
77	MANTAS DE FIBRAS SINTETICAS (EXCEPTO LAS ELECTRICAS)	ERIMPEX/CONDORI VILLASANTE GRIMALDO	EL ALTO	CALLE INGAVI #141 ALTO DE LA ALIANZA

78	LOS DEMAS BANANAS, INCLUÏ DOS LOS PLÏ TANOS Æ«PLANTAINSÆ», FRESCOS O SECOS. TIPO Æ«CAVENDISH VALERYÆ»	ERIMPEX/CONDORI VILLASANTE GRIMALDO	EL ALTO	CALLE INGAVI #141 ALTO DE LA ALIANZA
80	CIERRES DE CREMALLERA CON DIENTES DE METAL COMUN	SANCHEZ SIRPA OMAR LEONARD	EL ALTO	AV. 16 DE JULIO #31 16 DE JULIO
83	LOS DEMAS CIERRES DE CREMALLERA (CIERRES RELAMPAGO)	CRUZ FLORES RENE FREDDY	EL ALTO	CALLE RENE VARGAS #3380 BALLIVIAN
84	CIERRES DE CREMALLERA CON DIENTES DE METAL COMUN	CRUZ FLORES RENE FREDDY	EL ALTO	CALLE RENE VARGAS #3380 BALLIVIAN
87	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	ERIMPEX/CONDORI VILLASANTE GRIMALDO	EL ALTO	CALLE INGAVI #141 ALTO DE LA ALIANZA
88	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	GILBERTO SOTO CHAMBI	EL ALTO - LA PAZ	ZONA SANTIAGO PRIMERO AVENIDA 3 NÆ¿ 8
91	GRANOS APLASTADOS O EN COPOS: DE LOS DEMAS CEREALES	ANDEAN VALLEY S.A.	EL ALTO	AV PANAMERICANA ESQ GARCILAZO DE LA RIO SECO
99	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	JENNY LOURDES VISCARRA G.	EL ALTO- LA PAZ, BOLIVIA	C/ JUANCITO PINTO 2640 ZONA MARISCAL SANTA CRUZ
101	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	UGARTE AGUILAR MARIO RICARDO	EL ALTO	CALLE 6 #23 VILLA DOLORES
102	LOS DEMAS SOMBREROS Y DEMAS TOCADOS, DE PUNTO O CONFECCIONADOS CON ENCAJE U OTRO PRODUCTO TEXTIL, EN PIEZA (PERO NO EN TIRAS)	CONDORI DE ALANOCA SANTUSA (INDUST	EL ALTO	C/ PASCOE #3310 Z/ 16 DE JULIO
121	LAS DEMAS MAQUINAS DE TRICOTAR,DE COSER POR CADENETA,DE ENTORCHAR,DE FABRICAR TUL,ENCAJE,BORDADOS,PASAMANERIA,TRENZAS,REDES O DE INSERTAR MECHONES	CALLE INCA GUALBERTO	EL ALTO	CALLE NERY #3023 BALLIVIAN
122	MENAJE DOMESTICO COMPUESTO POR MUEBLES, APARATOS Y ACCESORIOS USADOS DE UTILIZACION NORMAL EN UNA VIVIENDA QUE CORRESPONDE A UNA UNIDAD FAMILIAR	MAURA JACQUELINE FANOLA CESPEDES	EL ALTO - LA PAZ - BOLIVIA	CARRETERA OROURO KM. 5 1/2 .
123	MANTAS DE FIBRAS SINTETICAS (EXCEPTO LAS ELECTRICAS)	CHOQUE QUISBERT MARIN	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
130	MEZCLAS Y PASTAS PARA LA PREPARACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA,PASTELERIA O GALLETRIA DE LA PARTIDA No 19.05	ANDEAN VALLEY S.A.	EL ALTO	AV PANAMERICANA ESQ GARCILAZO DE LA RIO SECO
136	LAS DEMAS PREPARACIONES ALIMENTICIAS NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE.	ANDEAN VALLEY S.A.	EL ALTO	AV PANAMERICANA ESQ GARCILAZO DE LA RIO SECO
144	LAS DEMAS ROPAS DE CAMA,ESTAMPADAS,DE FIBRAS SINTETICAS O ARTIFICALES	VILLAZANTE HUASCO CONSTANCIO	EL ALTO	CALLE MISQUE #291 ZONA HUAYNA POTOSI
145	TRIOXIDO DE DIARSENICO (SEXQUIOXIDO DE ARSENICO,ANHIDRIDO ARSENIOSO,ARSENICO BLANCO)	METALTECH S.R.L.	EL ALTO	CARRETERA LAJA #S/N VIACHA
146	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	INDUSTRIA DE CERAMICA CERUGART	EL ALTO, LA PAZ	ZONA VILLA DOLORES, CALLE 6 NÆ¿ 23 TELF. (591 2) 2 825991
149	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	INDUSTRIA DE CERAMICA CERUGART	EL ALTO, LA PAZ	CALLE 6 NÆ¿ 23, ZONA VILLA DOLORES .
155	SOMBREROS Y DEMÆ S TOCADOS DE FIELTRO, FABRICADOS CON CASCOS O PLATOS DE LA PARTIDA 65.01, INCLUSO GUARNECIDOS.	CHOQUE QUISBERT MARIN	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
160	LAS DEMAS MEDIAS DE MUJER, DE TITULO INFERIOR A 67 DECITEX POR HILO SENCILLO DE FIBRAS SINTETICAS	HERMEN LTDA.	EL ALTO	CALLE DANIEL CALVO #2294 URBANIZACION

				MIGUELITO
161	LOS DEMAS POLVOS PARA LA PREPARACION DE BUDINES,CREMAS,HELADOS,POSTRES,GELATINAS Y SIMILARES	ANDEAN VALLEY S.A.	EL ALTO	AV PANAMERICANA ESQ GARCILAZO DE LA RIO SECO
164	LAS DEMAS ESTATUILLAS Y DEMAS ARTICULOS PARA ADORNO,DE CERAMICA	INCERPAZ - INDUSTRIAS DE CERAMICA	EL ALTO	CARRETERA A VIACHA KM 27. #S/N VILIROCO
184	LAS DEMAS PLACAS Y BALDOSAS,DE CERAMICA,SIN BARNIZAR NI ESMALTAR,PARA PAVIMENTACION O REVESTIMIENTO;CUBOS,DADOS Y ART. SIMIL.,DE CERAMICA,PARA MOSAICOS,SIN BARNIZAR NI ESMALTAR,INCLUSO CON SOPORTE	INCERPAZ - INDUSTRIAS DE CERAMICA	EL ALTO	CARRETERA A VIACHA KM 27. #S/N VILIROCO
195	"T-SHIRTS" Y CAMISETAS DE ALGODON,DE PUNTO	MAKITESA S.R.L.	EL ALTO	CALLE DEMETRIO MOSCOSO #50 VILLA DOLORES
201	ABRIGOS,CHAQUETONES,CAPAS,ANORAKS,CAZADORAS Y ARTICULOS SIMILARES,DE LANA O PELO FINO PARA HOMBRES O NIÑ'OS,EXCEPTO LOS ARTICULOS DE LA PARTIDA No 61.03	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	EL ALTO	AVENIDA PANAMERICANA KM. 5.5 #400-3 PUERTO MEJILLONES
202	ABRIGOS,CHAQUETONES,CAPAS,ANORAKS,CAZADORAS Y ARTICULOS SIMILARES,DE LANA O PELO FINO,DE PUNTO,PARA MUJERES O NIÑ'AS,EXCEPTO LOS ARTICULOS DE LA PARTIDA No 61.04	ARTESANIAS INTI WARA-ELENA CIRBIAN	EL ALTO	CARRETERA A VIACHA KM 27. #S/N VILIROCO
220	ABRIGOS,IMPERMEABLES,CHAQUETONES,CAPAS Y ARTICULOS SIMILARES DE FIBRAS SINTETICAS O ARTIFICIALES,PARA HOMBRES O NIÑ'OS,EXCEPTO LOS ARTICULOS DE LA PARTIDA No 62.03	SMIRIAM AMANDA ORAZI MONRROY	EL ALTO	CALLE LA PAZ #500 VILIROCO ENTRE CARRETERA A VIACHA K
221	ABRIGOS,IMPERMEABLES,CHAQUETONES,CAPAS Y ARTICULOS SIMILARES DE FIBRAS SINTETICAS O ARTIFICIALES,PARA HOMBRES O NIÑ'OS,EXCEPTO LOS ARTICULOS DE LA PARTIDA No 62.03	VELARBOL	EL ALTO	CALLE INGAVI #141 ALTO DE LA ALIANZA
247	ABRILLANTADORES (LUSTRES) LIQUIDOS Y PREPARACIONES SIMILARES,DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS EN CERAMICA,ESMALTADO O EN LA IND.DEL VIDRIO	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	EL ALTO	C/ PASCOE #3310 Z/ 16 DE JULIO
250	ACCESORIOS DE TUBERIA (POR EJ: EMPALMES (RACORES),CODOS,MANGUITOS) MOLDEADOS,DE FUNDICION NO MALEABLE,DE HIERRO O ACERO	DICSA BOLIVIA S.A.	EL ALTO-LA PAZ	CONSULADO DEL PERU .
257	AGUARDIENTES DE AGAVES (TEQUILA Y SIMILARES)	MARCO ANTONIO DECORMIS CHAVEZ	EL ALTO	AV. 6 DE MARZO #48 SENKATA
273	ALFOMBRAS DE NUDO DE LAS DEMAS MATERIAS TEXTILES,INCLUSO CONFECCIONADAS	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	EL ALTO	CALLE 122 ##46 VILLA BOLIVAR B
282	ALFOMBRAS Y DEMAS REVESTIMIENTOS PARA EL SUELO DE LANA O DE PELO FINO,CON MECHON INSERTADO,INCLUSO CONFECCIONADOS	CRNL.EMC.MILTON R.ROMERO E./AGREGAD	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
286	ALFOMBRAS Y DEMAS REVESTIMIENTOS PARA EL SUELO DE LANA O DE PELO FINO,CON MECHON INSERTADO,INCLUSO CONFECCIONADOS	THOMAS KELLY RICHARD	EL ALTO	CALLE INGAVI #141 ALTO DE LA ALIANZA
299	ALGODON CARDADO O PEINADO	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	VIACHA, EL ALTO	CARRETERA FABRICA DE CEMENTO NÂ¿ 1025, ZONA ZEKAJAWIRA
301	ARTICULOS MOLDEADOS O PRENSADOS,DE PASTA DE PAPEL	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	EL ALTO	AV. TARAPACA #20 SANTIAGO PRIMERO
305	ARTICULOS PARA EL SERVICIO DE MESA O DE COCINA DE PORCELANA	BERTOLI ESTRELLA ALDO FABRI	EL ALTO	CALLE ESQUILLANA #4014 COSMOS 79
309	ARTICULOS PARA EL SERVICIO DE MESA O DE COCINA DE PORCELANA	DORARETTE MARIA HARLEY	EL ALTO	AV. TARAPACA #20 SANTIAGO PRIMERO

310	ARTICULOS PARA EL SERVICIO DE MESA O DE COCINA DE PORCELANA	DR. BERND SPROEDT-EMBAJADA ALEMANA	EL ALTO	CALLE ESQUILLANA #4014 COSMOS 79
315	ARTICULOS PARA EL SERVICIO DE MESA O DE COCINA DE PORCELANA	IORELLA A. LEON SHEDAN	EL ALTO	CARRETERA COPACABANA, #S/N POMAMAYA
330	ARTICULOS PARA EL SERVICIO DE MESA O DE COCINA DE PORCELANA	LEONARDO ENRIQUE CARRION/	EL ALTO	CALLE DIEGO LOPEZ #3205 VILLA ALEMANIA
341	ARTICULOS PARA EL SERVICIO DE MESA O DE COCINA DE PORCELANA	RENATA HYSI	EL ALTO	CALLE D #54 ALTO LIMA 3RA SECCION
356	ARTICULOS PARA FIESTAS DE NAVIDAD	HUGO EFRAIN CONTRERAS MORALES	EL ALTO	AVENIDA LADISLAO CABRERA #8260 VILLA MERCEDES B
368	ARTICULOS SIN ROSCA: ARANDELAS DE MUELLE (RESORTE) Y LAS DEMAS DE SEGURIDAD DE FUNDICION, HIERRO O ACERO	DICSA BOLIVIA S.A.	EL ALTO	CALLE SOTASI #102 VILLA TUNARI
395	CARBON VEGETAL (COMPREDIDO EL DE CASCARAS O DE HUESOS (CAROZOS) DE FRUTOS), INCLUSO AGLOMERADO	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	EL ALTO	AV. ARICA #550 URBANIZACION ROSAS PAMPA
396	CARBON VEGETAL (COMPREDIDO EL DE CASCARAS O DE HUESOS (CAROZOS) DE FRUTOS), INCLUSO AGLOMERADO	EMP. DE IMPOR. EXPOR. 9263 S.R.L.	EL ALTO	AV. PUERTO DE ILO #10 VILLA EL PORVENIR
430	CHALES, PAÑUELOS DE CUELLO, BUFANDAS, MANTILLAS, VELOS Y ARTICULOS SIMILARES DE LAS DEMAS MATERIAS TEXTILES	INTI WARA DE: ELENA DELICIA CIRVIAN	EL ALTO	AV. PUERTO DE ILO #10 VILLA EL PORVENIR
450	CHALES, PAÑUELOS DE CUELLO, BUFANDAS, MANTILLAS, VELOS Y ARTICULOS SIMILARES DE PUNTO	MARPEL	EL ALTO	AV. 16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
451	CHALES, PAÑUELOS DE CUELLO, BUFANDAS, MANTILLAS, VELOS Y ARTICULOS SIMILARES DE PUNTO	MARPEL HANDICRAFTS	EL ALTO	CARRETERA A VIACHA #115 3 DE MAYO
465	CHICLES Y DEMAS GOMAS DE MASCAR, RECUBIERTOS DE AZUCAR	CADBURY ADAMS BOLIVIA S.A.	EL ALTO	AV. 16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
466	CHICLES Y DEMAS GOMAS DE MASCAR, RECUBIERTOS DE AZUCAR	D.H.L.	EL ALTO	CALLE AGUSTIN ASPIAZU #2404 VILLA MERCEDES
470	CIGARRILLOS QUE CONTENGAN TABACO NEGRO	COMPANIA INDUSTRIAL DE TABACOS S.A	EL ALTO	AV. PUERTO DE ILO #10 VILLA EL PORVENIR
472	CIGARRILLOS QUE CONTENGAN TABACO RUBIO	COMPANIA INDUSTRIAL DE TABACOS S.A	EL ALTO	CALLE J. MENDOZA 250 ZONA SAN JOSE DE YUNGUYO
479	CINTAS MAGNETICAS PARA REPRODUCIR FENOMENOS DISTINTOS DEL SONIDO O IMAGEN	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	EL ALTO	AV. PUERTO ILO NÂ¿ 10 EL ALTO ZONA EL PORVENIR
492	CINTOS, CINTURONES Y BANDOLERAS DE CUERO NATURAL O CUERO REGENERADO	VELARBOL	EL ALTO	AV. HEROES DEL PACIFICO KM 7 #110 VILLA BOLIVAR "A"
499	COCHES, SILLAS Y VEHICULOS SIMILARES PARA TRANSPORTE DE NIÑOS	MIGUEL ANGEL CARRION	EL ALTO	CALLE SOTASI #102 VILLA TUNARI
506	COCINAS ELECTRICAS DE USO DOMESTICO	EXPRINTER LIFTVANS BOLIVIA	EL ALTO	AVENIDA PANAMERICANA KM. 5.5 #400-3 PUERTO MEJILLONES
519	COLCHONES DE OTRAS MATERIAS	FATIMA CORTEZ DE VILLAGOMES	EL ALTO	AV. HEROES DEL PACIFICO KM 7 #110 VILLA BOLIVAR "A"
526	COLCHONES DE OTRAS MATERIAS	LUIS JOAQUIN	EL ALTO	AV. HEROES DEL

		PRUDENCIO		PACIFICO KM 7 #110 VILLA BOLIVAR "A"
530	COLCHONES DE OTRAS MATERIAS	MARIA JOSE RIBADENEIRA DE MEALLA	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
550	INSTRUMENTOS Y APARATOS PARA MEDIDA O CONTROL DE PRESION	INTERTRADE COURIER BOLIVIA SRL.	EL ALTO	AVENIDA PANAMERICANA KM. 5.5 #400-3 PUERTO MEJILLONES
554	JERINGAS INCLUSO CON AGUJA,DE PLASTICO	EMBAJADA AMERICANA	EL ALTO	AV.25 DE ABRIL #110 ALTO CHIJINI
560	JUEGOS DE AJEDREZ Y DE DAMAS	CRNL.EMC.MILTON R.ROMERO E./AGREGAD	EL ALTO	AVENIDA PANAMERICANA KM. 5.5 #400-3 PUERTO MEJILLONES
585	LA DEMA SEMILLA DE LINO,INCLUSO QUEBRANTADA	CASTILLO CAZASOLA REINA	EL ALTO - LA PAZ	CALLE CHIRIPUJIO #110 BOLIVAR
602	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	JAIME MUÑOZ FERNANDEZ	EL ALTO	AV. 6 DE MARZO #48 SENKATA
611	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	SALLUCA HUARAYA NESTOR	EL ALTO	ABEDULES #1615 LAS DELICIAS
616	LADRILLOS DE CONSTRUCCION,DE CERAMICA	SUSARA COLQUE RUBEN JULIO	LA PAZ EL ALTO	AV. 6 DE MARZO NO. 500 LADO FIDEOS ROSAS PAMPA
617	LADRILLOS,PLACAS,BALDOSAS Y DEMAS PZAS.CERAMICAS DE HARINAS SILICEAS,FOSILES (POR EJ: "KIESEL GUHR",TRIPOLITA DIATOMITA) O DE TIERRAS SILICEAS ANALOGAS	INCERPAZ - INDUSTRIAS DE CERAMICA	EL ALTO	CALLE INGAVI #141 ALTO DE LA ALIANZA
622	LAMPARAS ELECTRICAS DE CABECERA,MESA,OFICINA O DE PIE	BRENDA ALMAMLOUK	EL ALTO	AV. 6 DE MARZO #48 SENKATA
630	LAMPARAS ELECTRICAS DE CABECERA,MESA,OFICINA O DE PIE	JACQUELINE SCHNEIDER	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
657	LAS DEMAS ALMENDRAS SIN CASCARA	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	LA PAZ EL ALTO	AV. 6 DE MARZO NO. 500 LADO FIDEOS ROSAS PAMPA
660	LAS DEMAS ARENAS NATURALES DE CUALQUIER CLASE,INCLUSO COLOREADAS,EXCEPTO LAS ARENAS METALIFERAS DEL CAPITULO 26	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	EL ALTO	AV. 16 DE JULIO 51 16 DE JULIO
713	LOS DEMAS CONCENTRADOS DE PROTEINAS	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	EL ALTO	AV. SEGUNDA LINEA AGUAS DEL #100 PARCOPATA
721	LAS DEMAS ROPAS DE CAMA DE ALGODON	CONDE ADUVIRI DORA DOMINGA	EL ALTO	AV. SEGUNDA LINEA AGUAS DEL #100 PARCOPATA
724	PARTES DE LOS DEMAS MUEBLES	SUMAPACHA INDUSTRIAL S.A.	EL ALTO	AV. SEGUNDA LINEA AGUAS DEL #100 PARCOPATA
732	LOS DEMAS ARTICULOS DE USO DOMESTICO Y SUS PARTES,LANA DE HIERRO O ACERO,ESPONJAS,ESTROPAJOS,GUANTES Y ARTICULOS SIMILARES PARA FREGAR,DE ACERO INOXIDABLE	BERTOLI ESTRELLA ALDO FABRI	LA PAZ EL ALTO	AV. 6 DE MARZO NO. 500 LADO FIDEOS ROSAS PAMPA
736	LOS DEMAS PAPELES Y CARTONES ENGOMADOS O ADHESIVOS EN BOBINAS (ROLLOS), DE ANCHURA SUPERIOR A15 CM O EN HOJAS EN LAS QUE UN LADO SEA SUPERIOR A 36 CM Y EL OTRO SEA SUPERIOR A 15 CM	CONSTRUCTORA NORBERTO ODEBRECHT SA	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
755	PARTES D/APARATOS ELECTR.D/TELEFONIA O	ROBINSON RIOS	EL ALTO	CALLE SALAZAR #1514

	TELEGRAFIA C/HILOS, INCLUIDOS LOS TELEFS.D/ABONADO D/AURICULAR INALAMBRICO COMBINADO C/MICROFONO Y LOS APARATOS D/TELECOMUNIC.P/CORRIENTE PORTADORA O TELECOMUNIC.	ZUMAETA		VILLA CONCEPCION
763	SACOS (CHAQUETAS) DE ALGODON PARA MUJERES O NIÑAS	VELARBOL	LA PAZ EL ALTO	AV. 6 DE MARZO NO. 500 LADO FIDEOS ROSAS PAMPA
769	PARTES D/APARATOS ELECTR.D/TELEFONIA O TELEGRAFIA C/HILOS, INCLUIDOS LOS TELEFS.D/ABONADO D/AURICULAR INALAMBRICO COMBINADO C/MICROFONO Y LOS APARATOS D/TELECOMUNIC.P/CORRIENTE PORTADORA O TELECOMUNIC.	ROBINSON RIOS ZUMAETA	EL ALTO	CALLE SAN LUCAS #1095 CORAZON DE JESUS
774	PARTES Y ACCESORIOS DE APARATOS FOTOGRAFICOS	CLAUDIA ANDREA AUZA MERCADO	LA PAZ EL ALTO	AV. 6 DE MARZO NO. 500 LADO FIDEOS ROSAS PAMPA
791	MENAJE DOMESTICO COMPUESTO POR MUEBLES, APARATOS Y ACCESORIOS USADOS DE UTILIZACION NORMAL EN UNA VIVIENDA QUE CORRESPONDE A UNA UNIDAD FAMILIAR	WILLY ALEJANDRO VARGAS MORALES	EL ALTO	ABEDULES #1615 LAS DELICIAS
829	LOS DEMAS MAMIFEROS VIVOS	ZHOU XUAN	EL ALTO	CALLE ESQUILLANA #4014 COSMOS 79
852	PARTES DE MAQUINAS DE SONDEO O PERFORACION DE LAS SUBPARTIDAS Nos 8430.41 U 8430.49	DCB DRILLING BOLIVIA LTDA.	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
854	LOS DEMAS COMPUESTOS INORGANICOS U ORGANICOS, DE MERCURIO, EXCEPTO LAS AMALGAMAS	DHL (BOLIVIA) S.R.L.	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
862	LOS DEMAS SACOS DE VIAJE Y MOCHILAS,CON LA SUPERFICIE EXTERIOR DE CUERO NATURAL, CUERO REGENERADO O CUERO CHAROLADO	ARTESANIAS TAHUANTINSUYO(ALBERTO C.	EL ALTO	CALLE 13 #270 12 DE OCTUBRE
867	LAS DEMAS RESISTENCIAS FIJAS,DE POTENCIA INFERIOR O IGUAL A 20 W	DICSA BOLIVIA S.A.	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
873	LOS DEMAS CUEROS Y PIELS EN BRUTO, DE BOVINO (INCLUIDO EL BUFALO) O DE EQUINO, INCLUIDOS LOS CRUPONES, MEDIOS CRUPONES Y FALDAS	NANCY MARCELA SUMI	EL ALTO	AV 6 DE MARZO #88 VILLA SANTIAGO
891	LOS DEMAS APARATOS RECEPTORES DE TELEVISION EN COLORES,INCLUSO CON APARATO RECEPTOR DE RADIODIFUSION O DE GRABACION O REPRODUCCION DE SONIDO O IMAGEN INCORPORADO	BERTOLI ESTRELLA ALDO FABRI	EL ALTO	AV.16 DE JULIO #51 16 DE JULIO
904	LOS DEMAS APARATOS DE RADIOTELEFONIA O RADIOTELEGRAFIA CON APARATO RECEPTOR INCORPORADO	JORGE ABDON CHAVEZ MACEDA	EL ALTO	AV. MONTERO #13 VILLA ADELA

Fuente: Elaboración propia en base a fundaempresa, 2013.

ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

Cuadros

Cuadro N° 1: Relación de objetos y diseño de investigación.....	29
Cuadro N° 2: Matriz comparativo de planes y políticas de apoyo y promoción de las Mipymes en la ciudad de El Alto.....	36
Cuadro N° 3: Definición de las Mipymes exportadoras.....	49
Cuadro N° 4: El tamaño de las Mipymes en la Comunidad Andina.....	49
Cuadro N° 5: Las Mipymes exportadoras según sectores.....	50
Cuadros N° 6: Mipymes en las exportaciones por sectores manufactureros.....	51
Cuadro N° 7: Las Mipymes manufactureras exportadoras de Bolivia.....	52
Cuadro N° 8: Mipymes manufactureras exportadoras.....	52
Cuadro N° 9: Mipymes manufactureras y sus principales sectores.....	55
Cuadro N° 10: Mipymes manufactureras en la exportación desde El Alto.....	57
Cuadro N° 11: Bolivia, base empresarial según tipo societario 2006-2010.....	66
Cuadro N° 12: Mecanismos de comercialización para Mipymes.....	69
Cuadro N° 13: Bolivia: Banco de Desarrollo Productivo, Acumulado 2007-Septiembre 2010 (p).....	71
Cuadro N° 14: Estimación de Microempresas en la Comunidad Andina.....	88
Cuadro N° 15: Exportaciones intra comunitarias 2012 (\$us millones).....	94
Cuadro N° 16: Productos manufacturados exportados por los países al mercado de la Comunidad Andina.....	95
Cuadro N° 17: Exportaciones manufactureras Andinas; Intra y Extra CAN.....	98
Cuadro N° 18: Estructura comercial de la región por mercado de destino (2009), en porcentajes%.....	101
Cuadro N° 19: Estructura comercial por mercado de origen (2009) en porcentajes%.....	102
Cuadro N° 20: Bolivia: Exportaciones a la Unión Europea según país de destino al año 2008 (En miles de dólares.....	103

Cuadro N° 21: Estructura institucional en la política de comercio exterior y cambio institucional en los países de la CAN.....	107
Cuadro N° 22: Mapa del marco institucional de la política comercial en los países de la CAN.....	108
Cuadro N° 23: Comparación de la ejecución de la política comercial (Disciplina comercial).....	109

Gráficos

Grafico N° 1: Los Estados miembros de la Comunidad Andina en el espectro ideológico, político y económico.....	41
Gráfico N° 2: Bolivia: Participación de las micro y pequeñas empresas, según actividad económica, 2010.....	45
Gráfico N° 3: El perfil exportador de las Mipymes.....	50
Grafico N° 4: Las Mipymes manufactureras en las exportaciones por departamento y El Alto.....	54
Gráfico N° 5: El Alto: base empresarial por gestión, según tipo societario 2006 – 2012.....	57
Gráfico N° 6: Crecimiento anual del producto interno bruto por actividad económica 2005 – 2011.....	60
Gráfico N° 7: La paz: Base empresarial según tipo societario, 2006 – 2012.....	62
Gráfico N° 8: Bolivia: base empresarial por gestión, según tipo societario.....	67
Gráfico N° 9: Crecimiento en la participación de las Mipymes, según tipo societario 2006 – 2010 en cantidad de empresas.....	67
Gráfico N° 10: Pymes: Base empresarial según tipo societario 2006-2010.....	68
Grafico N° 11: Incremento de la participación de la mujer emprendedora por rubros (en porcentajes %)......	68
Gráfico N° 12: América Latina: participación de las pequeñas y medianas en el total de las empresas exportadoras, 2006-2007.....	89
Gráfico N° 13: La proporción del empleo en microempresas es mayor en los países en desarrollo.....	90
Gráfico N° 14: Exportación intracomunitarias y extracomunitarias (1969 - 2012).....	94

Gráfico N° 15: Exportaciones a la CAN 2012 (en porcentajes %)	96
Gráfico N° 16: las exportaciones intracomunitarias de cada país andino	96
Gráfico N° 17: Exportaciones intracomunitarias de cada país andino	97
Gráfico N° 18: La participación de los sectores productivos – comerciales en la Comunidad Andina	98
Gráfico N° 19: Participación de las exportaciones de la Comunidad Andina hacia la Unión Europea	99
Gráfico N° 20: Balanza comercial (En millones de USD)	100
Gráfico N° 21: Participación de las importaciones de la Comunidad Andina hacia la Unión Europea	101
Gráfico N° 22: CAN: Estructura de exportaciones a la UE 2008	102
Gráfico N° 23: Los actores e instrumentos económicos y políticos en el proceso de la política comercial de exportación manufacturera	113
Gráfico N° 24: El proceso de las políticas comerciales de exportación manufacturera para las Mipymes de la ciudad de El Alto en el mercado regional de la Comunidad Andina	114