

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ECONOMIA**  
**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS**  
**PLAN EXCEPCIONAL DE TITULACIÓN PARA ANTIGUOS ESTUDIANTES NO**  
**GRADUADOS**  
**(PETAENG)**



**MEMORIA LABORAL**

**“LA EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN  
BOLIVIA DURANTE EL PERIODO 2000-2020”**

**POSTULANTE : SILVIA MARQUEZ CHIPANA**

**TUTOR : M.Sc. HERNAN DANIEL LEON RADA**

**LA PAZ - BOLIVIA**

**2023**

## **DEDICATORIA**

*La presente Memoria Laboral va dedicada a Dios, que siempre me acompaña en momentos difíciles.*

*A mis padres: JAIME y JULIA, quienes siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y consejos para hacer de mí una mejor persona.*

*A mis hermanos: Eddy, Ovidio y Abel que no dejaron que me dé por vencida para terminar mi carrera y obtener mi Título.*

*A mis hijos: Raphael (+), Aarón, Santiago y Yeicob, quienes son mi razón para salir adelante en la vida.*

*A mi esposo: Gonzalo, por su confianza y apoyo para el logro de mis objetivos.*

## **AGRADECIMIENTOS Y RECONOCIMIENTOS**

*A la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), Carrera de ECONOMÍA, mi casa de estudios donde cultive mis conocimientos.*

*A: Lic. Hernán Daniel León Rada, Lic. Patricia Silvia Fernández Zambrana y Lic. Ricardo Luís Arequipa R., por sus aportes y sugerencias de mejora, que posibilitaron el logro del presente Trabajo de Investigación.*

## RESUMEN

La exportación de prendas de vestir en Bolivia se ha visto afectada por la falta de acuerdos comerciales con mercados potenciales y por la aparición de mercados emergentes que han desplazado la producción boliviana por productos de menor calidad, pero al mismo tiempo de menor precio. En la presente memoria laboral se analiza la evolución de la exportación de prendas de vestir en Bolivia durante las últimas dos décadas, al mismo tiempo se considera la producción y exportación en toneladas y en términos monetarios, así como también, la variación de los precios y los términos de intercambio.

En la primera sección se desarrolla los lineamientos metodológicos que se utilizan en la presente memoria laboral. En la segunda sección se toman en cuenta las principales directrices y normativas de la investigación, al mismo tiempo se incluye el marco teórico en la cual se desarrolla la memoria laboral. En la tercera sección se incluye los lineamientos empíricos de la investigación que son obtenidos del Instituto Nacional de Estadística y la Cámara de Comercio. Finalmente, en la última sección se especifican las principales conclusiones a las que se arribó en la memoria laboral.

**Palabras Clave.** - Exportación, Prendas de Vestir, acuerdos y precios internacionales.

## **ABSTRACT**

The export of clothing in Bolivia has been affected by the lack of trade agreements with potential markets and by the appearance of emerging markets that have displaced Bolivian production for products of lower quality, but at the same time at a lower price. In the present work report, the evolution of the export of clothing in Bolivia during the last two decades is analyzed, at the same time the production and export in tons and in monetary terms are considered, as well as the variation of prices and the terms of trade.

The first section develops the methodological guidelines used in this work report. In the second section, the main research guidelines and regulations are taken into account, at the same time the theoretical framework in which working memory is developed is included. The third section includes the empirical guidelines of the research that are obtained from the National Institute of Statistics and the Chamber of Commerce. Finally, the last section specifies the main conclusions reached in the working memory.

**Keywords.** - Export, Clothing, agreements and international prices.

# TABLA DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>MARCO REFERENCIAL METODOLÓGICO</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 IDENTIFICACIÓN DEL TEMA</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 DELIMITACIÓN DEL TEMA</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2.1. DELIMITACIÓN TEMPORAL</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL</b> .....	<b>1</b>
<b>1.3 DELIMITACIÓN DE CATEGORÍAS Y VARIABLES ECONÓMICAS</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3.1. DELIMITACIÓN DE CATEGORÍAS</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3.2. VARIABLES ECONÓMICAS</b> .....	<b>2</b>
<b>1.4 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>2</b>
<b>1.4.1. PROBLEMATIZACIÓN</b> .....	<b>2</b>
<b>1.4.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>2</b>
<b>1.5 IDENTIFICACIÓN DE SOLUCION AL PROBLEMA</b> .....	<b>3</b>
<b>1.6 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS</b> .....	<b>4</b>
<b>1.6.1. OBJETIVO GENERAL</b> .....	<b>4</b>
<b>1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	<b>4</b>
<b>1.7 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL</b> .....	<b>4</b>
<b>1.7.1. ECONOMÍA INTERNACIONAL</b> .....	<b>4</b>
<b>1.7.2. COMERCIO INTERNACIONAL</b> .....	<b>5</b>
<b>1.7.2.1. VENTAJAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL</b> .....	<b>6</b>
<b>1.7.2.2. LAS BARRERAS AL COMERCIO INTERNACIONAL</b> .....	<b>9</b>
<b>1.7.2.3. INTEGRACIÓN ECONÓMICA</b> .....	<b>10</b>
<b>1.7.2.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS PROCESOS DE INTEGRACIÓN</b> .....	<b>11</b>
<b>1.7.3. LA COMPETITIVIDAD</b> .....	<b>11</b>
<b>1.7.3.1. LA VENTAJA ABSOLUTA</b> .....	<b>15</b>
<b>1.7.3.2. LA VENTAJA COMPARATIVA</b> .....	<b>15</b>
<b>1.7.3.3. LA VENTAJA COMPARATIVA BASADA EN LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN</b> .....	<b>16</b>
<b>1.7.3.4. DETERMINANTES DE LA VENTAJA COMPETITIVA</b> .....	<b>16</b>
<b>1.7.3.5. CONDICIONES DE LOS FACTORES</b> .....	<b>19</b>
<b>1.7.3.6. CONDICIONES DE LA DEMANDA</b> .....	<b>22</b>

1.7.4.	PRODUCTO INTERNO BRUTO .....	26
1.7.5.	PRECIO DE LOS TEXTILES.....	26
1.7.6.	TÉRMINOS DE INTERCAMBIO.....	26
1.7.7.	TIPO DE CAMBIO REAL.....	27
1.7.8.	PRODUCTO INTERNO BRUTO EXTRANJERO .....	27
1.7.9.	IMPORTACIÓN M .....	27
<b>1.8</b>	<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>28</b>
1.8.1.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	28
1.8.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	28
1.8.3.	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	28
1.8.4.	FUENTES DE INVESTIGACIÓN .....	29
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>.....</b>	<b>30</b>
<b>ASPECTOS DE POLÍTICAS, NORMATIVO E INSTITUCIONAL</b>	<b>.....</b>	<b>30</b>
<b>2.1 ACUERDOS Y POLITICAS PARA LOS TEXTILES</b>	<b>.....</b>	<b>30</b>
2.1.1.	ZONA DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS.....	30
2.1.2.	ZONA DE LIBRE COMERCIO .....	30
2.1.3.	UNIÓN ADUANERA.....	30
2.1.4.	MERCADO COMÚN .....	31
2.1.5.	UNIÓN ECONÓMICA .....	31
<b>2.2 ACUERDOS DE POLÍTICA COMERCIAL DE BOLIVIA</b>	<b>.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3 ACUERDOS DE POLÍTICA COMERCIAL TEXTIL</b>	<b>.....</b>	<b>33</b>
<b>2.4 CUMPLIMIENTO DE METAS Y OBJETIVOS</b>	<b>.....</b>	<b>36</b>
<b>2.5 MARCO NORMATIVO</b>	<b>.....</b>	<b>37</b>
2.5.1.	CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO.....	37
2.5.2.	LEY DERECHOS DE LA MADRE TIERRA .....	40
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>.....</b>	<b>44</b>
<b>FACTORES EXPLICATIVOS DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1.PRODUCCION NACIONAL DE PRENDAS DE VESTIR</b>	<b>.....</b>	<b>44</b>
<b>3.2 EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR</b>	<b>.....</b>	<b>45</b>
3.2.1	EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR SEGÚN DEPARTAMENTOS .....	46
<b>3.3 IMPORTACION DE INSUMOS PARA EL SECTOR TEXTIL</b>	<b>.....</b>	<b>46</b>
<b>3.4 PRINCIPALES MERCADOS</b>	<b>.....</b>	<b>47</b>
<b>3.5 VIAS DE EXPORTACION</b>	<b>.....</b>	<b>48</b>
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>.....</b>	<b>52</b>

<b>SECCION DE CONCLUSIONES .....</b>	<b>52</b>
<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA.....</b>	<b>50</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>66</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO 1: ETAPAS DE LA COMPETITIVIDAD .....</b>	<b>13</b>
<b>CUADRO 2: LOS DETERMINANTES DE LA VENTAJA NACIONAL.....</b>	<b>18</b>

## ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO 1: EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR (POR GESTIONES) .....	45
GRÁFICO 2: EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR POR DEPARTAMENTOS .....	46
GRÁFICO 3: IMPORTACIÓN DE INSUMOS POR PAÍS ORIGEN –SECTOR TEXTIL (EN TONELADAS) .....	47
GRÁFICO 4: PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIÓN (EN MILLONES DE \$US.) .....	48
GRÁFICO 5: VÍAS DE EXPORTACIONES (EN MILLONES DE \$US.) .....	49
GRÁFICO 6: PRECIOS DE PRENDAS DE VESTIR EN TÉRMINOS DE INTERCAMBIO (EN TONELADAS/\$US.)...	50
GRÁFICO 7: PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA - PRENDAS DE VESTIR, EN EL PIB (EN TONELADAS/\$US.) .....	51

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO REFERENCIAL METODOLÓGICO**

### **1.1. IDENTIFICACIÓN DEL TEMA**

El tema de investigación es la desaceleración de exportación de prendas de vestir en Bolivia, ya que muchas de las empresas nacionales no pueden competir con la importación de ropa de segunda mano, donde sus precios son reducidos y la limitación en su comercio no está regulada al cien por ciento. Cabe destacar, que las pocas empresas nacionales que aún continúan confeccionando ropa en territorio nacional requieren mejorar su comercialización y exportación a mercados emergentes.

### **1.2. DELIMITACIÓN DEL TEMA**

#### **1.2.1. Delimitación Temporal**

La Memoria Laboral tomará en cuenta el periodo 2000-2020, porque refleja un punto de inflexión entre el aumento en la confección y exportación de prendas de vestir y una caída importante en la producción a partir de 2011.

#### **1.2.2. Delimitación Espacial**

La Memoria Laboral abarcará toda la geografía que pertenece al Estado Plurinacional de Bolivia, referida a la producción de prendas de vestir, siendo importante aclarar que el presente trabajo comprende el estudio del sector textil.

### **1.3. DELIMITACIÓN DE CATEGORÍAS Y VARIABLES ECONÓMICAS**

#### **1.3.1. Delimitación de categorías**

- ✓ CE1: Comercio Internacional
- ✓ CE2: Producción Textil

#### **1.3.2. Variables económicas**

- ✓ VE 1.1: Exportación de textiles
- ✓ VE 1.2: Precios de las exportaciones de textiles
- ✓ VE 2.1: Importación de insumos (telas, hilos y otros)

### **1.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.4.1. Problematización**

La exportación de prendas de vestir en Bolivia es relativamente escasa por falta de apoyo proveniente de las autoridades y poca vigilancia de fronteras, traduciéndose en una cantidad importante de contrabando de ropa de segunda mano.

Paralelamente es necesario mencionar que la producción de prendas de vestir tiene reducido apoyo del gobierno, por ejemplo, la falta de tratados para exportar prendas de vestir a los principales países socios comerciales de Bolivia, sumados a la poca tecnología adquirida para la producción de textiles, reducen las oportunidades para aumentar las exportaciones prendas de vestir.

#### **1.4.2. Planteamiento del problema**

La desaceleración de las exportaciones de prendas de vestir en Bolivia.

## 1.5. IDENTIFICACIÓN DE SOLUCION AL PROBLEMA

El comportamiento de las exportaciones de prendas de vestir en Bolivia, tuvo un inicio de crecimiento el año 2003 alcanzando \$US. 22 Millones, y manteniendo el nivel más alto el 2004 con \$US. 40 Millones, con niveles de altibajos los periodos 2007, 2008, 2011, 2012, 2013 y 2015, con un promedio de \$US. 26 Millones, y leves recuperaciones en las gestiones 2009, 2010 y 2014 llegando a un promedio de \$US. 36 Millones, seguido por una recuperación ligera en los años 2018 y 2019 con una media de \$US. 10 Millones, recordando que el periodo 2020 se tuvo el perjuicio de la pandemia por la enfermedad del Covid 19, año que llegó a un total de \$US. 8.6 Millones, y al inicio de la década actual (2021-2030) refleja una recuperación notable de estas exportaciones.

Lo descrito denota que la desaceleración de exportaciones de prendas de vestir en el período de análisis, se debe en particular a la falta de acuerdos comerciales de Bolivia con mercados potenciales (ATPDEA) y la sustitución por mercados poco convencionales (CAN) derivando en la reducción y pérdida en la exportación de prendas de vestir de nuestro país.

Sin embargo, el mercado de las prendas de vestir ha evolucionado de forma importante en el ámbito de los consumidores, dada la existencia de una mayor cantidad de oferta, mejorando la calidad en general. La exportación de prendas de vestir desde Bolivia a distintos mercados del exterior, genera el envío de prendas de alta calidad y características únicas, que se diferencian de otros productos, actividad que impulsa a los productores nacionales a incrementar la producción generando un mayor nivel en las expectativas de los consumidores.

En tal sentido la exportación de prendas de vestir de origen boliviano a mercados internacionales tiene ventajas como la calidad y diseño único,

que deriva en buenas críticas por parte de los demandantes; asimismo en el precio que es bastante asequible, y que se traduce en un mayor aumento de las exportaciones a mercados emergentes.

## **1.6. DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS**

### **1.6.1. Objetivo General**

- Determinar la influencia de las exportaciones de prendas de vestir en Bolivia a partir de las políticas comerciales del sector textil.

### **1.6.2. Objetivos Específicos**

- Verificar la evolución de la exportación de prendas de vestir.
- Valorar la importancia de los precios de exportación de textiles.
- Identificar los principales insumos (telas, hilos, otros) que inciden en la producción de prendas de vestir.

## **1.7. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

### **1.7.1. Economía internacional**

La economía internacional trata la interdependencia económica entre países, estudia el flujo de bienes, servicios y pagos entre un país y el resto del mundo, analiza las políticas diseñadas para regular dicho flujo, así como sus efectos en el bienestar del país<sup>1</sup>.

La interdependencia económica entre naciones ha venido aumentando con los años, como puede determinarse por el hecho que el comercio internacional tiene un crecimiento más rápido que la producción mundial, añadiendo a esto la globalización impulsado por la revolución en la

---

<sup>1</sup> Salvatore Dominick, Economía Internacional, 4ta Edición. 1990

tecnología de comunicaciones; la teoría de la economía internacional representa la aplicación de principios generales de microeconomía y macroeconomía al contexto internacional, muchos avances teóricos se han obtenido directamente del campo mismo de la economía internacional, asimilando las contribuciones de la economía internacional en el ámbito de la economía moderna, la economía internacional ha tenido un amplio y continuo desarrollo durante los Siglos XIX y XX, destacando los trabajos de economistas como Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill, Alfred Marshall, John Maynard Keynes y Paul Samuelson<sup>2</sup>.

### **1.7.2. Comercio Internacional**

El comercio internacional suele ser utilizado como sinónimo de comercio mundial o comercio exterior. Esta modalidad comercial implica la existencia de economías abiertas, es decir, dispuestas a permitir el ingreso de bienes procedentes de otros países<sup>3</sup>.

El proceso de comercio internacional se potenció a partir de la segunda mitad del siglo XX, con el avance de las telecomunicaciones y de los medios de transporte. El sistema capitalista, ya asentado en todo el mundo tras la caída de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (U.R.S.S.), basa su crecimiento en el libre comercio y en la eliminación de fronteras y trabas.

Existen diversas teorías económicas que explican la importancia y la necesidad del comercio internacional. Adam Smith en la ventaja absoluta afirma que las mercancías debían producirse en los países con los costes de producción más bajos y desde allí exportarse al resto del mundo. David

---

<sup>2</sup> Karbaugh, J. Robert, economía internacional, 6ta edición. Thomson edition, 1999

<sup>3</sup> Díaz, Alberto. "Progresos en economía internacional". 1ta edición. Asociación Argentina de Economía Política. Pág. 14.

Ricardo, por su parte, apelaba a la ventaja comparativa, que hacía hincapié en los costes relativos que surgían de la comparación entre los países.

El comercio internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con menores costes. El comercio internacional también aumenta el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía, y caracteriza las relaciones entre países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías.

El comercio internacional está determinado por la capacidad de producción y especialización de un país, sobre la necesidad de un producto de parte de otro, balanceados por el manejo de la importación y exportación, unido a la seguridad jurídica - comercial proveniente de acuerdos especiales entre países y el precio que se paga por el producto<sup>4</sup>.

Asimismo, hace posible la oferta de productos que se consumen los países en otros mercados, es decir las exportaciones, y que posibilitan el aumento de divisas, generan empleos, mejoran la utilización de los recursos naturales e incrementan el desarrollo tecnológico.

#### **1.7.2.1. Ventajas del Comercio Internacional**

El comercio es la principal fuente de ingresos de los países, es por eso que los gobiernos fomentan la generación de nuevas empresas. Por un lado, el comercio es una fuente de recursos para el empresario, inversionista o comerciante individual, ya que estos obtienen ganancias de la compra-venta de bienes y servicios; y, por otra parte, el país también obtiene

---

<sup>4</sup> Díaz, Alberto. "Progresos en economía internacional". 1ta edición. Asociación Argentina de Economía Política. Pág. 19.

ingresos, esto por medio del desarrollo económico que el comercio genera<sup>5</sup>.

El sentido común sugiere que el comercio internacional es provechoso para el progreso de una nación. El libre comercio genera un incremento de la producción, la cual requiere de fuerzas productivas y nuevas fuentes que las provean, estimulando al mismo tiempo el crecimiento económico.

El comercio internacional da paso a una mayor flexibilidad de los factores productivos entre distintos países, dejando como consecuencia ventajas a un nivel macro, entre las que pueden mencionarse:

Primero, si cada país se especializa en aquellos productos en los que tiene mayor eficiencia utilizará mejor sus recursos tanto humanos como no humanos, y así elevará el nivel de vida de sus trabajadores y de todos sus habitantes; es por eso que los gobiernos se interesan en incrementar el volumen de las exportaciones, diversificar los productos y mercados, dentro de las posibilidades que permite la globalización.

Segundo, el comercio internacional hace posible que un país obtenga aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente o no sean producidos de manera eficiente, como maquinaria, bienes intermedios y manufacturas<sup>6</sup>.

Tercero, hace posible la oferta de productos que se consumen otros países, en otros mercados, es decir las exportaciones. Específicamente, las exportaciones posibilitan el aumento de divisas, generan empleos,

---

<sup>5</sup> Ganame, María. "Impacto del comercio internacional en el desarrollo económico de las regiones: el aporte de la Nueva geográfica económica". 1ra edición. Universidad Amberes. Pág. 75.

<sup>6</sup> Ganame, María. "Impacto del comercio internacional en el desarrollo económico de las regiones: el aporte de la Nueva geográfica económica". 1ra edición. Universidad Amberes. Pág. 76.

mejoran la utilización de los recursos naturales e incrementan el desarrollo tecnológico.

Finalmente, los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional. Por medio de la balanza de pagos se informa qué tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un periodo dado.

El comercio internacional permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia las siguientes ventajas<sup>7</sup>:

- ✓ Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.
- ✓ Los precios tienden a ser más estables.
- ✓ Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.
- ✓ Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados. (Exportaciones)
- ✓ Equilibrio entre la escasez y el exceso.
- ✓ Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.
- ✓ Por medio de la balanza de pago se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.

---

<sup>7</sup> Barraud, Ariel. "Comercio internacional y pobreza". 1ra edición. Universidad Amberes. Pág. 97.

### 1.7.2.2. Las Barreras al Comercio Internacional

Para corregir los desequilibrios de la balanza de pagos, los gobiernos tratarán, lógicamente, de fomentar las exportaciones. Pero para ello, en algunos casos, serán tentados a utilizar medidas perjudiciales para el resto de los países, provocando reacciones indeseables. Además, siempre está la tentación de establecer barreras a las importaciones<sup>8</sup>.

Existen dos tipos de barreras en el Comercio Internacional: Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias.

- **Barreras Arancelarias**

Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida de las mercancías. Conocer éste tipo de regulaciones que inciden en el producto que se desea comercializar en algún mercado puede ser relativamente fácil, toda vez que se encuentran en un arancel o tarifa arancelaria. En éste sentido, el arancel o tarifa arancelaria puede considerarse como el instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador y al importador<sup>9</sup>.

- **Barreras No Arancelarias**

Se consideran barreras no-arancelarias todas aquellas medidas (diferentes del arancel) que impiden el libre flujo de mercancías entre los países.

---

<sup>8</sup> Lanteri, Luis. "Desarrollos teóricos sobre la cuenta corriente y su aplicación". 1ra edición. Universidad Amberes. Pág. 151.

<sup>9</sup> Sarquis, Alejandra. "por la construcción de una verdadera comunidad internacional", La Plata-Argentina, 2002. Pag.1

También se incluyen las medidas que estimulan artificialmente la producción y el comercio<sup>10</sup>.

### **1.7.2.3. Integración Económica<sup>11</sup>**

La palabra integración deriva del latín, *integrationis*, que según el diccionario Real Academia Española RAE significa acción y efecto de integrar o integrarse, hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo.

En las últimas cinco décadas del siglo XX, los fenómenos de integración se han hecho mucho más comunes. Características más actuales del mundo, como son la creciente globalización sobre todo en la década del 90, acompañado del predominio de un modelo económico de libre mercado el cual se nutre del intercambio entre los Estados-nación, ha hecho necesario adoptar medidas tendientes a mejorar la posición negociadora frente a otros Estados. Esto último ha logrado por medio de los procesos de integración regional, que permiten a los países negociar como bloque. Los casos más conocidos en la actualidad son: MERCOSUR, CAN, ALBA, NAFTA, UE, etc.

Cabe destacar por sobre todos los procesos de integración conocidos, el caso de la Unión Europea, el cual llegó mucho más allá de un aspecto sólo económico. Se creó toda una institucionalidad supranacional, con atribuciones en materias políticas, jurídicas, de defensa, sociales y económicas.

---

<sup>10</sup> Sarquis, Alejandra. "por la construcción de una verdadera comunidad internacional", La Plata-Argentina, 2002. Pag.2

<sup>11</sup> Bermúdez, Augusto. "Proyectos de integración en América latina durante el siglo XX", 2011, Pág. 16

#### **1.7.2.4. Características de los procesos de integración<sup>12</sup>**

Se puede establecer ciertas características esenciales a todo proceso de integración regional, las cuales se mencionan a continuación con la finalidad de establecer una generalización. Estas características son:

- ✓ Los sujetos son los Estados soberanos.
- ✓ Los Estados emprenden el proceso integrador en forma voluntaria y deliberada
- ✓ Como todo proceso –aún más, con la complejidad del caso al que se hace referencia- se debe avanzar por etapas, es decir, el proceso debe ser gradual.
- ✓ Las etapas deben ser cada vez más profundas y dispersas; de allí la necesidad de la progresividad y la convergencia del proceso.
- ✓ Por último, el proceso de integración se inicia con acercamientos económicos, pero lentamente y dependiendo de cada proceso – conforme a lo estipulado por los Estados miembros-, la agenda va abarcando e incluyendo nuevos temas de las áreas sociales, culturales, jurídicas, y hasta políticas de los países miembros.

#### **1.7.3. La competitividad**

El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general. Denominándose la ampliación del marco de referencia de los agentes económicos que han pasado de una actitud auto protectora a un planteamiento más abierto, expansivo y proactivo.

La competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.

---

<sup>12</sup>Acosta Felipe “Glosario de comercio exterior”, Ed. Fiscales ISEF, México 2002

La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y, por último, el gobierno y la sociedad en general.

Una organización, que realice cualquier actividad, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de "planificación estratégica". La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global.

Para explicar mejor dicha eficiencia, consideremos los niveles de competitividad, la competitividad interna y la competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene la idea de que la empresa<sup>13</sup> ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación.

La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa, una vez ha alcanzado un nivel de competitividad externa,

---

<sup>13</sup> Porter, Michael. "La Ventaja Competitiva de las Naciones". "La Ventaja Competitiva de las Naciones", Buenos Aires - Argentina, 1997. Pág. 58

deberá disponerse a mantener su competitividad futura, basado en generar nuevas ideas y productos y de buscar nuevas oportunidades de mercado.

La incorporación de los principios de competitividad al desarrollo de las funciones, actividades y operaciones de la empresa, permite a esta incrementar su nivel de competitividad, ahora bien la efectividad con que se apliquen estos principios determinara el nivel de esa competitividad que la empresa este alcanzado, o bien el nivel en que se encuentre.

Las etapas de evolución de la competitividad son cuatro cada una de ellas tiene un nombre específico y una serie de características que las distinguen, es así como se tiene<sup>14</sup>:

**Cuadro 1: Etapas de la competitividad**

Etapa I.	Incipiente	Muy bajo nivel de competitividad
Etapa II.	Aceptable	Regular nivel de competitividad
Etapa III.	Superior	Buen nivel de competitividad
Etapa IV.	Sobresaliente	Muy alto nivel de competitividad

Las características de cada etapa son las que a continuación se enuncian:

✓ **Etapa I. Incipiente**

La empresa es altamente vulnerable a los cambios del medio ambiente cómo funciona de manera autodefinida, actúa según las presiones del mercado o bien a capricho y estado de humor de sus dueños, la aplicación de los principios de competitividad es prácticamente nula y tiene poco control sobre su destino, reaccionando más bien por intuición a los cambios del medio

---

<sup>14</sup> PORTER, Michael. Op. Cit. Pág. 55

ambiente y por ende se desorienta y se desconcierta con todo lo que sucede, tanto interna como externamente.

✓ **Etapa II. Aceptable**

Se han subsanado los principales puntos de vulnerabilidad contándose con los cimientos adecuados para hacer un buen papel ante los ojos del público consumidor y la competencia. Los principios de competitividad se aplican aceptablemente, y aunque no se dominan totalmente, es claro que para seguir compitiendo se requiere fortalecerlos, el equipo directivo se hace responsable del futuro de su organización y dirige su destino hacia donde visualiza lo que mejor le conviene, representando esto una gran ventaja para la empresa.

✓ **Etapa III. Superior**

La empresa comienza a ocupar posiciones de liderazgo y se caracteriza por el grado de innovación que mantiene dentro de su mercado. Domina los principios de competitividad, se mantiene despierta y reacciona de manera inmediata a cualquier cambio del medio ambiente. Aunque de manera equilibrada pone atención a los diez principios de competitividad, da mayor énfasis al de cultura organizacional para lograr homogeneizar el pensamiento, sentimiento y accionar de todo su personal.

✓ **Etapa IV. Sobresaliente**

La empresa que se encuentra en esta etapa es considerada como visionaria, por la generación de tecnología directiva a un ritmo acelerado, sirviendo de benchmark al resto de la industria, pues ella es la que va generando los cambios y las demás se van adaptando a ellos.

En esta etapa, la organización vive en una amenaza constante por parte de los competidores de las etapas anteriores, pues tratan de encontrarle debilidades y huecos en el mercado.

### **1.7.3.1. La ventaja absoluta**

El principio de la ventaja absoluta enunciada por Adam Smith en 1776<sup>15</sup> consiste en la mayor eficiencia de un país para producir un bien, es decir, cuando cada país se especializa en la producción del bien de su ventaja absoluta donde sus costos sean más bajos e intercambia parte de su producción por el bien de su desventaja absoluta, logrando así el comercio entre dos países. Al final ambos países utilizan sus recursos de manera más eficiente posible, incrementando así la producción de ambos bienes.

### **1.7.3.2. La ventaja comparativa**

De acuerdo con la teoría de David Ricardo publicada en 1817, el comercio entre dos países se basa en la ventaja comparativa, en la cual, se establece que los costos menores relativos son causa del intercambio comercial, originadas por diferencias en la productividad de la mano de obra en las diferentes industrias. Los países producirán y exportarán los bienes que su trabajo produce de forma relativamente más eficiente e importarán los bienes que su trabajo produce de forma relativamente menos eficiente.<sup>16</sup>

La ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida

---

<sup>15</sup> SMITH, Adam; “La Riqueza de las naciones”, España, Ediciones Orbis S.A, Volumen II, libro IV 1983

<sup>16</sup> FRIEDMAN, Milton y Rose, “Libertad de Elegir”, Barcelona-España, 1981, Edit. Orbis, Pág. 342.

que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos.

El uso de estos conceptos supone una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica por parte de las empresas grandes como en las pequeñas, en las de reciente creación o en las maduras y en general en cualquier clase de organización. Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en la idea “excelencia”, o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización<sup>17</sup>.

### **1.7.3.3. La ventaja comparativa basada en los factores de producción**

La teoría de Hechscher - Ohlin amplía el modelo comercial analizado por Ricardo, en el cual, destaca las diferencias en las dotaciones relativas de factores y en los precios de los factores entre países como determinantes más importantes del comercio (en el supuesto de que la tecnología y las preferencias sean iguales o similares). El teorema de Hechscher - ohlin postula que cada país exportará el bien intensivo en su factor relativamente abundante y barato, e importará el bien intensivo en su factor relativamente escaso y costoso. El teorema de la igualación de los precios de los factores postula que el comercio conducirá a la eliminación o reducción de la diferencia en los precios relativos y absolutos de los factores, existentes entre los países antes del comercio.

### **1.7.3.4. Determinantes de la ventaja competitiva**

Michael Porter, autor de La ventaja Competitiva de las Naciones (1991), considera que la ventaja comparativa basada en los factores de producción no es suficiente para explicar las estructuras del comercio, más bien se considera una teoría útil fundamentalmente para explicar las tendencias más generales en las estructuras del comercio (por ejemplo, su intensidad

---

<sup>17</sup> Ibidem. Pág. 19.

medida en mano de obra o capital) más que para determinar si una nación exporta o importa en sectores específicos.<sup>18</sup>

Para Porter, una nueva teoría debe ir más allá de la ventaja comparativa, debe arrancar como premisa de que la competencia es dinámica y evolutiva, reconocer como elemento central la mejora y la innovación en los métodos y en la tecnología. En lugar de limitarse al despliegue de una masa fija de factores de producción, un asunto más importante es determinar la forma en que las empresas y las naciones mejoran la calidad de los factores, elevan la productividad con la que se utilizan y crean otros nuevos productos.

Dado que las empresas desempeñan un papel fundamental en el proceso de creación de la ventaja competitiva, el comportamiento de las empresas debe ser parte integrante de una teoría de ventaja nacional. Para ello Porter identifica cuatro elementos fundamentales cuya interacción, junto con otros dos aspectos que se mencionan posteriormente, determina la formación y la competitividad de las empresas. Estos elementos definidos como los “Determinantes (o diamante) de la ventaja nacional” son los siguientes: Condiciones de los factores; Condiciones de demanda; Sectores afines y de apoyo; y Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa; pero, además, se debe añadir otras dos variables que pueden influir en el sistema nacional: la casualidad y el papel del gobierno.

Sin embargo, antes de abordar los determinantes de la ventaja competitiva, es necesario destacar que la búsqueda de una nueva forma de comprender la ventaja competitiva exige considerar las siguientes premisas:

- ✓ Primero, la naturaleza de la competencia y las fuentes de ventaja competitiva difieren mucho de unos a otros sectores e incluso entre los segmentos de un sector.

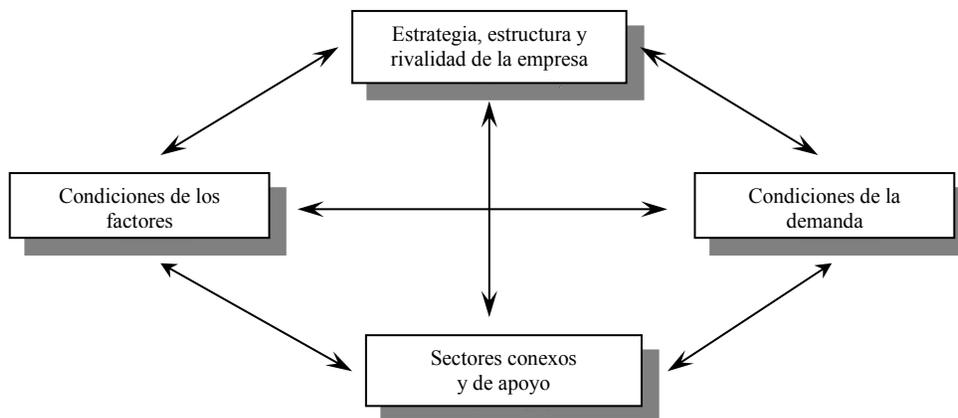
---

<sup>18</sup> PORTER, Michael. “La Ventaja Competitiva de las Naciones” Buenos Aires. 1991

- ✓ Segundo, los competidores mundiales frecuentemente llevan a cabo algunas actividades fuera de su país de origen. Esto significa que la tarea no es explicar por qué una empresa que opera exclusivamente en la nación tiene éxito internacional, sino las razones de que la nación sea una *base central* más o menos deseable para competir en un sector.
- ✓ Tercero, las empresas consiguen y mantienen ventaja competitiva en la competencia internacional mediante la mejora, innovación y perfeccionamiento.
- ✓ Finalmente, las empresas que consiguen ventaja competitiva en un sector suelen ser con mucha frecuencia aquellas que no sólo detectan una nueva necesidad en el mercado o el potencial de una nueva tecnología, sino que son las primeras y las más agresivas en explotarlo.

Las ventajas tecnológicas y los productos diferenciados crean las condiciones ideales para el comercio: la nación cuyas empresas las consigan en el sector podrán exportar. Sin embargo, la capacidad de conseguir y mantener estas ventajas no es una causa sino un efecto. La auténtica cuestión es *qué empresas de qué naciones van a conseguirlas*.

**Cuadro 2: Los Determinantes de la Ventaja Nacional**



**Fuente:** Porter, Michael, La Ventaja Competitiva de las Naciones.

Existen otras dos variables que pueden influir de forma muy importante en el sistema nacional y que son necesarias para completar la teoría: la casualidad y el papel del gobierno. Los acontecimientos casuales fuera del control de las empresas (y normalmente fuera también del Gobierno de la nación), tales como nuevos inventos, perfeccionamiento en las tecnologías básicas, guerras, acontecimientos políticos externos y cambios sustanciales en la demanda de los mercados extranjeros.

El Gobierno, a todos los niveles, puede mejorar o deteriorar la ventaja nacional. Este papel se observa con toda claridad al examinar la forma en que las políticas influyen en cada uno de los determinantes.

#### **1.7.3.5. Condiciones de los factores**

Cada nación posee, en mayor o menor grado, los economistas han dado en denominar *factores de producción*. Los factores de producción no son nada más que insumos necesarios para competir en cualquier sector, tales como mano de obra, tierra cultivable, recursos naturales, capital e infraestructura.

##### **a) Dotación de factores**

Para estudiar el papel de factores en la ventaja competitiva de una nación, conviene aclarar el concepto de competencia sectorial. Los factores de producción se describen frecuentemente en términos muy genéricos como tierra, mano de obra y capital, que son demasiado generales para aplicarlos a la ventaja competitiva en sectores estratégicamente diferentes. Los factores pueden agruparse en unas cuantas categorías genéricas:

- ✓ **Recursos Humanos:** La cantidad, cualificación y coste del personal (incluida la dirección). Los recursos humanos pueden desglosarse en una miríada de categorías.

- ✓ **Recursos físicos:** La abundancia, calidad, accesibilidad y coste de la tierra, agua, yacimientos minerales, fuentes de energía hidroeléctrica y otros recursos naturales.
- ✓ **Recursos de conocimiento:** La dotación que la nación tenga de conocimientos científicos, técnicos y de mercado que importen para los bienes y los servicios.
- ✓ **Recursos de capital:** La cuantía y coste del capital disponible para financiar la industria.
- ✓ **Infraestructura:** El tipo, calidad y coste para los usuarios de la infraestructura disponible y que afecte a la competencia.

La mezcla de factores empleados (se conoce como proporción de los factores) difiere notablemente de unos a otros sectores. Las empresas de una nación consiguen ventaja competitiva si poseen factores de bajo coste o de calidad singularmente elevada.

La ventaja competitiva que se deriva de los factores depende del *grado de eficiencia y efectividad con que se despliegan*. Esto será un reflejo de las opciones ejercidas por las empresas de la nación respecto a cómo movilizar los factores, así como la tecnología utilizados para hacerlo. a decir verdad, el valor de algunos factores en particular puede verse espectacularmente alterado por la elección de tecnología.

## **b) Jerarquías entre factores**

Dos distinciones particularmente importantes destacan entre todas. La primera es entre factores básicos y avanzados. Los factores básicos comprenden los recursos naturales, el clima, la situación geográfica, la

mano de obra no especializada y semiespecializada y los recursos ajenos a largo plazo.

Los factores básicos mantienen su importancia en sectores extractivos o basados en la agricultura y en aquellos donde las necesidades tecnológicas y de formación son modestas y la tecnología puede encontrarse en cualquier sitio.

Los factores avanzados son ahora los más significativos para la ventaja competitiva. Son necesarios para conseguir ventajas competitivas de orden superior, tales como productos diferenciados y tecnología de producción propia. Son más escasos porque se desarrolló exige inversiones cuantiosas y frecuentemente sostenidas de capital, tanto humano como monetario.

Es importante reconocer que los factores avanzados de una nación se crean frecuentemente sobre los factores básicos.

### **c) Creación de factores**

Los mecanismos creadores de factores se componen, entre otros entes, de las instituciones docentes públicas y privadas, los programas de formación profesional, los institutos de investigación y privados.

Es necesario que el *sector privado* desempeñe un papel en la creación de factores a fin de conseguir ventajas derivadas de los factores en la mayoría de los sectores.

### **d) Desventajas selectivas de los factores**

La ventaja competitiva puede derivarse de la desventaja en algunos factores. Dentro de una concepción restringida de la competencia

internacional, la ventaja competitiva se deriva de la abundancia de factores y las desventajas en los factores no se pueden superar porque la tecnología se toma como hecho reconocido. Sin embargo, en la competencia real la abundancia o bajo coste de un factor conduce frecuentemente a su despliegue ineficaz. Por el contrario, las desventajas en factores básicos, tales como la escasez de mano de obra, la carencia de materias primas domésticas o la incidencia de unas condiciones climatológicas adversas, crean presiones para innovar en su presencia.

#### **1.7.3.6. Condiciones de la demanda**

El segundo determinante genérico de la ventaja competitiva nacional en un sector son las condiciones de la demanda interior para el producto o el servicio del sector. Mientras que la demanda interior, por medio de su influencia en las economías de escala, pueden conferir unas eficiencias estáticas, su influencia mucho más importante es dinámica. Conforman el ritmo y carácter de la mejora y la innovación por parte de las empresas de una nación. Tres atributos genéricos de la demanda interior son especialmente significativos: la composición de la demanda interior (o naturaleza de las necesidades del comprador), la magnitud y pautas del crecimiento de la demanda interior, y los mecanismos mediante los cuales se transmiten a los mercados extranjeros las preferencias domésticas de una nación. El significado de los últimos depende del primero.

##### **a) Composición de la demanda interior**

La influencia más importante de la demanda interior sobre la ventaja competitiva se produce mediante la combinación y carácter de las necesidades del comprador local.

Hay tres características de la composición de la demanda interior particularmente significativas para conseguir la ventaja competitiva nacional:

- ✓ **Estructura segmentada de la demanda** Se ha reconocido que los tamaños de los segmentos tienen importancia para la ventaja nacional cuando haya economías de escala, porque las empresas compiten globalmente y pueden conseguir una gran escala aun en el caso de que su mercado interno sea pequeño.
- ✓ **Compradores entendidos y exigentes.** Las empresas de una nación consiguen ventaja competitiva si los compradores domésticos son, o están entre, los compradores más entendidos y exigentes de todo el mundo para el producto o servicio en cuestión.  
La proximidad, tanto física como cultural, a estos compradores ayuda a las empresas de una nación a detectar nuevas necesidades. El papel de los compradores entendidos y exigentes también pueden desempeñar los canales de distribución, así como los usuarios finales.
- ✓ **Necesidades precursoras de los compradores.** Las empresas de una nación consiguen ventaja si las necesidades de compradores domésticos son precursoras de necesidades de los compradores de otras naciones. Esto significa que la demanda interior ofrece un temprano indicador de las necesidades de los compradores que más van a generalizarse.

#### a) **Tamaño y pautas de crecimiento de la demanda**

- ✓ **Tamaño de la demanda interior.** El gran tamaño del mercado interior puede conducir a ventajas competitivas en aquellos sectores donde se produzcan economías de escala o de aprendizaje, al animar a las empresas de la nación a invertir agresivamente en instalaciones de gran

escala, en desarrollo de tecnología y en mejoras de productividad.

El tamaño del mercado interior es una ventaja si fomenta la inversión y la reinversión o el dinamismo.

- ✓ **Número de compradores independientes.** La presencia de un buen número de compradores independientes en una nación crea un mejor entorno para la innovación que cuando uno o dos clientes dominan el mercado interior para un producto o servicio. Ese buen número de clientes, cada uno con sus propias ideas respecto a las necesidades de producto sometido a presión competitiva, amplía el fondo de información de mercado y fomenta el progreso. Por el contrario, servir a uno o dos clientes dominantes pueden dar lugar a algunas eficacias estáticas, pero rara vez creará el mismo nivel de dinamismo.
- ✓ **Tasa de crecimiento de la demanda interior.** La tasa de inversión en un sector es una función que depende de lo de prisa que esté creciendo el mercado interior tanto o más que su tamaño. El rápido crecimiento interior induce a las empresas de una nación a adoptar nuevas tecnologías más de prisa, con menos miedo de que hagan superfluas las inversiones existentes y a construir instalaciones grandes y eficaces con la plena confianza de que se utiliza provechosamente.
- ✓ **Temprana demanda interior.** La temprana demanda interior de un producto o servicio en una nación ayuda a las empresas locales a emprender antes que sus rivales extranjeros las medidas necesarias para asentarse firmemente en el sector.
- ✓ **Temprana saturación.** La temprana o abrupta saturación es tan significativa como la temprana penetración del mercado interior. La temprana penetración ayuda a empresas locales a arraigarse y prestigiarse. La temprana saturación las obliga a seguir innovando y perfeccionando.

Una consecuencia bastante frecuente de saturación del mercado interior son los vigorosos esfuerzos por parte de empresas de una nación para penetrar los mercados extranjeros, con objeto de mantener el crecimiento e incluso hacer una plena utilización de la capacidad.

Al igual que la pronta penetración, la pronta saturación es una ventaja sólo en caso de que la composición de la demanda interior induzca a las empresas de una nación a la fabricación de productos que se deseen en el extranjero y a dotarlos de características igualmente deseables.

### **c) Internacionalización de la demanda interior.**

Hay una tercera forma donde las condiciones de demanda interior contribuyen a ello, mediante mecanismos en cuya virtud se internacionaliza la demanda interior y tira hacia el exterior de los productos y servicios de una nación.

***Influencias sobre las necesidades extranjeras.*** Donde las condiciones de demanda interior pueden generar ventas en el extranjero es cuando las necesidades y deseos de los compradores domésticos se transmiten o inculcan a los compradores foráneos.

Las necesidades de los compradores domésticos también se transmiten al extranjero mediante exportaciones que difunden cultura.

### **d) La interacción de las condiciones de la demanda**

Las diversas condiciones de demanda interior pueden reforzarse entre sí y alcanza su máximo significado en diferentes etapas de la evolución de un sector.

El efecto que las condiciones de demanda vayan a ejercer sobre la ventaja competitiva depende también de otras partes del “diamante”. Sin una fuerte rivalidad doméstica, por ejemplo, el rápido crecimiento del mercado interior o un gran mercado interior pueden inducir a la autocomplacencia en lugar de estimular la inversión. Sin la presencia de sectores auxiliares adecuados, las empresas pueden carecer de la capacidad necesaria para dar respuesta satisfactoria a los compradores domésticos exigentes. El “diamante” es un sistema en el que no pueden contemplarse por separado el papel de cualquiera de sus determinantes.

**1.7.4. Producto Interno bruto,** El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado que generalmente es un año, dentro de las fronteras de una economía.

**1.7.5. Precio de los textiles,** El precio de los textiles es la expresión en términos monetarios de la venta de recursos renovables con valor añadido, medido en términos que el comprador está dispuesto a pagar para obtenerlos. Normalmente, los precios se expresan en función de una cantidad de dinero.

**1.7.6. Términos de intercambio,** es la relación que existe entre los precios medios de importación y de exportación para todos los bienes y servicios que son objeto del intercambio. Puede decirse que, para un país determinado, los términos de intercambio son favorables cuando evolucionan de tal modo que, para un volumen constante de exportaciones, es posible importar una mayor cantidad de bienes del extranjero. En el caso contrario se habla de desmejora o de deterioro de los términos de intercambio.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Previch, Raul. “Notas sobre el intercambio desde el punto de vista periférico”. 1996 CEPAL. Pág. 7

**1.7.7. Tipo de cambio real,** El tipo de cambio real de un país (país local) respecto de otro (país extranjero) es el precio relativo de los bienes del país extranjero expresados en términos de bienes locales.<sup>20</sup>

**1.7.8. Producto Interno Bruto extranjero,** El PIB\* es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía extranjera en un período determinado que generalmente es un año, dentro de las fronteras de una economía.<sup>21</sup>

**1.7.9. Importación,** Es el conjunto de mercancías y servicios que un país compra a otro u otros países. La importación se da porque ningún país produce todo lo necesario para satisfacer sus necesidades y tiene que comprar lo que requiere a otros países que lo que produce en forma excedentaria.<sup>22</sup>

**1.7.10. Exportación,** La exportación es el envío de mercaderías nacionales o nacionalizadas para su consumo o uso en el exterior. Es una venta más allá de las fronteras políticas de un país.<sup>23</sup>

Es la salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior. La exportación, como la importación, se halla condicionada para el desarrollo de la producción mercantil y por la división internacional del trabajo.

**1.7.11. Balanza de Pagos,** Es un indicador macroeconómico que proporciona información sobre la situación económica del país de una manera general.

---

<sup>20</sup> Sosvilla, Rivero. Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría Económica". "Teorías del tipo de cambio". 2011. Pág. 23

<sup>21</sup> Parkin, Michael. "Economía. Octava edición. México, 2009. Pág. 483.

<sup>22</sup> Duran, E. José. "Indicadores de comercio exterior y política comercial".2008. Pag.9

<sup>23</sup> Diccionario de economía política, de Borísov, Zhamin Y Makárova

Es decir, permite conocer todos los ingresos que recibe un país procedentes del resto del mundo y los pagos que realiza tal país al resto del mundo debido a las importaciones y exportaciones de bienes, servicios, capital o transferencias en un período de tiempo.

**1.7.12. Benchmark**, proviene del inglés y significa “punto de referencia” o “parámetro”, se utiliza comúnmente para designar comparativas de rendimiento, con el objetivo de comprobar qué iniciativas, empresas, políticas o sistemas presentan un comportamiento más adecuado para un determinado fin.

## **1.8. METODOLOGÍA**

### **1.8.1. Método de investigación**

Para realizar el presente trabajo se adopta el método inductivo “es aquel que partiendo de cosas particulares permite llegar a conclusiones generales”. Es así que, a partir de un análisis del ingreso familiar proveniente de la producción textil y la capacidad de confección se evaluarán los efectos sobre las exportaciones.

### **1.8.2. Tipo de investigación**

Esta investigación adopta la forma de estudio descriptivo y explicativo, porque a partir del estudio y principales características del fenómeno se explica porque, en qué condiciones ocurre y como están relacionados las variables de estudio.

### **1.8.3. Instrumentos de investigación**

Se utilizará la recolección de información y la sistematización desde fuentes secundarias.

#### **1.8.4. Fuentes de investigación**

Las fuentes de información, consideran:

- ✓ Instituto Nacional de Estadística (INE)
- ✓ Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE)
- ✓ Unidad de Análisis de Políticas Económicas y Sociales (UDAPE)

## **CAPÍTULO II**

### **ASPECTOS DE POLÍTICAS, NORMATIVO E INSTITUCIONAL**

#### **2.1. ACUERDOS Y POLITICAS PARA LOS TEXTILES**

##### **2.1.1. Zona de preferencias arancelarias**

Se aplican con ocasión de la exportación o la importación, pudiendo contemplar tanto restricciones directas como indirectas; y áreas de preferencias económicas, que abarcan aspectos que no son más de naturaleza aduanera, pero que hacen un tratamiento discriminatorio de la mercadería extranjera una vez que ésta ha sido importada.

##### **2.1.2. Zona de libre comercio**

Consiste en que los Estados partes acuerdan suprimir las tarifas arancelarias y otras barreras o restricciones cuantitativas al comercio recíproco de bienes, pero conservando cada uno de ellos autonomía e independencia respecto de su comercio con terceros Estados. Para llegar a una Zona de Libre Comercio se fijan plazos, condiciones y mecanismos de desgravación arancelarios.

##### **2.1.3. Unión aduanera**

Implica un proceso en el que los estados participantes, además de liberar las corrientes comerciales por medio de la desgravación arancelaria entre ellos, adoptan frente a terceros países una política arancelaria común o tarifa externa común.

ARNAUD<sup>24</sup> señala que la unión aduanera perfecta debe reunir las siguientes condiciones: 1) la completa eliminación de tarifas entre sus Estados miembros, 2) el establecimiento de una tarifa uniforme sobre las importaciones del exterior de la Unión y 3) la distribución de los ingresos aduaneros entre sus miembros conforme a una fórmula acordada.

#### **2.1.4. Mercado Común**

En el mercado común, no hay aduanas internas ni barreras tarifarias entre los Estados partes; se lleva a cabo una política comercial común, se permite el libre desplazamiento de los factores de la producción (capital, trabajo, bienes y servicios), es decir, las cuatro libertades fundamentales de la comunidad, y se adopta un arancel aduanero exterior unificado.

25

#### **2.1.5. Unión Económica**

La unión económica se da cuando los Estados que han conformado un mercado común, le incorporan la armonización de las políticas económicas nacionales, entre ellas, las políticas monetaria, financiera, fiscal, industrial, agrícola, etc., con la finalidad de eliminar las discriminaciones que puedan hallarse de las disparidades entre las políticas nacionales de cada uno de los Estados que la componen.<sup>26</sup>

## **2.2. ACUERDOS DE POLÍTICA COMERCIAL DE BOLIVIA**

Bolivia es miembro de varios acuerdos comerciales bilaterales, regionales y multilaterales. Algunos de los acuerdos más importantes en los que Bolivia participa son los siguientes:

---

<sup>24</sup> Arnaud, Viner. “Mercosur, Unión Europea, NAFTA y los procesos de integración regional”. 1996. Pág. 25

<sup>25</sup> KARBAUGH, J. Robert, economía internacional, 6ta edición. Thomson edition, 1999

<sup>26</sup> BERMUDEZ, Elizabeth, “Comercio Exterior”, México, 2008

- Mercado Común del Sur (MERCOSUR): Bolivia se convirtió en miembro pleno de MERCOSUR en diciembre de 2020. Como tal, tiene acceso preferencial al mercado de los países miembros de MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) y está sujeto a las reglas comerciales del bloque.<sup>27</sup>
- Comunidad Andina (CAN): Bolivia es miembro de la CAN, junto con Colombia, Ecuador y Perú. La CAN es un bloque comercial que promueve el comercio entre los países miembros y tiene una serie de acuerdos de libre comercio con otros países y bloques.<sup>28</sup>
- Alianza del Pacífico: Bolivia es un país observador de la Alianza del Pacífico, junto con otros países de la región. La Alianza del Pacífico es un bloque comercial que promueve la integración económica entre Chile, Colombia, México y Perú.<sup>29</sup>
- Acuerdo de Complementación Económica (ACE) 36: Bolivia tiene un acuerdo de libre comercio con el MERCOSUR a través del ACE 36. Este acuerdo otorga preferencias arancelarias a los productos bolivianos que se exportan al MERCOSUR<sup>30</sup>.

---

<sup>27</sup> El Mercado Común del Sur (Mercosur) es una organización intergubernamental creada en 1991 para fomentar la integración económica, política y social de los países de América del Sur. Los países miembros fundadores del Mercosur son Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Venezuela se unió en 2012, pero su participación fue suspendida en 2016 debido a preocupaciones sobre su situación política y económica. El objetivo principal del Mercosur es promover el comercio y la inversión entre los países miembros a través de la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias y la adopción de políticas comunes. Además, también busca coordinar políticas macroeconómicas, sociales, culturales y de infraestructura entre los países miembros. <https://www.mercosur.int/>

<sup>28</sup> La Comunidad Andina de Naciones (CAN) es una organización subregional integrada por cuatro países andinos: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Fue fundada en 1969 con el objetivo de fomentar la integración económica, política y cultural entre sus miembros. <https://www.comunidadandina.org/>

<sup>29</sup> La Alianza del Pacífico es una organización de integración económica y comercial conformada por cuatro países de América Latina: Chile, Colombia, México y Perú. Fue creada en 2011 con el objetivo de fomentar la integración económica, política y comercial entre sus miembros y con el mundo. <https://alianzapacifico.net/>

<sup>30</sup> El Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 36 es un tratado de libre comercio suscrito entre los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y los países miembros del Mercado Común del Sur (Mercosur). Fue firmado en el año 2005 y entró en vigor en el año 2006. [http://www.sice.oas.org/trade/mrcsbo/merbo\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/trade/mrcsbo/merbo_s.asp)

- Acuerdo de Complementación Económica (ACE) 58: Bolivia tiene un acuerdo comercial con Chile a través del ACE 58. Este acuerdo otorga preferencias arancelarias a los productos bolivianos que se exportan a Chile.<sup>31</sup>
- Acuerdo de Complementación Económica (ACE) 67: Bolivia tiene un acuerdo comercial con Perú a través del ACE 67. Este acuerdo otorga preferencias arancelarias a los productos bolivianos que se exportan a Perú.<sup>32</sup>
- Es importante destacar que Bolivia también tiene acuerdos comerciales con otros países de la región y del mundo, como Estados Unidos, China, India, Rusia y España, entre otros.

### 2.3. ACUERDOS DE POLÍTICA COMERCIAL TEXTIL

Las exportaciones textiles de Bolivia incluyen una variedad de productos, tales como prendas de vestir, tejidos, hilados, tapices, alfombras y otros textiles. Algunos de los productos textiles más exportados por Bolivia son:

- Prendas de vestir: Entre las prendas de vestir exportadas por Bolivia se incluyen camisas, pantalones, chaquetas, abrigos, ropa deportiva

---

<sup>31</sup> El Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 58 es un tratado de libre comercio firmado entre los países miembros de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú) y los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú). Este acuerdo fue suscrito en mayo de 2016 y entró en vigor en febrero de 2019. <https://www2.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/ddc32471a2fa4b92032567f200721695/83f546df31fd8b30032578950053f323?OpenDocument#:~:text=El%20presente%20Acuerdo%20tiene%2C%20entre,plena%20utilizaci%C3%B3n%20de%20los%20factores>

<sup>32</sup> El Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 67 es un tratado de libre comercio firmado entre los países miembros del Mercado Común del Sur (Mercosur) y los países miembros de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú). El acuerdo fue suscrito en Puerto Varas, Chile, en octubre de 2019 y entró en vigor en julio de 2020. [http://www.sice.oas.org/trade/MERCOSURMexACE54/MERMex\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/trade/MERCOSURMexACE54/MERMex_s.asp)

y ropa de cama. Estas prendas se exportan principalmente a países como Brasil, Argentina, Estados Unidos y España.

- Tejidos: Bolivia es conocida por sus tejidos de alta calidad, como los ponchos, chales, mantas y tapices. Estos productos se exportan a países de todo el mundo, incluyendo Estados Unidos, México, Chile y Argentina.
- Hilados: Los hilados de lana de alpaca, llama y vicuña son muy valorados en el mercado internacional. Bolivia exporta estos hilados a países como Italia, Estados Unidos, Japón y Alemania.
- Alfombras: Las alfombras de lana de alpaca son otro producto textil importante que se exporta desde Bolivia. Estas alfombras se exportan a países como Estados Unidos, Reino Unido y Alemania.
- Es importante destacar que la industria textil de Bolivia es una de las más importantes del país, y emplea a miles de personas en todo el país. Las exportaciones textiles de Bolivia representan una parte significativa de sus exportaciones totales, y contribuyen al crecimiento económico del país.

Bolivia es parte de varios acuerdos textiles bilaterales, regionales y multilaterales que le permiten tener acceso preferencial a los mercados internacionales y fomentar la competitividad de su industria textil. Algunos de los acuerdos textiles más importantes de Bolivia son:

- Sistema Generalizado de Preferencias (SGP): Bolivia es uno de los países beneficiarios del SGP, que otorga preferencias arancelarias a

ciertos productos textiles que se exportan a países como Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea<sup>33</sup>.

- Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Bolivia: Este acuerdo bilateral entre Bolivia y Perú establece la eliminación de aranceles para la mayoría de los productos, incluyendo los textiles y prendas de vestir.
- Acuerdo de Complementación Económica N° 36 (ACE 36): Bolivia es parte del ACE 36, que es un acuerdo de complementación económica entre los países miembros del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y Bolivia. Este acuerdo otorga preferencias arancelarias a los productos textiles y de confección que se exportan a los países del MERCOSUR.
- Acuerdo de Complementación Económica N° 58 (ACE 58): Bolivia tiene un acuerdo con Chile, denominado ACE 58, que establece preferencias arancelarias para los productos textiles y de confección que se exportan entre ambos países.
- Sistema de Preferencias Arancelarias Andinas (SPAA): Bolivia es parte del SPAA, que es un acuerdo comercial entre los países de la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú) y Estados Unidos. Este acuerdo otorga preferencias arancelarias a ciertos productos textiles que se exportan a Estados Unidos.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> En Bolivia, el SGP ha sido una herramienta importante para el fomento de las exportaciones, especialmente en sectores como el textil, la joyería, los productos alimenticios y la artesanía. El país ha trabajado activamente en la mejora de sus prácticas laborales y ambientales para cumplir con los requisitos del SGP y mejorar su acceso a los mercados internacionales.

<https://ustr.gov/sites/default/files/uploads/factsheets/Trade%20Topics/preference%20programs/GSP/Bolivia%20GSP%20Briefing%20in%20Spanish.pdf>

<sup>34</sup> El Sistema de Preferencias Arancelarias Andinas (SPAA) es un mecanismo de preferencias comerciales no recíprocas que beneficia a ciertos países de América Latina. Fue creado en 1991 por los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) que incluye a Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. [http://www.sice.oas.org/tpd/usa\\_atpa/usa\\_atpa\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/tpd/usa_atpa/usa_atpa_s.asp)

En resumen, Bolivia tiene acceso preferencial a varios mercados internacionales a través de acuerdos textiles que le permiten fomentar su competitividad en el mercado internacional y aumentar sus exportaciones textiles.

#### **2.4. CUMPLIMIENTO DE METAS Y OBJETIVOS**

El gobierno de Bolivia ha establecido varias metas para el desarrollo y la promoción de la industria textil del país, con el objetivo de aumentar sus exportaciones textiles y mejorar la competitividad en el mercado internacional. Algunas de las metas de exportación textil de Bolivia son:

- Diversificar los mercados de exportación: Bolivia busca diversificar sus mercados de exportación de productos textiles, reduciendo la dependencia de los mercados tradicionales como Brasil y Argentina. El país busca aumentar las exportaciones de textiles a otros mercados, como Estados Unidos, México, Canadá, Chile, Perú y la Unión Europea.
- Incrementar el valor agregado de los productos textiles: El gobierno de Bolivia busca mejorar la calidad y el valor agregado de los productos textiles que se exportan, con el objetivo de aumentar su competitividad en el mercado internacional. Para lograr esto, se ha implementado un plan de mejora de calidad de los productos textiles, así como la promoción de la innovación y el diseño.
- Fomentar la producción sostenible: Bolivia busca fomentar la producción sostenible de productos textiles, que respeten el medio ambiente y los derechos laborales. Se ha implementado un plan para

mejorar las prácticas de producción y el uso de materiales sostenibles en la industria textil.

- Aumentar las exportaciones de textiles a países de región: Bolivia busca aumentar las exportaciones de textiles a países de región andina, como Perú, Chile, Colombia y Ecuador. Para lograr esto, se han establecido acuerdos comerciales y se promueve la cooperación regional en la industria textil.

En general, Bolivia tiene como metas principales diversificar sus mercados de exportación, aumentar el valor agregado de sus productos textiles, fomentar la producción sostenible y aumentar las exportaciones de textiles a países de la región andina. Estas metas buscan mejorar la competitividad de la industria textil boliviana en el mercado internacional y contribuir al desarrollo económico del país.

## **2.5. MARCO NORMATIVO**

### **2.5.1. Constitución Política del Estado**

La Nueva Constitución Política del Estado (CPE) en su Cuarta Parte, Título III referido al Desarrollo Rural Integral Sustentable señala: “Art. 405. El Desarrollo Rural Integral Sustentable, es parte fundamental de las políticas económicas del Estado, que priorizará sus acciones para el fomento de todos los emprendimientos económicos comunitarios y del conjunto de los actores rurales, con énfasis en la Seguridad y Soberanía Alimentaria, a través de:

El fortalecimiento de la economía de los pequeños productores agropecuarios y de la economía familiar y comunitaria.”

“Art. 407. Son objetivos de la política de desarrollo rural integral del Estado, en coordinación con las entidades territoriales autónomas y descentralizadas:

- a) Garantizar la soberanía y seguridad alimentaria, priorizando la producción y el consumo de alimentos de origen agropecuario producidos en el territorio boliviano.
- b) Promover la producción y comercialización de productos agroecológicos.
- c) Garantizar la asistencia técnica y establecer mecanismos de innovación y transferencia tecnológica en toda la cadena productiva agropecuaria.
- d) Controlar la salida y entrada al país de recursos biológicos y genéticos

La Nueva Constitución Política del Estado aprobada en el 2009, introduce la variable ambiental en el ordenamiento jurídico del país.

En primer lugar, se deja en claro en el Artículo 3 que es una función esencial del Estado, el “promover y garantizar el aprovechamiento responsable y planificado de los recursos naturales, e impulsar su industrialización, a través del desarrollo y del fortalecimiento de la base productiva en sus diferentes dimensiones y niveles, así como la conservación del medio ambiente, para el bienestar de las generaciones actuales y futuras”. Concepto que identifica claramente características de un desarrollo con enfoque sostenible.

También, se establece que uno de los derechos de los pueblos indígenas originarios es el vivir en un medio ambiente sano, con manejo y aprovechamiento adecuado de los ecosistemas. (Artículo 30) De forma similar, en el Capítulo Quinto, correspondiente a Derechos Sociales y Económicos, el Artículo 33, instituye:

“Las personas tienen derecho a un medio ambiente saludable, protegido y equilibrado. El ejercicio de este derecho debe permitir a los individuos y colectividades de las presentes y futuras generaciones, además de otros seres vivos, a desarrollarse de manera normal y permanente.”

Además, se autoriza a cualquier persona ya sea a título individual o representando a una colectividad a llevar a cabo acciones legales en defensa del derecho al medio ambiente. (Artículo 34) Este aspecto puede vincularse con el deber que tiene los bolivianos y bolivianas de “Proteger y defender un medio ambiente adecuado para el desarrollo de los seres vivos” (Artículo 108).

Por otro lado, se establece que el preservar, conservar y contribuir a la protección del medio ambiente y fauna silvestre manteniendo el equilibrio ecológico y el control de la contaminación ambiental, son competencias que llevarán a cabo el Estado y las entidades territoriales autónomas de forma conjunta. (Artículo 299)

Siguiendo con la línea de promover un desarrollo sostenible, velando siempre por la conservación del medio ambiente, el Artículo 312 indica que todas las formas de organización económica tienen la obligación de proteger el medio ambiente.

Se dedica un capítulo entero específicamente a temas vinculados al medio ambiente dentro del Título Medio Ambiente, Recursos Naturales, Tierra y

Territorio. En éste se establece que “es deber del Estado y de la población conservar, proteger y aprovechar de manera sustentable los recursos naturales y la biodiversidad, así como mantener el equilibrio del medio ambiente”. Al mismo tiempo, la población tiene derecho a la participación en la gestión ambiental, a ser consultado e informado previamente sobre decisiones que pudieran afectar a la calidad del medio ambiente. (Artículos 342 y 343)

Finalmente, se destaca el Artículo 347 donde se determina que:

El Estado y la sociedad promoverán la mitigación de los efectos nocivos al medio ambiente, y de los pasivos ambientales que afectan al país. Se declara la responsabilidad por los daños ambientales históricos y la imprescriptibilidad de los delitos ambientales.

Quienes realicen actividades de impacto sobre el medio ambiente deberán, en todas las etapas de la producción, evitar, minimizar, mitigar, remediar, reparar y resarcir los daños que se ocasionen al medio ambiente y a la salud de las personas, y establecerán las medidas de seguridad necesarias para neutralizar los efectos posibles de los pasivos ambientales.

### **2.5.2. Ley derechos de la madre tierra**

Es importante también considerar que en fecha 21 de diciembre de 2010, entró en vigencia en Bolivia la Ley N°71 de Derechos de la Madre Tierra. En el artículo 1 de esta Ley se manifiesta que su objeto radica en reconocer los derechos de la Madre Tierra, así como las obligaciones y deberes del Estado Plurinacional y de la sociedad para garantizar el respeto de los mismos.

Se define a la Madre Tierra como “el sistema viviente dinámico conformado por la comunidad indivisible de todos los sistemas de vida y los seres vivos, interrelacionados, interdependientes y complementarios, que comparten un destino común” Además se reconoce su carácter sagrado acorde a las cosmovisiones de las naciones y pueblos indígena originario campesinos.

Esta Ley tiene relación con el medio ambiente, pues los sistemas de vida a los que engloba la Madre Tierra están conformados por plantas, animales, micro organismos, otros seres y su entorno. Todos estos elementos al interactuar con las comunidades humanas y el resto de la naturaleza conforman una unidad funcional.

En el artículo 7 se establecen claramente los derechos de la Madre Tierra, los que se extienden a los seres humanos al ser éstos parte del complejo sistema que la conforma.

Tales derechos se detallan a continuación:

- a) **A la vida:** Es el derecho al mantenimiento de la integridad de los sistemas de vida y los procesos naturales que los sustentan, así como las capacidades y condiciones para su regeneración.
- b) **A la diversidad de la vida:** Es el derecho a la preservación de la diferenciación y la variedad de los seres que componen la Madre Tierra, sin ser alterados genéticamente ni modificados en su estructura de manera artificial, de tal forma que se amenace su existencia, funcionamiento y potencial futuro.
- c) **Al agua:** Es el derecho a la preservación de la funcionalidad de los ciclos del agua, de su existencia en la cantidad y calidad necesarias para el sostenimiento de los sistemas de vida, y su protección frente

a la contaminación para la reproducción de la vida de la Madre Tierra y todos sus componentes.

- d) **Al aire limpio:** Es el derecho a la preservación de la calidad y composición del aire para el sostenimiento de los sistemas de vida y su protección frente a la contaminación, para la reproducción de la vida de la Madre Tierra y todos sus componentes.
  
- e) **Al equilibrio:** Es el derecho al mantenimiento o restauración de la interrelación, interdependencia, complementariedad y funcionalidad de los componentes de la Madre Tierra, de forma equilibrada para la continuación de sus ciclos y la reproducción de sus procesos vitales.
  
- f) **A la restauración:** Es el derecho a la restauración oportuna y efectiva de los sistemas de vida afectados por las actividades humanas directa o indirectamente.
  
- g) **A vivir libre de contaminación:** Es el derecho a la preservación de la Madre Tierra de contaminación de cualquiera de sus componentes, así como de residuos tóxicos y radioactivos generados por las actividades humanas.

Dentro de este marco, el Estado asume como obligaciones el promover acciones que eviten el daño de la Madre Tierra y sus componentes y que ayuden a garantizar la vida de cada uno de ellos. Se compromete a desarrollar formas de producción y patrones de consumo equilibrados, con la finalidad de no quebrar los equilibrios necesario para la estabilidad de la Madre Tierra. Además, se mencionan aspectos vinculados a mitigar efectos del Cambio Climático, la sobreexplotación de recursos, y una mejor gestión de fuentes de energía.

Finalmente, asigna deberes a los ciudadanos respecto a cuidar y preservar la Madre Tierra a partir de acciones como la participación activa en su defensa, uso y aprovechamiento sustentable de sus componentes, desempeño de prácticas de producción y consumo que respeten los derechos de la Madre Tierra, entre otros.

Según el artículo primero de la Ley 1333, ésta tiene por "objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población". Se define a este concepto como el proceso mediante el cual se satisfacen las necesidades de la actual generación sin poner en riesgo la satisfacción de necesidades de las generaciones futuras. Es de esta forma, la Ley N° 1333 se convierte en el instrumento para normar toda actividad o procedimiento que tenga relación con el medio ambiente y la gestión de recursos naturales a nivel nacional, con el objetivo de contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población. De igual manera, ésta es un mecanismo que se emplea para garantizar el derecho que tiene toda persona y ser viviente a disfrutar de un ambiente sano y agradable en el desarrollo y ejercicio de sus actividades (Art. 17) Es importante destacar, que la ley establece la incorporación de la dimensión ambiental en los procesos de desarrollo nacional y regional (Artículo 11).

## **CAPÍTULO III**

### **FACTORES EXPLICATIVOS DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. PRODUCCION NACIONAL DE PRENDAS DE VESTIR**

Las prendas de vestir es uno de los rubros más importantes desde la perspectiva de los ingresos para países que producen, y por la importancia que adquiere en la comunidad nacional por los efectos sustitución se otorga con el consumo de prendas de vestir de exportación.

Al inicio del 2000, la industria manufacturera de confección de prendas de vestir boliviana tuvo un comportamiento dinámico y un crecimiento considerable, destinando el 90% de la producción a la exportación, principalmente, al mercado de los Estados Unidos.

Empezando el año 2005 este sector había llegado a tener un importante lugar dentro del total de los bienes y servicios no tradicionales exportados, lo cual lo posicionó dentro de las cinco actividades manufactureras más importantes en términos de participación en ese rubro del comercio exterior, alcanzando el 6,1% en dicho año, empero, al terminar esa gestión, las mismas sufrieron una caída significativa en términos nominales, de \$us. 35 MM 2005 a \$us. 28 MM en 2012, y en su participación en el rubro, al representar solo el 0,88%. En contraposición, el sector hidrocarburífero tuvo una evolución desde el año 2005, cuyas exportaciones se acrecentaron, influyendo negativamente al sector manufacturero de prendas de vestir, tanto en materia de rentabilidad, producción y exportaciones.

Entre el 2012 al 2019 las exportaciones mundiales de textiles y prendas de vestir se estancaron, considerando que China sigue siendo el principal

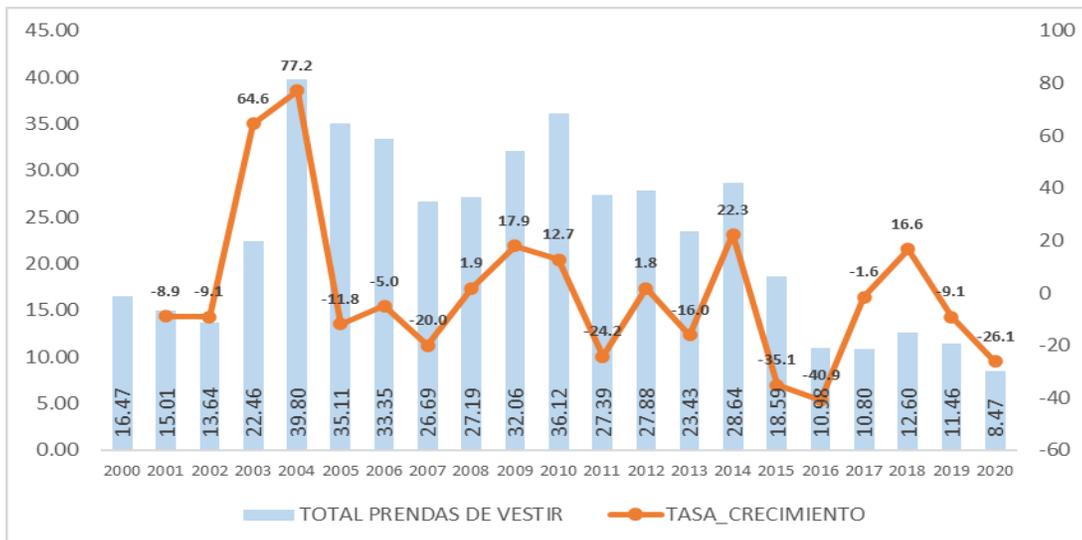
exportador de ese rubro, observando que su participación en las exportaciones mundiales aumentó hasta el 2020 llegando a alcanzar el 33%.<sup>35</sup>

Sin embargo, lo referido derivó que en ese periodo de altibajos, se tenga limitada información relativa al sector textil de las prendas de vestir en Bolivia.

### 3.2 EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

Desde 2004 las exportaciones de prendas de vestir registraron un decrecimiento por encima del promedio, esta cifra fue de \$US 40 millones ese año. Es importante indicar que entre enero y diciembre de 2018 la exportación de textiles y prendas de vestir generó más de 20 millones de dólares, bastante superior a lo generado en 2017, cuando se exportó 18 millones de dólares; 16 por ciento más. También se han incrementado los volúmenes de exportación, llegando a las 2.871 toneladas, un 5,5 por ciento más en comparación al 2017. En 2020 esta cifra fue de \$US8.5 millones, esta cifra es la más baja registrada en el periodo de estudio, debido a la pandemia.

**Gráfico 1: Exportación de prendas de vestir (por gestiones)**



**Fuente:** Dossier de UDAPE No. 32  
[https://www.udape.gob.bo/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=38](https://www.udape.gob.bo/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=38)  
<http://web3.ine.gob.bo:8082/comex/Main>

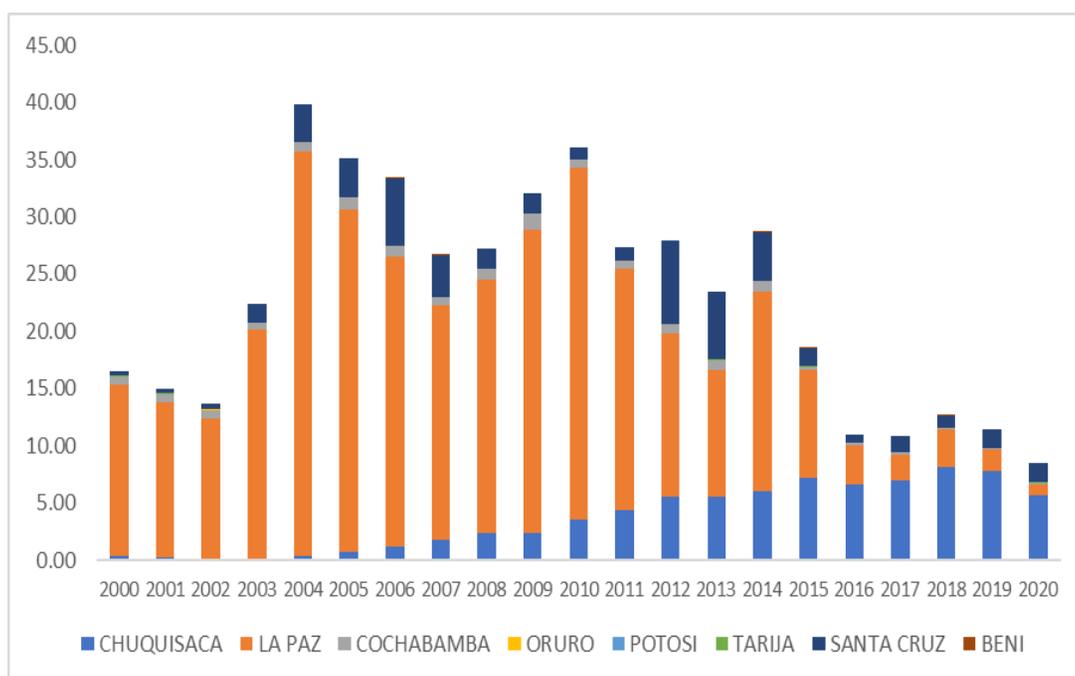
<sup>35</sup> Estadísticas del comercio internacional 2019, Ginebra, Suiza, Organización Mundial del Comercio – OMC, 2019, Passim.

### 3.2.1 Exportación de prendas de vestir por departamentos

Bolivia a través de sus nueve departamentos registra un déficit comercial desde el 2011 en el sector de confecciones textiles, acumulando 330 millones de dólares americanos. Para 2018, las exportaciones de confecciones textiles aumentaron un 74% en valor y 102% en volumen respecto a igual período de la gestión pasada.

Entre los principales departamentos que exportan en primer lugar tenemos a, La Paz seguido de Santa Cruz, Potosí y Chuquisaca.

**Gráfico 2: Exportación de prendas de vestir por departamentos**



Fuente: Dossier de UDAPE No. 32

([https://www.udape.gob.bo/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=38](https://www.udape.gob.bo/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=38))

(<http://web3.ine.gob.bo:8082/comex/Main>)

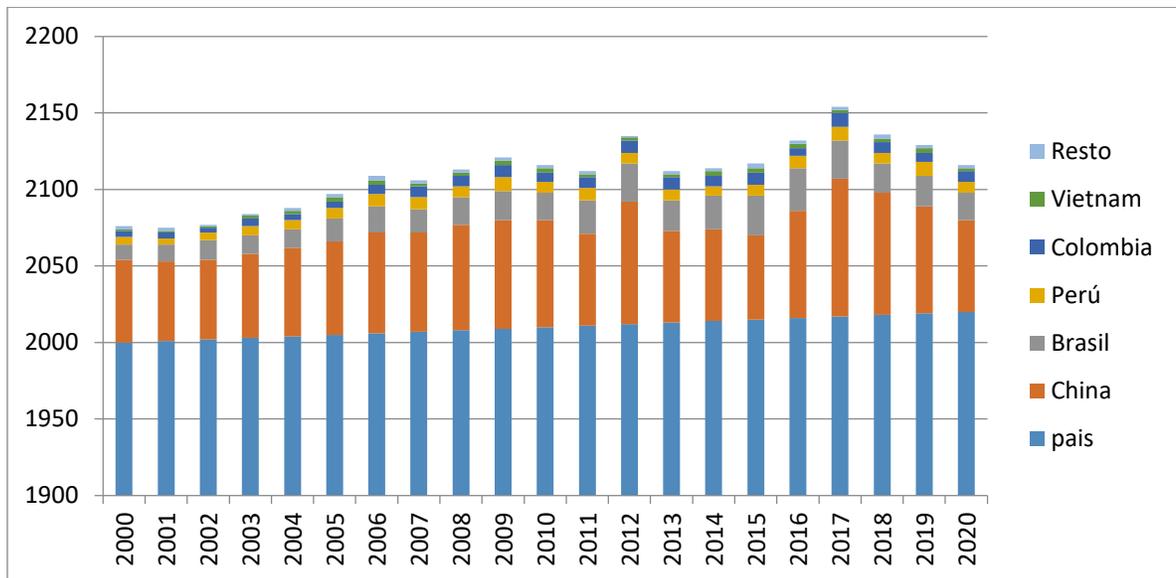
Elaboración: Propia

### 3.3 IMPORTACION DE INSUMOS PARA EL SECTOR TEXTIL

La importación de insumos en el sector textil (producción de prendas de vestir) es variable según el país productor origen, no obstante, predomina la

preponderancia del país cuya producción como ser: Brasil, China, Colombia, Perú, Vietnam y otros (Resto). A continuación, se presenta la representatividad según cada país productor y origen de los insumos utilizados en el sector textilero.

**Gráfico 3: Importación de Insumos por país origen –Sector Textil (en Toneladas)**



Fuente: IBCE, Boletín anual 2020  
Elaboración: Propia

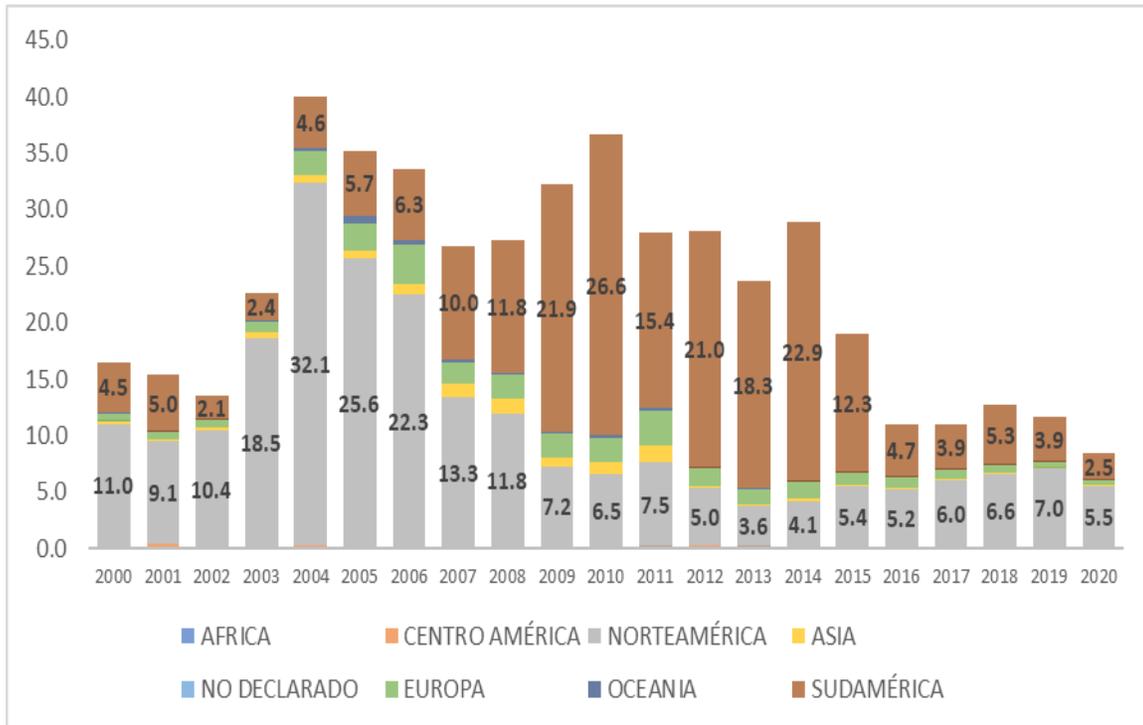
### 3.4 PRINCIPALES MERCADOS

Los principales mercados de destino para la venta de estos productos, tenemos a Chile, Estados Unidos y Paraguay, de un total de 26 países.

Bolivia encuentra en diferentes mercados su principal mercado para la exportación de prendas de vestir se encuentra en el Mercosur. En él goza de preferencias arancelarias por ser miembro adjunto y debe competir con Brasil y Argentina principalmente.

En el siguiente gráfico se puede observar la relación porcentual de las exportaciones no tradicionales, tradicionales y también se enfatiza la relación de las exportaciones por países.

**Gráfico 4: Principales Mercados de Exportación (En Millones de \$us.)**



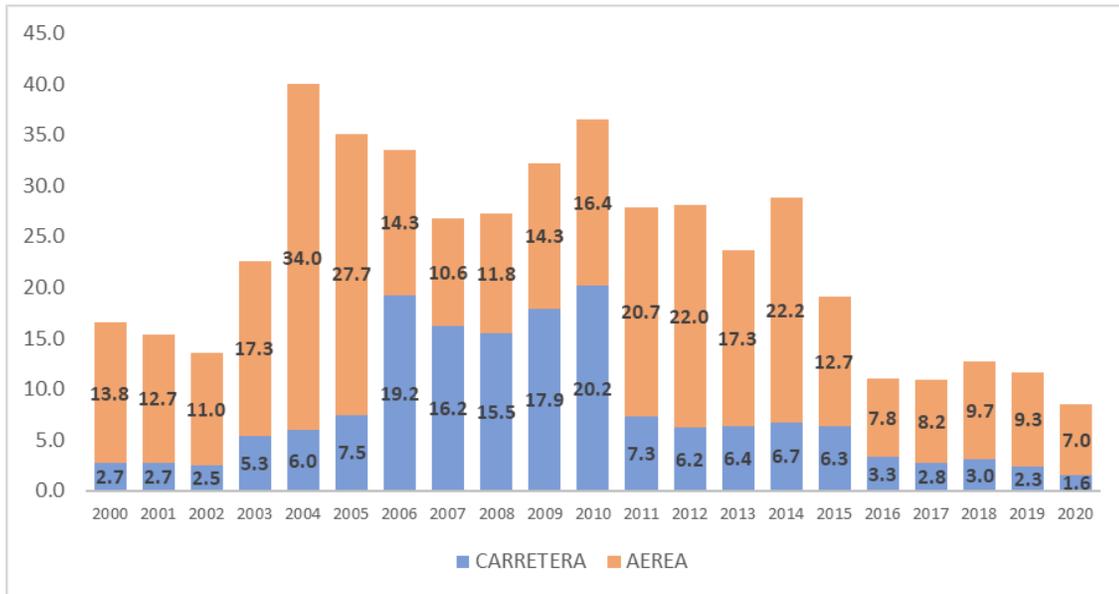
Fuente: Dossier de UDAPE No. 32  
[https://www.udape.gob.bo/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=38](https://www.udape.gob.bo/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=38)  
<http://web3.ine.gob.bo:8082/comex/Main>  
 Elaboración: Propia

### 3.5 VIAS DE EXPORTACION

Bolivia cuenta para su comercio con sus carreteras que van desde La Paz a Buenos Aires y otros, conectando desde Santa Cruz a través de caminos pavimentados que circulan desde la frontera boliviana en la Quiaca y Tartagal, hasta los puertos del litoral argentino.

Desde Santa Cruz, se siguen dos vías para la exportación de soya: la principal, realizada por la hidrovía Paraguay – Paraná hasta llegar al océano Atlántico y la secundaria, realizada por occidente a través de los puertos del Pacífico.

**Gráfico 5: Vías de Exportaciones (En millones de \$us.)**



Fuente: Dossier de UDAPE No. 32

([https://www.udape.gob.bo/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=38](https://www.udape.gob.bo/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=38))

(<http://web3.ine.gob.bo:8082/comex/Main>)

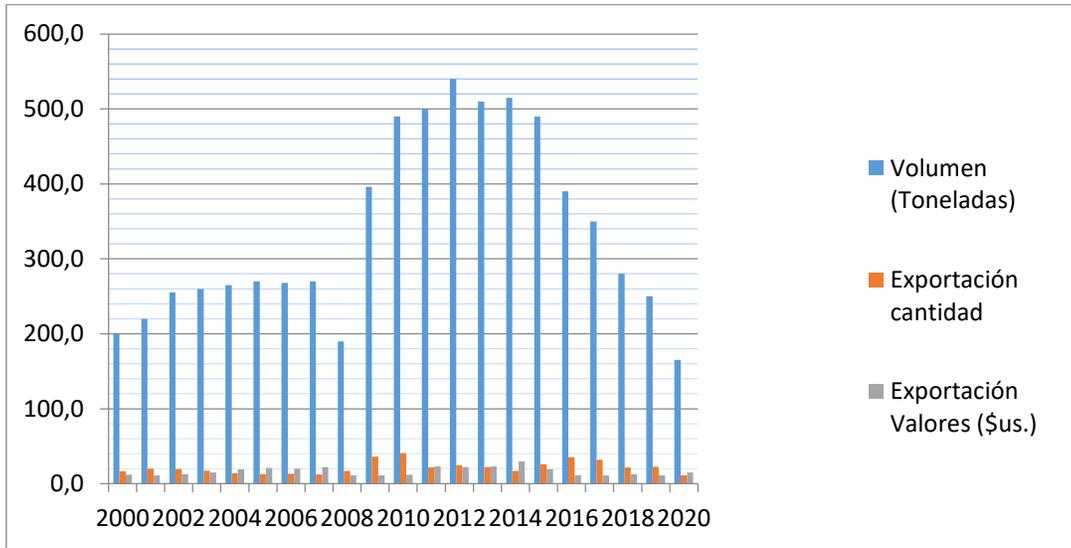
Elaboración: Propia

### 3.6 PRECIOS DE PRENDAS DE VESTIR Y TÉRMINOS DE INTERCAMBIO

Respecto a los precios internacionales de las prendas de vestir, el promedio se ha situado alrededor de **268 \$US/TON**, pero es desde 2006 se ha incrementado de una forma importante, antes de 2006 el precio promedio se encontraba alrededor de 212 \$US/TON.

Posterior al año 2006 el precio promedio fue de 397 \$US/TON, llegando inclusive a alcanzar la cifra máxima de 540 \$US/TON en el año 2012, mientras que los precios internacionales se ha incrementado de una forma significativa, los términos de intercambio han mostrado una reducción considerable en los últimos 20 años, en particular durante los últimos cinco años.

**Gráfico 6: Precios de Prendas de Vestir en Términos de Intercambio (En Toneladas/\$us.)**



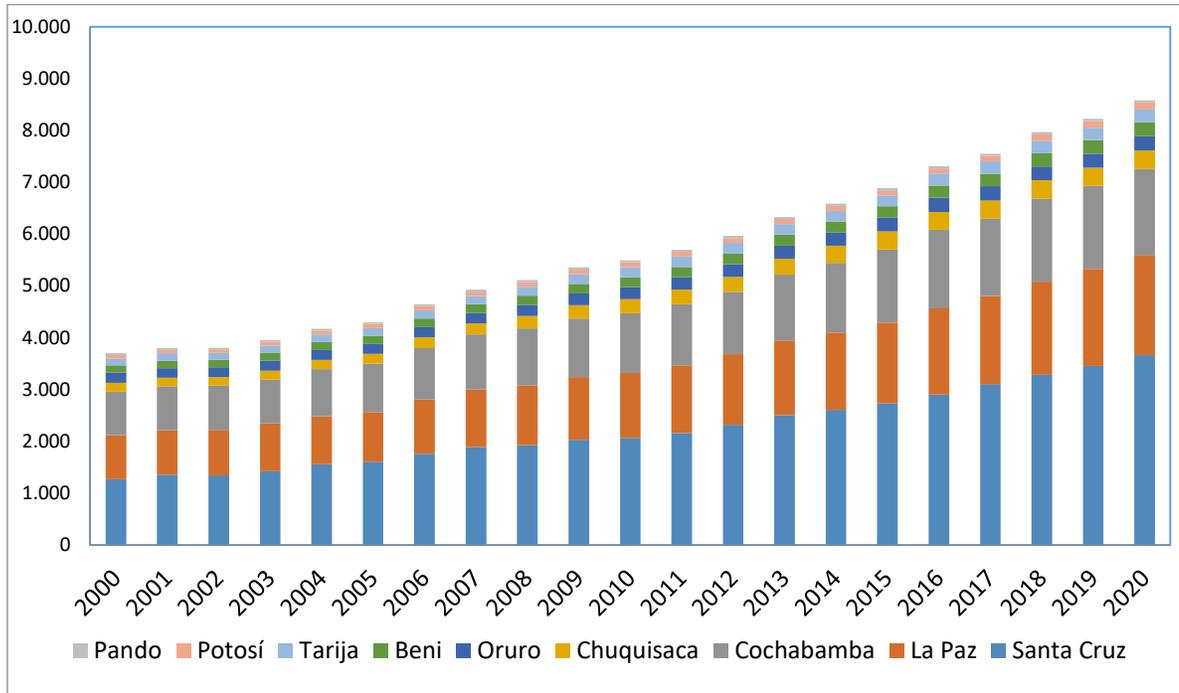
Fuente: IBCE, Boletín Electrónico N° 450 y 1129, Años 2020 y 2023  
Elaboración: Propia

### **3.7 PARTICIPACION DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA (PRENDAS DE VESTIR) EN EL PIB**

El crecimiento acumulado del PIB de Bolivia al llegar al año 2018 fue de 4,2%, de incremento elevado en la región. Las actividades que presentaron mayor incidencia en el crecimiento en la estructura del PIB para 2018 fueron la Industria Manufacturera del Sector Textil y las Prendas de Vestir con el 0,90%.

A nivel nacional, al año 2020 la industria manufacturera refleja que en el departamento de Chuquisaca la participación de los textiles en el PIB alcanza el 8%, en el departamento de La Paz la participación de los textiles, prendas de vestir y productos de cuero en el PIB corresponde al 10%, en Cochabamba la participación de los textiles en el PIB es de 6%, Oruro denota una participación de los textiles en el PIB del 12%, Potosí llega a tener una participación de los textiles en el PIB del 15%, y, Tarija contribuye con una participación vía la producción textil del 8% en el PIB.

**Gráfico 7: Participación de la Industria Manufacturera - Prendas de Vestir, en el PIB  
(En Toneladas/\$us.)**



**Fuente:** INFORME ESTADISTICO INDUSTRIAL DE BOLIVIA 2020  
**Elaboración:** Propia

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES**

La desaceleración de las exportaciones de prendas de vestir en el periodo de análisis, se debe en particular en la falta de acuerdos comerciales de Bolivia con mercados potenciales, y la sustitución por mercados poco convencionales, han reducido y mermado la exportación de las prendas de vestir.

Desde el año 2002 (año de inicio del ATPDEA), las exportaciones bolivianas a Estados Unidos mostraron un crecimiento sostenible hasta el año 2006, reduciéndose el nivel de exportaciones a partir del año 2007, sin embargo, a mediados del 2008, 2009, 2010 y 2014, se observa una leve recuperación teniendo un restablecimiento en los años 2018 y 2019.

Recordando que el 2020 se tuvo el perjuicio de la pandemia por la enfermedad del COVID-19.

Luego de la suspensión del ATPDEA en diciembre del 2008 se observa una caída en el nivel de exportaciones bolivianas.

Otro elemento importante es la evolución de los precios internacionales, la producción y exportación de prendas de vestir hacia mercados que tienen alta demanda han generado que los productores a mayor escala reduzcan costos y precios de producción.

El precio internacional se ha incrementado de una forma significativa, los términos de intercambio han mostrado una reducción considerable en los últimos 20 años, en particular durante los últimos 5 años.

En la actualidad la economía boliviana continúa siendo muy dependiente de la producción primaria.

Por otro lado empíricamente el sector de prendas de vestir se ha visto muy afectado por la competencia desleal de prendas importadas de la China y prendas ingresadas por contrabando, ocasionando la pérdida de posición de las empresas bolivianas en el mercado. Por lo cual la importación de prendas de vestir chinas, representa una amenaza a la producción nacional por sus costos y variedad de diseños, además por el contrabando de esta mercadería que resulta más barato y de menos riesgos para las inversiones locales. Para lo cual las empresas de confección de prendas de vestir deben lograr obtener un grado de competitividad alto, para esto se debe formular estrategias para mejorar su competitividad en el mercado, ya que la competitividad permite obtener un lugar en el mercado, esto para enfrentar las exigencias cada vez mayores de los consumidores.

Se manifiesta la necesidad de adquirir insumos (materias primas) en mejores precios, para llegar a ser un país competitivo y tengamos mejores precios no solo para exportar sino también para el mercado nacional. Lo cual exige la implementación de estrategias o políticas efectivas por parte del gobierno pendiente a mejorar e incentivar la producción de prendas de vestir.

Es necesario ingresar a mercados potenciales donde la demanda de prendas de vestir sea alta. En este entendido, tratados especiales de comercio con países como Estados Unidos, México y los países europeos es imprescindible por la buena acogida de las prendas de vestir de origen boliviano. Estos países se caracterizan por tener una gran cantidad de población que tienen poder adquisitivo y su mercado está en constante expansión.

Los mercados asiáticos son los principales proveedores de prendas de vestir, sin embargo, su producto suele ser genérico y de menor calidad al del boliviano.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Acosta Felipe “Glosario de comercio exterior”, Ed. Fiscales ISEF, México 2002
- ✓ Bermúdez, Elizabeth, “Comercio Exterior”, México, 2008.
- ✓ Balassa en “The Teory Of Economic Integration”. 1961. Pág. 1-3. Y Basaldúa en “En Torno Al Derecho De La Integración”. 1996.
- ✓ Arnaud, Viner. “MERCOSUR, Unión europea, NAFTA y los procesos de integración regional”. 1996.
- ✓ Karbaugh, J. Robert, economía internacional, 6ta edición. Thomson edition,1999
- ✓ Krugman, P. y Obstfeld. M. “Economía Internacional Teoría y Política”. Quinta Edición. Edit. Addison Wesley. Madrid. 2001.
- ✓ Mochón, Francisco. “Economía, Teoría y Política”. Tercera Edición. Edit. C Graw-Hill. 1994.
- ✓ Karbaugh, J. Robert, economía internacional, 6ta edición. Thomson edition,1999
- ✓ Díaz, Alberto. “Progresos en economía internacional”. 1ta edición. Asociación Argentina de Economía Política.
- ✓ Ganame, María. “Impacto del comercio internacional en el desarrollo económico de las regiones: el aporte de la Nueva geográfica económica”. 1ra edición. Universidad Amberes.
- ✓ Barraud, Ariel. “Comercio internacional y pobreza”. 1ra edición. Universidad Amberes.
- ✓ Lanteri, Luis. “Desarrollos teóricos sobre la cuenta corriente y su aplicación”. 1ra edición. Universidad Amberes.
- ✓ Porter, Michael. “La Ventaja Competitiva de las Naciones”. “La Ventaja Competitiva de las Naciones“, Buenos Aires - Argentina, 1997.
- ✓ Smith, Adam; “La Riqueza de las naciones”, España, Ediciones Orbis S.A, Volumen II, libro IV 1983.

- ✓ Friedman, Milton y Rose, "Libertad de Elegir", Barcelona-España, 1981, Edit. Orbis.
- ✓ Salvatore Dominick, Economía Internacional, 4ta Edición. 1990.
- ✓ Zorrilla Santiago, Torrez Miguel, Alcino Pedro, "Metodología de la Investigación", Editorial McGraw-Hill, México, 1999.

**ANEXO 1**  
**MEMORIA LABORAL**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA METODOLOGICA**

<b>1. TITULO</b>	<b>"LAS EXPORTACIONES DE PRENDAS DE VESTIR EN BOLIVIA PERIODO 2000-2020"</b>	
<b>2. OBJETO DE INVESTIGACION</b>	<b>LA INFLUENCIA DE LA EXPORTACION DE PRENDAS DE VESTIR PERIODO 2000-2020</b>	
<b>3. PROBLEMA</b>	<b>4. OBJETIVO GENERAL</b>	
La desaceleración de las exportaciones de prendas de vestir en Bolivia.	Determinar la influencia de las exportaciones de prendas de vestir en Bolivia a partir de las políticas textileras.	
<b>CATEGORIAS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>
<b>Comercio Internacional</b>	VE. Exportación de textiles.	Verificar la evolución de la exportación de las prendas de vestir.
	VE. Precios de las exportaciones de textiles.	Valorar la importancia de los precios de exportación de los textiles.
<b>Producción textil</b>	VE. Producción de prendas vestir.	Comparar los principales mercados asociados a las prendas de vestir.

## ANEXO 2

### EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR SEGÚN PAÍS

País (Destino para Exportaciones)	Departamento	Valor FOB	Valor FOB	Valor FOB	Valor FOB
		(\$us.)	(\$us.)	(\$us.)	(\$us.)
		2000 - 2005	2006 -2010	2011 - 2015	2016 - 2020
TOTAL	TOTAL	18,587,529	10,979,386	10,804,805	12,600,619
	CHUQUISACA	7,166,639	6,586,255	6,915,910	8,097,250
	LA PAZ	9,404,794	3,494,598	2,266,132	3,308,124
	COCHABAMBA	334,369	186,983	227,726	164,816
	ORURO		1,335	11,620	9,946
	POTOSI				
	TARIJA	25,958	8,815		
	SANTA CRUZ	1,623,969	701,400	1,383,416	983,473
	BENI	31,800			37,010
ALEMANIA	TOTAL	79,559	84,704	62,815	69,236
	CHUQUISACA				
	LA PAZ	79,559	84,704	62,815	67,454
	COCHABAMBA				1,782
	ORURO				
	SANTA CRUZ				
ANDORRA	TOTAL				
	LA PAZ				
ANGOLA	TOTAL				
	SANTA CRUZ				
ARABIA SAUDITA	TOTAL				
	LA PAZ				
ARGENTINA	TOTAL	433,621	81,621	90,933	93,279
	CHUQUISACA	32,010	29,299		11,775
	LA PAZ	349,197	45,628	85,776	81,504
	COCHABAMBA				
	TARIJA				
	SANTA CRUZ	52,415	6,693	5,157	
AUSTRALIA	TOTAL	18,884	36,361	26,061	10,587
	LA PAZ	11,947	7,510	9,928	3,579
	COCHABAMBA	6,937	28,850	16,133	7,008
AUSTRIA	TOTAL	82,571	42,193	62,813	55,803
	LA PAZ	82,571	42,193	62,813	55,803
	COCHABAMBA				
AZERBAIJAN	TOTAL				
	LA PAZ				
BARBADOS	TOTAL			910	
	LA PAZ			910	
BELGICA-LUXEMBURGO	TOTAL	12,927	3,150	4,250	12,571
	LA PAZ	12,927	3,150	4,250	12,571

País (Destino para Exportaciones)	Departamento	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)
		2000 - 2005	2006 -2010	2011 - 2015	2016 - 2020
	COCHABAMBA				
BELICE	TOTAL	1,669	12	65	497
	SANTA CRUZ	1,669	12	65	497
BENIM	TOTAL				
	COCHABAMBA				
BRASIL	TOTAL	929,557	600,750	823,807	791,104
	CHUQUISACA	884,693	600,750	823,807	790,804
	LA PAZ	44,864			300
	COCHABAMBA				
	SANTA CRUZ				
	BENI				
BULGARIA	TOTAL				
	LA PAZ				
CABO VERDE	TOTAL				
	LA PAZ				
CANADA	TOTAL	13,219	12,183	15,638	6,232
	LA PAZ	1,516	2,170	787	
	COCHABAMBA	10,861	9,774	14,850	5,704
	ORURO				
	POTOSI				
	SANTA CRUZ	841	239		528
CHILE	TOTAL	1,906,574	1,161,077	871,611	788,570
	CHUQUISACA	244,533	246,323	209,881	244,655
	LA PAZ	1,635,939	906,309	650,976	543,915
	COCHABAMBA				
	ORURO				
	TARIJA				
CHINA	TOTAL	6,500		865	
	LA PAZ	6,500		865	
	SANTA CRUZ				
CHIPRE	TOTAL				
	CHUQUISACA				
	LA PAZ				
COCOS (KEELING), ISLAS	TOTAL				
	LA PAZ				
COLOMBIA	TOTAL	869,146	714,912	530,562	633,244
	CHUQUISACA	822,963	669,302	469,381	549,248
	LA PAZ	5,312	1,719	988	745
	COCHABAMBA	3,636	2,220	1,723	3,099
	TARIJA				
	SANTA CRUZ	37,234	41,671	58,470	43,142

País (Destino para Exportaciones)	Departamento	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)
		2000 - 2005	2006 -2010	2011 - 2015	2016 - 2020
	BENI				37,010
COREA (NORTE).REPUBLICA POPULAR DEMOCRATICA DE	TOTAL				
	LA PAZ				
COREA (SUR). REPUBLICA DE	TOTAL	27,207	32,194	27,803	18,409
	LA PAZ	27,207	32,194	27,803	18,409
	COCHABAMBA				
COSTA RICA	TOTAL	8,899	400	13,252	
	LA PAZ	3,110		12,256	
	SANTA CRUZ	5,789	400	996	
CROACIA	TOTAL				
	LA PAZ				
	COCHABAMBA				
CUBA	TOTAL	39,759	50,358	23,925	27,625
	LA PAZ				
	SANTA CRUZ	39,759	50,358	23,925	27,625
DINAMARCA	TOTAL	361,010	386,897	280,582	244,785
	CHUQUISACA				
	LA PAZ	357,793	373,105	267,906	238,668
	COCHABAMBA	3,217	13,792	12,676	6,117
ECUADOR	TOTAL	97,940	85,132	53,283	43,514
	CHUQUISACA	62,896	73,750	47,596	34,982
	LA PAZ	26,596	11,382	5,687	8,532
	COCHABAMBA				
	SANTA CRUZ	8,448			
EL SALVADOR	TOTAL				
	CHUQUISACA				
	LA PAZ				
EMIRATOS ARABES UNIDOS	TOTAL				
	LA PAZ				
	SANTA CRUZ				
ESLOVAQUIA	TOTAL				
	LA PAZ				
ESLOVENIA	TOTAL				
	LA PAZ				
	SANTA CRUZ				
ESPAÑA	TOTAL	24,157	11,534	9,836	6,568
	CHUQUISACA	6,344	2,940	4,781	
	LA PAZ	7,790	2,306	3,648	4,771
	COCHABAMBA		120	77	
	POTOSI				
	SANTA CRUZ	10,023	6,168	1,330	1,797
ESTADOS UNIDOS	TOTAL	1,801,428	1,156,004	1,101,829	1,410,494

País (Destino para Exportaciones)	Departamento	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)
		2000 - 2005	2006 -2010	2011 - 2015	2016 - 2020
	CHUQUISACA	1,060,475	764,817	641,369	961,044
	LA PAZ	564,331	281,760	263,939	201,540
	COCHABAMBA	102,354	89,576	102,962	89,136
	ORURO		1,335		
	TARIJA				
	SANTA CRUZ	74,268	18,516	93,560	158,774
	BENI				
ETIOPIA	TOTAL				
	CHUQUISACA				
	LA PAZ				
FILIPINAS	TOTAL				
	LA PAZ				
FINLANDIA	TOTAL	2,696	3,236	657	
	LA PAZ	1,573	2,120	470	
	COCHABAMBA	1,123	1,116	187	
FRANCIA	TOTAL	44,005	44,908	62,719	10,484
	LA PAZ	43,533	44,908	62,719	10,484
	COCHABAMBA	472			
	ORURO				
	POTOSI				
	SANTA CRUZ				
GRANADA	TOTAL			747	
	LA PAZ			747	
GRECIA	TOTAL				
	LA PAZ				
	COCHABAMBA				
	SANTA CRUZ				
GROENLANDIA	TOTAL				187
	LA PAZ				187
GUAM	TOTAL				
	LA PAZ				
GUATEMALA	TOTAL		2,958		7,260
	CHUQUISACA		2,958		7,260
	LA PAZ				
HAITI	TOTAL				
	LA PAZ				
HONDURAS	TOTAL				
	CHUQUISACA				
HONG KONG	TOTAL				
	LA PAZ				
HUNGRIA	TOTAL	6,185		6,582	
	CHUQUISACA				

País (Destino para Exportaciones)	Departamento	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)
		2000 - 2005	2006 -2010	2011 - 2015	2016 - 2020
	LA PAZ	6,185		6,582	
INDIA	TOTAL				
	LA PAZ				
INDONESIA	TOTAL				
	LA PAZ				
IRAN. REPUBLICA ISLAMICA DEL	TOTAL				
	SANTA CRUZ				
IRLANDA (EIRE)	TOTAL				400
	LA PAZ				400
	ORURO				
ISLANDIA	TOTAL				
	LA PAZ				
ISRAEL	TOTAL	225		358	546
	CHUQUISACA				
	LA PAZ	225		358	546
ITALIA	TOTAL	27,960	41,106	31,365	40,537
	CHUQUISACA			460	
	LA PAZ	25,176	38,766	27,564	37,863
	COCHABAMBA	2,784	2,340	3,342	2,674
	ORURO				
	POTOSI				
	SANTA CRUZ				
JAPON	TOTAL	72,848	62,346	56,082	48,348
	CHUQUISACA	3,566	4,738	1,040	
	LA PAZ	69,282	57,608	55,042	48,348
	COCHABAMBA				
	SANTA CRUZ				
JORDANIA	TOTAL				
	LA PAZ				
KAZAJSTAN	TOTAL				
	LA PAZ				
KENIA	TOTAL				
	COCHABAMBA				
LAOS, REPUBLICA POPULAR DEMOCRATICA DE	TOTAL				
	LA PAZ				
LETONIA	TOTAL				
	LA PAZ				
LIBANO	TOTAL				
	LA PAZ				
LIBERIA	TOTAL				
	LA PAZ				
LITUANIA	TOTAL	267			

País (Destino para Exportaciones)	Departamento	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)
		2000 - 2005	2006 -2010	2011 - 2015	2016 - 2020
	LA PAZ	267			
MALASIA	TOTAL				
	LA PAZ				
MARRUECOS	TOTAL				
	LA PAZ				
MAURICIO	TOTAL			16,140	
	LA PAZ			16,140	
MEXICO	TOTAL	3,496,977	3,983,609	4,925,545	5,164,040
	CHUQUISACA	3,262,140	3,520,542	4,121,179	4,674,320
	LA PAZ	62,134	127,452	58,351	79,420
	COCHABAMBA				
	TARIJA				
MONTENEGRO	TOTAL	172,704	335,616	746,016	410,300
	LA PAZ				
NO DECLARADO	TOTAL				
	LA PAZ				
NORUEGA	TOTAL	6,150	1,896	2,039	2,246
	CHUQUISACA				
	LA PAZ	1,530	1,896	1,766	2,246
	COCHABAMBA	4,620		273	
NUEVA ZELANDIA	TOTAL	1,756	4,181	13,679	6,707
	CHUQUISACA				
	LA PAZ	15		2,269	5,016
	COCHABAMBA	1,741	4,181	11,410	1,691
	SANTA CRUZ				
PAISES BAJOS	TOTAL	54,869	2,477	4,158	7,176
	CHUQUISACA				
	LA PAZ	15,379	2,477	4,158	
	COCHABAMBA	39,490			7,176
	ORURO				
	SANTA CRUZ				
PANAMA	TOTAL	1,075	978	1,113	477
	LA PAZ				
	COCHABAMBA	240	50		
	SANTA CRUZ	835	928	1,113	477
PARAGUAY	TOTAL	1,030,516	650,706	733,926	474,841
	LA PAZ	717,866	460,255	260,332	130,770
	COCHABAMBA			19,944	
	ORURO			11,620	9,946
	TARIJA	25,958	8,815		
	SANTA CRUZ	286,691	181,635	442,030	334,125

País (Destino para Exportaciones)	Departamento	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)
		2000 - 2005	2006 -2010	2011 - 2015	2016 - 2020
PERU	TOTAL	1,538,714	957,950	593,538	815,164
	CHUQUISACA	760,406	622,140	573,712	785,816
	LA PAZ	754,116	335,183	19,826	29,348
	COCHABAMBA		627		
	SANTA CRUZ	24,192			
POLONIA	TOTAL				557
	LA PAZ				
	COCHABAMBA				557
PORTUGAL	TOTAL				
	LA PAZ				
	COCHABAMBA				
	SANTA CRUZ				
PUERTO RICO	TOTAL	2,100			
	LA PAZ				
	SANTA CRUZ	2,100			
REINO UNIDO	TOTAL	256,204	222,835	238,232	172,728
	CHUQUISACA		17,856		8,652
	LA PAZ	153,993	184,235	216,224	136,230
	COCHABAMBA	102,211	20,744	22,008	27,846
	SANTA CRUZ				
REPUBLICA CHECA	TOTAL	768	4,145	3,469	65,882
	LA PAZ	768	4,145	3,469	65,882
REPUBLICA DOMINICANA	TOTAL	2,160			
	LA PAZ	2,160			
	SANTA CRUZ				
RUMANIA	TOTAL				
	LA PAZ				
RUSIA, FEDERACION DE	TOTAL			1,035	
	LA PAZ			1,035	
SIERRA LEONA	TOTAL				
	LA PAZ				
SINGAPUR	TOTAL				
	LA PAZ				
SUDAFRICA. REPUBLICA DE	TOTAL	69,370	50,889		
	LA PAZ		169		
	SANTA CRUZ	69,370	50,720		
SUECIA	TOTAL	72,086	35,360	29,443	15,072
	LA PAZ	72,086	35,360	29,443	15,072
	COCHABAMBA				
	ORURO				
SUIZA	TOTAL	24,503	15,348	27,994	21,251
	CHUQUISACA				

País (Destino para Exportaciones)	Departamento	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)	Valor FOB (\$us.)
		2000 - 2005	2006 -2010	2011 - 2015	2016 - 2020
	LA PAZ	8,316	1,755	5,853	9,224
	COCHABAMBA	16,187	13,593	22,141	12,027
	ORURO				
	POTOSI				
	SANTA CRUZ				
SWASILANDIA	TOTAL				
	LA PAZ				
TAILANDIA	TOTAL				
	LA PAZ				
TAIWAN	TOTAL	3,314	3,009	1,527	1,443
	LA PAZ	3,314	3,009	1,527	1,443
URUGUAY	TOTAL	128,769	76,497	47,228	31,000
	CHUQUISACA	26,615	25,401	16,315	25,655
	LA PAZ	89,236	51,096	30,913	975
	SANTA CRUZ	12,918			4,371
VENEZUELA	TOTAL	5,029,387	355,472	6,388	1,501,756
	CHUQUISACA		5,440	6,388	3,040
	LA PAZ	4,160,481	350,032		1,496,878
	COCHABAMBA	38,496			
	SANTA CRUZ	798,610			1,838
	BENI	31,800			
VIET-NAM	TOTAL				
	LA PAZ				
ZONA FRANCA DE BOLIVIA	TOTAL				
	LA PAZ				
	SANTA CRUZ				

### ANEXO 3

#### PRENDAS DE VESTIR (En Millones de Bs)

AÑO	CHUQUISACA	LA PAZ	COCHABAMBA	ORURO	POTOSI	TARIJA	SANTA CRUZ	BENI	TOTAL
2000	0.34	14.95	0.80	0.00	0.00	0.01	0.37	0.00	16.47
2001	0.30	13.48	0.76	0.00	0.00	0.10	0.37	0.00	15.01
2002	0.05	12.36	0.74	0.01	0.00	0.03	0.46	0.00	13.64
2003	0.03	20.17	0.58	0.01	0.00	0.00	1.66	0.00	22.46
2004	0.38	35.28	0.85	0.01	0.00	0.00	3.27	0.00	39.80
2005	0.75	29.85	1.05	0.02	0.00	0.00	3.43	0.00	35.11
2006	1.17	25.33	0.95	0.01	0.01	0.00	5.87	0.02	33.35
2007	1.80	20.44	0.72	0.01	0.04	0.00	3.67	0.01	26.69
2008	2.33	22.14	0.96	0.01	0.01	0.00	1.74	0.00	27.19
2009	2.40	26.43	1.48	0.01	0.00	0.00	1.73	0.00	32.06
2010	3.55	30.74	0.72	0.02	0.01	0.00	1.07	0.00	36.12
2011	4.33	21.10	0.76	0.01	0.00	0.00	1.19	0.00	27.39
2012	5.50	14.31	0.77	0.01	0.00	0.02	7.28	0.00	27.88
2013	5.50	11.17	0.79	0.04	0.00	0.03	5.89	0.00	23.43
2014	6.03	17.46	0.92	0.00	0.00	0.01	4.20	0.00	28.64
2015	7.17	9.40	0.33	0.00	0.00	0.03	1.62	0.03	18.59
2016	6.59	3.49	0.19	0.00	0.00	0.01	0.70	0.00	10.98
2017	6.92	2.27	0.23	0.01	0.00	0.00	1.38	0.00	10.80
2018	8.10	3.31	0.16	0.01	0.00	0.00	0.98	0.04	12.60
2019	7.78	1.91	0.10	0.00	0.00	0.00	1.68	0.00	11.46
2020	5.65	0.97	0.13	0.00	0.00	0.14	1.57	0.00	8.47
2021	9.96	1.71	0.13	0.00	0.00	0.00	3.77	0.00	15.56
2022	12.56	1.33	0.02	0.00	0.00	0.00	3.67	0.00	17.58

## ANEXO 4

### PRECIOS DE PRENDAS DE VESTIR Y TÉRMINOS DE INTERCAMBIO

Descripción	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Volumen (Toneladas)	200	220	255	260	265	270	268	270	290	396	490	500	540	510	515	490	390	350	280	250	165
Exportación Cantidad	17	20	20	17	14	13	13	12	17	36	41	22	25	22	17	26	36	32	22	23	11
Exportación Valores (\$us.)	12	11	13	15	19	21	20	22	11	11	12	23	22	23	30	19	11	11	13	11	15