

BOLIVIAN BUSINESS

SEMENARIO DE INFORMACION ESTRATEGICA PARA LIDERES EN NEGOCIOS

Bolivia

Año 6 / N° 296/ Domingo 16 de agosto al sábado 22 de agosto de 2009 / Bs. 5.- Precio de venta en toda Bolivia

Dólar 7,07 venta

Dow Jones 9321.40%

Nasdaq 1985.52%

Oro: USD./O.T.F. 954.75

Plata: USD./O.T.F. 15.01

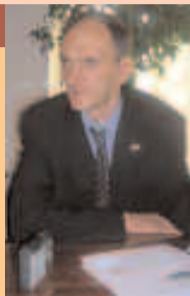


Comercio Exterior

Bolivia exporta a la Unión Europea 10MM de euros

El Consejero de la Delegación de la Comisión Europea, indicó que Bolivia mantiene una balanza comercial positiva con su país.

Pag. 9



Capacitación

Unidad Postgrado de Ciencias Económicas cumple 10 años

La Facultad celebra con muchos logros entre ellos la obtención de la ISO 9001:2008, un reconocimiento a sus programas educativos.

Pag. 17



LECCIONES PARA EXPORTAR A EE.UU.

Una misión empresarial viajó a Miami, para conocer los canales de exportación al mercado americano. Bolivian Business realizó la cobertura exclusiva del evento.

Pags. 12 - 13 - 14



Expocruz generará \$us 200MM, se ultiman los detalles

La actividad ferial multisectorial está pronto a iniciarse. Se espera el arribo de aproximadamente 20 delegaciones extranjeras, que integrarán las más de 2.400 empresas que participarán del evento empresarial que generará alrededor de 60.000 empleos entre directos e indirectos.

Pags. 10 - 11



Uso de telefonía móvil creció en primer semestre

La cartera de usuarios de teléfonos móvil registró un crecimiento para las telefónicas Entel, Tigo y Cotas. Nuevos modelos de celulares, innovaciones tecnológicas, tarifas reducidas, promociones y otras estrategias comerciales fueron la clave.

Pags. 6 - 7



Business People

Marsella, un condominio de \$us 3MM con 47 viviendas

Posee un ambiente natural y comodidades ideales para las familias que eligen habitar por la zona norte de la ciudad.

Pag. 16



Comercio Exterior

Brasil realiza ferias para todos los sectores

El vecino país tiene atractivas actividades feriales durante todo el año. Participan de todos los rubros con ofertas interesantes y novedosas.

Pag. 15



Créditos en bolivianos
para tu negocio, para tu familia, para tu futuro...



Te ofrecemos un crédito ágil, sencillo, con ventajosas tasas de interés y en cuotas a la medida de tus posibilidades.

Comercio con EEUU

Miami una puerta de las Américas

Texto y Fotos:
Isabel Carvajal Torrez - Miami

A pesar de la no renovación de la ATPDEA para Bolivia, esfuerzos privados buscan una alternativa proactiva para incrementar o iniciar las exportaciones hacia el mercado de Estados Unidos.

En un valioso esfuerzo del U.S. office Comercial Embassy en La Paz, The Bolivian American Chamber of Commerce, Visit USA en Bolivia y Aerosur propiciaron un encuentro entre empresarios bolivianos y el sector empresarial norteamericano en la ciudad de Miami, que es el primero de varios encuentros planificados con este sector.

La agenda fue apretada y compacta, para aprovechar todas las reuniones programadas, las cuales, se realizaron con autoridades federales de aduanas, la

oficina de la Administración de Drogas y Alimentos, abogados de K&L Gates, especialistas en impuestos y regulaciones de importación para Estados Unidos y visitas a despachantes de aduana.

Este evento fue una capacitación realizada por los actores reales que interviene en la aprobación de ingreso de mercadería a Estados Unidos, para empresarios que quieren y que ya exportan a este país, y lo más importante, es que varios empresarios americanos tenían citas de negocios programadas luego de las reuniones.

El semanario Bolivian Business fue el único medio de Bolivia que asistió a este importante evento, gracias a la gentil invitación de la Embajada Americana, el reportaje transmitirá el resumen de los eventos más importantes de la visita.

IVAN REBOLLEDO / Presidente BACC

Antes ayudamos a extender el ATPDEA

¿Qué esfuerzos realiza la cámara para fomentar el intercambio empresarial entre Bolivia y Estados Unidos?

Yo tengo una relación estrecha con Bolivia, mi madre es cochabambina y mi padre es colombiano, hice mis estudios universitarios en New York y tuve la enorme suerte de ser enviado a Bolivia con las Naciones Unidas. El directorio de la cámara me invitó a asumir la presidencia y ya van a ser 4 años que estoy a la cabeza. Mi perfil es de analista político, internacionalista, entonces acepté con la condición que pudiéramos darle un enfoque a la cámara no solo empresarial sino también que pudiéramos estudiar con profundidad la relación bilateral entre Estados Unidos y Bolivia. El objetivo dentro de la cámara, inicialmente fue apoyar al sector empresarial estadounidense con inversiones en Bolivia y los sectores clásicos, hidrocarburos, minería, telecomunicación, transporte. Cuando asumí la presidencia de la cámara pudimos lograr expandir esa base de miembros que ahora incluyen empresas en Francia, Alemania, India, Rusia, entonces nos hemos convertido en una cámara multinacional, pero el enfoque sigue siendo más que todo inversión extranjera hacia Bolivia. Hace un año y medio, nuestro directorio nos encomendó la posibilidad de empezar a promover y a ayudar al empresario boliviano que quiere penetrar el mercado norteamericano, entonces hemos empezado lentamente con este proceso.

¿Cuales son los logros de la Cámara alcanzados entre esta relación bilateral en estos 2 o 3 años?. En primera instancia, el rol preponderante de la cámara y nuestros asociados, fue ayudar a las múltiples extensiones de ATPDEA. En su momento el embajador de Bolivia en Washington, Gustavo Guzmán que forma parte de la cámara, se nos acercó y nos pidió a través de nuestros asociados y que usualmente son empresas con mucha influencia con sus congresistas y sus senadores, empezar toda una campaña a través de nuestros miembros en los Estados Unidos para que dieran una opinión favorable acerca de una renovación. El departamento de comercio también nos buscó para saber las opiniones del sector privado americano con inversión en Bolivia y que opinaban ellos acerca de una posible expansión, todas las respuestas que recibimos fueron positivas, nuestras empresas apoyaban siempre y cuando Bolivia los trataran bien y justamente, eso no se si se ha logrado, pero se armó toda una campaña estratégica. Lamentablemente el presidente Bush anuló el beneficio, no lo canceló, lo suspendió y ahora se está dejando la posibilidad de una expansión con el nuevo gobierno de Obama.



Los Bolivianos están haciendo un esfuerzo importante, el nuevo embajador de Bolivia, Pablo Solón, que se ha convertido en el negociador principal entre Bolivia y los Estados Unidos, también nos a pedido una mano en este proceso. El proyecto realmente es lo más importante que hemos logrado en estos últimos años, pero además yo he sido invitado a testificar ante el congreso norteamericano, a la cámara baja, como a la cámara alta, senado y cámara de representantes sobre el futuro de las relaciones bolivianas americanas, y como cámara el propósito nuestro es promover inversión, promover una buena relación. Entonces, jugamos un rol importante, haciendo un móvil discreto pero importante con el departamento de comercio, de estado y el del tesoro. Hemos creado facilidades al gobierno de Bolivia de negociar y entablar diálogo con el sector privado. Cuando viene a New York el presidente Morales, intervenimos y logramos citas entre el sector privado con diferentes representantes de alto nivel del gobierno.

¿No existe un divorcio entre lo que ustedes buscan y el gobierno de Bolivia busca?

Sin duda, el reto es mas difícil actualmente de lo que ha sido en el pasado, yo estoy con la plena confianza en la renovación de una relación bilateral. Vamos en los primeros pasos necesarios pero creo que todavía estamos muy lejos de renovar la relación que había antes, obviamente toda relación se tiene que reevaluar y la relación boliviana merecía unos ajustes. El problema ahora es el tratamiento del actual gobierno a la inversión extranjera, el otro extremo, el gobierno boliviano está priorizando más las inversiones del estado a estado.

Es difícil promover Bolivia en este momento, por las decisiones que ha tomado el gobierno con el sector de hidrocarburos, minería, telecomunicaciones, los procesos de arbitrajes en el cual se encuentra nuestro país o que ya ha pasado, deja de estar en completa relación con el mercado internacional pero sin embargo hay empresas que valoran enormemente los productos.

CIFRAS CARGA MIAMI

87%

de la carga el 2008

Carga internacional a más de 150 ciudades.

1.8

MM de toneladas

Transportó el aeropuerto de Miami la gestión 2008

Larissa Valero / Greater Miami Convention and Visitors Bureau

Miami es única, es cosmopolita y tropical

Miami se ha convertido en el centro de atención de los negocios latinoamericanos, se puede aprovechar muchos eventos, ahora estamos promocionando la gastronomía, arte y cultura. Somos un destino muy conocido por las "buenas compras" por nuestras playas hermosas y nuestra vida nocturna.

En Miami se realizan muchos negocios debido a que nos hemos convertido en el centro de convenciones, reuniones y de eventos. Nosotros también contamos con diversiones al aire libre como el Miami Sea Aquarium, teatros, Jungle Island, diferentes a las atracciones mecánicas de Orlando. Somos un destino muy diferen-



te de otras ciudades portuarias, tenemos la gran ventaja del idioma y hace que cualquier persona latinoamericana se sienta cómoda para realizar negocios o turismo y ese es un beneficio muy grande.

Consejos empresariales

1 El tiempo es Oro

Para el Estadounidense el tiempo es dinero, no asuma que usted tiene una hora con el ejecutivo, sea corto y conciso, deje de lado la metáfora. Asuma que tiene poco tiempo.

2 Sea Amigo del Power Point

Sea muy profesional, arme su presentación con diapositivas con un mensaje conciso, priorice su información, talvés la misión y la visión de su empresa está sobrando en su presentación.

3 Es hora de invertir en una página web

Es muy importante tener una página web bien elaborada y si se quiere entrar al mercado americano, traducirla a una versión en Inglés. No se puede asumir que todos hablan ingles.

4 trabajar su presentación en versión Ingles

Es más que importante tener una versión en Ingles y una en español, no asumir que los ejecutivos entenderán el castellano, y el ejecutivo que expone debe hablar ingles.

5 Hay que tener una presentación corta

Prever una presentación corta, en casos de financiamiento un "elevator pitch", es una presentación que no demora más de 1 minuto, esto viene por si tiene una reunión en el ascensor con el ejecutivo.

6 Las presentaciones para inversionistas

Se debe incluir los estados financieros, flujos de cajas, con documentos y proyecciones, planes estratégicos, y lo más importante es quien conforma tu equipo gerencial.

7 La importancia del equipo gerencial

Para un inversionista estadounidense es mucho más importante el Equipo gerencial y su especialidad en el negocio, es más probable que por este factor logre financiamiento.

8 Puntualidad

El factor más importante en Estados Unidos es la puntualidad, debe lograr que su agenda prevea las distancias y el tráfico entre las reuniones que vaya a tener para llegar a la hora acordada.

Repercusiones

Esta experiencia llegó en un excelente momento

Para Pablo Canedo de Bodegas La Cabaña, la experiencia fue increíble, "Para nosotros es una primera experiencia que consideramos no solo positiva sino histórica, porque es el primer esfuerzo que hacen las instituciones internacionales con el objetivo de tener una serie de relacionamientos con empresarios de Estados Unidos y varias instituciones para conocer los canales de exportación. Nos encontramos muy agradecidos con Aerosur y con las instituciones que auspiciaron este encuentro", afirmó.

Concluyó aconsejando a los empresarios que realicen esta visita, que

que vayan con información, y vincularse con las cámaras para tener un respaldo.

Para Pablo Ruiz de Anatina Toys, esta experiencia llegó en un excelente momento, porque justamente están abriendo mercado en Estados Unidos, "en esta primera agenda, al reunirnos con las autoridades de gobierno, quienes nos han explicado técnicamente lo que venimos estudiando, realizó preguntas y aclaraciones". Afirmó que está sorprendido porque todos los que están presentes ya tienen un producto que puede entrar al mercado de Estados Unidos.

Auspiciadores de la Misión Empresarial

Visit USA Committee

Promovemos turismo y negocios

Para Beatrice Mendieta, presidente del comité Visit U.S.A., esta institución tiene el objetivo de intensificar el conocimiento de los destinos dentro de los Estados Unidos y no solo por turismo, sino por trabajo, en ferias que mejorarían el flujo de pasajeros desde Bolivia a los Estados Unidos. Otro pilar del visit U.S.A., es la capacitación para dar servicios de Excelencia. Ha promovido actividades como el sembrado de café en el trópico de los yungas y ese café ha sido testado como uno de los mejores. Se logró entregar una beca, con el esfuerzo de la embajada americana y entidades privadas de Bolivia, para los dos mejores alumnos del bachillerato.

Asimismo, Carola Leikhart, aclaró que el comité principalmente promueve destinos y los negocios entre Bolivia y Estados Unidos ya sea de ida o de vuelta, los miembros son empresas de turismo y se está ampliando a empresas de diferentes rubros para poder incentivar el comercio entre ambos países. "La misión empresarial me ha parecido una gran oportunidad para los empresarios bolivianos, para te-



■ Tabie Saenz, asesora comercial de la Embajada Americana, Beatrice Mendieta y Carola Leikhart, presidente y vicepresidente Visit Usa Committee.

ner acceso a información directa con los especialistas, para mí personalmente este encuentro ha sido un éxito, y estamos planificando nuevos viajes dirigidos al comercio y turismo" afirmó Beatrice Mendieta satisfecha con los resultados.

AeroSur

Miami es un mercado muy importante

La oficina central de AeroSur para todo Estados Unidos se encuentra en Miami, y está al mando de Patricia Gutiérrez, gerente general de AeroSur, que en su estrategia de diferenciación y mercadeo, está llevando no solo empresarios de Bolivia sino también de otros destinos.

"Nosotros ahora podemos ofrecer gracias al avión que tenemos, capacidad para 199 pasajeros con el 767-200 que tiene la capacidad de llevar carga de 10.000 kls. en cada vuelo, entonces eso nos da una ventaja porque aparte de ofrecer las 4 frecuencias a la semana martes, jueves, sábados y domingos y la carga va a precios muy competitivos" afirmó.

Para AeroSur es indiscutible que Miami es un mercado muy importante, que se ha iniciado con mucho esfuerzo, fue un logro grande entrar a ese país, y los requisitos fueron muy estrictos, con la seguridad de administración de aeropuerto, con aduanas, con migración, todos son requisitos que se tienen que tomar muy en serio y se tienen que cumplir, expuso Patricia Para Jimmy Phillips, gerente de ventas de AeroSur en



■ Patricia Gutiérrez, Regional Manager AeroSur Miami y Jimmy Phillips, jefe Regional de Ventas AeroSur.

La Paz "La misión principal de la compañía, es buscar todas las formas posibles de generar tráfico a través del movimiento de carga y pasajeros incentivando y motivando a que la gente de Bolivia o de Estados Unidos pueda ir en viceversa a cada uno de los otros países, afirmó.

Falta de información desanima a empresas

Para Christopher Tillson, representante del capítulo Miami de la BACC, el principal problema de las empresas en Bolivia es la falta de información para la exportación y conocer como introducir los productos con los requisitos de Estados Unidos. Afirmó que el endureci-

miento de las relaciones bilaterales han producido perjuicios entre los dos países, y esperan que la nueva administración logre una mejor relación.

Asimismo evaluó como un rotundo éxito la misión empresarial hacia Miami como estrada a U.S.A.



■ Christopher Tillson, representante capítulo Miami de la BACC.

Nuestra misión es ser un lazo con EE.UU.



■ Mauricio Costa Du Rels, Representante BACC en Bolivia

"La misión ha sido todo un éxito, la agenda ha sido muy puntual, objetiva y además práctica, creo que se puede mejorar este encuentro con un paso más allá y es el generar los contactos para que ellos puedan iniciar la relación de negocios" concluyó Mauricio Costa Du Rels, repre-

sentante de la BACC. Aclaró también que la representación en Santa Cruz, tiene como objetivo servir de lazo entre Estados Unidos con las instituciones americanas, y de canalizar la expectativas que tienen los empresarios hacia Estados Unidos.

Jorge Baldvieso / Gerente General

CROCOLAND Ltda.

Somos el primer criadero de lagartos en Bolivia, tenemos una cría en cautiverio y manejo sostenible, tenemos alrededor de 60 mil crías y 2000 reproductores. Cada hembra aporta 30 huevos y existen 1400 hembras. Queremos incrementar la producción de 20 mil a 40 mil pieles por año. El 2006 iniciamos el criadero y el 2009 terminamos la curtiembre. En la actualidad podemos exportar 2000 cinturones acabados por mes.



Beltrán José Luis / Gerente General

VERSIÓN DIGITAL

Somos una empresa especializada en la generación de proyectos para internet, software sobre internet, sitios web, y herramientas de intranet y extranet para la gestión y una línea de productos para realizar Cd interactivos. Estamos 10 años en el mercado y hemos realizado ya 140 proyectos en Bolivia. Nuestra diferenciación es dar valor a nuestros clientes, hemos tenido varias experiencias en Argentina y Estados Unidos.



Marco Calderón De La Barca / Gerente General

ASOC. MINEROS MEDIANOS

Esta asociación está comprendida por las empresas más grandes del país, como San Critobal, Inti Raymi, entre otras. Estamos explotando grandes yacimientos de Oro, Estaño, antimonio, así como complejos de Plata, plomo, zinc y plata. Nuestra misión es de coadyuvar la realización de políticas sectoriales que promuevan inversión y operaciones nuevas, con el nuevo gobierno esta misión es más difícil de cumplir, por el cambio político existente.



Pablo Canedo / Representante

VINEDOS LA CABANA

Somos una empresa especializada en la producción de vino, tenemos bodegas con la más alta calidad. Hacer vino en Bolivia es difícil por tener a Chile y a la Argentina como competidores cercanos. Los viticultores de Kohlberg son 81 y 11 comunidades en 2 zonas proveedoras. Tenemos bastantes líneas de vino y la producción de Don Julio, un vino Syrah reconocido como el mejor de 85 muestras del mundo y fue premiada el 2005.



Empresarios bolivianos con vocación exportadora



La misión empresarial de Bolivia con gran expectativa por los resultados del encuentro

Las empresas invitadas a la misión empresarial fueron escogidas cuidadosamente por su proyección exportadora, y por la gran demanda de productos orgánicos en este mercado.

Dentro de la agenda, se logró la capacitación de parte de abogados especialistas en asuntos legales para la importación de mercancías en los Estados Unidos, las reglas y normas de los departamentos de seguridad del Estado y una descripción y análisis de los impuestos

en esta legislación. La importancia de las reuniones con los especialistas de Aduanas y protección fronteriza, además de mostrarnos la importancia y la manipulación de la carga en el aeropuerto de Miami, y una descripción corta y a medida de los productos que son considerados ilegales y peligrosos para la seguridad alimentaria en Estado Unidos. Cada empresario pudo hacer consultas específicas de acuerdo a su rubro para verificar los impuestos y las regulaciones.

Victor Hugo Cortes / Gerente General

IMPERIAL SILVER

Estamos en el mercado hace cuatro años haciendo orfebrería en primera instancia, y ahora entramos en la joyería. Nuestra empresa madre es la empresa Minera Santa Lucía que exporta hace 20 años, y nosotros quisimos darle un giro a poder exportar plata con valor agregado. Exportamos a Nueva York, Chile, España y a Perú con oficina propia. Queremos que nuestro taller logre ser el último paso tecnológico para hacer que estas piezas sean de exportación.



Joel Flores / Gerente

STEVIA SWEET BOLIVIA

Somos un grupo de empresarios multidisciplinarios que nos interesamos en este producto. La stevia crece sobre una ola de conciencia a nivel mundial de mayor consumo de productos orgánicos. En corto plazo estamos promoviendo la mayor producción de stevia en Bolivia para competir con la China y Paraguay. Necesitamos encontrar empresas que les interese refinar y transformar. La stevia tiene el poder de endulzar 300 veces más que el azúcar.



Luis Foianini / Representante

LA CHONTA

Es una empresa exportadora, conformada por dos empresas cruceñas, Sobolma y la Chonta. Sobolma se dedica a producir venetas y la Chonta a productos más elaborados y madera acerrada. Actualmente, contamos con 2 concesiones forestales que son 220 mil hectáreas, contamos con 17 hornos de secado y 500 empleados en época alta. Con los 3 aserraderos y la planta de manufactura contamos con 16 mil metros cuadrados para la elaboración de madera.



Juan José Landivar / Gerente General

IRUPANA

Es una empresa de 22 años de experiencia, que encuentra en los productos de los pequeños agricultores bolivianos una oportunidad no solo de generar desarrollo, sino una ventaja competitiva, porque los productos naturales son los más cotizados en el mundo. Actualmente tenemos 14 tiendas en La Paz, que ahora son franquicias se venden más de 800 productos. Buscamos principalmente nuevos mercados para los pequeños productores.



Momentos Inolvidables



1



2



3

1 Presidenta de la R.F.S. International dió la bienvenida con mariachis y mucha alegría. 2 famosos artistas como Julio Zabala. 3 Entrega de "Don Julio" a Isabel Quezada en representación del alcalde.

Tomislav Kuljic / Presidente

HIPERMAXI

En Bolivia el Hipermaxi tiene el 45% del mercado, nacimos el año 1993, tenemos 12 locales, el 2008 abrimos las farmacias con 6 locales y ahora tenemos dos locales en construcción en La Paz y en Santa Cruz, se vende más de 20 mil productos, somos más de 1500 empleados, 120 cajas, ochocientas mil transacciones y 70 mil metros de venta.



Pablo Ruiz / Gerente de Ventas

ANATINA TOYS

Llevamos 4 años de vida, nacimos por un proyecto social de Soboce. Una división centraliza el know how vigente y se trabaja con talleres independientes en El Alto y en La Paz. Nosotros les damos materia prima, entre ellas madera certificada, diseños de juguetes, control de calidad y entrenamiento empresarial. El fin es la creación de empleo con normas claras.

