



Memoria de Negocios

Tu espacio de Oportunidades y Negocios

**Feria multisectorial
y Rueda de Negocios**



ESTADO PLURINACIONAL DE
BOLIVIA

MINISTERIO DE
RELACIONES EXTERIORES



Contenido:

CAPITULO I PRESENTACIÓN

- 1.1. Carta del presidente
- 1.2. Resumen Ejecutivo

CAPITULO II IMPACTO BOLIVIA PARA EL MUNDO

- 2.1. Objetivo
- 2.2. Objetivos Específico
- 2.3. Misión
- 2.4. Visión
- 2.5. Expositores
- 2.6. Reuniones Concretadas
- 2.7. Países Participantes
- 2.8. Intenciones de Negocio

CAPITULO III BOLIVIA PARA EL MUNDO EN CIFRAS 12

- 3.1. Agro Inclusivo
 - 3.1.1. Nuestras Empresas Sector Agro Inclusivo
 - 3.1.2. Subsectores Agro Inclusivo
 - 3.1.3. Tipo de expositor por etapa de internacionalización
 - 3.1.4. Intenciones de Negocio
 - 3.1.5. Muestras Comerciales
- 3.2. Confección y Moda Andina
 - 3.2.1. Nuestras Empresas Sector Confección y Moda Andina
 - 3.2.2. Subsectores Confección y Moda Andina
 - 3.2.3. Tipo de expositor por etapa de internacionalización
 - 3.2.4. Intenciones de Negocio
 - 3.2.5. Muestras Comerciales
- 3.3. Industria
 - 3.3.1. Nuestras Empresas Sector Industria
 - 3.3.2. Subsectores Industria
 - 3.3.3. Tipo de expositor por etapa de internacionalización
 - 3.3.4. Intenciones de Negocio

4	3.3.5. Muestras Comerciales	33
4	3.4. Logística y Servicios	34
5	3.4.1. Nuestras Empresas Sector Industria	35
5	3.4.2. Subsectores Logística y Servicios	36
7	3.4.3. Características Empresas Participantes Sector Logística y Servicios	37
8	3.4.4. Intenciones de Negocio	38
8	3.5. Manos Bolivianas	40
8	3.5.1. Nuestras Empresas Manos Bolivianas	41
8	3.5.2. Subsectores Manos Bolivianas	43
9	3.6. Tendencias de Consumo Internacional	44
10	3.6.1. Sector Agro Inclusivo	46
11	3.6.2. Confección y Moda Andina	47
11	3.6.3. Industria	48

CAPITULO IV ACTIVIDADES BOLIVIA PARA EL MUNDO 49

4.1. Capacitaciones	50
4.2. Punto CAMEX	52
4.3. Lanzamiento	54
4.4. Rueda Virtual	56
4.5. Rueda Presencial	58
4.6. Business Cocktail	59

CAPITULO V NUESTRO EQUIPO 61

CAPITULO I

Presentación

1.1. Carta del presidente



La Presidencia de la Cámara de Exportadores Logística y Promoción de Inversiones de La Paz tiene el agrado de presentar la Memoria de la Ferian Internacional Multisectorial “Bolivia para el Mundo” gestión 2022, evento que en su segunda versión mostró al país y al mundo entero producción boliviana con calidad de exportación.

Este evento pudo llevarse a cabo gracias a la confianza depositada en CAMEX por el sector empresarial nacional e internacional. Un agradecimiento especial por su invaluable apoyo a Minera San Cristóbal S.A., a Swisscontact, a la Agencia de Cooperación del Japón en Bolivia (JICA), a la Terminal Portuaria de Arica S.A. y al Ing. Erick Vasquez como Representante de Fertilizantes Los Andes S.R.L. Debo también agradecer por el apoyo recibido de parte de nuestro Ministerio de Relaciones Exteriores y su Viceministerio de Comercio Exterior e Integración representados por el Sr. Ministro Dr. Rogelio Mayta y el Sr. Vice Ministro Lic. Benjamín Blanco respectivamente. El tener a instituciones públicas como aliadas estratégicas en el desarrollo del evento fue fundamental para el éxito del evento y para la proyección de nuestra imagen institucional hacia el exterior.

El lanzamiento de la Feria se llevó a cabo en instalaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores, específicamente en el Salón Tiwanaku, y contó con la participación de representantes de más 150 empresas, instituciones públicas y privadas, Cuerpo Diplomático, compradores internacionales, Cámaras colegas, organismos de cooperación internacional, medios de comunicación y otros interesados en conocer las potencialidades productivas de nuestro país.

Entre los eventos más destacados de “Bolivia para el Mundo” podemos mencionar las ruedas de negocios virtuales, con más de 320 reuniones concretadas, así como presenciales, con más de 206 reuniones concretadas. Se generaron intenciones de negocios por más de 118 millones de dólares y participaron empresas de 22 países como potenciales compradores.

El esfuerzo realizado por todo el equipo de CAMEX para conseguir el éxito del evento fue arduo, desde la planificación hasta la puesta en marcha del mismo, pues se tomaron en cuenta las condiciones particulares de todas y cada una de las empresas y emprendimientos para hacer más efectiva su participación. Se gestionaron para este fin más de 19 capacitaciones impartidas por instituciones nacionales e internacionales, con el fin de transmitir a los ofertantes conocimientos y herramientas necesarias que den valor agregado y hagan efectivas sus negociaciones en las ruedas de negocios, acompañándolos en cada paso hasta la culminación de las mismas. Asimismo, se habilitaron las instalaciones de CAMEX como sala de exhibición de los productos de las empresas participantes. A este espacio se le denominó “PUNTO CAMEX” y se recibieron visitas de diferentes instituciones, empresas, representantes del Cuerpo Diplomático y público en general, no solo para conocer la oferta exportable, sino también para adquirir los productos que fueron exhibidos.

Finalmente, para el cierre de la Feria Multisectorial y Rueda de Negocios “Bolivia para el Mundo”, se realizó el evento denominado “Business Cocktail” en el que participaron productores, emprendedores y potenciales exportadores, que fueron parte de las actividades desarrolladas. También se contó con una amplia participación empresarial nacional e internacional. En este evento la CAMEX otorgó reconocimientos a las instituciones, empresas y personalidades que permitieron con su participación y su apoyo, el desarrollo de un evento tan importante para los emprendedores bolivianos, que permite la internacionalización de las empresas y el aprovechamiento de oportunidades comerciales y que pone en el mapa internacional al empresariado productor de nuestro país con sus cinco sectores: Agro Inclusivo, Confección y Moda Andina, Industria, Logística y servicios y Manos Bolivianas.

Como Presidente de esta nuestra prestigiosa Institución, tengo el orgullo de felicitar y agradecer a todo el equipo de trabajo de CAMEX que hizo posible la realización de este prestigioso evento. También quiero agradecer a nuestro Directorio por su invaluable apoyo y a los empresarios en general por su participación y por la confianza depositada en nuestra Cámara.

Carlos Jitton Vacaflor
Presidente Camex

Resumen Ejecutivo

En su segunda versión, Bolivia para el mundo, feria internacional multisectorial, fue realizada con el fin de impulsar la reactivación económica y abrir la oportunidad de conocer la oferta exportable boliviana. La feria tuvo la participación de **más de 100 empresas bolivianas**.

Se registró también la participación de compradores internacionales, quienes se caracterizan principalmente por tener cierto poder de decisión, provenientes de diferentes partes del mundo.

Como parte de la feria se realizaron diversas actividades como estrategias de inserción para el evento, entre ellas capacitaciones, debido a la necesidad básica de formación académica, motivo por el cual se programaron 19 capacitaciones con el fin de fortalecer las habilidades y conocimientos del empresario y productor en negocios internacionales.

Las capacitaciones fueron estratégicamente pensadas en generar competencias para que las empresas puedan conocer sobre: rueda de negocios, certificados de origen, transporte de muestras comerciales, estrategias de precios y temáticas especializadas con el apoyo de las diferentes embajadas que se encuentran en nuestro País. Teniendo así la participación de 85 empresas como media de participación general.

Propuesta presencial ferial denominado Punto CAMEX, oferta de productos como agentes de promoción internacional digital mediante la plataforma digital web site con lanzamientos de feria innovadores tomando como aliados estratégicos a nuestro Ministerios de Relaciones Exteriores y Cuerpo Diplomático, Ruedas de Negocios Presencial y Virtual y cierre y conclusión Business de negocios con todas las empresas participantes y los apoyos estratégicos.

Como resultado de la feria y respecto a la rueda de negocios virtual y presencial se concretaron las siguientes reuniones:

Reuniones Virtuales: 206.

Reuniones Presenciales: 323.

Total, Reuniones concretadas Bolivia para el Mundo 2022: 529.

Logrando un monto de **118.769, 332** en intenciones de compra y se identificaron a **22 países** como destino potencial de exportaciones bolivianas de acuerdo con el siguiente detalle;

- | | |
|--------------------------|------------------|
| • México | • Estados Unidos |
| • Brazil | • Ecuador |
| • Madagascar | • Colombia |
| • Emiratos Árabes Unidos | • Bolivia |
| • Polonia | • Chile |
| • Austria | • Uruguay |
| • Italia | • España |
| • Francia | • Canadá |
| • Alemania | • Costa Rica |
| • Países Bajos | • Turquía |
| • China | • India |

Cabe mencionar que los compradores que participaron de las ruedas de negocios son representantes con poder de decisión alta y jerárquica, logrando así reuniones comerciales seguras.

Indudablemente Bolivia para el Mundo es el primer paso para muchas empresas en su proceso de internacionalización, por lo cual la organización realizó un enfoque en la asesoría personalizada. Las cifras no solo muestran el impacto de Bolivia para el Mundo al comercio exterior sino también brindan un panorama de análisis de la situación actual tanto en la producción como de la demanda internacional.

CAPITULO II

Impacto Bolivia para el Mundo



2.1. Objetivo

Dar a conocer la producción boliviana, para acceder a mercados extranjeros generando intenciones de negocios que coadyuven a las economías de nuestro país.

2.2. Objetivos Específico

Buscar y explorar nuevas oportunidades de mercado para la producción nacional.
Generar intenciones de negocio entre compradores y empresarios bolivianos.
Incrementar la experiencia de los productores en temas de negociación y oferta internacional.
Incrementar volúmenes de exportación.
Posicionamiento y ampliación de cartera de clientes
Facilitar y fomentar las relaciones comerciales.
Ser el agente de promoción internacional ante mercados extranjeros y posicionamiento nacional

2.3. Misión

Brindar un espacio virtual y presencial de negociación que permita generar oportunidades de negocio y apoyar a nuestras empresas bolivianas a ser competitivas a nivel internacional mediante nuevos formatos de llegada.

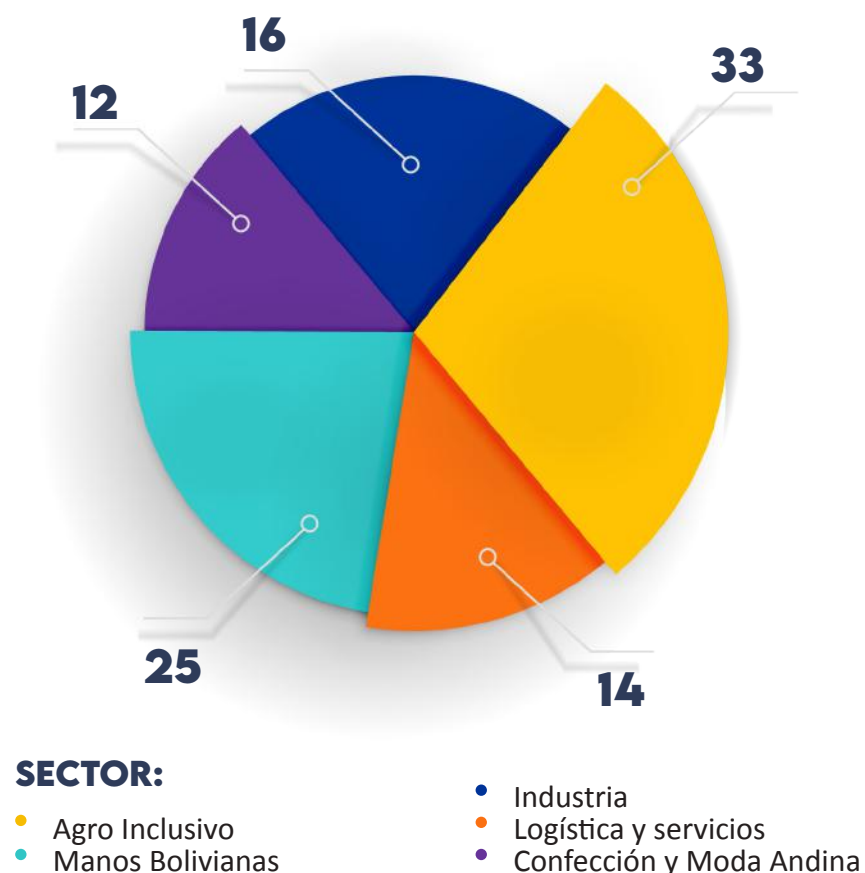
2.4. Visión

Ser líderes y referentes a nivel nacional e internacional en eventos empresariales que generen un impacto económico para nuestro país.

2.5. Expositores

Bolivia para el Mundo durante la versión 2022 registro la participación de 93 empresas bolivianas; representadas por 33% en el sector Agro Inklusivo, 25% por el sector Manos Bolivianas, 16% del sector Industria, 14% del sector logística y servicios y un 12% en el sector de confección y Moda Andina.

Gráfico 1 Composición de Empresas Participantes Bolivia para el Mundo 2022



Las empresas participantes de Bolivia para el Mundo se caracterizan por encontrarse en diferentes etapas de internacionalización, estas se clasifican en Emprendedores, Potenciales Exportadores y Exportadores.

Importante mencionar que Bolivia para el Mundo se constituye en muchos casos como el primer contacto de empresas nacionales con empresas extranjeras.

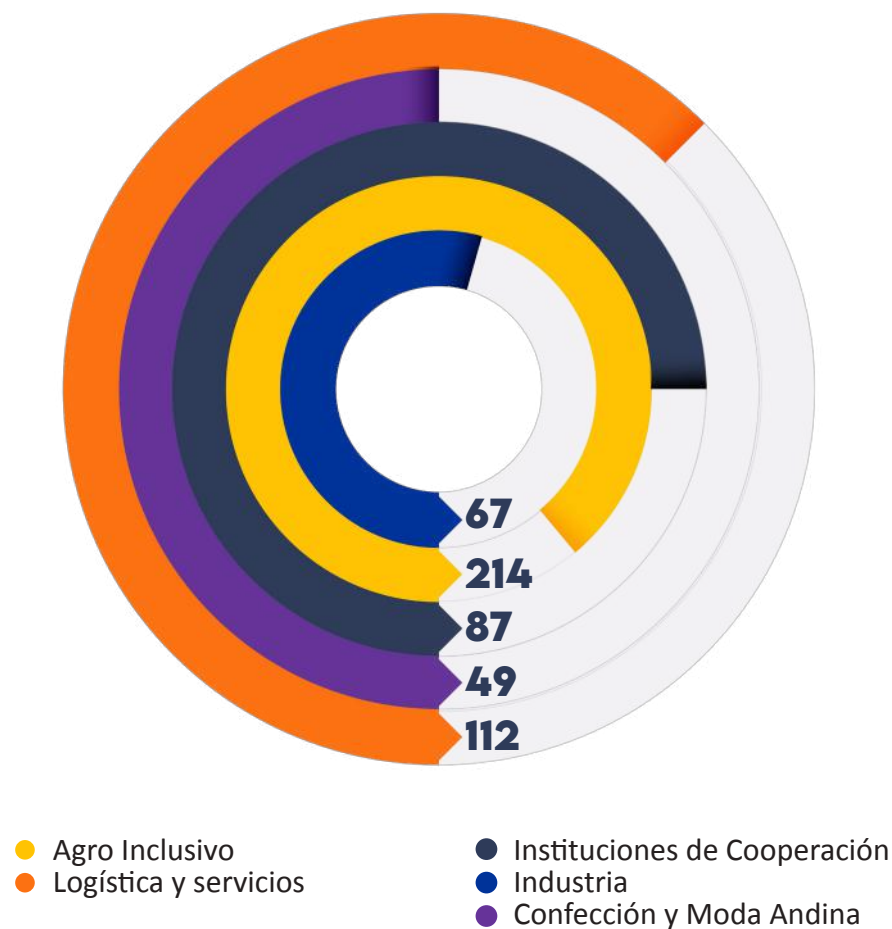
Gráfico 2 Clasificación de Expositores por Etapa de Internacionalización



2.6. Reuniones Concretadas

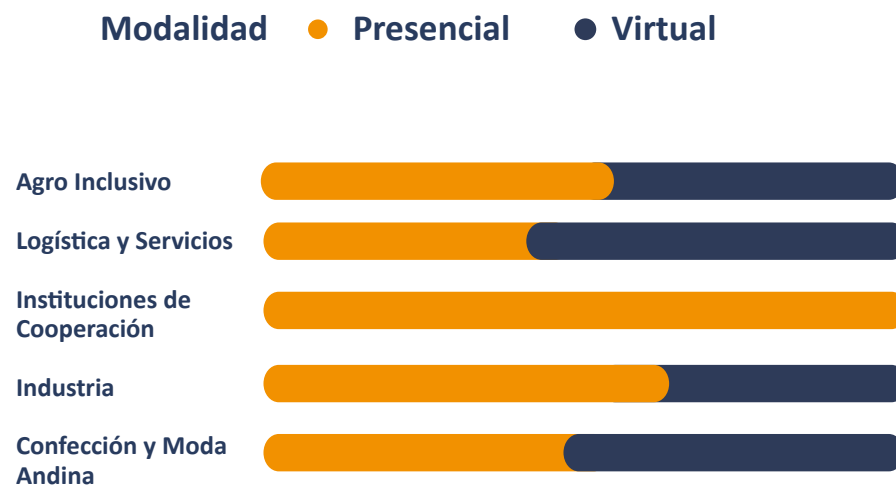
Se concretaron un total de 529 reuniones tanto virtuales como presenciales, a continuación, se descompone por sector y modalidad.

Gráfico 3 Total Reuniones Concretadas por Sector Ambas Modalidades



La siguiente ilustración describe la proporción de reuniones por sector por modalidad virtual y presencial.

Gráfico 4 Reuniones por Modalidad y Sector



2.7. Países Participantes

La versión 2022 de la feria Bolivia para el Mundo registró la participación de 22 países como potenciales destinos de exportación, sin duda resaltar la incorporación de países como Austria, Polonia y Madagascar.



2.8. Intenciones de Negocio

Las intenciones de negocio reflejan el resultado a priori de las negociaciones durante las reuniones de las ruedas de negocio. Se describe a continuación las cifras representativas en intenciones de negocio generadas en ambas modalidades.

Modalidad	Suma de Intenciones de Negocio
Virtual	\$118,769,332
Presencial	\$132,264
Total	\$118,901,596



CAPITULO III

Bolivia Para el Mundo en Cifras

3.1.

Sector

Agro Inclusivo

Participan empresas de toda la cadena productiva de agronegocios desde proveedores de insumos agrícolas, servicios complementarios, productores, acopiadores, intermediarios y comercializadoras nacionales e internacionales.

3.1.1. Nuestras Empresas

La versión 2022 de la feria Bolivia para el Mundo registró la participación de 22 países como potenciales destinos de exportación, sin duda resaltar la incorporación de países como Austria, Polonia y Madagascar.





**NUESTRAS AGUAS
SOBERANAS S.R.L**



AIPEFRUT



Bolivian Drinks



APROSAC



ARROYITO



Café Villalobos



Avati



AWES



Celccar



Barbacana



Beraca



DEL ALBA



EMAPA



Finca el Tio Cuqui



Costeñita



GEOSMINA



BODEGAS Y VIÑEDOS ARTESANALES "LOS HIJOS DE SÁNCHEZ"



DELILAC



INDSOL



INGENIO ARROCERO



INPROAL KAMAVE S.R.L.



INNOVACIÓN Y
TECNOLOGÍA
DE MÁQUINAS

3.1.2. Subsectores Agro Inclusivo

Dado el concepto integrador que tiene sector Agro Inclusivo, es vital especificar los subsectores de participación para empresas de toda la cadena de agronegocios.



Alimentos orgánicos - ecológico



Agroquímicos



Alimentos procesados.

- Insumos agrícolas - fitosanitarios.
- Fertilizantes



Alimentos artesanales.



Productos exóticos

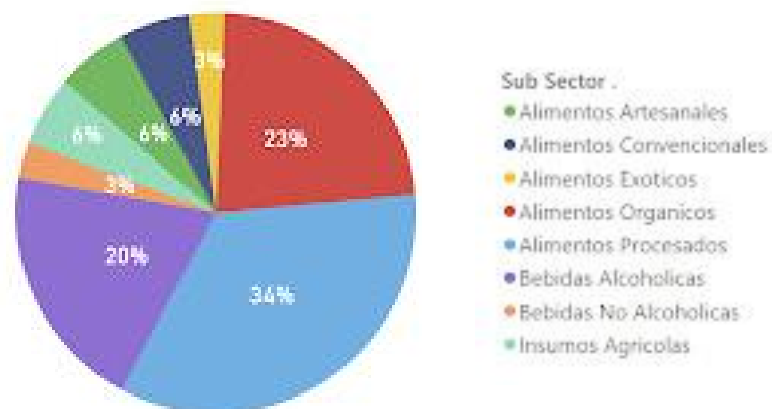


Productos bebibles.

- Alcohólicas
- No alcohólicas

El siguiente gráfico ilustra la composición de expositores por subsector.

Gráfico 9 Composición de Expositores Agro Inclusivo por Sub-Sector



Se evidencia la participación en mayor proporción de empresas de alimentos procesados y alimentos orgánicos, no obstante, las empresas dedicadas a la producción de bebidas alcohólicas se incrementaron con respecto a la versión 2021. Como se planteó el sector Agro Inclusivo aglutinó empresas de todos los subsectores propuestos, brindando así una cadena de alto valor para los compradores internacionales y productores nacionales.

3.1.3. Tipo de expositor por etapa de internacionalización

La siguiente grafica explica en función de 3 etapas de internacionalización (emprendedor, potencial exportador y exportador) la participación de empresas en el sector Agro Inclusivo, los expositores se caracterizan en mayor proporción por encontrarse en la etapa de potenciales exportadores, es decir que no registraron actividad de flujo de mercancías de exportación, no obstante, se encuentran listas para exportar tanto en aspectos técnicos, productivos y corporativos.

Gráfico 10 Clasificación por Etapa de Internacionalización Agro Inclusivo



3.1.4. Intenciones de Negocio

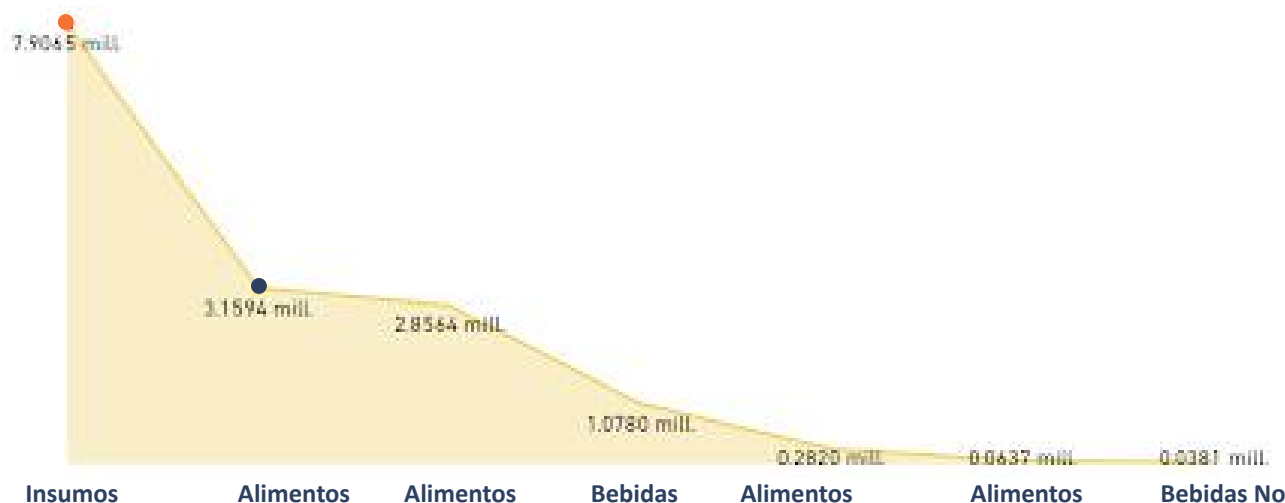
Las intenciones de Negocio tienen la particularidad de mostrar en valores monetarios USD, el resultado prematuro de las negociaciones además de brindar un dato específico para identificar el tamaño de los encuentros empresariales.

Modalidad Suma de Montos Internacionales de Negocios USD

Virtual	\$55,884,159
Presencial	\$25,258
Total	\$55,909,417

El sector Agro Inclusivo cuenta con la mayor cantidad en términos monetarios USD de intenciones de negocio de todos los sectores, es necesario recalcar la importante intención de negocio de arroz del país de México.

Gráfico 12 Intenciones de Negocio por Sub-Sector Agro Inclusivo



Como se había explicado en acápite anteriores el sector Agro Inclusive aglutina a toda la cadena productiva alimentaria por lo cual las intenciones de negocio van bajo este sentido, el subsector de insumos agrícolas compuesto por productos como urea, fertilizantes y tecnología fertilización, tuvo la mayor intención de negocios principalmente de países de la región. Los alimentos procesados y alimentos orgánicos cuentan con intenciones de negocios procedentes de Norte América y Europa.

Las bebidas alcohólicas en las cuales se encuentran vinos y singanis, sin duda por sus características de altura de suelo, son muy requeridas en Europa. No se considera en este análisis a la demanda de 40 500 000 de arroz proveniente de México.

3.1.5. Muestras Comerciales

Se identificaron como principales destinos de muestras comerciales del sector agro Inclusive los países de Austria (Bebidas Alcohólicas y Alimentos Exóticos), Brazil (Alimentos Orgánicos y procesados) y Francia (Bebidas Alcohólicas). El monto de intenciones de negocio reflejado en muestras comerciales es de 1 735 927 USD.

Gráfico 13 Países Destinos de Muestras Comerciales



Sobre la base de los datos recopilados se tiene en la tabla siguiente el valor de las muestras comerciales en intenciones de negocio expresado en USD. Austria y Brazil se destacan como principales socios comerciales, el primero por su importancia que representa de ingreso a mercados europeos y el segundo por su complementariedad y cercanía geográfica.

País de muestra

Suma de USD

Austria

\$631,970.00

Brazil

\$445,337.12

France

\$256,866.00

Italy

\$231,189.00

United States

\$142,000.00

Chile

\$19,565.00

India

\$9,000.00

Total

\$1,735,927.12

Las gestiones de envío de muestras comerciales, que son el segundo paso después de participar en un evento de promoción internacional, cuenta con el apoyo de CAMEX y su centro de desarrollo empresarial en Exportaciones CEDEX.

3.2.

Sector Confección y Moda Andina

Participan empresas textiles que ofrecen fibra de alpaca, prendas de vestir, proveedores de cuero y productos terminados de cuero como carteras, zapatos, billeteras y accesorios.

3.2.1. Nuestras Empresas Sector Confección y Moda Andina

Se conto con la participación de 11 empresas y asociación y del sector Confección y Moda Andina.



Altifibers



**APTO High Quality
Bolivian Fashion**



Fotrama



**Asociación Amerig
(Asociación de Mujeres
Emprendedoras Río
Grande)**



BOKS Moda Humana



**ORGÁNICO SANO Y
NATURAL**



Textiles Copacabana



Awaj Warmi



**Asociación Cipaet
(Centro Integral
Artesanal Eco-Turístico)**



**Asociación de Artesanos
QHANA**

3.2.2. Subsectores Confección y Moda Andina

El sector de Confección y Moda Andina aglutina empresas de distintos tipos de modalidad de actividad, es vital especificar los subsectores de participación.



Estilo de vida exclusivos

- Gorros
- Guantes
- Chalinas
- Mantillas



Moda Estacional

- Sacos
- Abrigos
- Chompas
- Beetles
- Vestidos



Confección cultural

- Color
- Generaciones
- Tecnología
- Retro

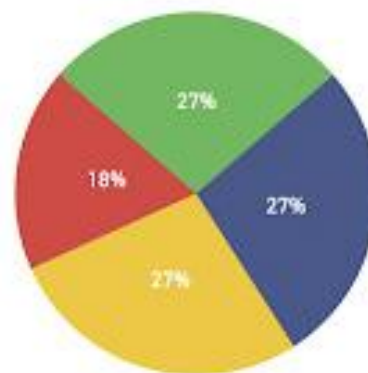


Insumos textiles

según su producción

- Fibras
- Hilos
- Cuero
- Piel

Gráfico 16 Composición de Expositores Confección y Moda Andina por Sub-Sector



Categorías

- Estilo de Vida
- Insumos para Textiles
- Moda Estacional
- Confección Cultural

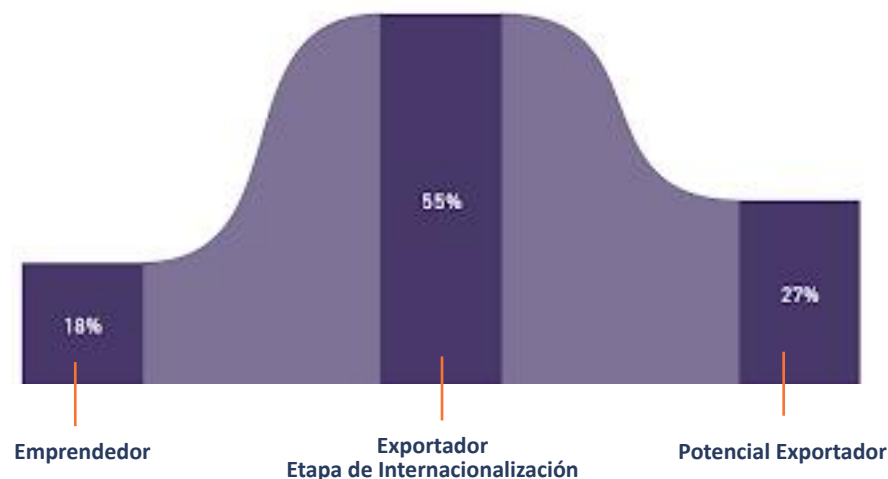
Casualmente existe una paridad en cantidad de participantes en los subsectores de Confección y Moda Andina, Estilo de Vida, Moda estacional e insumos textiles. Con el fin de que estos subsectores puedan desenvolver su actividad de manera competitiva es necesario que cuenten con una cadena productiva desarrollada, por lo cual se priorizo la participación de empresas de insumos de textiles.

3.2.3. Tipo de expositor por etapa de internacionalización

La siguiente grafica explica en función de 3 etapas de internacionalización (emprendedor, potencial exportador y exportador) la participación de empresas de Confección y Moda Andina.

El sector de Confección y Moda Andina concentró al mayor número de empresas ya consolidadas catalogadas como exportadoras. Muchas de estas empresas ya con trayectoria de hasta 20 años, fenómeno que se repite en sus potenciales compradores.

Gráfico 17 Clasificación por Etapa de Internacionalización Confección y Moda Andina



3.2.4. Intenciones de Negocio

Si bien las intenciones de negocio reflejan un dato a priori de las negociaciones, en el sector de Confección y Moda Andina los términos de negociaciones tratan en muchos casos de concretar conexiones y trabajar futuras colecciones además de adecuaciones de producto. La siguiente ilustración expone las intenciones de negocio modalidad virtual y presencial.

Modalidad	Suma de Intensión de Negocios
Virtual	\$611,211
Presencial	\$9,274
Total	\$620,485

La anterior ilustración identifica que; la modalidad virtual cuenta con mayores montos de intención de negocios dado que la modalidad presencial, en el caso específico de confección y moda andina, esa enfocada en identificar proveedores de insumos y fortalecimiento de redes de contacto empresarial.

Gráfico 19 Intenciones de Compra Sub-Sector Confección y Moda Andina

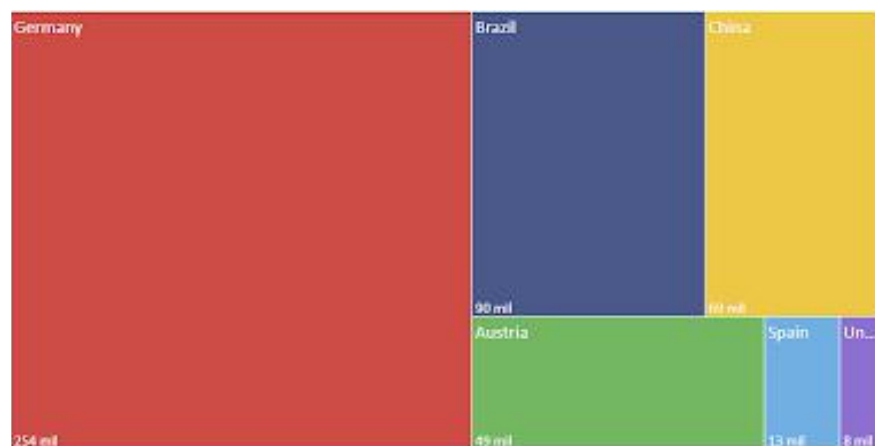


El subsector con mayor demanda durante la rueda de negocio Bolivia para el Mundo, es “Moda Estacional” la cual considera sacos, chompas, vitles vestidos y abrigos principalmente hechos de peli fino de alpaca. Estilo de Vida considera artículos como gorros, guantes y chalinas, las cuales sin duda cuentan con una demanda específica principalmente de Norte América.

3.2.5. Muestras Comerciales

Los principales destinos de muestras comerciales de textiles e insumos textiles son Alemania, Brazil y China. Un enfoque especial a Alemania dado que es uno de los mayores compradores de prendas de pelo fino a nivel mundial.

Gráfico 20 Muestras Comerciales Confección y Moda Andina Según País Destino



El total de muestras comerciales expresada en montos de intenciones de negocio en el sector de Confección y Moda Andina es de 481 461 USD, valor que indica el potencial de negocio que existe al enviar estas muestras a sus respectivos destinos.

País de muestra	Suma de USD
Germany	\$254,000.00
Brazil	\$89,500.00
China	\$69,000.00
Austria	\$48,850.00
Spain	\$12,611.29
United States	\$7,500.00
Total	\$481,461.29

3.3.

Sector Industria

Participan empresas productoras que ofrecen embalaje, tecnología, maquinaria, herramientas y productos derivados de minerales.

3.3.1. Nuestras Empresas Sector Industria

Se contó con la participación de 15 empresas del sector Industria





BRAMAX



CARPIMODER



**RIOYATA MADERA IMPORT
EXPORT S.R.L.**



Fácil Cementos Adhesivos



**"IBAÑEZ" BARRACA Y
CARPINTERIA**



TAJIBOS DEL CARMEN



Innova Plast



INTI



Textiles Copacabana



Maderas Almaraz



PLASTIC Z



**Telares e Hiladoras
Bolivianas**



AMAVI



Ascawood

Participan empresas productoras que ofrecen embalaje, tecnología, maquinaria, herramientas y productos derivados de minerales.

3.3.1. Nuestras Empresas Sector Industria

Se contó con la participación de 15 empresas del sector Industria



Eco Industria

- Reciclaje
- Empaque
- Biocombustible



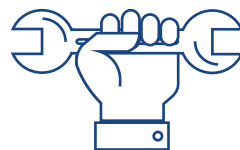
Actividades Extractivas

- Oro
- Ulexita
- Yeso
- Aluminio
- Estuco



Salud y Cosmética

- Farmacias
- Laboratorios



Equipamiento Productivo

- Insumos Industriales (Hornos)
- Productos Complementarios
- Maquinaria (en general)
- Repuestos (en general – industriales)

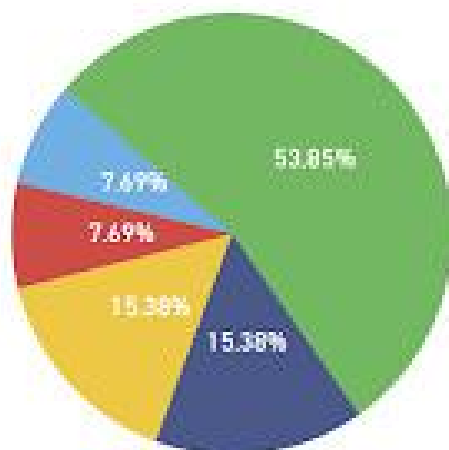


Madera y sus Manufacturas en Pro del Medio Ambiente

- Aserradores
- Acabado de muebles
- Productos forestales

El siguiente grafico ilustra la composición de expositores por subsector.

Gráfico 23 Composición de Expositores Industria por Sub-Sector



Sub sectores

- Madera y sus Manufacturas en Pro del Medio Ambiente
- Eco Industria
- Salud y Cosmética
- Actividades Extractivas
- Equipamiento Productivo

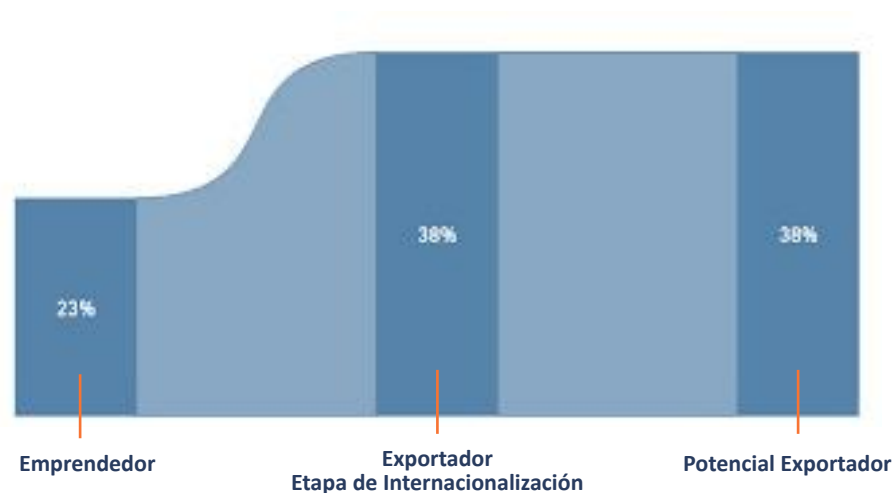
Es evidente el potencial de producción forestal que existe en el país cerca de 130.681 ha de producción, esto se refleja en la participación de este sector. Todas estas empresas cuentan con un manejo sostenible de los suelos y territorios además de sus correspondientes registros y certificaciones para su correcto funcionamiento. Asimismo, conscientes del impacto ambiental que generan estas actividades, se realizó un enfoque integral en la sustentabilidad traducida en el subsector de eco industria el cual hace referencia a empaques y embalajes amigables con el medio ambiente.

3.3.3. Tipo de expositor por etapa de internacionalización

La siguiente grafica explica en función de 3 etapas de internacionalización (emprendedor, potencial exportador y exportador) la participación de empresas de Confección y Moda Andina.

El sector de Industria es caracterizado por empresas medianas y grandes, lo cual implica una capacidad tanto productiva como de gestión adecuada para la exportación, esto explica el tipo de empresa que participa en este sector en mayor cantidad empresas con potenciales exportador y exportadores consolidados.

Gráfico 24 Clasificación por Etapa de Internacionalización Industria



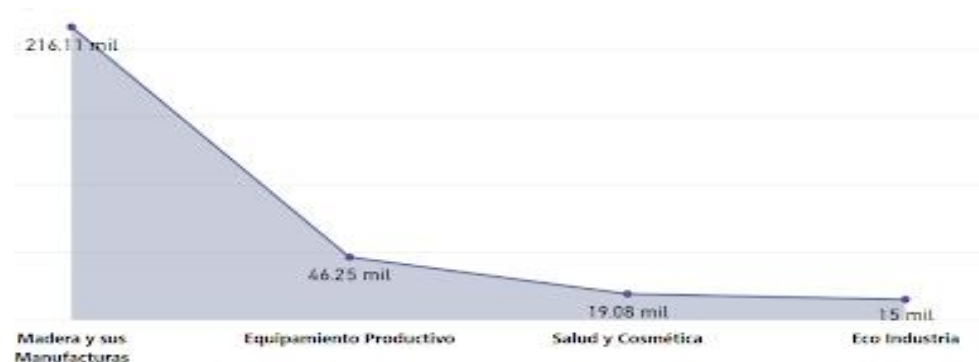
3.3.4. Intenciones de Negocio

El sector de industria contempla intenciones de negocio de grandes volúmenes y diferente destino, en el caso específico de madera las intenciones de negocio están enmarcadas en demandas mensuales de maderas exóticas y manufacturas. Los demás productos como cosméticos y fármacos centran sus intenciones de negocios en productos terminados.

Descripción	Suma de Intenciones de Negocios
Metales Preciosos	\$61,976,418
Presencial	\$97,733
Virtual	\$297,544
Total	\$62,371,695

Durante el desarrollo de la feria internacional Bolivia para el Mundo, existieron varios compradores interesados en distintos productos de origen boliviano, tal es el caso del Oro refinado el cuenta con la demanda de 1 ton, paralelamente el sector de Industria conto con las mayores intenciones de negocio en la rueda presencial llegando a si a un monto de 97 733 USD.

Gráfico 26 Intenciones de Compra Sub-Sector Industria

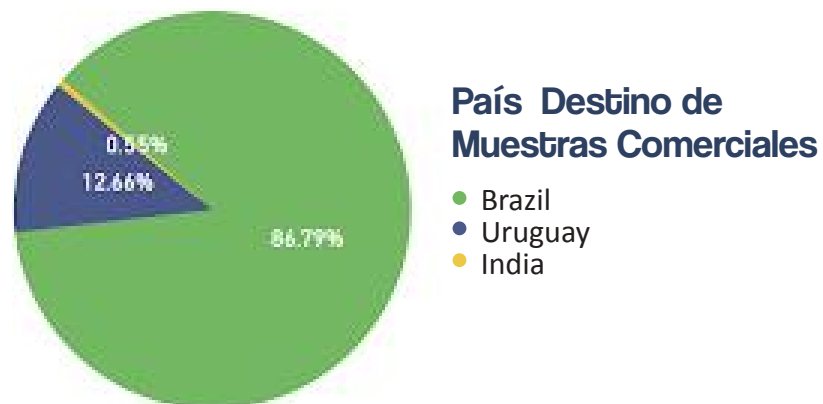


El subsector con mayor demanda, excluyendo a metales preciosos, es Madera y sus Manufacturas seguido de Equipamiento Productivo, Salud y Cosmética y por último Eco Industria.

3.3.5. Muestras Comerciales

Las muestras comerciales en sector específico de Industria deben ir acompañados de documentación que pruebe sus condiciones de calidad, pureza, especie y certificaciones de sostenibilidad.

Gráfico 27 Muestras Comerciales Industria Según País Destino



Durante el desarrollo de la feria internacional Bolivia para el Mundo, existieron varios compradores interesados en distintos productos de origen boliviano, tal es el caso del Oro refinado el cuenta con la demanda de 1 ton, paralelamente el sector de Industria conto con las mayores intenciones de negocio en la rueda presencial llegando a si a un monto de 97 733 USD.

Países destino de muestras comerciales	Suma de intenciones de negocio
Uruguay	\$24,750.00
India	\$1,080.00
Brazil	\$169,650,05
Total	\$195,480.05

3.4.

Sector logística.

3.4.1. Nuestras Empresas Sector Industria

Se contó con la participación de 13 empresas del sector Logística y Servicios.





BRUSECO SRL



**JETSTAR CARGO
LOGISTICS SRL**



RANSA



DRAKKAR LOGISTICS



NOVALOGBO



WIC LOGISTIC



SISARM



DHL



BOLOG



**MULTITRANSPORTE
INTERNACIONALES**



Scharff BOLIVIA SRL

3.4.2. Subsectores Logística y Servicios

El sector Logística y Servicios aglutina empresas de distintos subsectores que operativizan las operaciones de comercio exterior.

Sub-Sectores de Logística y Servicios



Servicios Logísticos Complementarios

- Agencias Despachantes
- Consultores y Asesores en servicio logístico
- Certificadores de Calidad
- Puertos



Operadores de Cargas

- Forwarders
- Agentes de Carga
- Couriers Nacional e Internacionales
- Operadores de Última milla



Transporte Internacional/ Nacional

- Terrestre
- Aérea
- Marítima



Agentes Financieros

- Brokers de Seguros
- Aseguradoras
- Leasing

El sector de logística y servicios se constituye como un eje transversal para todos los demás sectores de la feria Bolivia para el Mundo, con el fin de facilitar las operaciones de envío de muestras comerciales y evaluar nuevas opciones de transporte. El sector está compuesta de la siguiente forma:

Gráfico 30 Composición de Expositores Logística y Servicios por Sub-Sector

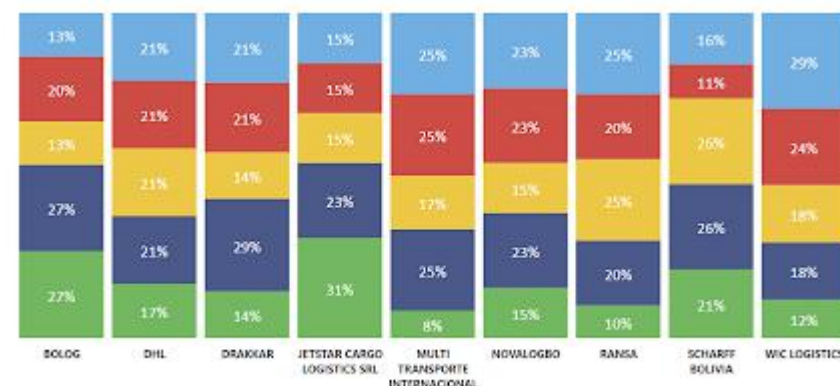


Dado el perfil de empresas participantes en la feria Bolivia para el mundo y considerando al sector de logística un eje transversal, se registró la participación de empresas logísticas de servicio integral respondiendo a las necesidades de los participantes de Bolivia para el Mundo tanto nacionales como compradores internacionales. El sub-sector de Servicios logísticos complementarios agrupa empresas de mejoramiento productivo y gestión empresarial se resaltan empresas con presencia internacional.

3.4.3. Características Empresas Participantes Sector Logística y Servicios

Con el fin de identificar las características de las empresas participantes se calificó en base a 5 ejes (Carga Consolidada, Tramos Internacionales, Tamaño de Flota, Servicio Personalizado, Coordinación con Puertos), las características de cada una de las empresas participantes del sector Logística y Servicios.

Gráfico 31 Características por empresas Logística y Servicios



Ejes

- Promedio de Carga Consolidada
- Promedio de Tramos Internacionales
- Promedio de Tamaño de Flota
- Promedio de Servicio Personalizado
- Promedio de Coordinación con Puertos

La ilustración 31 indica las características por empresas; por ejemplo, la empresa Bolog en función de la calificación de participantes tanto nacionales como internacionales cuenta con mayor calificación en tramos internacionales y manejo de carga consolidada. Bajo esta lógica podemos identificar potencialidades de las empresas participantes del sector Logística y Servicios en base a información recolectada de primera fuente.

3.4.4. Intenciones de Negocio

La forma adecuada de medir el resultado de las ruedas de negocio del sector de Logística y Servicios es identificar la cantidad en intenciones de movimiento de carga expresada en toneladas.

Gráfico 32 Total Intención de Movimiento de Carga

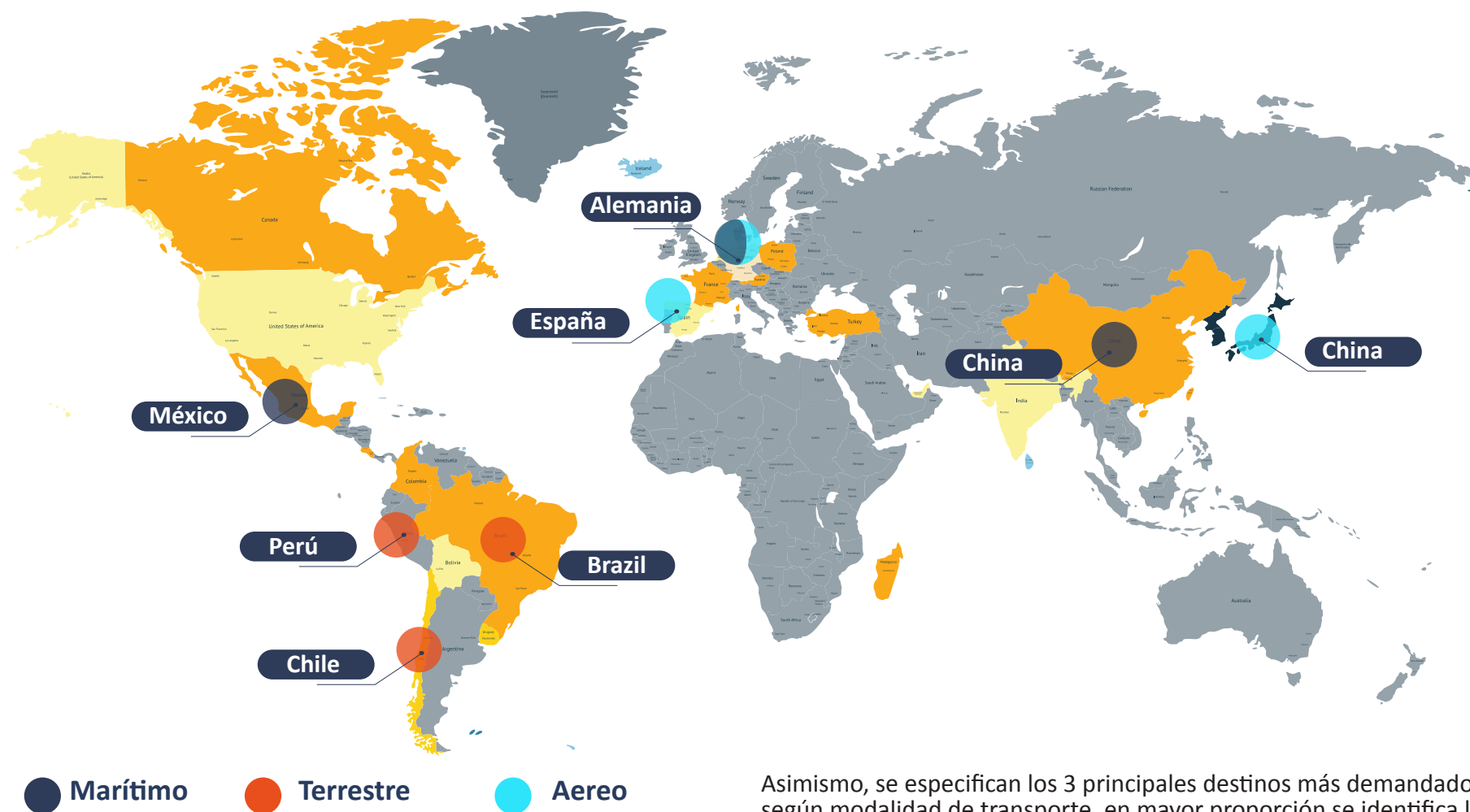
Modalidad de transporte	Suma de intención Movimiento de Carga (Tn)
Terrestre	2148
Marítimo	848
Aereo	7
Total	3003

El total de intención de movimiento de carga es de 3003 toneladas, el gráfico 32 explica este dato en función de la modalidad de transporte ofertado por las empresas logísticas.

Gráfico 33 Principales Destinos según Modalidad de Transporte

Destino	Modalidad de Transporte
Brazil	Terrestre
Chile	Terrestre
Perú	Terrestre
Alemania	Marítimo
China	Marítimo
Mexico	Marítimo
Alemania	Aereo
España	Aereo
Japón	Aereo

Gráfico 34 Principales Destinos Demandados de Movimiento de Carga según modalidad de transporte



Asimismo, se especifican los 3 principales destinos más demandados según modalidad de transporte, en mayor proporción se identifica la demanda transporte de carga terrestre hacia Chile y Perú.

3.5.

Sector Manos Bolivianas

Participan empresas que se caracterizan por ofrecer productos hechos a mano, innovadores y amigables con el medio ambiente.

3.5.1. Nuestras Empresas Manos Bolivianas

Se contó con la participación de 23 emprendimientos en el sector de Manos Bolivianas.





**ARTESANIAS PUNTITO
A PUNTITO**



ARTE Y ENSUEÑO



**EPOO COSMÉTICA
NATURAL**



**ARTESANIAS LIDIA
INNOVADORA**



**AWICHAS TEJIDOS
ARTESANALES**



**KATIKA “Creaciones
Personalizadas”**



**CML CARTERAS Y
ACCESORIOS**



COSAS LINDAS



**GLAMMY COSMETICA
NATURAL ARTESANAL**



GHADA ACCESORIOS



KUTIK INNOVATION



YANAY



**ARTESANIAS PUNTITO
A PUNTITO**



ARTE Y ENSUEÑO



YIFE



**ARTESANIAS LIDIA
INNOVADORA**



PUNTO POR PUNTO



ANA LUNA



**RETABLOS ARTESANALES
BOLIVIA**



SABAZAR



WOW ARTISTIC IDEAS



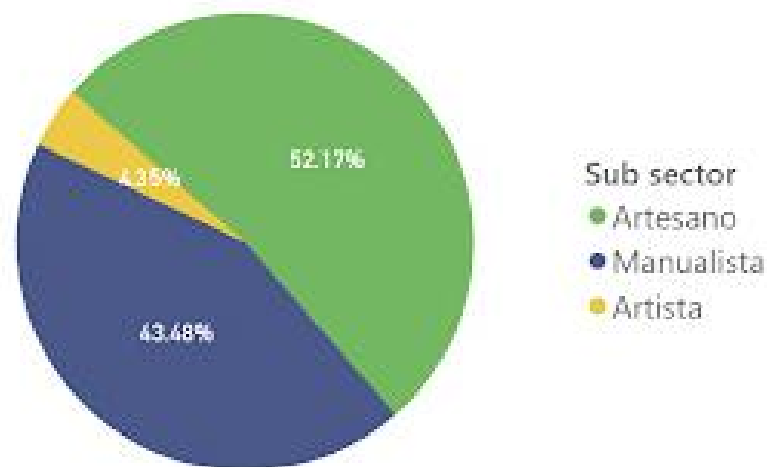
**CENTRO DE PROMOCION DE LA
MUJER GREGORIA APAZA
"WARMI TO WOMAN"**

3.5.2. Subsectores Manos Bolivianas

El sector Manos Bolivianas aglutina emprendimientos clasificados en artesanos, manualistas y artistas con distintos tipos de técnicas y métodos de producción.

El sector de manos bolivianas aglutina distintos tipos de emprendimientos con varios tipos de técnicas y empleo de varios materiales, cabe destacar la participación de emprendimientos del interior del país.

Gráfico 36 Composición de Sub-Sectores Manos Bolivianas



Decoración Andina

- Artesanías bolivianas.
- Madera
- Cerámica
- Pintura



Tendencia Cultural

- Hilado a mano
- Artesanías recicladas



Para el uso del diario vivir con identidad nacional

- Bisutería
- Joyería
- Cosméticos
- Artesanías

Se identifica en mayor proporción la participación de artesanos y manualistas en el sector de manos bolivianas. Dentro de la distribución de genero se puede identificar la participación de 99% de mujeres que lideran el emprendimiento participes de la feria Bolivia para el Mundo 2022.

3.6. Tendencias de Consumo Internacional

Durante la feria Bolivia para el Mundo se identificó, mediante entrevistas con los compradores internacionales, tendencias de consumo de productos importados desde Bolivia.

Se estructuraron 7 ejes de atributos de demanda internacional.

Ejes de Demanda Internacional:

- Calidad
- Marca
- Precio
- Experiencia de la empresa boliviana
- Adecuación de producto
- Responsabilidad Social
- Capacidad de producción

Este listado es producto de la fase exploratoria donde se rescataron atributos de estudios anteriores relacionados al tema. Estos ejes nos ayudan identificar mediante parámetros objetivos las preferencias internacionales en Bolivia para el Mundo 2022.

3.6.1. Sector Agro Inclusivo

Durante la feria Bolivia para el Mundo se pudo identificar que la capacidad de producción, el precio y la experiencia de la empresa son los atributos más importantes que el comprador prefiere al momento de realizar negocios con empresas bolivianas en el sector Agro Inclusivo, cabe recalcar que la marca y la responsabilidad social no son atributos que los compradores están interesados, no obstante la calidad aún sigue estando en altos niveles de importancia específicamente en superfoods, certificaciones como la ISO 22000 son básicas para

competir a nivel internacional. La adecuación de producto tomada desde un punto de envases y embalajes incrementan las posibilidades de concretar negocios, mas importante aún es contar con precios competitivos tanto en términos FOB o CIF.

Gráfico 37 Preferencias Internacionales Agro Inclusivo



3.6.2. Confección y Moda Andina

En el sector de confección y moda andina existe clara variación en preferencias, claramente los compradores están interesados en la calidad y la adecuación del producto (tallas, medidas y colores) además de la experiencia de exportación de la empresa, la marca no es un factor importante al momento de realizar negocios, no obstante, el éxito depende mucho de las muestras comerciales que se vayan a consolidar.

Gráfico 38 Preferencias Internacionales Confección y Moda Andina



El precio toma importancia desde la perspectiva de competir con productos idénticos del país de Perú, la ventaja competitiva boliviana es el empleo de 100% alpaca y sus variaciones en diseños y alta moda.

3.6.3. Industria

El mayor enfoque de los compradores esta la capacidad de producción y precio en el sector de Industria. El precio es muy importante al momento de concretar negocios más si se tratan de productos que cotizan en bolsa o son volátiles ante cambios de la estructura de mercado, considerando que muchos de estos productos pueden ser encontrados en la región o África (madera y minerales). La marca vuelve a constituirse como un factor no influyente al momento de la compra de productos bolivianos.

Gráfico 39 Preferencias Internacionales Industria



CAPITULO IV

Actividades

Bolivia para el Mundo

Bolivia para el Mundo en su versión 2022, contó con 6 actividades estratégicas que generan valor para sus participantes nacionales como internacionales.

4.1. Capacitaciones

El objetivo de las capacitaciones es impulsar y mejorar las habilidades, conocimientos y competencias de los participantes de la feria internacional “Bolivia para el Mundo” en su segunda versión, buscando que su desempeño en la misma sea de gran ayuda en la obtención de nuevos socios estratégicos y la promoción de sus productos y/o servicios.

- **Modalidad:** Virtual, plataforma Zoom
- **Fecha:** 27 de octubre al 08 de noviembre
- **Horarios:** de 17:00 a 22:00 de lunes a viernes

14 Instituciones Nacionales e Internacionales

Los programas:

“Aprende a Exportar” - 5 capacitaciones

“Sustentabilidad” - 5 capacitaciones.

“Como participar en una rueda de negocios” - 9 capacitaciones.



4.2. Punto CAMEX

Con el fin de posicionar la oferta exportable de Bolivia ante instituciones públicas y privadas cuerpo diplomático estratégicamente CAMEX dispuso de sus instalaciones para conocer a los diferentes sectores que ofertan productos con calidad de exportación.

El punto CAMEX exhibió productos de acuerdo con las muestras enviadas por los expositores en instalaciones y el patio diseñando un espacio donde puedan conocer el producto, tomarse fotos y en algunos casos degustar del producto.

Las visitas fueron agendadas de acuerdo con el siguiente Orden:

- Cuerpo Diplomático e instituciones Públicas y Privadas y Ministerios y Medios de comunicación.
- Universidades, Institutos, estudiantes de último año
- Público en general.

Embajada	Embajada Americana
Empresa	Inti Wara
Empresa	Asociación artesanal señor de mayo
Cámara	Directorio CAMEX
Empresa	Ghada Accesorios
Empresa	Epo Cosmética Natural
Embajada	Embajada Argentina
Universidad	Unifranz
Embajada	Embajada Alemania
Institución	Swisscontac



Universidad	UTB
Institución Pública	GAML P
Empresa	Empresa de Publicidad
Universidad	Universidad real de la cámara de comercio
Institución	Institución Pública Desconcentrada "Soberanía Alimentaria"

4.3. Lanzamiento

Con el fin de presentar una feria innovadora, y lograr promover la oferta exportable en su segunda versión Bolivia para el Mundo” Feria Multisectorial se realizó el lanzamiento en el salón Tiwanaku del Ministerio de Relaciones Exteriores del Estado Plurinacional de Bolivia.

El lanzamiento tiene como principal objetivo promover la feria “Bolivia para el Mundo 2da. Versión.” a través de los diferentes medios de comunicación, organizaciones empresariales y comunidad en general.

Lugar: Salón Tiwanaku de Cancillería.

Hora: 09:30 am a 12:00 pm

Asistencia

Asistencia

Modalidad	Cantidad de Asistentes
Presencial	150 personas
Virtual	1000 personas

En representación de

- Empresas participantes
- Instituciones Públicas y Privadas
- Cuerpo Diplomático
- Cámaras Empresariales
- Compradores Internacionales
- Instituciones Internacionales de Cooperación



4.4. Rueda Virtual

La propuesta de Rueda Virtual se planificó de forma sectorial con el fin de entregar mayor asertividad en la búsqueda de Mercados Internacionales, la característica principal de esta actividad estratégica es que cada empresa contó con un mediador que permitió al expositor llegar a una negociación rentable y puntual de tal forma que el comprador entre en dinámicas de negociación efectivas.

Rueda de Negocios Virtual 10 al 21 de noviembre

Jueves 10 y viernes 11 de noviembre.

Presentación del “Sector Agro Inclusivo”

Productos relacionados con alimentos orgánicos, superfoods, bebidas no alcohólicas, vinos singanis y productos alimenticios exóticos.

Lunes 14 y martes 15 de noviembre.

Presentación “Sector Confección y Moda Andina”

Productos relacionados a moda, confección de accesorios, calzados, textiles y cuero.

Miércoles 16 y jueves 17 de noviembre.

Presentación “Sector Industria”

Empresas productoras que ofrecen embalaje, tecnología, maquinaria, herramientas y productos derivados de minerales.

Viernes 18 y lunes 21 de noviembre.

Presentación “Sector Logística”

Empresas que ofrecen servicios de logística y asesoría técnica legal, con el fin de ser un intermediario operativo entre las empresas productoras bolivianas y compradores internacionales.



4.5. Rueda Presencial

Las Ruedas de negocios B2B no solo son herramientas para el crecimiento sino el centro de mayor parte de los negocios. Ya sea para proveer entre marcas y compradores conectar con personas y empresas en los eventos.

Entre las actividades programadas para la feria “Bolivia para el Mundo 2da. versión” se llevó a cabo la Rueda de Negocios de manera presencial. Esto con el fin de brindar oportunidades de crecimiento a empresas bolivianas, ampliar su mercado y realizar intenciones de negocios a futuro con compradores internacionales.

Rueda de negocios presencial el 23 de noviembre

“Multisectorial” Participaron empresas de los cinco sectores:

**Sector
Industria**

**Sector
Agro
Inclusivo**

**Sector
Confección y
Moda Andina**

**Sector
logística.**

**Sector
Manos
Bolivianas**



4.6.

Business Cocktail

Con el propósito de generar un espacio de negocios y obtener contactos estratégicos de diferentes aliados nacionales e internacionales y lograr relaciones directas con participantes de Bolivia para el Mundo y los diferentes representantes de mayor poder de decisión de negocios; como ser instituciones públicas, compradores internacionales cuerpo Diplomático aliados y viceministros de gobierno demostrando el objetivo del evento que fue dar a conocer los resultados obtenidos de la feria Bolivia para el Mundo.

Rueda de negocios presencial el 23 de noviembre

“Multisectorial” Participaron empresas de los cinco sectores:



CAPITULO V

Nuestro Equipo

Conoce al equipo que hay detrás de cada actividad de Bolivia para el Mundo

• Presidente	Carlos Rafael Ramon Antonio Jitton Vacaflor
• Vicepresidente	Harry Milton Bellido Tapia
• Director	Thania Huayllani Arcayne
• Director	Erick Vasquez Paco
• Director	Yessika Janeth Kristeller Antezana
• Director	Elena Cirbian K.
• Director	Humberto Jorge Bohrt Artieda
• Director	Rodrigo Pomier Salas
• Director	Luis Guillermo Pou Mont Serrano
• Director	Gerardo Boscko Ismael Acosta Moncada
• Director	Jorge Alejandro Torrico Girona
• Director	Antonia Rodriguez Medrano
• Director suplente	Oscar Jesus Caero Lujan
• Director suplente	Luis fernando Calderon Gozalves



LIC. NORTHON CABRERA
GERENTE GENERAL



LIC. LACEY TELLERIA
RESPONSABLE CEDEX



LIC. INGRID BRAVO
ASISTENTE DE GERENCIA



LIC. VIVIANA GUTIERREZ
CONTADORA



LIC. MARCOS HUAYTA
ASISTENTE CEDEX



LIC. HEIDY YANARICO
EJECUTIVA CEDEX -CAMEX



LIC. SABRINA ALVARADO
EJECUTIVA CEDEX - CAMEX



LIC. MILENCA QUISPE
EJECUTIVA CEDEX - CAMEX



LIC. MIRIAM CHAVEZ
EJECUTIVA CEDEX - CAMEX



**LIC. GHERALDINE
MICHEL LINARES**
EJECUTIVA CAMEX



LIC. BRIAN PILCO
EJECUTIVO CEDEX -CAMEX



LIC. GIOVANNA HUANCA
EJECUTIVA CEDEX -CAMEX



LIC. IVAN PAZ MANCILLA
EJECUTIVO CEDEX - CAMEX



LIC. YULIE TORREZ QUISPE
EJECUTIVA CEDEX -CAMEX



JAVIER POMA QUISBERT
EJECUTIVO CEDEX -CAMEX



LIC. JOCELYN AJATA VARGAS
EJECUTIVA CEDEX - CAMEX



LIC. IRINA MACHICAO
EJECUTIVA CEDEX - CAMEX



LIC. DAYANA CONDORI CASA
EJECUTIVA CEDEX - CAMEX



Gabriela Alejandra Martínez Alarcón
EJECUTIVA CEDEX - CAMEX



LIC. SARAHY CHOQUE LAGUNA
EJECUTIVA CEDEX



LIC. ANTHONY AUZA
EJECUTIVO CEDEX -CAMEX

Memoria de Negocios



cedex@camexbolivia.com
acedex@camexbolivia.com
camexlp@camexbolivia.com



Av. Arce Esquina. Goitia Nro. 2021
La Paz - Bolivia.



+591 73520091

**Feria multisectorial
y Rueda de Negocios**

Bolivia
para el
Mundo
C A M E X