

ENCUENTRO EMPRESARIAL ANDINO

COMUNIDAD ANDINA: ESTA ES MI TIERRA, ESTA ES MI CASA



BOLIVIA • COLOMBIA • ECUADOR • PERÚ



PRESENTACIÓN

Sin duda, a lo largo de los más de cuarenta y dos años de integración andina, uno de los logros más visibles del proceso andino de integración ha sido el crecimiento del comercio entre nuestros países, que ha permitido una sólida relación de interdependencia económica y social.

En el año 2011, el comercio entre los países de la Comunidad Andina alcanzó la cifra récord de **9 187 millones de dólares**, confirmando la tendencia creciente que han tenido las exportaciones intracomunitarias, sobre todo desde la conformación del mercado andino que permite que los productos de origen andino puedan circular libremente por toda la región, sin necesidad de pagar aranceles.

El balance del tramo recorrido por la CAN resulta entonces sumamente positivo: El crecimiento del comercio intra-andino en **174 veces** más al que registraba a inicios del proceso andino de integración, hace cuatro décadas.

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

Es con este impulso que el Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores, en Reunión Ampliada con la Comisión, el pasado 2010 aprobó la Agenda Estratégica Andina, a través de la cual los Países Miembros de la CAN asumen el compromiso de preservar los logros adquiridos, y se comprometen a impulsar el desarrollo del comercio andino, desarrollando nuevas oportunidades de inclusión económica y solidaridad social y la promoción de la complementación económica y de la producción y consumo sostenibles.

En esa línea, y bajo la Presidencia Pro Témpore a cargo de la República de Colombia, los Países Miembros de la CAN han tomado decisiones y acciones dirigidas a dar impulso aún mayor al comercio y al desarrollo productivo, como la reactivación del Comité Andino de Autoridades de Promoción de Exportaciones, así como la participación conjunta en una feria especializada y la realización del **Encuentro Empresarial Andino**.





ENCUENTRO EMPRESARIAL ANDINO

Índice

<i>Presentación</i>	3
<i>Parte I</i> <i>Importancia del Mercado Andino para</i> <i>los países de la CAN</i>	5
<i>Parte II</i> <i>Encuentro Empresarial Andino</i>	12
<i>Parte III</i> <i>Organismos de Promoción de Exportaciones</i> <i>de la CAN</i>	17
<i>Parte IV</i> <i>Derechos Económicos y Empresariales en la CAN</i>	22

Importancia del Mercado Andino para los países de la CAN

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



COMUNIDAD ANDINA: Un mundo de oportunidades

Hace más de 42 años, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia decidimos conformar la Comunidad Andina, para JUNTOS avanzar hacia un **desarrollo justo y equilibrado**, que permita mejorar nuestro nivel de vida, a través de la integración y la cooperación económica y social.

Desde entonces, hay avances concretos. El Producto Interno Bruto regional que en 1970 alcanzaba solamente los 16 098 millones de dólares, al 2011 significó un total de 575 980 millones de dólares: un crecimiento de más de 32 veces. Esto no es gratuito: las políticas de intercambios comerciales positivas, la reducción de trámites exportadores, la eliminación de aranceles, las normas comunes (en materia de calidad, sanidad agropecuaria, inversiones, transporte, doble tributación, política de competencia), la mejora de infraestructura vial para el transporte de mercancías, etc., han permitido que las exportaciones entre los países andinos crezcan 174 veces en poco más de cuatro décadas, pasando de escasos 53 millones de dólares en 1969, a alcanzar **9 187 millones de dólares** al 2011.

El peso más fuerte de la integración comercial en la CAN está en la industria manufacturera, que ha generado un plus comparativo exportador frente a terceros mercados -donde se centran los *commodities*-. El mercado andino ha logrado promover una gran cantidad de puestos de trabajo en la región.

El año 2011, del total de las exportaciones intra-andinas, el 74% corresponde a productos manufacturados, lo que significa una cifra superior a los \$ 6 000 millones, permitiendo la participación de miles de empresas y trabajadores que se han visto beneficiados ante las normativas de facilitación del comercio que la Comunidad Andina ha logrado consolidar.



El ser parte de la Comunidad Andina permite ampliar las ventajas y posibilidades de intercambios comerciales en la región e incrementar las economías locales, promoviendo así el desarrollo económico y social de nuestros Pueblos.

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

La CAN en cifras*

Somos **4** países andinos

Más de **100 millones** de ciudadanos andinos

575 980 millones de dólares de PIB (es decir: 5 711 dólares por cada ciudadano andino)

6,1% de crecimiento del PIB

9 187 millones de dólares en exportaciones entre países andinos

132 mil millones de dólares en exportaciones al mundo

Cerca del **80%** de los productos que se comercializan entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú **son manufacturados**

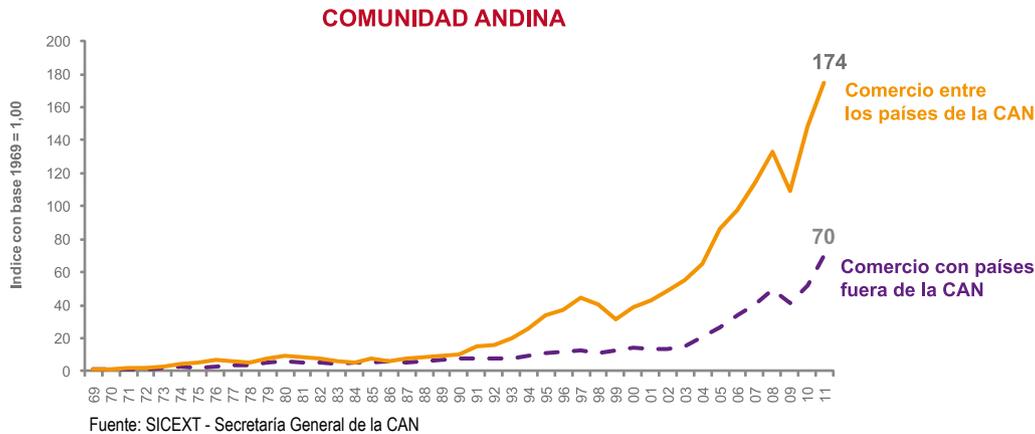
*Cifras al 2011



Las exportaciones de los países andinos al mercado ampliado de la CAN han mostrado un mayor dinamismo que las dirigidas a terceros mercados

El comercio entre los países andinos ha crecido en 43 años 174 veces, mientras que el dirigido a terceros países aumentó 70 veces. La tasa de crecimiento promedio anual fue de 13.1% en el caso de las exportaciones intracomunitarias y de 10.7 en el de las exportaciones extracomunitarias.

Esto evidencia el impacto positivo de las acciones desarrolladas por los Países Miembros para normar de una manera armonizada el comercio intracomunitario y adoptar un conjunto de instrumentos y políticas comunes que regulan el mercado andino, garantizando su buen funcionamiento.



El comercio intra-andino ha venido creciendo de manera sostenida en los últimos años. En el 2011, alcanzó la cifra récord de 9 187 millones de dólares. **Se estima que en el 2012 continuará esta tendencia progresiva.**

EXPORTACIONES INTRA COMUNITARIAS (Millones de dólares)

ENERO-DICIEMBRE 2011

PAÍS EXPORTADOR	PAIS DE DESTINO				Intra Comunitarias	Estruc. %
	Bolivia	Colombia	Ecuador	Perú		
Bolivia		221	39	454	714	8
Colombia	139		1 899	1 390	3 428	37
Ecuador	22	1 023		1 724	2 770	30
Perú	438	1 022	815		2 275	25
					9 187	100

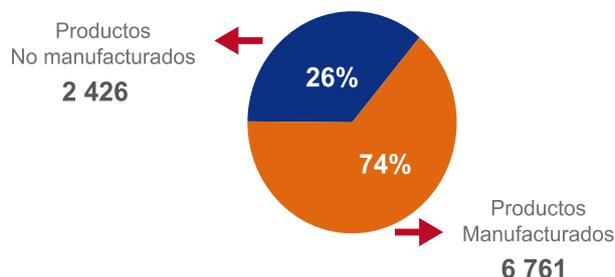
Fuente: SICEXT - Secretaría General de la CAN

El 74% de la oferta exportable de los países andinos dirigida al mercado ampliado de la CAN está compuesto por productos manufacturados

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

En el 2011, del total de las exportaciones de los países andinos al mercado ampliado (9 187), el 74% corresponde a la industria manufacturera (6 761 millones de dólares). Este tipo de comercio genera empleo de calidad.

EXPORTACIONES A LA CAN 2011 (En millones de dólares y porcentaje)



El total de exportaciones a la CAN es de **9 187 millones de dólares**

Fuente: SICEXT - Secretaría General de la CAN

BOLIVIA

Del total de los productos exportados por Bolivia al mercado andino, **el 62,2% corresponde a productos manufacturados.**

(Fuente: INE Bolivia)

Principales productos manufacturados exportados a la CAN



COLOMBIA

Del total de los productos exportados por Colombia al mercado andino, **el 89% corresponde a productos manufacturados.**

(Fuente: SICEX - SG CAN)

Principales productos manufacturados exportados a la CAN



Principales productos manufacturados exportados a la CAN



ECUADOR

Del total de los productos exportados por Ecuador al mercado andino, **el 44% corresponde a productos manufacturados**

(Fuente: SICEX - SG CAN)

Principales productos manufacturados exportados a la CAN

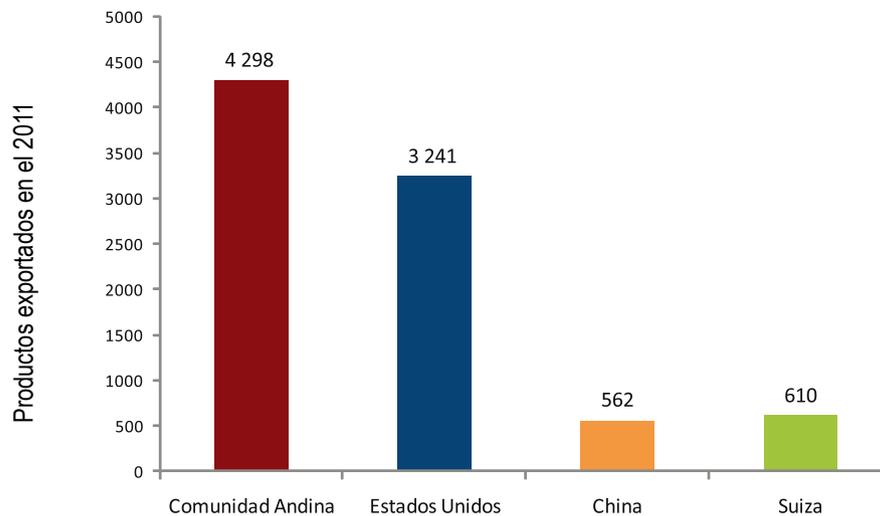
PERÚ

Del total de los productos exportados por Perú al mercado andino, **el 92% corresponde a productos manufacturados.**

(Fuente: SICEXT - SG CAN)



Las exportaciones intracomunitarias son de una mayor diversificación que aquellas exportaciones dirigidas fuera del bloque andino



Fuente: SICEXT - SG CAN

Encuentro Empresarial Andino





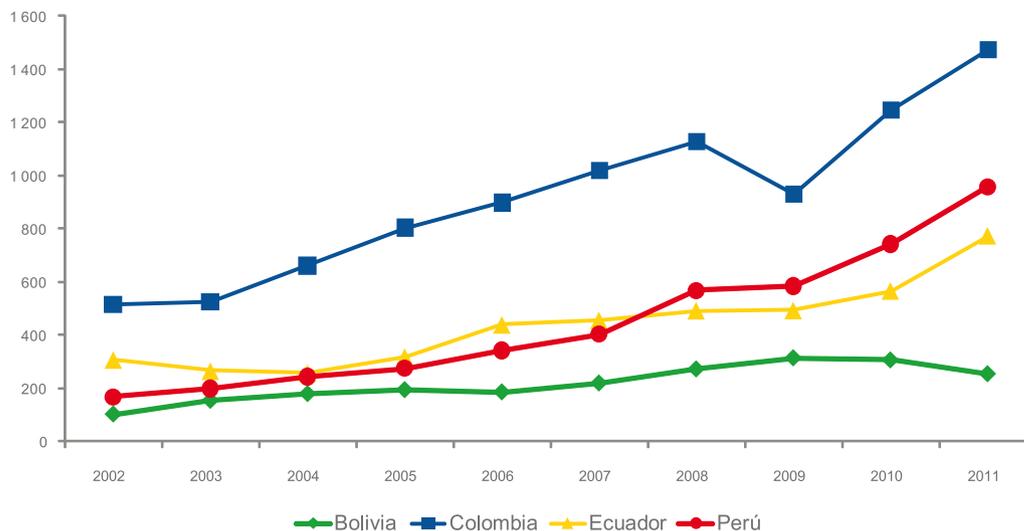
encuentro empresarial andino

Los países de la Comunidad Andina han organizado, a través de sus agencias de promoción de exportaciones y con el apoyo de la Secretaría General de la CAN, el Encuentro Empresarial Andino para los días 28 y 29 de marzo de 2012 con el fin de afianzar sus relaciones comerciales y generar negocios en citas individuales previamente concertadas.

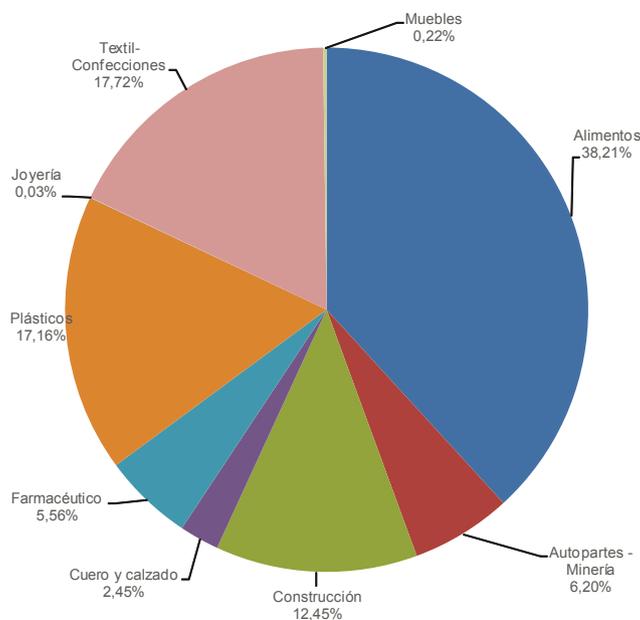
El Encuentro, que comprende una Macrorrueda de Negocios y una Reunión del Comité Andino de Autoridades de Promoción de Exportaciones, cuenta con la participación de grandes, medianos y pequeños empresarios de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú de nueve sectores: **alimentos, textiles y confecciones, joyería, metalmecánica, materiales de construcción, plásticos, muebles de madera, manufacturas de cuero y calzado y productos farmacéuticos.**

Esta actividad se inscribe en el renovado impulso que los países de la CAN han decidido dar a la promoción del comercio andino y la producción, para lo cual han reactivado mecanismos regionales como el Comité Andino de Promoción de Exportaciones y se han fijado metas concretas para el año 2012, como la realización de este Encuentro Empresarial y la participación conjunta en la feria FHC de Shanghai, en el sector alimentario. Para el desarrollo de ambas actividades se cuenta con el apoyo financiero de CAF - Banco de Desarrollo de América Latina y aportes de las Organizaciones de Promoción de Exportaciones de los Países Miembros.

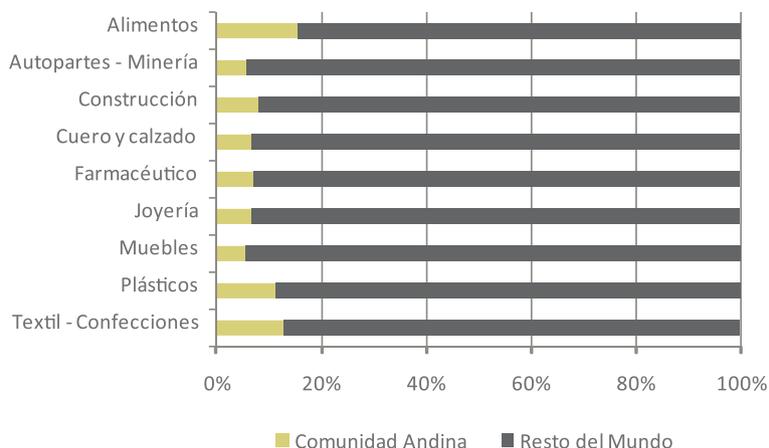
Los sectores participantes en el Encuentro Empresarial Andino representaron el 37,6% del comercio total intracomunitario del año 2011, que alcanzó la cifra récord de 9 187 millones de dólares. En el siguiente gráfico se puede observar las exportaciones intracomunitarias de cada país andino de estos sectores participantes en el Encuentro Empresarial Andino.



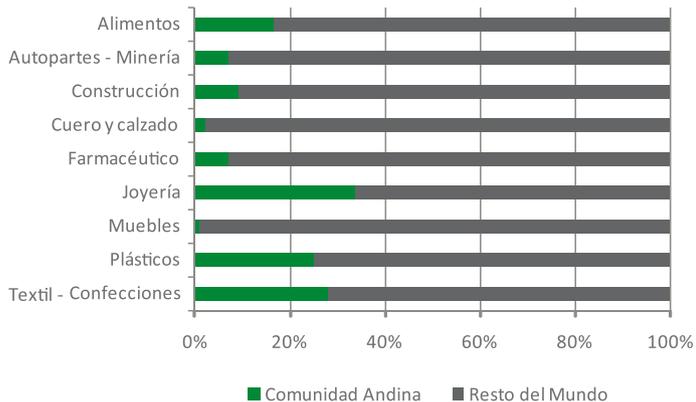
Por otro lado, es importante mostrar la participación de cada uno de los sectores priorizados con respecto al total de las exportaciones de los mismos en el año 2011, lo que se puede observar en el siguiente gráfico:



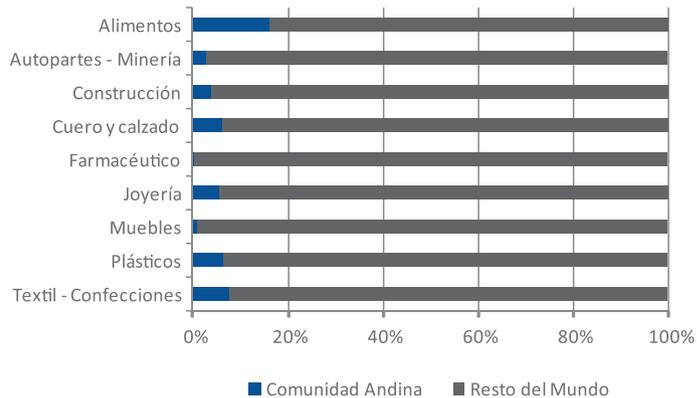
En lo que respecta a las fuentes de aprovisionamiento de los sectores priorizados para el Encuentro Empresarial Andino, se puede observar que provienen principalmente de terceros países, lo que se identifica como una oportunidad para las diferentes empresas que participan en el Encuentro. En el siguiente gráfico se muestra las importaciones de la Comunidad Andina en el año 2011, expresadas de manera porcentual, diferenciando entre la CAN y el resto del mundo.



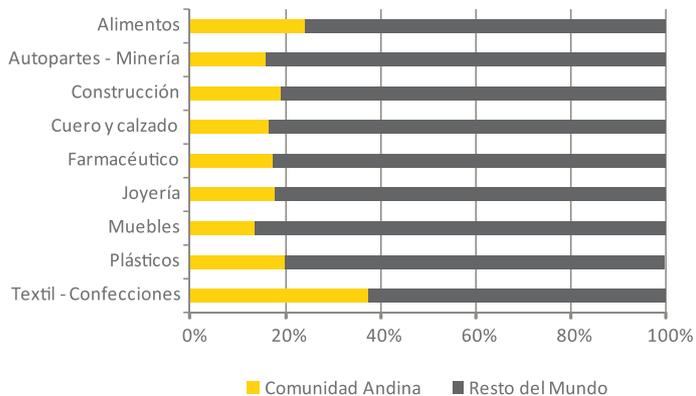
En el caso de **BOLIVIA**, se puede observar que sus compras a la Comunidad Andina en los rubros de Joyería, Plásticos y Textil-Confecciones superan el 20% de sus compras totales al Mundo.



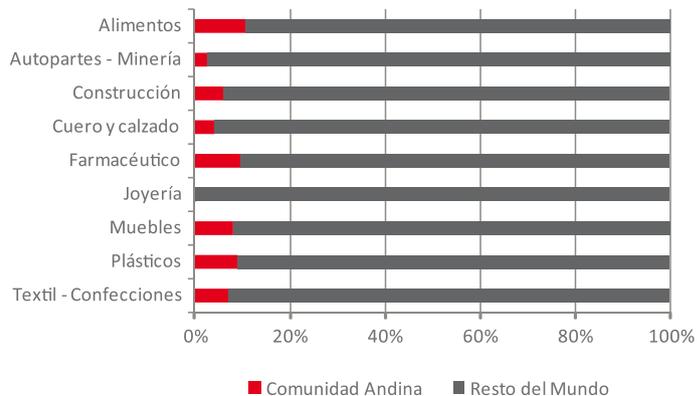
En **COLOMBIA**, el sector de Alimentos es el de mayor participación con respecto a las compras totales al Mundo.



En **ECUADOR**, los sectores de Alimentos, Plásticos y Textil Confecciones son los más representativos en cuanto a porcentaje de compra con respecto al total importado del resto del Mundo en el año 2011.



En el caso de **PERÚ**, los sectores de alimentos, farmacéuticos y plásticos son los de mayor porcentaje de compra a terceros países.



“Urge fuerte unión de la CAN frente al mundo”

“Los cuatro países de la Comunidad Andina estamos ejecutando un plan de trabajo conjunto basado en cuatro ejes: Priorización de la Agenda Estratégica Andina; desarrollo institucional; perfeccionamiento del mercado subregional en otras áreas; y trabajo conjunto de Agencias de Promoción y Bancos de Desarrollo.

Lo que podamos hacer conjuntamente podrá imprimirle más fuerza, más cuerpo y más carácter a nuestro trabajo y, por lo tanto, nos permitirá lograr más crecimiento, más empleo, más prosperidad, menos pobreza en nuestros países.

Hago un llamado a los países de la Comunidad Andina (CAN), para que avancemos con prontitud hacia una mayor integración, de manera que podamos incrementar los flujos de comercio, inversión y turismo a nivel intrarregional, y que, en bloque, logremos profundizar nuestro relacionamiento ante terceros países.

Profundicemos los lazos de comercio e inversión entre nosotros con miras a fortalecer el bloque frente a los sobresaltos de la economía mundial.”

**COMUNIDAD
ANDINA**



Sergio Díaz-Granados
Ministro de Comercio, Industria y Turismo de Colombia
Presidencia Pro Témpace de la Comisión de la Comunidad Andina



Organismos de Promoción de Exportaciones de la CAN

Las máximas autoridades de los Organismos de Promoción de Exportaciones de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú coinciden en considerar el mercado andino como un mercado de oportunidades y en destacar la importancia del trabajo conjunto para fortalecer el comercio y el sector productivo regional.





PROMUEVE BOLIVIA

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural

PROMUEVE BOLIVIA es una entidad dependiente del Ministerio de Producción y Microempresa de Bolivia, que busca facilitar, impulsar y promover las exportaciones y el turismo en el exterior, en los sectores público, privado, comunitario y mixto, en el marco de un patrón exportador diversificado y con mayor valor agregado. Sus funciones son coordinar las actividades de los sectores público y privado en materia de promoción de exportaciones y turismo e implementar estrategias y programas nacionales, entre otras.

MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO Y ECONOMÍA PLURAL
promueve
BOLIVIA

“La CAN es un mercado importante para Bolivia”



Director Ejecutivo, Iván Cahuaya

“El mercado ampliado de la Comunidad Andina es un mercado importante para Bolivia, a donde se exportan principalmente productos con valor agregado. Esto lo hace atractivo para nuestras empresas exportadoras que venden: pantalones, camisas, poleras, sombreros, prendas de vestir de alpaca, calzados, chamarras, maletines, puertas, ventanas, entre otros. Es un mercado que tiende a crecer. Representa el cuarto mercado de importancia de nuestras exportaciones totales, pero el primero de nuestras exportaciones de manufacturas.”

“Nos preparamos para una promoción conjunta”

“En la reunión de agencias de promoción de exportaciones de la CAN, de diciembre último, acordamos realizar la promoción conjunta de nuestros productos en terceros mercados. Elegimos China como un mercado que está en bastante crecimiento y el sector que se determinó es el de alimentos, dado que los cuatro países andinos tenemos una oferta casi similar para poder promocionar en ese mercado. Lo vemos muy atractivo y ya estamos preparando también una delegación respectiva de Bolivia para poder tener una buena participación. El Encuentro Empresarial Andino es para nosotros una oportunidad para mejorar o incrementar el comercio intrarregional.”



PROEXPORT COLOMBIA

Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones

PROEXPORT COLOMBIA es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocio.



“La unión es fundamental para consolidarnos”



Presidenta, María Claudia Lacouture

“En estos tiempos de apertura de fronteras comerciales, la unión de los países de la región es fundamental para consolidarnos como un mercado llamativo para las exportaciones, estratégico para la inversión extranjera y atractivo para el turismo. Así podremos multiplicar el alcance de nuestra oferta, complementarla y abrir más puertas para nuestros empresarios. En turismo tenemos importantes avances: hemos identificado las rutas turísticas que podemos comercializar en conjunto entre los países de la CAN y trabajamos en un plan piloto que busca promocionar nuestros destinos en Brasil.”

“Ésta es una oportunidad única”

“El Encuentro Empresarial es una oportunidad única, donde estarán presentes no sólo empresarios de Colombia, sino también de Perú, Bolivia y Ecuador, mercados principales para nuestro país. Su realización es un paso enorme porque es la primera vez que vamos a estar todos juntos en una misma plataforma para intercambiar productos y también vender los productos de Colombia a los cuatro países andinos. Para nosotros la CAN es un mercado bastante interesante. Es un mercado intrarregional de 8 mil millones de dólares, donde Colombia ha podido incrementar en un 45% del 2009 al 2010. Vemos que hay grandes oportunidades en diferentes sectores: alimentos, agrícolas, textil y confecciones, autopartes, materiales de construcción, plástico. Por eso, queremos fortalecerlo.”



PRO ECUADOR

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones - PRO ECUADOR, adscrito a la Cancillería ecuatoriana, es el encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. Cuenta con 4 oficinas regionales en el interior del país y 27 oficinas comerciales en el exterior.



“Nuestra primera opción es el mercado andino”



Directora, María Fernanda de Luca

“El mercado andino es muy importante para Ecuador. Nuestras exportaciones hacia Bolivia, Colombia y Perú se han ido incrementando en porcentajes distintos de un caso a otro, pero a tasas importantes, hasta de un 35%, a partir de 2009. Nosotros apuntamos a que eso se pueda mantener y, obviamente, superar. Y justamente el énfasis como gobierno y como institución es fortalecer nuestro comercio con la región, especialmente con nuestros vecinos más cercanos. Si bien nuestro objetivo es diversificar los destinos, obviamente, nuestra primera opción es la región andina.”

“Trabajo conjunto genera optimismo”

“Vemos con mucho optimismo y agrado el hecho que hayamos podido retomar la relación entre las organizaciones de promoción de exportaciones y que podamos ir avanzando en conjunto en actividades que fomenten el comercio intra-andino y promuevan nuestros productos en otros mercados también de manera conjunta... Yo creo que las barreras que podamos encontrar las superaremos en la medida en que trabajemos de manera conjunta. Por eso, como Pro Ecuador y como país, vemos este Encuentro como una oportunidad para fortalecer nuestro comercio hacia la CAN. Creemos que vamos a tener buena acogida, tanto de proveedores externos, que vendrán de Perú, de Colombia, de Bolivia, y así como también la oferta exportable ecuatoriana, que está lista obviamente para ser presentada ese día.”

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) es una entidad dependiente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. Desarrolla estrategias para posicionar una imagen integrada y atractiva del Perú que permitan promover el turismo interno ante el mundo como un destino privilegiado para el turismo receptivo y las inversiones. Igualmente, tiene como función la promoción de las exportaciones que realiza este país.



“Avanzamos hacia
la complementariedad
productiva”



Director de Promoción de Exportaciones, Luis Torres

“La Comunidad Andina concentra un valor importante de nuestras exportaciones no tradicionales con valor agregado. Lo interesante de este mercado regional es la participación de las pequeñas y medianas empresas, fundamentalmente con productos del sector confecciones, del sector de manufacturas diversas, del sector alimentos. Creemos que la complementariedad productiva va a ser la que va a marcar la pauta de nuestra relación. Y esa complementariedad se va a concretar en la exportación ya no sólo de productos, sino de capitales. Lo que tenemos que hacer rápidamente es ir limpiando los obstáculos. Los aranceles ya están en cero, pero es necesario eliminar obstáculos en el paso en las fronteras o en el acceso a nuestros mercados.”

“Oferta exportable conjunta para nuevas corrientes de comercio”

“Para ir más rápido en el fortalecimiento de nuestro comercio regional y posicionar una imagen integrada en el mundo, podemos ir limpiando los obstáculos o limitaciones internas y al mismo tiempo ir mirando al exterior de la región como China, Medio Oriente y Europa del Este. Para nuestros países éstos son mercados que pueden darnos muy buenas satisfacciones y a los que podemos llevar una oferta exportable conjunta.”

Derechos Económicos y Empresariales en la Comunidad Andina

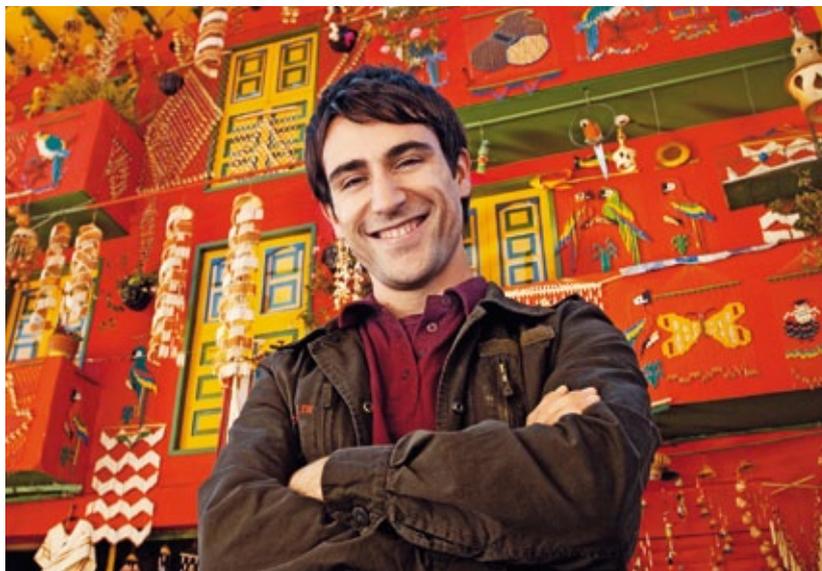


Todos tenemos derechos

Gracias a la integración, los ciudadanos de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú tenemos derechos adicionales a los de nuestro país de nacimiento. Estos derechos los podemos hacer valer en todo momento y en todo el territorio de la Comunidad Andina.

Los trabajadores, los Pueblos Indígenas, las comunidades afrodescendientes, los consumidores y usuarios, los migrantes, los turistas, los creadores intelectuales, los artistas, los agricultores, los empresarios y, en general, todos los ciudadanos andinos hemos adquirido nuevos derechos de carácter político, económico y social.

De igual forma, las empresas que producen o comercializan bienes dentro de la Comunidad Andina están respaldadas por una seguridad jurídica, que promueve el intercambio comercial y protege la salud de los consumidores y usuarios.



Así, **las empresas, empresarios e inversionistas** de la región tienen el derecho a instalarse y prestar sus servicios en cualquier otro País Miembro de la Comunidad Andina, **en iguales condiciones que las empresas nacionales**. Y a que los aportes destinados a su **capital circulen libremente** dentro de la Subregión.

Cuando se realizan negocios en la CAN, los **impuestos a la renta** y a las **remesas**, que corresponden a las utilidades obtenidas por las sucursales, **deben ser gravados una sola vez** en el país donde se realiza la actividad y no en el País Miembro donde está instalado el domicilio principal; lo que garantiza que no se duplique el pago de los impuestos.

La norma andina dictamina que los servicios y los prestadores de servicios de los Países Miembros de la Comunidad Andina tengan derecho a que no se les aplique obstáculos o restricciones injustificadas, y tienen derecho a gozar, en el territorio de otro País Miembro, de un tratamiento no menos favorable al que se concede a los servicios o prestadores de servicios similares nacionales.

Las Decisiones que se emiten en el marco de la CAN, otorgan derechos y responsabilidades, de obligatorio cumplimiento, para los Países Miembros, los ciudadanos y las empresas.

¡Conoce tus derechos!

Derechos relacionados con el establecimiento y la inversión

Las empresas instaladas o que se instalen en cualquier País Miembro de la Comunidad Andina tienen derecho a desarrollar su objeto social en iguales condiciones que las empresas nacionales o de terceros países.

Las empresas, empresarios e inversionistas andinos tienen derecho:

- ✓ **A establecerse y prestar sus servicios** en el territorio de otro País Miembro distinto al de su establecimiento¹.
- ✓ **Al libre tránsito** y a la presencia temporal de los empleados de las empresas prestadoras de servicios en los Países Miembros.
- ✓ **A transferir al exterior** las utilidades comprobadas que provengan de la inversión o la reinversión que realicen los propietarios de una inversión extranjera directa y los inversionistas subregionales.
- ✓ **A reexportar las sumas** que obtengan cuando vendan dentro del país receptor, sus acciones, participaciones o derechos.

Cuando se han constituido, transformado o fusionado en **empresas multinacionales andinas (EMAs)**, éstas tendrán derecho:

- ✓ **A instalar sucursales** en los Países Miembros de la CAN distintos del país del domicilio principal.
- ✓ **Agozar de un tratamiento no menos favorable** que el conferido a las empresas nacionales en materia de preferencias, para la adquisición de bienes o servicios del sector público.
- ✓ **A que los aportes destinados a su capital circulen libremente** dentro de la Subregión.
- ✓ **A participar en los sectores de la actividad económica reservados** para las empresas nacionales.

¹ De manera transitoria, los tratamientos preferenciales en materia del comercio de servicios se encuentran suspendidos para el Estado Plurinacional de Bolivia.



ANDINA / Piero Vargas

- ✓ A **acceder y utilizar los mecanismos de fomento** a las exportaciones y los sistemas especiales de importación-exportación, en las mismas condiciones previstas para las empresas nacionales en la actividad económica que desarrollen.
- ✓ A **transferir al domicilio principal la totalidad de las utilidades** netas obtenidas en sus sucursales.
- ✓ A **que no se grave en el País Miembro del domicilio principal**, con los impuestos a la renta y a las remesas, la parte de los dividendos que corresponden a las utilidades obtenidas por sus sucursales.
- ✓ A que los Países Miembros **faciliten la contratación de personal** de origen subregional para que laboren en el domicilio principal o en las sucursales.
- ✓ A que **se otorgue a los promotores inversionistas y ejecutivos de las EMAs las visas** que autoricen su ingreso y permanencia en el territorio de los Países Miembros de la CAN por el tiempo necesario para la realización de la labor correspondiente.
- ✓ A que se les dé preferencia en la contratación de tecnología en cualquiera de sus formas, incluso marcas o patentes.



Derechos relacionados con la libre prestación de servicios

Los servicios y los prestadores de servicios de los Países Miembros tienen derecho a que no se les aplique obstáculos o restricciones injustificados, y a gozar, en el territorio de otro País Miembro, de un tratamiento no menos favorable que el que se concede a los servicios o prestadores de servicios similares nacionales.

Los servicios y prestadores de servicios de la Subregión² tienen derecho:

- ✓ A que no se les apliquen medidas que impidan el **acceso al mercado** de los demás Países Miembros de la CAN.
- ✓ A que **no se establezcan medidas provenientes del sector público** (central, regional o local) que sean discriminatorias o signifiquen un obstáculo para la prestación de los servicios o los prestadores de servicios.
- ✓ A que se les **extienda de manera inmediata e incondicional cualquier ventaja concedida a los servicios o prestadores de servicios** similares de cualquier otro País Miembro o de un tercer país.
- ✓ A ofrecer sus servicios a los organismos gubernamentales o entidades públicas de los Países Miembros de la CAN, en las mismas condiciones que los nacionales.

² De manera transitoria, los tratamientos especiales en materia de comercio de servicios se encuentran suspendidos para el Estado Plurinacional de Bolivia.

- ✓ A que cada País Miembro **reconozca las licencias, certificaciones, títulos profesionales y acreditaciones** otorgadas por otro País Miembro de la CAN, de conformidad con las normas que se adopten al respecto.

De manera especial, los prestadores de servicios de los sectores de transporte, telecomunicaciones, energía y turismo de la Subregión tienen derecho a beneficiarse de las ventajas derivadas del libre acceso al mercado ampliado y la regulación armonizada andina.

Derechos relacionados con la libre circulación de mercancías

Todas las mercancías producidas en la subregión andina están libres del pago de aranceles y demás gravámenes y no pueden ser sometidas a restricciones; gozan, además, en el territorio de otro país andino, de un tratamiento no menos favorable que el que se aplica a los productos similares nacionales.

No se considerarán restricciones las medidas destinadas a proteger la moralidad pública, la seguridad y vida y salud de las personas, los animales y los vegetales, entre otros.



Las importaciones andinas de productos originarios de la Subregión tienen los siguientes beneficios:

- ✓ La exención de **derechos de aduana o tarifas arancelarias**.
- ✓ La **no aplicación de otros gravámenes** (excepto tasas por servicios prestados) por concepto de la importación ni de **restricciones** de todo orden.
- ✓ Se **benefician inmediata e incondicionalmente de cualquier ventaja** o trato más favorable que se aplique a productos originarios de otro País Miembro o de un tercer país.
- ✓ Los **productos originarios de la Subregión se benefician del mismo trato** que el que reciben los productos nacionales, en materia de impuestos y regulaciones internas.
- ✓ Cuando se exija un **requisito técnico** a un producto (sobre la composición, presentación, etiquetado, etc.), los certificados emitidos para demostrar el cumplimiento de tal requisito **deben ser reconocidos automáticamente** por los organismos acreditados o reconocidos para ello.

Instrumentos de regulación del comercio y la competencia

Las empresas que produzcan o comercialicen bienes en la Subregión tienen derecho a beneficiarse de los regímenes comunes y armonizados que otorgan previsibilidad y seguridad jurídica a las transacciones comerciales andinas.

En particular, las empresas en sus transacciones de comercio exterior en la Subregión se benefician de los siguientes instrumentos comunitarios:

- **Defensa Comercial:** Los empresarios andinos tienen derecho a proteger sus intereses económicos frente a las llamadas “prácticas desleales de comercio internacional” (dumping y subsidios), y a solicitar la aplicación de medidas de salvaguardia, en caso sea necesario.
- **Libre competencia:** Los empresarios andinos tienen derecho a realizar sus actividades económicas sin recibir trato desigual ni discriminatorio por parte de los Estados y demás agentes económicos, y a ser beneficiarios de una efectiva protección en casos en los que se restrinja la libre competencia.
- **Armonización Aduanera:** Los ciudadanos andinos y empresas que deseen ingresar, hacer permanecer, trasladar y sacar mercancías, al y desde el territorio comunitario, se benefician de normas armonizadas a nivel subregional que facilitan sus operaciones de comercio exterior, incluyendo una nomenclatura arancelaria común (NANDINA) y normas sobre declaración, valoración, fraude y control aduanero.
- **Reglamentación y Normalización Técnica:** Con el objeto de brindar transparencia y previsibilidad a las operaciones comerciales andinas y asegurar la calidad de los productos, la CAN ha avanzado en la armonización y normalización de los productos industriales.
- **Sanidad Agropecuaria:** El comercio de productos agropecuarios se beneficia de un régimen armonizado de requisitos y normas sanitarias y fitosanitarias que evitan la aplicación de restricciones encubiertas al comercio.
- **Propiedad Intelectual:** Los empresarios andinos en sus transacciones comerciales se rigen por regímenes supranacionales armonizados aplicables a las marcas de productos y servicios, nombres comerciales, patentes de invención, diseños industriales, secretos empresariales y demás modalidades de propiedad intelectual válidamente adquiridos o registrados en cualquier país de la CAN.

Regulación tributaria:

En materia de impuestos, las personas naturales o jurídicas, así como los productos y servicios, gozan en el territorio de otro país de la CAN de un trato no menos favorable que el aplicado a los nacionales y se benefician de un régimen andino dirigido a evitar la doble tributación y a la armonización de impuestos indirectos.





Representación y participación del sector empresarial en el proceso andino de integración

Los empresarios de la Subregión tienen derecho a ser representados y participar a través de sus representantes en la formulación de las iniciativas, políticas, normas y acciones que se adopten en la Comunidad Andina.

El sector empresarial tiene derecho:

- ✓ A **ser representado** en el Sistema Andino de Integración, a través de directivos de las organizacionales empresariales representativas de cada País Miembro de la CAN, que integran el Consejo Consultivo Empresarial Andino.
- ✓ A **emitir opinión**, a través del Consejo Consultivo Empresarial Andino, ante el Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores, la Comisión y la Secretaría General de la Comunidad Andina sobre los programas o actividades del proceso de la integración subregional andina que sean de su interés.
- ✓ A **asistir y participar con derecho a voz**, a través del Consejo Consultivo Empresarial Andino, a las reuniones de los órganos políticos y decisorios de la Comunidad Andina así como a las reuniones de expertos gubernamentales o grupos de trabajo.



¿Qué hacer en caso de incumplimiento de algún derecho?

Todas estas normas andinas son de obligatorio cumplimiento por los Países Miembros de la Comunidad Andina, para los ciudadanos y para las empresas.

Como ciudadanos andinos podemos hacer valer y exigir el reconocimiento de nuestros derechos directamente ante las instancias administrativas o jurisdiccionales nacionales (incluidos los procedimientos de arbitraje y conciliación disponibles), así como ante las Defensorías del Pueblo. Todos ellos son responsables de garantizar el pleno respeto del Derecho Comunitario Andino.

Además de las instancias nacionales, de forma alternativa se puede presentar el reclamo ante la Secretaría General de la Comunidad Andina, con sede en Lima.

Si se decide presentar el reclamo ante la Secretaría General de la CAN, se puede hacer por fax, correo convencional o vía electrónica. Este procedimiento es GRATUITO y no se necesita abogado.

Secretaría General de la Comunidad Andina

Paseo de la República 3895, San Isidro

Lima - Perú

Fax: (51 1) 221-3329

Teléfono: (51 1) 710-6400

Correo: contacto@comunidadandina.org

Y, si una vez cumplido el procedimiento ante la Secretaría General de la Comunidad Andina, se considera que el derecho no ha sido reparado, se puede acudir directamente al:

Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina

Calle Juan de Dios Martínez Mera 34-380 y Portugal

Quito – Ecuador

Fax: (593 2) 3331417

Teléfono: (593 2) 3331443

Correo: sgtjca@tribunalandino.org.ec

Se debe optar por una de las dos vías, nacional o comunitaria. En ningún caso se puede hacer de forma simultánea.

Para mayor información visite:

www.comunidadandina.org

ORGANIZAN:

**COMUNIDAD
ANDINA**

SECRETARIA GENERAL



MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO Y ECONOMÍA PLURAL

promueve
BOLIVIA



Con el apoyo de:



SECRETARIA GENERAL DE LA COMUNIDAD ANDINA - SGCAN

Av. Aramburú cuadra 4 S/N esquina con Paseo de la República,
San Isidro, Lima 27, Perú

Teléfono: (51-1) 710 6400 / Fax: (51-1) 221 33 29

www.comunidadandina.org

PROMUEVE BOLIVIA

Edificio Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones

Av. Camacho esquina Bueno No. 1448 - Piso 2, La Paz, Bolivia

Teléfono: (591-2) 2336886 / Fax: (591-2) 2336996

www.promueve.gob.bo

PROEXPORT COLOMBIA

Calle 28 No. 13A - 15, Piso 35-36

Teléfono: (57-1) 5600100 / Fax: (57-1) 5600104

www.proexport.com.co

PRO ECUADOR

Av. Francisco de Orellana, Edificio World Trade Center, Torre A

Piso 13, Guayaquil, Ecuador

Teléfono: (593-4) 2597980

www.proecuador.gob.ec

PROMPERÚ

Sede Exportaciones y Secretaría General

Av. República de Panamá No. 3647, San Isidro, Lima 27, Perú

Teléfono: (51-1) 616 7400

www.promperu.gob.pe

**COMUNIDAD
ANDINA**



Av. Aramburú cdra. 4,
esquina con Paseo de la República,
San Isidro, Lima - Perú
T: (511) 710 6400 / F: (511) 221 3329

www.comunidadandina.org