

ALADI/SEC/di 1808  
22 de enero de 2004

INFORME DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL AÑO 2003  
EN EL MARCO DEL SISTEMA DE APOYO A LOS PAÍSES DE  
MENOR DESARROLLO ECONÓMICO RELATIVO (PMDER)

## INTRODUCCIÓN

En el presente documento se informa de las actividades desarrolladas por el Departamento de Promoción Económica en el año 2003, en el marco del Sistema de Apoyo a los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo, las mismas que fueron afectadas por las limitaciones financieras que confrontó la Secretaría General durante el año 2003, que impidieron ejecutar la totalidad de las actividades programadas.

---

Nota: A través del Sitio WEB: [www.aladi.org](http://www.aladi.org), PUBLICACIONES DESTACADAS, sector Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER), se puede acceder a todas las publicaciones citadas en este documento.

## ACTIVIDADES A FAVOR DE BOLIVIA, ECUADOR Y PARAGUAY

NOMBRE DEL PROYECTO	RESULTADOS
<p>Concesiones otorgadas a terceros países y extensivas a Bolivia, Ecuador y Paraguay (Art. 25 de Tratado de Montevideo 1980).</p>	<p>El objetivo de este proyecto fue el de proporcionar información a los productores y exportadores de los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER) sobre las oportunidades comerciales que les otorga el Tratado de Montevideo 1980, derivadas de la suscripción por parte de varios países miembros de la Asociación de acuerdos de alcance parcial, con terceros países.</p> <p>Para cada producto negociado, se incluyó la siguiente información: nomenclatura NALADISA, descripción del producto, país copartícipe, código arancelario nacional, gravamen vigente para terceros países, tratamiento preferencial, residual resultante y, cuando correspondió, la respectiva observación.</p> <p>Se presentaron, en forma consolidada, los productos negociados por Brasil, Colombia, Cuba, México y Venezuela con países no miembros.</p> <p>El estudio fue elaborado por personal de planta de la Secretaría General y consta en el Documento Informativo N° 1/2003.</p>

## ACTIVIDADES A FAVOR DE BOLIVIA

NOMBRE DEL PROYECTO	RESULTADOS
<p>Oportunidades comerciales de Bolivia y aprovechamiento de las preferencias.</p>	<p>Este proyecto tuvo por objetivo identificar las oportunidades comerciales que se le presentan a Bolivia en la actualidad, en los mercados de los países miembros de la ALADI, a partir de las preferencias arancelarias recibidas, respecto a otros países miembros y al Resto del Mundo.</p> <p>En este trabajo, la definición de oportunidades adquiere una connotación más estricta, debido a que no se refiere a todos los productos con preferencias arancelarias a favor de Bolivia, sino a un subconjunto de bienes que reúnen condiciones más exigentes que la sola existencia de dichas preferencias, en la medida en que se toman en cuenta, además de las preferencias recibidas por Bolivia, otros aspectos, entre los que se destacan: a) la existencia de preferencias a favor de otros países miembros y b) que dichos países sean exportadores al mercado analizado, pese a tener un tratamiento arancelario menos favorable que Bolivia.</p> <p>El estudio, elaborado por personal de planta de la Secretaría General, está contenido en la Publicación N° 09/03, del Departamento de Promoción Económica.</p> <p>Actuó como contraparte nacional el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto.</p>
<p>Perfiles de mercado para productos bolivianos en los mercados argentino, brasileño, chileno, ecuatoriano, mexicano, peruano, uruguayo y venezolano.</p>	<p>Constituyó el objeto de este proyecto coadyuvar a la realización de acciones de promoción, en los mercados argentino, brasileño, chileno, ecuatoriano, mexicano, peruano, uruguayo y venezolano de 36 productos de la oferta exportable boliviana.</p> <p>Para cada uno de los productos estudiados, se proporcionó la siguiente información: clasificación arancelaria (Naladisa y nomenclatura nacional); comercio (exportaciones e importaciones en los últimos cuatro años disponibles); tratamientos arancelarios (arancel vigente y, en el caso que las hubiere, preferencias arancelarias recibidas por Bolivia) y las conclusiones.</p> <p>Se realizaron 81 perfiles de mercado, los que están contenidos en la Publicación N° 10/03 del Departamento de Promoción Económica.</p> <p>Actuó como contraparte nacional el Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL).</p>

Identificación de factores endógenos y exógenos que inciden en la participación de los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER) en el comercio intrarregional: Bolivia.

El proyecto se realizó en cumplimiento de lo dispuesto por la Resolución 56 del Consejo de Ministros de la ALADI, para cuyo efecto se procedió a la contratación de un equipo de consultores compuesto por los Economistas Walter Cancela, Pedro Luis Echeverría y Antonio Castillo, los mismos que procedieron a la elaboración del estudio correspondiente, que consta en la Publicación ALADI/SEC/Estudio 160.

Con el objeto de recoger insumos relevantes para el estudio, dicho equipo realizó una misión a las principales ciudades de Bolivia en las que entrevistó a directivos de instituciones públicas y privadas vinculadas al comercio exterior.

Con carácter previo, personal de planta de la Secretaría General preparó un documento base sobre los aspectos estructurales de la economía boliviana y su evolución, las características principales de su sector externo y el grado de aprovechamiento de las preferencias.

Dicho estudio analiza, en primer lugar, las características fundamentales del comportamiento del comercio exterior de Bolivia y su inserción en el proceso de integración regional, con especial énfasis tanto en el estudio de las preferencias recibidas y otorgadas por Bolivia, como en el grado de aprovechamiento de las mismas.

En segundo lugar, aborda los factores exógenos que condicionan la inserción comercial externa de Bolivia, entre los cuales se destacan, las políticas comerciales a nivel internacional y regional, y los aspectos relacionados con la transferencia de tecnología y el financiamiento para el desarrollo.

En tercer lugar, describe los factores endógenos que condicionan la inserción de Bolivia en el comercio intrarregional en cuanto a las tendencias y políticas del entorno macroeconómico, la inversión directa, el desarrollo productivo, la política de inserción externa, la infraestructura física y de servicios y el marco legal e institucional de Bolivia.

Finalmente, sintetiza las conclusiones que se desprenden del diagnóstico y formula una serie de recomendaciones, que se traducen en acciones concretas, que abordan aspectos relevantes de los factores estudiados.

Actuó como contraparte nacional el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Identificación de potenciales alianzas estratégicas entre empresarios del sector textil-confecciones de Bolivia y de Uruguay y Argentina

Este proyecto tiene por objeto establecer las posibilidades de conformación de alianzas estratégicas, en el marco de ATPDEA, entre empresarios bolivianos del sector textil-confecciones y sus pares de Uruguay y Argentina que, entre otras, contemplen la instalación de plantas de producción uruguayas y argentinas en Bolivia, que posibiliten el aumento de su oferta exportable y contribuyan a maximizar el aprovechamiento de las preferencias que posee el país.

Para dicho efecto se contrató al consultor uruguayo Econ. Juan Sánchez Loppacher, quien, previa selección, realizó el relevamiento correspondiente a 25 empresas uruguayas del rubro textil-confecciones y presentó el informe respectivo, el mismo que contiene los resultados obtenidos y varias recomendaciones sobre el particular.

Asimismo, se ha previsto que dicho consultor realice, en la segunda quincena de febrero, una misión a la Argentina, con el objeto de efectuar un trabajo similar al desarrollado en Uruguay.

Actúa como contraparte el Ministerio de Relaciones Exteriores.

---

**ACTIVIDADES A FAVOR DE BOLIVIA CONCLUIDAS EN EL  
AÑO 2003 CORRESPONDIENTES AL PROGRAMA DEL AÑO 2002**

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	<b>RESULTADOS</b>
Asistencia técnica a potenciales exportadores fabricantes de muebles de uso doméstico.	<p>El objetivo de este proyecto fue el de contribuir a solucionar los problemas y deficiencias en los procesos de producción y comercialización de las empresas del sector manufacturas de madera de la región de Santa Cruz.</p> <p>La asistencia consistió en la capacitación en el área de producción, gestión y promoción de agrupaciones con fines de exportación, de acuerdo con las características de la demanda del mercado externo.</p> <p>El estudio, que consta en la Publicación N° 03/03 del Departamento de Promoción Económica, fue elaborado por la Secretaría General con la colaboración del consultor Ing. Víctor Hugo Gutiérrez.</p> <p>Actuaron como contrapartes la Cámara Departamental de la Pequeña Industria y Artesanía (CADEPIA) y el Centro de Apoyo a la Pequeña Industria y Artesanía (CAPIA) de Santa Cruz.</p>
Asistencia técnica para la comercialización de productos bolivianos en INTERNET.	<p>El objetivo de este proyecto fue el de sentar las bases que permitiesen desarrollar el comercio electrónico en Bolivia, dotando a las empresas de los rubros seleccionados de una nueva herramienta de comercialización de sus productos como es el comercio electrónico.</p> <p>El proyecto constó de dos módulos. El primero correspondió a la realización de seminarios-taller de capacitación, a empresarios bolivianos, en la utilización de INTERNET aplicado a los negocios. El segundo módulo consistió en la creación de un portal y varias páginas WEB para facilitar el comercio electrónico a empresas exportadoras de Bolivia, además del diseño de páginas WEB de 100 empresas seleccionadas.</p> <p>Este proyecto fue realizado por el consultor Eco. Gonzalo Aramayo Careaga y la empresa PRAXIS.</p> <p>Actuó como contraparte nacional el Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL).</p>

Asistencia técnica para el mejoramiento de los procesos productivos de las confecciones de algodón y su comercialización.

El objetivo de este proyecto consistió en contribuir a mejorar la productividad y competitividad, el aumento de la producción, la exportación, el empleo y los ingresos de pequeñas unidades empresariales de la confección bolivianas que ya habían mostrado evidencias de encarar con éxito esfuerzos de exportación en el mercado argentino.

Este proyecto se desarrolló en cuatro etapas. Las tres primeras, realizadas por el consultor Ing. Emilio Gutiérrez, consistieron en el desarrollo de un Estudio de Mercado de las confecciones en Chile, la Evaluación de la Competitividad de empresas bolivianas de "jeans", poleras y camisas y el desarrollo de la Estrategia Comercial para la incursión de grupos asociativos en el mercado chileno. La cuarta etapa, llevada a cabo por el consultor Luis Eduardo Peñaranda, consistió en proporcionar asistencia técnica en planta a confeccionistas de La Paz, El Alto, Oruro y Cochabamba.

El estudio, que consta en la Publicación N° 01/03 del Departamento de Promoción Económica, fue elaborado por la Secretaría General con la colaboración del Ing. Emilio Gutiérrez Valdivia.

Actuó como contraparte nacional el Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL).

---

## ACTIVIDADES A FAVOR DEL ECUADOR

NOMBRE DEL PROYECTO	RESULTADOS
Seminario-Taller: MERCOSUR y su aproximación a la CAN.	<p>Este Seminario-Taller, realizado en la ciudad de Quito, tuvo por objetivo principal analizar las posibilidades que, para la expansión de los negocios internacionales de Ecuador, significará el acuerdo de la CAN con el MERCOSUR.</p> <p>Participaron como disertantes el Señor Embajador del Brasil en el Ecuador y el consultor uruguayo Econ. Isidoro Hodara.</p> <p>Actuó como contraparte el Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador.</p>
Perfiles de mercado para productos ecuatorianos en los mercados de Argentina, Brasil, Chile, Cuba y México.	<p>El objetivo de este proyecto fue el de proporcionar a los productores y exportadores ecuatorianos información básica sobre las posibilidades de colocación de sus productos en los países seleccionados.</p> <p>La selección de los productos a ser estudiados estuvo a cargo de la Federación Ecuatoriana de Exportadores de Guayaquil (FEDEXPOR).</p> <p>Para cada uno de los productos estudiados, se proporcionó la siguiente información: clasificación arancelaria (Naladisa y nomenclatura nacional); comercio (exportaciones e importaciones en los últimos cuatro años disponibles); tratamientos arancelarios (arancel vigente y, en el caso que las hubiere, preferencias arancelarias recibidas por Ecuador) y las conclusiones.</p> <p>El documento, que contiene 100 perfiles de mercado para 20 productos de la oferta ecuatoriana, fue elaborado por personal de planta de la Secretaría General y consta en la Publicación N° 06/03 del Departamento de Promoción Económica.</p>
Misión de empresarios ecuatorianos a Colombia y Rueda de Negocios.	<p>La Rueda de Negocios tuvo lugar en la ciudad de Bogotá los días 25 y 26 de agosto. Participaron de la misma 51 empresarios ecuatorianos representando a 40 empresas y 120 empresarios colombianos. Se agendaron, en los dos días, más de 400 citas de negocios.</p> <p>Se contrató a la consultora colombiana Sra. Gloria Esse de Niño, la que tuvo a su cargo la identificación de las empresas importadoras colombianas que actuaron como contrapartes de las exportadoras ecuatorianas, así como la colaboración en la promoción, organización y</p>

desarrollo de la rueda de negocios.

La asistencia técnica estuvo a cargo de un técnico de la Secretaría General, quien prestó apoyo en la organización de dicha Rueda, elaborando el Directorio de Participantes, programando las agendas para las reuniones, colaborando en la coordinación general de la Rueda y proporcionando información referida a preferencias negociadas y comercio.

Actuó como contraparte nacional la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI).

Identificación de factores endógenos y exógenos que inciden en la participación de los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER) en el comercio intrarregional: Ecuador.

El proyecto se realizó en cumplimiento de lo dispuesto por la Resolución 56 del Consejo de Ministros de la ALADI, para cuyo efecto se procedió a la contratación de un equipo de consultores compuesto por los Economistas Walter Cancela, Pedro Luis Echeverría y Antonio Castillo, los mismos que procedieron a la elaboración del estudio correspondiente, que consta en la Publicación ALADI/SEC/Estudio 161.

Con el objeto de recoger insumos relevantes para el estudio, dicho equipo realizó una misión a las principales ciudades de Ecuador en las que entrevistó a directivos de instituciones públicas y privadas vinculadas al comercio exterior.

Con carácter previo, personal de planta de la Secretaría General preparó un documento base sobre los aspectos estructurales de la economía ecuatoriana y su evolución, las características principales de su sector externo y el grado de aprovechamiento de las preferencias.

Dicho estudio analiza, en primer lugar, las características fundamentales del comportamiento del comercio exterior de Ecuador y su inserción en el proceso de integración regional, con especial énfasis tanto en el estudio de las preferencias recibidas y otorgadas por Ecuador, como en el grado de aprovechamiento de las mismas.

En segundo lugar, aborda los factores exógenos que condicionan la inserción comercial externa de Ecuador, entre los cuales se destacan, las políticas comerciales a nivel internacional y regional, y los aspectos relacionados con la transferencia de tecnología y el financiamiento para el desarrollo.

En tercer lugar, describe los factores endógenos que condicionan la inserción de Ecuador en el

comercio intrarregional en cuanto a las tendencias y políticas del entorno macroeconómico, la inversión directa, el desarrollo productivo, la política de inserción externa, la infraestructura física y de servicios y el marco legal e institucional de Ecuador.

Finalmente, sintetiza las conclusiones que se desprenden del diagnóstico y formula una serie de recomendaciones, que se traducen en acciones concretas, que abordan aspectos relevantes de los factores estudiados.

Actuó como contraparte nacional el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Evaluación de la factibilidad de uno de los Centros de Comercio y Navegación previstos en el Tratado de Paz y Amistad.

El objetivo de este proyecto consiste en establecer la viabilidad económico-financiera y técnica de la instalación de un Centro de Comercio y Navegación ecuatoriano en territorio peruano, que le permita acceder a la cuenca amazónica.

El proyecto está a cargo del consultor Mario Alberto Figallo Rivadeneira.

El proyecto se inició con una misión del consultor a la ciudad de Quito del 14 al 18 de julio, que tuvo por objetivo la coordinación y recolección de insumos para la elaboración del estudio.

El consultor realizará, en el primer bimestre del año 2004, una misión a las regiones peruanas de Loreto y Amazonas a los efectos de realizar "in situ", un reconocimiento del terreno donde se ha previsto instalar los dos Centros de Comercio y Navegación.

Actúa como contraparte la Dirección General de Desarrollo Fronterizo, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador

---

**ACTIVIDADES A FAVOR DEL ECUADOR CONCLUIDAS EN EL  
AÑO 2003 CORRESPONDIENTES AL PROGRAMA DEL AÑO 2002**

---

**NOMBRE DEL PROYECTO**

**RESULTADOS**

---

---

Asistencia técnica en materia de diseño para confeccionistas de la Provincia de Tungurahua.

El objetivo de este proyecto fue el de mejorar los diseños de los productos de la confección de pequeños y medianos empresarios de la Provincia de Tungurahua.

La asistencia técnica tuvo lugar en la ciudad de Ambato y estuvo a cargo de las expertas colombianas del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) de Colombia, Myriam Buitrago González y María Fernanda Vidal Guevara. Este proyecto fue realizado con el valioso apoyo de la Agencia Colombiana de Cooperación Internacional.

Actuó como contraparte nacional la Cámara de Industrias de Tungurahua.

Proyecto para el mejoramiento de la productividad y la calidad en empresas del sector industrial del Ecuador.

Este proyecto estuvo orientado a mejorar los niveles de competitividad de las empresas ecuatorianas del sector industrial, en cuanto a la gestión de la calidad y la productividad de las mismas, bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2000.

Dicho proyecto permitió dejar en funcionamiento, al interior de cada organización, cinco subsistemas de trabajo: Planificación Estratégica, Sistema de Gestión Organizacional, Proyectos de Solución de Problemas, Mejoramiento del Ambiente de Trabajo y Relaciones Cliente-Proveedor internos. Asimismo, se capacitaron veinticuatro facilitadores seleccionados de las empresas participantes, los mismos que serán responsables de dar continuidad al programa iniciado, ya que fueron debidamente entrenados para hacer uso de herramientas capaces de realizar evaluaciones periódicas de los resultados.

La asistencia técnica estuvo a cargo de la consultora Corporación 3D Cía, Ltda., constando las principales actividades y resultados en la Publicación N° 04/03, del Departamento de Promoción Económica.

Actuaron como contrapartes nacionales la Cámara de Industriales de Pichincha y la Cámara de Industrias de Guayaquil, las mismas que cofinanciaron el proyecto.

Análisis del impacto de la dolarización en la inserción externa del Ecuador.

El propósito de este proyecto fue el de caracterizar los principales impactos que se han producido en la inserción externa del Ecuador, en el contexto de la dolarización de su economía, implementada en el año 2000.

El estudio, que consta en la Publicación N° 02/03 del Departamento de Promoción Económica, fue elaborado por personal de planta de la Secretaría General.

Actuó como contraparte nacional el Ministerio de Relaciones Exteriores.

---

#### **ACTIVIDADES A FAVOR DEL PARAGUAY**

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	<b>RESULTADOS</b>
Oportunidades comerciales de Paraguay y	Este proyecto tiene por objetivo identificar las

---

aprovechamiento de las preferencias.

oportunidades comerciales que se le presentan a Paraguay en la actualidad, en los mercados de los países miembros de la ALADI, a partir de las preferencias arancelarias recibidas, respecto a otros países miembros y al Resto del Mundo.

En este trabajo, la definición de oportunidades adquiere una connotación más estricta, debido a que no se refiere a todos los productos con preferencias arancelarias a favor de Paraguay, sino a un subconjunto de bienes que reúnen condiciones más exigentes que la sola existencia de dichas preferencias, en la medida en que se toman en cuenta, además de las preferencias recibidas por Paraguay, otros aspectos, entre los que se destacan: a) la existencia de preferencias a favor de otros países miembros y b) que dichos países sean exportadores al mercado analizado, pese a tener un tratamiento arancelario menos favorable que Paraguay.

El estudio elaborado por personal de planta de la Secretaría General está contenido en la Publicación N° 11/03, del Departamento de Promoción Económica.

Identificación de factores endógenos y exógenos que inciden en la participación de los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER) en el comercio intrarregional: Paraguay.

El proyecto se realizó en cumplimiento de lo dispuesto por la Resolución 56 del Consejo de Ministros de la ALADI, para cuyo efecto se procedió a la contratación de un equipo de consultores compuesto por los Economistas Walter Cancela, Pedro Luis Echeverría y Antonio Castillo, los mismos que procedieron a la elaboración del estudio correspondiente, que consta en la Publicación ALADI/SEC/Estudio 162.

Con el objeto de recoger insumos relevantes para el estudio, dicho equipo realizó una misión a las principales ciudades de Paraguay en las que entrevistó a directivos de instituciones públicas y privadas vinculadas al comercio exterior.

Con carácter previo, personal de planta de la Secretaría General preparó un documento base sobre los aspectos estructurales de la economía paraguaya y su evolución, las características principales de su sector externo y el grado de aprovechamiento de las preferencias.

Dicho estudio analiza, en primer lugar, las características fundamentales del comportamiento del comercio exterior de Paraguay y su inserción en el proceso de integración regional, con especial énfasis tanto en el estudio de las preferencias recibidas y otorgadas por Paraguay, como en el grado de aprovechamiento de las mismas.

En segundo lugar, aborda los factores exógenos

que condicionan la inserción comercial externa de Paraguay, entre los cuales se destacan, las políticas comerciales a nivel internacional y regional, y los aspectos relacionados con la transferencia de tecnología y el financiamiento para el desarrollo.

En tercer lugar, describe los factores endógenos que condicionan la inserción de Paraguay en el comercio intrarregional en cuanto a las tendencias y políticas del entorno macroeconómico, la inversión directa, el desarrollo productivo, la política de inserción externa, la infraestructura física y de servicios y el marco legal e institucional de Paraguay.

Finalmente, sintetiza las conclusiones que se desprenden del diagnóstico y formula una serie de recomendaciones, que se traducen en acciones concretas, que abordan aspectos relevantes de los factores estudiados.

Actuó como contraparte nacional el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Perfiles de mercado para productos paraguayos en el mercado boliviano.

El objetivo de este proyecto fue el de analizar las posibilidades de colocación, en el mercado boliviano, de una selección, realizada por PROPARAGUAY, de 38 productos de la oferta paraguaya.

Para cada uno de los productos estudiados, se proporcionó la siguiente información: clasificación arancelaria (Naladisa y nomenclatura nacional); comercio (exportaciones e importaciones en los últimos cuatro años disponibles); tratamientos arancelarios (arancel vigente y, en el caso que las hubiere, preferencias arancelarias recibidas por Paraguay) y las conclusiones.

El documento, elaborado por personal de la Secretaría General, se editó como Publicación N° 07/03, del Departamento de Promoción Económica.

Actuó como contraparte nacional PROPARAGUAY.

Perfiles de mercado para productos paraguayos en el mercado mexicano.

El objetivo de este proyecto fue el de analizar las posibilidades de colocación, en el mercado mexicano, de una selección, realizada por PROPARAGUAY, de 32 productos de la oferta paraguaya.

Para cada uno de los productos estudiados, se proporcionó la siguiente información: clasificación arancelaria (Naladisa y nomenclatura nacional); comercio (exportaciones e importaciones en los

últimos cuatro años disponibles); tratamientos arancelarios (arancel vigente y, en el caso que las hubiere, preferencias arancelarias recibidas por Paraguay) y las conclusiones.

El documento, elaborado por personal de la Secretaría General, se editó como Publicación N° 08/03, del Departamento de Promoción Económica.

Actuó como contraparte nacional PROPARAGUAY.

Misión de empresarios paraguayos a México y Rueda de Negocios.

El objetivo de este proyecto consistió en promover las exportaciones paraguayas destinadas al mercado mexicano. Con tal finalidad se llevó a cabo la misión de empresarios paraguayos a la ciudad de México, entre los días 24 y 26 de noviembre, en la que se realizó una rueda de negocios entre empresarios de ambos países.

Se contrató al consultor mexicano Eduardo Alcaraz a los efectos que desarrolle, entre otras, las siguientes actividades: elaboración de un estudio de mercado, identificación de empresas potencialmente interesadas en importar los productos ofertados por Paraguay, colaborar en la organización y desarrollo de la rueda de negocios y promocionar el evento en coordinación con la Embajada de Paraguay en México.

Actuó como contraparte nacional PROPARAGUAY.

---

**ACTIVIDADES A FAVOR DEL PARAGUAY CONCLUIDAS EN EL  
AÑO 2003 CORRESPONDIENTES AL PROGRAMA DEL AÑO 2002**

---

NOMBRE DEL PROYECTO	RESULTADOS
---------------------	------------

---

---

Proyecto para el mejoramiento de la productividad y la calidad en empresas del sector industrial del Paraguay.

El objetivo de este proyecto consistió en generar un proceso de cambio en los sistemas y organización de la gestión empresarial en nueve empresas participantes, basado en técnicas modernas de mejoramiento continuo, para cuyo efecto se trabajó en las áreas de productividad, calidad, marketing y planificación estratégica. Asimismo, se capacitaron y entrenaron como instructores a dieciséis profesionales, con el objeto de dar continuidad a las diferentes actividades previstas en el proyecto, así como replicar la metodología del mismo en otras empresas.

La Cámara de Industrias del Uruguay (CIU) fue la encargada de ejecutar el proyecto a través de su equipo de consultores.

Se editó el documento, Publicación N° 05/03, del Departamento de Promoción Económica.

Actuaron como contrapartes nacionales el Ministerio de Industria y Comercio del Paraguay, la Unión Industrial Paraguaya, la Asociación Paraguaya para la Calidad y PROPARAGUAY.