

‘Hecho en Bolivia’ busca incrementar el consumo

Mercado. Los empresarios apoyan la iniciativa



Acto. Morales habla durante la presentación de la iniciativa. Miguel Carrasco.

La Razón (Edición Impresa) / Willy Chipana / La Paz / 04 de diciembre de 2015

El presidente Evo Morales presentó ayer el movimiento denominado “Hecho en Bolivia” con el objetivo de fomentar el consumo de productos bolivianos y mejorar las ventas. La medida es respaldada por los micro, pequeños y grandes empresarios.

El lanzamiento de esta iniciativa se lo hizo en un acto público al que asistieron autoridades del Ejecutivo, ejecutivos de las firmas estatales y representantes de los gremios empresariales del país.

“Consumamos lo nuestro, respetemos lo nuestro por una soberanía política y especialmente por una soberanía económica”, demandó el Presidente, quien afirmó que la economía boliviana está ahora entre las más sólidas de la región y que sería mucho más exitosa si se aumenta el consumo de los productos bolivianos y se elimina el contrabando.

El 20 de noviembre, los representantes de los empresarios avícolas, exportadores, mineros y de las industrias de Cochabamba firmaron una alianza estratégica para promover el sector productivo, a través del sello “Hecho en Bolivia” a escala regional y nacional.

CRECIMIENTO. “Sin burocracia, sin contrabando y consumiendo lo nuestro, me imagino que estaríamos al menos con un 6% o 6,5% de crecimiento”, proyectó el Jefe de Estado, quien luego pidió a los empresarios que realicen un estudio sobre esta proyección.

Ratificó también la decisión gubernamental de eliminar el contrabando y convocó a los bolivianos a optar por productos nacionales, aunque —dijo— en algunos casos éstos cuestan más que los importados, asumiendo conciencia de que con ello ayudan a los productores y a sus familias.

La ministra de Desarrollo Productivo, Verónica Ramos, realizó un repaso sobre la situación económica del país y explicó que el movimiento “Hecho en Bolivia” va más allá de promocionar la producción nacional. “No solo (se busca) promocionar, sino reflexionar desde

el lado del consumidor de qué significa comprar un producto boliviano (...). El objetivo de esto es que sea una actividad permanente en el tiempo para empezar a reflexionar desde distintos niveles”, manifestó.

En representación del empresariado, el primer vicepresidente de la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB), Kurt Koenigsfest, resaltó el lanzamiento del movimiento “Hecho en Bolivia”, aunque recordó que esta iniciativa fue propuesta hace una década por este sector.

El empresario comprometió el apoyo de su sector para lograr los objetivos trazados por el Gobierno. “Ratificamos el apoyo del sector empresarial con esta y todas las iniciativas que tiendan a mejorar la calidad de vida de los habitantes de nuestro país”, enfatizó.

La ministra Ramos adelantó que se tienen planificadas diversas campañas de concientización en todos los departamentos del país para que la población consuma más productos nacionales.

“Vamos a coordinar con todos los sectores la campaña”, sostuvo. En el acto, los representantes de los micro y pequeños productores coincidieron en señalar que respaldan la iniciativa propuesta por el Órgano Ejecutivo.