

## NOTICIAS FAD/FEV

### ESTUDIO DE VIABILIDAD DEL PROYECTO «TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA E INFORMACION DE MERCADOS PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD Y PRODUCTIVIDAD DEL SECTOR AGROPECUARIO Y LA CALIDAD DE LOS RUBROS». PANAMA

- El Ministerio de Desarrollo Agropecuario de la República de Panamá, convoca a las empresas españolas a un concurso para elaborar el Estudio de Viabilidad del proyecto «Transferencia de Tecnología e Información de Mercados para Mejorar la Rentabilidad y Productividad del Sector Agropecuario y la Calidad de los Rubros».
- Este Estudio de Viabilidad, aprobado en la Comisión Interministerial del FEV, tiene un coste aproximado de hasta **248.600 euros** y será financiado con cargo a la Línea de Financiación de Estudios de Viabilidad (FEV modalidad pública), cuyos recursos provienen del Fondo de Ayuda al Desarrollo.
- Las empresas españolas interesadas en la realización del estudio deberán presentar sus ofertas en las direcciones que se detallan más abajo, según la documentación contenida en los Términos de Referencia (Anexos II y III) **antes de las 14:00 horas del día viernes 15 de noviembre de 2002 y en cada uno de los tres destinos señalados en esta convocatoria.**



**S E C C I O N**  
**ESTADISTICO-**  
**INFORMATIVA**

El Ministerio de Desarrollo Agropecuario, bajo la supervisión de la Administración española, evaluará las ofertas presentadas de acuerdo con la metodología estipulada en el anexo III.

Se presentarán cuatro ejemplares, los cuales se distribuirán así:

- Dos ejemplares en español para el Ministerio de Desarrollo Agropecuario
- Un ejemplar en español para el Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Panamá.
- Un ejemplar en español para la Subdirección de Gestión de la Deuda Externa y Evaluación de Proyectos.

Las ofertas deberán presentarse en sobres cerrados: Sobre A: Oferta Técnica y Sobre B: Oferta Económica.

Todos los ejemplares se entregarán en el plazo señalado y en las direcciones indicadas a continuación.

A continuación se detallan las direcciones de envío:

#### **A. MINISTERIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO DE PANAMA**

Persona Responsable: Dr. Rigoberto González, Dtor.Gral. Plan Panamá Rural  
Dirección: Altos de Curundú, Edif. 574, 2do Alto  
Teléfono: 232 7654 / 232 7655  
Fax: 2323- 5515

#### **B. CONSEJERO ECONOMICO Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN PANAMA**

Persona responsable: Sr. D. Ramón Chaves Vidal  
Dirección: Edif. Banco Atlántico, piso 8, Calles 50 y 53, Apartado 8028, Panamá 7  
Teléfono: 2694018/2694182  
Fax: 2643458

## C. SUBDIRECCION GENERAL DE GESTIÓN DE LA DEUDA EXTERNA Y EVALUACION DE PROYECTOS

Personas responsables: D<sup>a</sup>. Begoña Montoro Zulueta/Dña Susana Ketterer Rodriguez  
Dirección: Paseo de la Castellana 162, Planta 8, despacho 16. 28046 Madrid.  
Teléfono: (91) 5835463/ 5835276  
Fax: (91) 5835255

Para cualquier información deberán dirigirse a:  
Subdirección General de Gestión de la Deuda Externa y Evaluación de Proyectos  
Teléfono: (91) 5835245 / 5276 / 5463  
Fax: (91) 5835255  
Att: D<sup>a</sup> Begoña Montoro Zulueta/ D<sup>a</sup> Susana Ketterer Rodriguez

### TÉRMINOS DE REFERENCIA

#### A. ESQUEMA DEL CONCURSO:

1. El Ministerio de Desarrollo Agropecuario, previa la conformidad de la Administración española, convoca un concurso para la elaboración del estudio de viabilidad del proyecto « Transferencia de Tecnología e Información de Mercados para Mejorar la Rentabilidad y Productividad del Sector Agropecuario y la Calidad de los Rubros».
2. Todas las empresas españolas interesadas en la realización del estudio deberán presentar sus ofertas, según los requisitos que se detallan en este documento de TERMINOS DE REFERENCIA ( apartados B y C ).
3. El Ministerio de Desarrollo Agropecuario, bajo la supervisión de la Administración española, evaluará las ofertas presentadas de acuerdo con los baremos recogidos en el apartado D.
4. El valor del estudio no podrá superar los 248.600 euros.
5. El plazo de ejecución del Estudio no deberá ser superior a diez meses.



**S E C C I O N**  
**ESTADISTICO-**  
**INFORMATIVA**

#### B. REQUISITOS PARA LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA:

1. Concurso restringido a empresas españolas.
2. El objetivo inmediato es seleccionar productos con demanda en el mercado internacional a través de un proceso participativo. La orientación debe ser práctica, con un doble objetivo:
  - En corto plazo (10 meses) comercializar, en nuevos mercados, productos panameños que ya se produzcan y/o transformen en el país, y que tengan demanda en el mercado internacional;
  - Seleccionar 3/5 nuevos productos agrícolas o pecuarios con demanda en el mercado internacional que se puedan producir a escala comercial en el territorio panameño.
3. El estudio deberá incluir los siguientes puntos:

#### ANTECEDENTES

El estudio tiene por objeto la identificación de productos para mejorar la rentabilidad y productividad del sector agropecuario y la calidad de los rubros, así como facilitar la adaptación de los productores panameños a un sistema económico más competitivo, mediante la modernización de los servicios nacionales de generación y transferencia de tecnología, sanidad agropecuaria, información de mercados y titulación de tierras.

## ENFOQUE

Tanto para el corto como para el medio plazo, la firma consultora, con la finalidad de viabilizar los planes comerciales propuestos, deberá determinar, medir y cuantificar los requerimientos y necesidades en estructura productiva y comercial, y programar su incorporación. También debe especificar si existen otros estudios de viabilidad relacionados.

En el corto plazo, determinar dos productos agropecuarios, que se producen en Panamá, con potencial de comercialización y exportación y apoyar en dicho proceso. En el medio plazo determinar de tres a cinco nuevos productos agropecuarios con gran potencial de comercialización y exportación en un plazo medio y elaborar un programa de actuación que permita la correcta introducción, producción, manipulación o transformación y comercialización de los productos seleccionados.

## ALCANCE Y METODOLOGÍA

El estudio tendrá las siguientes fases:

**CORTO PLAZO:** El objetivo principal en el corto plazo, es el de determinar *dos productos agropecuarios que ya se producen en Panamá*, que tengan gran potencial de comercialización y de exportación en el corto plazo y apoyar en dicho proceso.

*Conocimiento de la realidad panameña (Diagnóstico agronómico) y estudio de los mercados internacionales.*

- Informarse exhaustivamente de la realidad actual de la agricultura panameña y de los productos con potencial de exportación, así como el impacto logrado por este sector en la economía global del país y las proyecciones que se desea alcanzar en los próximos 5 años, en el ámbito de los pequeños y medianos productores.
- Examinar las condiciones climáticas en las distintas zonas productivas del país a lo largo del año, la situación geográfica, los modelos de producción, los suelos y las demás variables importantes que se relacionen con la viabilidad de incorporar otros productos nuevos a escala comercial, orientados al mercado de exportación.
- Analizar los factores productivos, tamaño de las explotaciones, población activa agrícola, el proceso productivo y de acopio, destino de las producciones por grupo de rubros y el grado de asociacionismo de los productores.
- Valorar las experiencias de los productores panameños, por pequeñas que estas sean, en el campo de la diversificación de productos.
- Revisar, como referencia, la lista de productos que se ha definido el IMA (8 rubros-melón, sandía, zapallo, piña, plátano, yuca, ñame, malanga, lila y blanca) y evaluar su potencial comercial.
- Entrevistas con técnicos y productores, encuentros y todos aquellos eventos que le permitan descubrir la información necesaria y captar los criterios prácticos indispensables para fundamentar la ruta correcta de su trabajo y garantizar los resultados esperados.
- Seleccionar los productos en demanda a través de un proceso participativo, (productores y técnicos), con la finalidad de identificar los productos que presenten las mayores ventajas de producción y comercialización.
- Seleccionar los productores interesados en producir los productos seleccionados, según las condiciones de los mercados seleccionados (volúmenes, calidad, etc.).
- Realizar misiones de ámbito internacional que permitan contactar directamente los compradores potenciales. Organizar una a dos misiones de compradores potenciales internacionales a Panamá, con el objetivo de demostrar el potencial de compra. Dichas misiones podrán organizarse, de común acuerdo con los interesados, ya sea antes o después de la selección de los dos productos a potenciar en el corto plazo de tiempo.
- Organizar una o dos misiones de empresarios panameños a los mercados potenciales con el objetivo de negociar ventas con los importadores (los participantes panameños cubrirán sus propios gastos).



- Apoyar en la diversificación de los mercados y en la comercialización de los productos seleccionados para lograr ventas.

*Determinación y cuantificación de los requerimientos y necesidades a socorrer para la comercialización con éxito de los productos seleccionados.*

- Estimar la infraestructura y la estructura productiva y comercial requerida, que permita el acceso de los rubros agrícolas o pecuarios producidos, y en su caso procesados o elaborados, en Panamá, y seleccionados para su comercialización en los mercados internacionales de forma correcta y con capacidad de éxito.
- Cuantificación y valoración de las infraestructuras y de los bienes muebles, que integran la estructura productiva y comercial diferencial entre la actual y la necesaria.
- Diseño del plan de incorporación de las infraestructuras y estructuras, productivas y comerciales, que falten y que posibilite el correcto uso de las actuales y el aprovechamiento de las nuevas, favoreciendo el incremento o la nueva incorporación de los productos seleccionados en los mercados objetivos determinados.
- Diseño de un plan de capacitación productiva y empresarial, que permita la optimización del uso de los bienes productivos e inicie la conversión del agricultor en empresario agrario. Es decir, que el diseño del plan posibilite la incorporación del agricultor en el mundo empresarial y le haga conocedor de los mecanismos que condicionan la producción y posterior comercialización derivada de su actividad.

*Capacitación en comercialización internacional de productos agropecuarios.*

- Una vez seleccionados los productores interesados en participar en el proceso de comercialización de los productos seleccionados, capacitar a dichos productores, así como, a ejecutivos y funcionarios panameños en comercialización internacional de productos agropecuarios. Para ser más efectiva, dicha capacitación sería una combinación entre teoría y práctica.
- Parte teórica: dos seminarios en Panamá. Durante dichos seminarios se deberá transferir los conocimientos necesarios, de manera integrada (desde la producción hasta la venta), para desarrollar de manera efectiva nuevos mercados a nivel internacional.
- Parte práctica: apoyo por parte de la consultora en el proceso de ventas y de negociación de contratos. Los seminarios deberán combinarse con las misiones de los empresarios panameños en los mercados potenciales, de manera a poner en práctica en el terreno los conocimientos obtenidos en los seminarios. Igualmente, la parte de selección de nuevos productos (Medio Plazo punto b), formará parte integrante del proceso de capacitación práctica.
- El estudio agronómico, análisis de los factores productivos, la selección de los productos/productores, la determinación, cuantificación y valoración de la infraestructura y estructura productiva y comercial necesaria, la capacitación de los participantes, así como la identificación de los nichos de mercado (importadores) y la potencialidad de las ventas (1) son el resultado final del objetivo a corto plazo.

**MEDIO PLAZO:** El objetivo principal en el medio plazo, es el de determinar tres a cinco nuevos *productos agrícola o pecuarios*, con gran potencial de comercialización y de exportación en un plazo medio y elaborar un programa de actuación que permita la correcta introducción, producción manipulación o transformación y comercialización de los productos seleccionados.

- *Selección de Productos*

- Tomar en cuenta que se trata de identificar productos hortofrutícolas, que puedan cultivarse a gran escala y encontrar ventanas de acceso atractivas en el mercado internacional, ya sea en fresco o procesados (agroindustriales). Poner especial énfasis en revisar la oferta de productos agrícolas en los mercados internacionales (EE.UU., Canadá y la Unión Europea), elegir aquellos que sean de importancia económica y comparar sus características de producción con la capacidad potencial de las distintas zonas productivas del país y las épocas del año.

(1) Para obtener resultados concretos en la obtención de ventas, se necesitará una plena colaboración por parte de los productores en el pleno respecto de las condiciones impuestas por los importadores. Es la incumbencia y responsabilidad plena de los productores de respetar las exigencias del cliente, entre otros puntos: volúmenes, ventanas, reglas sanitarias, calibración, empaque, calidad, etcétera.



- Con todos los elementos de juicio aportados por el diagnóstico, integrar una matriz con productos nuevos como universo primario de selección. Esta matriz debe contener al menos la siguiente información:
  - Nombre técnico, común y en inglés del producto.
  - Clasificación por fruta, hortaliza, ornamental, otro.
  - Grado de aceptación en los mercados internacionales.
  - Condiciones climáticas propias para su producción.
  - Rendimiento aproximado por Ha.
  - Características básicas del producto para poder ser exportado.
  - Generador de mano de obra alto, mediano, bajo.
  - Razones por las que se piensa que puede tener acceso a los mercados.
  - Épocas de mayor demanda en los mercados del mundo.
  - Grado de dificultad en el proceso de producción alto, mediano, bajo.
  - Épocas en que se puede producir.
  - Posibles países competidores para ese producto.
  - Agregar al análisis de otros elementos tales como: Rentabilidad, amigabilidad con la naturaleza, ventaja comparativa para Panamá por situación de clima y ubicación geográfica, adaptabilidad a la idiosincrasia de los productores, etc., sin desvirtuar el objetivo principal: Se busca productos que causen un impacto favorable importante en la economía del país y

— Otros.

Someter la información de esta matriz a una depuración a través de un proceso participativo, (productores y técnicos), con la finalidad de identificar los 3/5 productos que presenten las mayores ventajas de producción y comercialización.

• *Tratamiento de los tres a cinco productos finales.*

Para cada uno de los 3/5 productos finales, la firma consultora ampliará la información de los componentes de la matriz y agregará para cada uno, lo siguiente:

— *Estudio de mercado(ficha producto/mercado) que contenga la siguiente información:*

- Número de HS (Harmonized System) y Calificación
- Las principales variedades del producto en el mercado objetivo
- Balanza comercial (consumo aparente del mercado)
- Principales importaciones mensuales por país en US\$.
- Importaciones anuales por país de origen en US\$.
- Principales importaciones a cada mercado
- Ventanas de oportunidad por mercado
- Disponibilidad del producto en cada mercado
- Oportunidades de mercado
- Historial de precios.
- Precios actuales por puntos de entrada (fluctuaciones de los precios y tendencias)
- Principales puntos de entrada del producto
- La estrategia de precios para penetrar el mercado
- Principales elementos de mercadotecnia que deben respetar los exportadores panameños.
- Organización de las ventas y condiciones de crédito.
- Tendencias de consumo y estrategia de promoción.
- Canales de distribución.
- Empaque comercial.
- Embalaje para el transporte
- Etiquetado.
- Obstáculos para la importación
- Restricciones de orden fitosanitario y posibles soluciones.
- Métodos de transporte utilizados para las importaciones.
- Costos de transporte hacia los principales mercados.
- Condiciones de almacenamiento y transporte.
- Reglas sanitarias.



- Niveles de tolerancia de los pesticidas.
  - Nichos de mercados o contactos comerciales, con el nombre del comprador, dirección, teléfono, fax, e-mail, etc.
  - Análisis de importancia de los productos y su impacto en la producción nacional.
  - Sistema para mantener actualizada la información.
- *Descripción y cuantificación de las necesidades y requerimientos necesarios para la correcta introducción de los productos seleccionados en los mercados objetivo.*
- Estimar la infraestructura productiva y comercial requerida, que permita el acceso de los rubros agrícolas o pecuarios a producir, y en su caso, a procesar o elaborar en Panamá, y seleccionados para su comercialización en los mercados internacionales de forma correcta y con capacidad de éxito.
- Cuantificación y valoración de las infraestructuras y de los bienes muebles, que integran la estructura productiva y comercial diferencial entre la actual y la necesaria.
- Diseño del plan de incorporación de las infraestructuras y estructuras, productivas y comerciales, que falten y que posibilite el correcto uso de las actuales y el aprovechamiento de las nuevas, favoreciendo el incremento, o nueva incorporación de los productos seleccionados en los mercados objetivo, determinados.
- Diseño de un plan de capacitación productiva y empresarial, que permita la optimización del uso de los bienes productivos e inicie la conversión del agricultor en empresario agrario. Es decir, que el diseño del plan posibilite la incorporación del agricultor en el mundo empresarial y le haga conocedor de los mecanismos que condicionan la producción y posterior comercialización derivada de su actividad.
- *Elaboración de un programa de introducción.*
- La elaboración de un programa de actuación que permita la correcta introducción, producción, manipulación o transformación y comercialización de los tres/cinco rubros agrícolas o pecuarios seleccionados.
  - El programa de introducción incluye el diseño y planificación de la capacitación y formación, necesarias para la correcta asimilación de las técnicas productivas y comerciales, los aspectos básicos de la dirección y las diferentes materias que integran la inteligencia de mercados.
  - El programa contempla el diseño de campos demostrativos sobre la forma de cultivar, cosecha y manejo poscosecha de los rubros seleccionados.
  - Igualmente, para el desarrollo e implantación de los nuevos productos, la consultora potenciará la búsqueda de alianzas estratégicas e inversionistas que puedan aportar, ya sea transferencia tecnológica (saber hacer), inversión directa, canales de distribución; o realizar alianzas comerciales y/o jurídicas con empresas y entidades panameñas orientadas a la creación de empresas mixtas, participaciones, join ventures, etcétera.
- El conjunto de fichas producto/mercado – estudio de la oferta-demanda, la relación y cuantificación de las estructuras productivas y comerciales necesarias y el programa de introducción de los productos seleccionados, son el resultado final del objetivo a medio plazo.

4. El Ministerio de Desarrollo Agropecuario ofrece apoyo al consultor español para toda la duración de la elaboración del estudio.
5. Las empresas interesadas en la licitación, deberán presentar sus ofertas, de acuerdo con la información recogida en estos Términos de Referencia. La oferta deberá constar de propuesta técnica y propuesta económica. Se presentarán cuatro ejemplares: dos copias para El Ministerio de Desarrollo Agropecuario de Panamá y dos copias para la Administración española, en concreto, una para el Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Panamá y otra para la Subdirección de Gestión de la Deuda Externa y Evaluación de Proyectos.

**Ministerio de Desarrollo Agropecuario de Panamá**

Persona Responsable: Dr. Rigoberto González, Dtor.Gral. Plan Panamá Rural

Dirección: Altos de Curundú, Edif. 574, 2do Alto

Teléfono: 232 7654 / 232 7655

Fax: 2323- 5515



**S E C C I O N**  
**ESTADISTICO-**  
**INFORMATIVA**

**Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Panamá**

Persona responsable: Ramón Chaves

Dirección: Edif. Banco Atlántico, piso 8, Calles 50 y 53, Apartado 8028, Panamá 7

Teléfono: 2694018/2694182

Fax: 2643458

**Subdirección General de Gestión de la Deuda Externa y Evaluación de Proyectos**

Persona responsable: Begoña Montoro

Dirección: Paseo de la Castellana 162, Pta 8, 28046 Madrid

Teléfono: (91) 5835245

Fax: (91) 5835255

6. Cualquier cambio en el equipo de trabajo propuesto deberá ser sometido a valoración del cliente y de la Administración española, pudiendo ser constitutivo de exclusión del concurso o cancelación del contrato de no ser aceptado por aquéllos.
7. La propuesta técnica recogerá el alcance de los trabajos a realizar, la metodología que se aplicará, el plan de trabajo y el cronograma de actividades.
8. La propuesta económica deberá presentarse desglosada, indicando claramente unidades de coste, coste unitario y coste total para cada concepto. Se detallará el coste de cada profesional del equipo de trabajo y su dedicación prevista. Igualmente se desglosarán los gastos asociados a la realización del proyecto (viajes, dietas, etc). La oferta económica deberá incluir el coste de todos los conceptos necesarios para la realización del trabajo.
9. Las ofertas deberán tener un periodo de validez de seis meses, durante el cual las empresas oferentes se comprometen a mantener las condiciones de su oferta, en especial en lo referido a composición del equipo de trabajo, alcance del proyecto, metodología, plazo de ejecución y precio.
10. En caso de asociación entre consultores, o subcontratación, se deberán detallar las competencias y responsabilidades de cada uno de los consorciados o subcontratistas.
11. El porcentaje máximo admisible de gastos locales será del 15% sobre el total de los previstos para la realización del trabajo.
12. Forma de pago:  
25% a la firma del contrato.  
25% al cumplimiento de un hito intermedio a determinar entre el Ministerio de Desarrollo Agropecuario, la Administración española y el Adjudicatario, y previa presentación y aprobación por ambas administraciones de un informe de progreso que contendrá todos los trabajos realizados en ese periodo, problemas reales y potenciales, acciones propuestas y la existencia de desviaciones sobre la programación inicial.  
50% tras la aceptación y visto bueno del Estudio por parte del Ministerio de Desarrollo Agropecuario y la Administración española.
13. El Ministerio de Desarrollo Agropecuario dará el visto bueno para los informes periódicos de progreso elaborados por el consultor español y los transmitirá al financiador.



**S E C C I O N**  
**ESTADISTICO-**  
**INFORMATIVA**

**C. DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ADJUNTAR A LAS OFERTAS:**

- Memoria de la empresa del último año disponible. En su defecto, balance y cuenta de resultados auditados.
- Información general de la compañía. En especial, se harán constar:
  - Accionariado
  - Fecha de constitución
  - Facturación de los últimos cinco años
  - Número de empleados Personal fijo y personal a tiempo parcial. Titulados

- Relación detallada de los proyectos más destacables realizados. Se indicará claramente: cliente, valor contratado, fecha de inicio y fecha de finalización, equipo de trabajo y descripción del trabajo realizado. Se deberá hacer especial énfasis en estudios con similar contenido técnico y objetivos al que se desea contratar.
- Equipo de trabajo propuesto. Se deberán adjuntar los C.V. de las personas propuestas. Incluirá, al menos, los siguientes datos:
  - Nombre.
  - Lugar y fecha de nacimiento
  - Nacionalidad
  - Titulación (títulos obtenidos y cursos)
  - Idiomas
  - Experiencia clave (indicando funciones y responsabilidades en cada trabajo).
  - Experiencia general
  - Otros -experiencia docente, publicaciones, seminarios, etc-.

**D.- VALORACIÓN DE OFERTAS**

	<b>Criterios de Selección</b>	<b>Ponderación (%)</b>
<b>I.</b>	<b>PROPUESTA TÉCNICA:</b>	<b>70</b>
	<b>1. Capacidad de la empresa</b>	<b>15</b>
	— Referencias proyectos similares	5
	— Referencias países similares	5
	— Capacidad para acometer el estudio	5
	<b>2. Propuesta Técnica</b>	<b>40</b>
	— Enfoque	10
	— Alcance	10
	— Metodología	10
	— Plan de Trabajo	5
	— Plazos	5
	<b>2. Propuesta Técnica</b>	<b>15</b>
	— Experiencia en proyectos similares	4
	— Experiencia en países similares	4
	— Vinculación con la empresa	4
	— Dedicación al proyecto	3
<b>II.</b>	<b>PROPUESTA ECONOMICA</b>	<b>30</b>
<b>III.</b>	<b>VALORACION TOTAL</b>	<b>100</b>



**S E C C I O N**  
**ESTADISTICO-**  
**INFORMATIVA**

## ORDEN DE SUSCRIPCION

Sí, deseo suscribirme a las publicaciones que detallo a continuación de acuerdo con las tarifas siguientes:

	ESPAÑA	EXTRANJERO
	<b>1 año</b>	<b>1 año</b>
<input type="checkbox"/> Boletín Económico de ICE (38 números/año)	<input type="checkbox"/> 78 €	<input type="checkbox"/> 102 €
<input type="checkbox"/> Información Comercial Española. Revista de Economía (8 números/año)	<input type="checkbox"/> 60 €	<input type="checkbox"/> 72 €
<i>Suscripción a las dos publicaciones, descuento del 15 por 100</i>		
Total		

### DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos .....

.....

Empresa .....

Domicilio .....

D.P. .... Población .....

N.I.F. .... Teléf. ....

Fax .....

Firma

### FORMAS DE PAGO

Cheque adjunto a nombre del Centro de Publicaciones del Ministerio de Economía n.º ..... Entidad .....

Transferencia

## ORDEN DE PEDIDO

Sí, deseo suscribirme a las publicaciones que detallo a continuación de acuerdo con las tarifas siguientes:

Título	Importe
Total	

Ejemplar suelto: Boletín: 4.50 €  
Revista: 12 €

Extranjero: precio del ejemplar, más 1,5 € de gastos de envío.

### DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos .....

.....

Empresa .....

Domicilio .....

D.P. .... Población .....

N.I.F. .... Teléf. ....

Fax .....

Firma

### FORMAS DE PAGO

Cheque adjunto a nombre del Centro de Publicaciones del Ministerio de Economía n.º ..... Entidad .....

Transferencia



**Información y venta:** Paseo de la Castellana, 162, vestíbulo.  
28071 Madrid. Teléf. 91 349 36 47. Fax: 91 349 36 34.  
**Suscripciones:** Pza. del Campillo del Mundo Nuevo, 3.  
28005 Madrid. Teléf. 91 506 37 40. Fax: 91 527 39 51.