



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Ingeniería  
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

**IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE EXPORTACIONES PARA  
PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES**

**Oliver Estward Del Cid Cholón**

Asesorado por el Ing. Luis Cesar Mérida Lima

Guatemala, julio de 2010

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

**IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE EXPORTACIONES PARA  
PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A JUNTA DIRECTIVA DE LA  
FACULTAD DE INGENIERIA  
POR

**OLIVER ESTWARD DEL CID CHOLÓN**  
ASESORADO POR EL ING. LUIS CÉSAR MÉRIDA LIMA

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

**INGENIERO INDUSTRIAL**

GUATEMALA, JULIO DE 2010

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE INGENIERÍA



**NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA**

DECANO	Ing. Murphy Olympo Paiz Recinos
VOCAL I	Ing. Alfredo Enrique Beber Aceituno
VOCAL II	Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco
VOCAL III	Ing. Miguel Ángel Dávila Calderón
VOCAL IV	Br. Luis Pedro Ortíz de León
VOCAL V	P. A. José Alfredo Ortíz Henricx
SECRETARIO	Ing. Hugo Humberto Rivera Pérez

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL PRIVADO**

DECANO	Ing. Murphy Olympo Paiz Recinos
EXAMINADOR	Ing. Danilo Gonzales Trejo
EXAMINADOR	Ing. Marco Vinicio Monzón
EXAMINADORA	Inga. Karla Lizbeth Martínez Vargas
SECRETARIA	Inga. Marcia Ivónne Véliz Vargas

## HONORABLE TRIBUNAL EXAMINADOR

En cumpliendo con los preceptos que establece la ley de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a su consideración mi trabajo de graduación titulado:

### **IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE EXPORTACIONES PARA PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES**

Tema que me fuera asignado por la Dirección de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, con fecha 16 de marzo de 2009.



OLIVER ESTWARD DEL CID CHOLON

Guatemala, 27 de Octubre de 2009

Ingeniero  
**Francisco Gómez**  
Director Escuela de Mecánica Industrial  
Facultad de Ingeniería

**Estimado Ingeniero:**

Por este medio le comunico que el estudiante Oliver Estward Del Cid Cholón, con carné No. 199910693 ha realizado su trabajo de graduación titulado: Implementación de un Departamento de Exportaciones para Productos Tradicionales y No Tradicionales, bajo mi asesoría, la cual apruebo. No obstante es de mi conocimiento que aún pueden existir cambios propuestos por el revisor y por la persona designada de lingüística, para incrementar el valor de la tesis presentada.

Saludos cordiales,

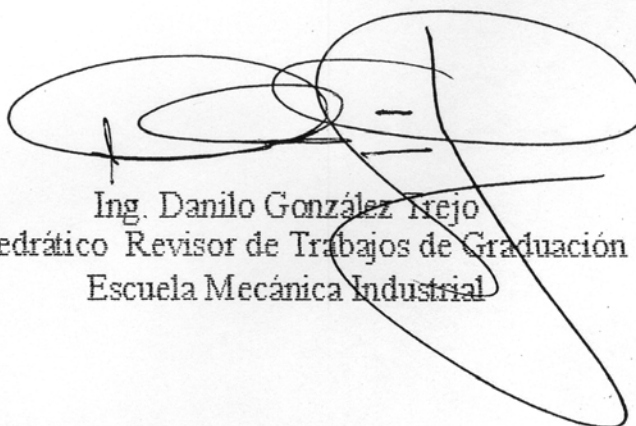


**Luis César Mérida Lima**  
**Ingeniero Industrial**  
Colegiado No. 7122



Como Catedrático Revisor del Trabajo de Graduación titulado  
IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE  
EXPORTACIONES PARA PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO  
TRADICIONALES, presentado por el estudiante universitario Oliver  
Estward del Cid Cholon, apruebo el presente trabajo y recomiendo la  
autorización del mismo.

ID Y ENSEÑAD A TODOS



Ing. Danilo González Nejo  
Catedrático Revisor de Trabajos de Graduación  
Escuela Mecánica Industrial

Guatemala, Noviembre de 2009.

/agrm

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

El Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer el dictamen del Asesor, el Visto Bueno del Revisor y la aprobación del Área de Lingüística del trabajo de graduación titulado **IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE EXPORTACIONES PARA PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES**, presentado por el estudiante universitario **Oliver Estward Del Cid Cholón**, aprueba el presente trabajo y solicita la autorización del mismo.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Ing. Juan José Peralta Dardón  
DIRECTOR a.i.  
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial



Guatemala, julio de 2010.

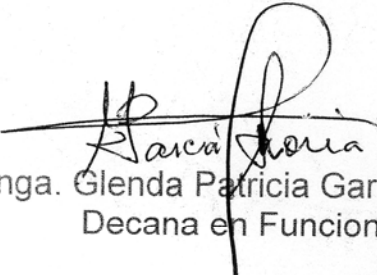
/mgp



Ref. DTG.265.2010

El Decano de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer la aprobación por parte del Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, al trabajo de graduación titulado: **IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE EXPORTACIONES PARA PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES**, presentado por el estudiante universitario **Oliver Estward Del Cid Cholón**, autoriza la impresión del mismo.

IMPRÍMASE.

  
Inga. Glenda Patricia García Soria  
Decana en Funciones

Guatemala, julio de 2010.



/gdech



## **ACTO QUE DEDICO A:**

- Dios** Por darme la vida y la oportunidad de pertenecer a esta casa de estudios tan prestigiosa y beneficosa en todos sus ámbitos.
- Mis padres** Santiago de Jesús Del Cid Cardona y Josefina Cholón de Del Cid, por mostrarme el camino, y darme su incondicional apoyo que llevare siempre en mi corazón, junto a todos los esfuerzos realizados, que hicieron posible este privilegiado día.
- Mis hermanos** Kevin y Janmy, por su aprecio y motivación, en especial a mi hermana Ana Gabriela Del Cid (q.e.p.d.) su ejemplo es imborrable en mi memoria.
- Wendy Pérez** Por ser el amor de mi vida y darme todo su cariño, respeto, lealtad y comprensión incondicional en todo momento.
- Mis amigos** Estuardo Escriba, Pablo Batres, Pedro Samayoa, Oswaldo Ortiz, Dany Lara, y el resto del grupo, por los momentos compartidos y su valiosa amistad.

## ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	V
GLOSARIO.....	VII
RESUMEN.....	XIII
OBJETIVOS.....	XV
INTRODUCCIÓN.....	XVII
1. GENERALIDADES DE LAS EXPORTACIONES.....	1
1.1 Introducción al comercio internacional.....	1
1.1.1 Ambiente del comercio internacional.....	2
1.1.2 Política de promoción comercial y situación actual del comercio exterior.....	2
1.1.3 Organización del comercio exterior en Guatemala.....	5
1.1.4 Terminología del comercio internacional.....	6
1.2 Tratados comerciales.....	7
1.3 Guía del plan de exportación.....	9
1.3.1 Asignación de productos.....	10
1.3.2 Proyecto de exportación.....	13
1.4 Plan de exportación y auditorías.....	15
1.5 Inteligencia de mercados internacionales .....	17
1.5.1 Investigación de mercados exteriores.....	18
1.5.2 Selección preliminar.....	19
1.5.3 Las fuentes de información locales.....	20
1.5.4 Perfil del mercado exterior.....	21
1.5.5 Estrategia competitiva de la empresa.....	22

2.	TÉRMINOS CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.....	25
2.1	Incoterms.....	25
2.1.1	Finalidad y alcance.....	28
2.1.2	Estructura de manejo.....	29
2.1.3	Diferenciación y obligaciones.....	30
3.	PROCEDIMIENTOS Y DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN.....	31
3.1	Legislación aduanera básica.....	31
3.1.1	Estructura del cauca y otras leyes relacionadas.....	33
3.1.2	Aplicación de regímenes aduaneros únicamente para exportar.....	34
3.2	Aplicación del régimen aduanero.....	34
3.2.1	Aplicación de regímenes definitivos, temporales o suspensivos y liberatorios.....	37
3.2.2	Legislación para exportar e importar zonas francas – maquila 29-89.....	38
3.2.3	Trámites y procedimientos para exportar cualquier producto.....	43
3.2.4	Documentación y papelería que debemos tener organizada.....	44
3.2.5	Exportaciones temporales y otros.....	44
3.3	Requisitos de Exportación.....	45
3.2.1	Requisitos no tributario y no arancelarios.....	46
3.2.2	Documentos necesarios para la exportación e importación.....	47

3.2.3	Sistema Seadex.....	48
4	SELECCIÓN DE MODOS DE TRANSPORTE PARA EXPORTAR.....	49
4.2	Diferencias entre transportes.....	49
4.2.1	Precio y distancias.....	51
4.2.2	Zonas francas.....	51
4.2.3	Tamaños de contenedores y peso límite.....	52
4.3	Transporte Marítimo.....	60
4.3.1	Tipo de navieras.....	61
4.3.2	Control de sanidad y fumigación.....	63
4.3.3	Cargas consolidadas y completas.....	66
4.4	Transporte terrestre.....	67
4.4.1	Tipo de transportistas.....	69
4.4.2	Control de marchamos y seguridad externa.....	71
4.4.3	Contenedores consolidados y completos.....	73
4.5	Transporte Aéreo.....	73
4.5.1	Tipo de aerolíneas y especializaciones.....	74
4.5.2	Programas de vuelo y seguros de carga.....	76
4.5.3	Tipo contrato y formas de pago.....	77
4.6	Unión aduanera.....	77
4.6.1	Leyes sobre nuestros aranceles de los productos más exportables de Guatemala.....	78
4.6.2	Tipos de tratados y convenios que Guatemala ha obtenido.....	80
4.6.3	Ventajas y desventajas en las aduanas Actualmente.....	82
4.7	Ley de bioterrorismo.....	84

4.7.1	Historia de la ley del bioterrorismo.....	85
4.7.2	Las leyes que según nos presionan a pagar nuevos impuestos para exportar.....	85
5	HERRAMIENTAS FINANCIERAS EN PLAN DE EXPORTACIÓN.....	87
5.2	Cálculo de costos.....	87
5.3	Fijación de precios.....	91
5.4	Compra – venta internacional.....	93
5.5	Promoción comercial.....	94
5.6	Técnicas de negociación comercial.....	95
	CONCLUSIONES.....	101
	RECOMENDACIONES.....	103
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	105
	BIBLIOGRAFIA.....	107

# ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

## FIGURAS

1	Promociones comerciales de productos nacionales	5
2	Imagen y marca del producto para exportación	11
3	La etiqueta y su envase	12
4	El producto con embalaje o protección exterior	13
5	Proceso de exportación	15
6	Diagrama de exportación del manual de exportación	17
7	Proceso del Incoterm Exw	26
8	Proceso del Incoterm Fas	26
9	Proceso del Incoterm Cif	27
10	Proceso del Incoterm Fob	27
11	Indicador de Incoterms por costo flete y seguro	28
12	Jerarquía de Incoterms	29
13	Organigrama de aduanas en Guatemala	33
14	Tipos de transporte para el comercio internacional	50
15	Zona franca “Zolic” de Guatemala	52
16	Contenedor general para mercadería seca	53
17	Plataforma plegable Flt	56
18	Contenedor open side	57
19	Contenedor reefer – rf	58
20	Contenedor reefer high cube – rh	59
21	contenedor iso tank – iso	60
22	Carga consolidada y carga completa	67
23	Marchamo con sistema de posicionamiento global (GPS)	72

24	Esquema de ruta programa aéreo de mercancías	76
25	Calculador online para peso volumétrico de cargas	88
26	Proceso de la carta crédito	91

## TABLAS

I.	Lógica de inteligencia comercial	19
II.	Documentos para la exportación e importación	48
III.	Características del contenedor <i>dry general</i>	54
IV.	Características del contenedor <i>high cube</i>	54
V.	Características del contenedor <i>open top</i>	55
VI.	Características del contenedor <i>bulk blk</i>	55
VII.	Características de la plataforma plegable <i>flt</i>	56
VIII.	Características del contenedor <i>open side</i>	57
IX.	Características del contenedor <i>reefer rf</i>	58
X.	Características del contenedor <i>reefer high cube rh</i>	59
XI.	Características del contenedor <i>iso tank iso</i>	60

## GLOSARIO

<b>Ad valorem</b>	Arancel basado en un porcentaje del valor de la carga.
<b>Banco aceptador</b>	Similar al Banco pagador, pero en este caso, acepta un efecto al vencimiento, en lugar de pagar o comprometerse al pago.
<b>Banco avisador</b>	Es el Banco corresponsal del Banco emisor en el país del exportador. Solo adquiere el compromiso de avisar al beneficiario de la apertura del crédito.
<b>Banco confirmador</b>	Garantiza el pago por parte del Banco emisor. Se usa cuando las garantías que ofrece el Banco emisor no se consideran suficientes. Suele ser el Banco avisador.
<b>Banco emisor</b>	Banco elegido por el importador. Confecciona y realiza la apertura del crédito. Paga el crédito si se cumplen las condiciones exigidas en el mismo. Es el Banco del Importador.
<b>Banco negociador</b>	Compra (descuenta) un efecto al exportador. Aunque el pago suela ser diferido, el



	exportador cobra a la vista (con o sin intereses).
<b>Banco pagador</b>	Generalmente es un Banco en el país del exportador, que recibe el mandato del Banco emisor para pagar o comprometerse al pago contra presentación de la documentación exigida. Para el exportador es conveniente que exista un Banco pagador en su país.
<b>Beneficiario</b>	Persona a cuyo favor se emite el crédito y que puede exigir el pago al Banco emisor o al pagador una vez ha cumplido las condiciones estipuladas en el crédito. Es el exportador.
<b>Bill of landing</b>	Es un recibo dado al embarcador por las mercancías entregadas. Demuestra la existencia de un contrato de transporte marítimo y otorga derechos sobre la mercancía.
<b>Carrier</b>	Significa transportista.
<b>Certificado de origen</b>	Documento que identifica las mercancías expedidas y declara expresamente dónde se fabricó la mercancía. En España lo realizan las Cámaras de Comercio.
<b>Certificado de seguro</b>	Documento que prueba que se ha contratado el seguro de una expedición concreta.

<b>Cfr</b>	Incoterm de coste y flete.
<b>Cif</b>	Incoterm de coste, seguro y flete (antes C&F).
<b>Cip</b>	Incoterm de flete y seguro pagados.
<b>Consolidación</b>	Sistema de expedición de diversos paquetes, de diferentes consignadores, bajo un agente a un destino común. (GRUPAJE)
<b>Cpt</b>	Incoterm de flete pagado hasta. (Antes DCP).
<b>Daf</b>	Incoterm de franco frontera.
<b>Ddp</b>	Incoterm de entregado con derechos pagados.
<b>Ddu</b>	Incoterm de entregado sin pagar derechos.
<b>Declaración de aduanas</b>	Es el documento presentado por el importador (o su agente o transitorio) para el despacho de las mercancías, con el fin de que aquél pase a hacerse cargo de las mismas.
<b>Depósito aduanero</b>	Son unos recintos, bajo el control de la Aduana en el que las mercancías no abonan derechos de importación. Se usan sobre todo cuando un importador no sabe cuál será el destino final de la importación. Se permiten las mismas operaciones que en las Zonas

Francas. El máximo tiempo que una mercancía puede estar en un Depósito Aduanero es de cinco años.

**Dua** Documento Único Aduanero. No necesario en el comercio intracomunitario. Sí para terceros países (para importación y exportación).

**Exw** *Extra Weight Surcharge*. Recargo por sobre peso en la contratación del flete.

**Factura Proforma** Es una pre factura entregada por el exportador al importador, con el objetivo de dar a conocer al importador, con exactitud, el precio que pagará por las mercancías y la forma de pago.

**Fcl** Contenedor de carga llena. *Full Container Load*.

**Flete** Coste del transporte marítimo. (*Freight*)

**Gatt** Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio.

**Incoterms** Son reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional. Su objetivo es establecer criterios definidos sobre la distribución de

gastos y transmisión de riesgos, entre exportador e importador. Hay 13 términos: EXW, FAS, FOB, CFR, CIF, DES, DEQ, DAF, DDP, DDU, FCA, CPT, CIP. Los Incoterms regulan: la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los costes, los trámites de documentos. Pero no regulan la forma de pago ni la legislación aplicable.

**Manifiesto**

La lista de carga de un barco.

**Packing list**

Es una lista en que se especifica el contenido de cada bulto de una operación de exportación.

**Pallet**

Plataforma constituida por dos pisos unidos por largueros. Medidas: Universal= 1200 x 1000 mm

**Pib**

Producto Interno Bruto

**Póliza de seguro**

Es el documento que recoge las condiciones en que se aseguran las mercancías. Pueden ser nominativas o a la orden.

**Zona franca**

Cualquier enclave nacional creado por las autoridades competentes de cada Estado Miembro de la Unión Europea con el fin de

considerar las mercancías que allí se encuentren como si no estuvieran en territorio aduanero de la Comunidad para la aplicación de los derechos aduaneros, restricciones y cualquier otro impuesto. En las Zonas Francas se admiten mercancías de cualquier tipo, cantidad, país de origen o de destino. Se pueden cargar y descargar, transbordar, almacenar, y manipular mercancías. En casi todos los países del mundo existen Zonas Francas. Las Zonas Francas ofrecen ventajas fiscales como suspensión de derechos aduaneros, IVA e impuestos especiales, no se aplican restricciones cuantitativas o cualitativas, etc.

## RESUMEN

El presente trabajo de graduación es la implementación de un departamento de exportaciones para productos tradicionales y no tradicionales para cualquier empresa, el cual nos refiere a la base fundamental de toda exportación nacional e internacional, un plan de exportación que determinará los procedimientos para exportar con base a las leyes nacionales e internacionales, los requisitos fundamentales que relacionan las instituciones públicas, privadas y mixtas que fomentan las exportaciones.

Se establecen los documentos relacionados para exportar y los diferentes medios de transportes para la mercadería, analizando los precios por peso volumétrico y los costos de las empresas que se dedican a prestar el servicio. Las herramientas financieras son la clave para el desarrollo del departamento y del flujo económico para la exportación ya que los aranceles y las barreras burocráticas internas se rigen por la inteligencia comercial.

Se determinan los procedimientos para formular los costos de exportación como: la póliza de seguro, la fumigación y la luz roja en los contenedores sellados; indicaciones previas que guiarán los procesos y el desarrollo de soluciones para cada tipo de situación, estrategias analíticas sobre detalles comunes.

Se utilizan los métodos para el balance en la exportación, dando equitativamente a cada operación las funciones concernientes para que trabajen en conjunto, la metodología fundamental para la exportación es basada

en datos de países con alto nivel de comercio internacional donde la exportación es prioridad para el sostenimiento de la economía.

## **OBJETIVOS**

### **General**

Implementar un departamento de exportación para productos tradicionales y no tradicionales para cualquier empresa.

### **Específicos**

1. Determinar los precios en conjunto al arancel del país meta.
2. Obtener conocimiento de las leyes de ambos países en términos de libre comercio.
3. Cuantificar el costo de flete por aire, mar y tierra.
4. Determinar a qué mercado está dirigido el producto que se exporta.
5. Gestionar los documentos requeridos para estar inscritos y solventes ante las entidades correspondientes.
6. Administrar el área de exportaciones.
7. Establecer que empresa de carga expreso contratar para sus servicios en la exportación.





## INTRODUCCIÓN

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales es de carácter único, para el desarrollo, político, comercial y cultural; a nivel mundial es primordial hoy en día para el logro del desarrollo integral de los países en especial los tercermundistas.

No existe una sola nación que pueda considerarse autosuficiente a sí misma y que no necesite del comercio exterior y apoyo de los demás países, aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen, y por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales entre empresas, suplen sus necesidades y carencias en otras zonas, de aquí nace la exportación.

Las condiciones climatológicas propias de cada país propician intercambiar con zonas donde se producen bienes propios con otras condiciones. Para la supervivencia y desarrollo de áreas vitales entre países es trascendental fomentar sus relaciones comerciales vía exportación.

El desarrollo de la exportación hace que los países prosperen, al aprovechar sus activos producen mejor, y luego intercambian con otros países lo que ellos producen.

Las potencias mundiales como Estados Unidos dan el ejemplo en la exportación, ya que al incrementar el comercio internacional prolifera la confianza de intercambio entre países, creando más entradas de divisas y la expansión económica y física de empresas nacionales que exportan, generando

empleos y oportunidades o en algunos casos mejoran las condiciones de vida de aquellos que se encuentran laborando en sus empresas.

## 1. GENERALIDADES DE LAS EXPORTACIONES

Las estadísticas demuestran que existe una relación indudable entre un comercio más libre con el crecimiento económico, la teoría económica señala convincentes razones para esa relación. Todos los países, incluidos los más pobres, tienen activos humanos, industriales, naturales y financieros, que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior con sus exportaciones. Las exportaciones nos enseñan que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan.

Dicho simplemente, el principio de la "ventaja comparativa" significa que los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor. Para exportar, lo primero y esencial es mantener y revalorizar la actitud positiva de todo empresario, teniendo en cuenta que esto generará un crecimiento económico para la empresa y por ende para el país.

¿Qué es exportar? Una respuesta rápida y concreta a que es exportar es "simplemente, vender fuera de las fronteras"; parece simple, pero todo empresario que cotidianamente trabaja para producir, administrar y vender sus productos sabe que implica un esfuerzo permanente de empeño organizado, de entrega diaria a una labor que fructifica sólo con la aceptación del producto en el mercado externo.

## **1.1 Introducción al comercio internacional**

La economía internacional plantea el estudio de los problemas sobre las transacciones económicas internacionales, por ende cuando hablamos de economía internacional es vincular con los factores del comercio internacional, comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancías de un país (exportaciones), y entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

### **1.1.1 Ambiente del comercio internacional**

El origen del ambiente se encuentra en el intercambio de riquezas o productos de países tropicales por productos de zonas templadas o frías, conforme se fueron sucediendo las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron mayores, el comercio internacional fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en las zonas más atrasadas en su desarrollo.

### **1.1.2 Política de promoción comercial y situación actual del comercio exterior**

Dentro de esta política se crearon las misiones comerciales que son las encargadas de planificar y realizar la estrategia para conocer al producto fuera del país con una amplia gama de actividades tales como el plan promoción que técnica y define todas las empresas de una sola nación abriendo más espacio en el extranjero y permitiendo que mas países conozcan sus productos.

Este plan tiene la finalidad de alcanzar cierto número de países alrededor del mundo con una calendarización anual que se realiza por medio de un consenso entre la gremial de exportadores y colaboradores a nivel nacional.

En el plan de promoción comercial se creó una actividad peculiar con características únicas para comerciar y competir estas son las ferias exploratorias.

Dentro del plan de promoción comercial para las exportaciones estas ferias se encargan de colocar productos nacionales en otros países explorando nuevos mercados.

Las ferias de Guatemala para otros países son:

- Foodex (feria de comida enlatada y enfrascada)
- Information Communication Technology (feria de productos para enlaces comunicativos y la tecnología)
- Amfar (feria para productos agrícolas)
- Show NRA (feria de empaquetados variados y frituras variadas)
- Outsource World (feria de empresas de servicios y manejo de opciones)
- Abastur (feria de hotelería y turismo)
- Exporestaurantes (feria de productos directamente para restaurantes)
- SIAL (feria y congregación de oportunidades para inversionistas y presentaciones nuevas)

Entre los productos que se promocionan están el café, cardamomo, algodón, maíz, aves de corral vivas, caucho natural (hule), fruta congelada, especias, flores, follajes, frijol, miel de abejas, pimienta, semilla de ajonjolí, trigo, abono, fertilizantes, mármol, tabaco en rama, alimentos preparados para animales, artículos de confitería, ceras, leche con otros productos lácteos, cerámica, cuero, madera, melazas de azúcar, pescados y moluscos.

Actualmente, Guatemala ha mejorado grandemente las expectativas de crecimiento económico; sus productos son de alta calidad y ya son conocidos en todo el mundo.

Las exportaciones de productos no tradicionales han ido creciendo grandemente, y las empresas nacionales han abierto la brecha hacia países de Europa y Asia lo que hace que Guatemala destaque por productos de demanda y calidad.

Algo muy importante es que Guatemala ha sido sede de muchas ferias de carácter internacional, algunas de estas generan ingresos económicos a nuestros productores nacionales, lo que hace que año con año se repitan y surjan nuevos agro empresarios, por ejemplo la feria de Expomueble, Agritrade y Manufexport, entre otros, actividades que son dirigidas por AGEXPORT, entidad que desde 1982 se dedica a la promoción y enlace de empresas agroindustriales con sus mercados de consumo en el exterior. Hoy en día Guatemala se ha visto beneficiada por los capitales del exterior, los cuales vienen a contribuir al desarrollo de la población, creando fuentes de trabajo y gracias a la promoción turística, también se han ido creando fuentes de ingresos para la población que ve en las divisas una forma de vida.

## Figura 1. Promociones comerciales de productos nacionales

Plan Promocion Comercial 2009

Actividad	Sector	Pais o Ciudad	Fechas	Promotor
<b>MISIONES INVERSAS</b>				
Centro America (El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica)	Multisectorial	Guatemala	2do. Trimestre 2009	German Cerezo
Estados Unidos (L.A., Miami, N.Y.)	Multisectorial	Guatemala	3er Trimestre 2009	German Cerezo
Mexico	Multisectorial	Guatemala	4to Trimestre 2009	German Cerezo
Centro America (El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica)	Multisectorial	Guatemala	4to Trimestre 2009	German Cerezo
<b>MISIONES COMERCIALES</b>				
Colombia	Bisectorial	Colombia	2do. Trimestre 2009	German Cerezo
Republica Dominicana	Multisectorial	Republica Dominicana	2do. Trimestre 2009	German Cerezo
España	Turismo Sostenible, Contact Center, agroindustria	España	3er Trimestre 2009	German Cerezo
<b>VISITAS EXPLORATORIAS</b>				
Las Vegas Market-World Market Center (Las Vegas)	Muebles	Las Vegas, EEUU	9 al 13 de Febrero	Ingrid Gaitan
SIAL (Montreal)	Agroindustria	Montreal, Canada	1 al 3 de Abril	Monica Figueroa
NRA (Chicago)	Manufacturas-Artesanias	Chicago, EEUU	16 al 19 de Mayo	Marco Recinos
Congreso Turismo Mexico (Monterrey)	Salud y Bienestar	Monterrey, Mexico	27 al 29 de Mayo	Mariela Lopez
Expo Hotel (Cancun)	Manufacturas	Cancun, Mexico	17 al 19 de Junio	Marco Recinos
ITB (Berlin)	Turismo Sostenible	Berlin, Alemania	11 al 15 de Marzo	Mariela Lopez
Feria Internacional de Informatica (Colombia)	SOFEX	Colombia		Mariela Lopez
Cuba - Feria Alimentos	Manufacturas	La Habana, Cuba	Noviembre	Marco Recinos
Habitat (Valencia)	Muebles	Valencia, España	Noviembre	Ingrid Gaitan
<b>PRODUCCION DE FERIAS EN GUATEMALA</b>				
Feria de la Proveeduría	Muebles	Guatemala	12 al 14 de Marzo	Ingrid Gaitan
AGRITRADE	Agroindustria	Guatemala	19 y 20 de Marzo	Monica Figueroa
EXPOMUEBLE	Muebles	Guatemala	4 al 9 de Agosto	Ingrid Gaitan
SERVICE SUMMIT	Servicios	Guatemala	9 al 11 Septiembre	Mariela Lopez
NEW WORLD CRAFTS	Artesanias	Guatemala	Septiembre u Octubre	Marco Recinos
<b>PARTICIPACION EN FERIAS INTERNACIONALES</b>				
Feria MAGNA, EXPOMOBILIARIA	Muebles	Mexico DF, Mexico	21 al 24 de Enero	Ingrid Gaitan
FRUIT LOGISTICA	Agroindustria	Berlin, Alemania	4 al 6 Febrero	Monica Figueroa
EXPO ANTAD (Guadalajara)	Manufacturas	Guadalajara, Mexico	10 al 13 de Marzo	Marco Recinos
EXPO PACK (Mexico D.F.)	Plasticos	Mexico DF, Mexico	23 al 26 de Junio	Marco Recinos
FANCY FOOD SHOW (N.Y.)	Agroindustria	New York, EEUU	28 al 30 de Junio	Marco Recinos
CATM	Turismo Sostenible	El Salvador	10 al 12 de Octubre	Mariela Lopez
TECDO (Republica Dominicana)	SOFEX	Republica Dominicana	23 al 25 Octubre	Mariela Lopez
Medical Tourism Congress	Salud y Bienestar	Los Angeles, EEUU	26 al 28 Octubre	Mariela Lopez
Ecotourism & Sustainable Conference (Canada)	Turismo Sostenible	Oregon, EEUU	01 al 03 de Noviembre	Mariela Lopez
FRESH SUMMIT PMA	Agroindustria	Anaheim, EEUU	2 al 5 de Octubre	Monica Figueroa
Feria del Regalo Salpro	Artesanias	Mexico	Agosto	Aida Fernandez
Feria del Regalo NYGIFT	Artesanias	NY, USA	Agosto	Aida Fernandez
Feria Ambiente	Artesanias	Frankfurt, Alemania	Agosto	Aida Fernandez
Feria Tendence	Artesanias	Frankfurt, Alemania	Enero	Aida Fernandez
Expo Artesanias de Colombia	Artesanias	Bogota, Colombia	Diciembre	Aida Fernandez

### 1.1.3 Organización del comercio exterior en Guatemala

La Organización Mundial del Comercio conocida como OMC o, por sus siglas en inglés, WTO fue establecida en 1995. La OMC administra los acuerdos comerciales negociados por sus miembros (denominados Acuerdos Abarcados). Además de esta función principal, la OMC es un foro de negociaciones comerciales multilaterales; administra los procedimientos de solución de diferencias comerciales (disputas entre países); supervisa las



políticas comerciales y coopera con el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional con el objetivo de lograr una mayor coherencia entre la política económica y comercial a escala mundial.

Teóricamente el libre comercio no figura entre sus objetivos, aunque en la práctica, la OMC es un foro donde los Estados Miembros buscan acuerdos para la reducción de ciertos aranceles (liberalización), donde se resuelve cualquier disputa comercial que pudiera surgir entre sus miembros con respecto a los acuerdos alcanzados. La fecha de adhesión para el país a esta Organización Mundial del Comercio fue Guatemala 21 de julio de 1995.

#### **1.1.4 Terminología del comercio internacional**

Esta terminología es utilizada e investigada en todos los países para hacer una inversión determinada.

La mejor definición que tengo de inversión es: “colocaciones de dinero sobre las cuales la persona espera obtener algún rendimiento futuro ya sea a través de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor de su costo de adquisición” o en palabras más comunes, es aquella ganancia que tendremos de poner nuestro dinero en algo.

La importancia de invertir, radica en que una vez que hemos trabajado (con el sudor de nuestra frente) es necesario hacer algo para conservar y preservar el dinero que ganamos de tal suerte que formemos un “patrimonio” y ese dinero no pierda su valor con el paso del tiempo.

Antes de entrar más a fondo en las inversiones, se mencionara un término bien “lindo” que se ha oído hablar desde hace muchos años y que está de moda

siempre; la inflación. ¿Qué es la inflación?, la inflación es simplemente la tasa en la que se incrementan los precios (en promedio) de los productos en un período determinado. Existe el Índice de precios al consumidor que es elaborado por el Banco, el cual recaba cada cierto periodo los precios de productos básicos.

La inflación es importante a la hora de hablar de inversiones, porque necesitamos que éstas nos den rendimientos por “arriba de la inflación” para no perder dinero.

Por ejemplo, si la inflación estuviera por arriba del 5%, nuestras inversiones deben andar en conjunto por lo menos en 7% en para no perder e incluso ganar un poco.

## **1.2 Tratados comerciales**

Debido a la interdependencia cada vez mayor que guardan los países, han proliferado los convenios o tratados internacionales, instrumentos jurídicos que bien pudiéramos asimilar a los contratos en el sentido de que mediante el consentimiento manifestado por los Estados con ese carácter en el caso de los tratados se da vida a un vehículo jurídico y se crean derechos y obligaciones entre las partes. Es decir, que así como los particulares se sirven de los contratos para estipular derechos y obligaciones entre sí, los sujetos de derecho internacional y particularmente los Estados, celebran tratados sobre las más variadas materias con la intención de crear derechos y obligaciones regidos por el derecho internacional.

Tratados comerciales o de libre comercio:

- Acuerdos de Alcance Parcial
- Acuerdos de Inversión
- Acuerdos de Comercio y Cooperación Económica
- Sistema Generalizado de Preferencia (SGP+)
- Acuerdos Comerciales Pendientes
- Aranceles

Como consecuencia natural de la proliferación de convenios internacionales, el derecho de los tratados es una de las disciplinas que más se ha desarrollado en los últimos años; en el ámbito internacional, ha pasado de ser mero derecho consuetudinario a ser derecho codificado a partir de la celebración de las Convenciones de Viena de 1969 sobre Derecho de los Tratados y la de 1986 sobre Tratados Celebrados entre Organismos Internacionales o entre Organismos Internacionales y Estados.

A continuación se presentan los principales acuerdos internacionales de interés que Guatemala ha participado que es para todo emprendedor con énfasis en la exportación.

Protocolo al Tratado de Libre Comercio Centroamérica - República Dominicana Suscrito el 16 de abril de 1998. Suscrito para efectos del intercambio comercial Costa Rica, El Salvador y Guatemala frente a República Dominicana y ésta frente a aquellos, para todos los productos incluidos en todos los cuadros del Protocolo, la tasa arancelaria de Nación Más Favorecida (NMF) aplicada al 14 de agosto de 1998. Entre El Salvador, Guatemala y República Dominicana. Protocolo que contiene:

- a) Exclusiones de Libre Comercio
- b) Productos del Capítulo 15 del Sistema Armonizado excluidos de libre comercio, sujetos a tratamiento arancelario preferencial
- c) Desgravación arancelaria
- d) Información sobre Acuerdos Comerciales de Guatemala, Proceso del ALCA, Acuerdos Bilaterales, etcetera

### **1.3 Guía del plan de exportación**

Estas son las guías que ayudaran a que se lleve a cabo el plan:

- Información general
- Fortalezas y debilidades de la organización
- Análisis corporativo obtenido de la auditoria de la empresa
- Rendimiento actual
- “Razones” (argumentos y consideraciones) para la toma de decisión de internacionalizarse
- Match Producto / mercado (o combinación)
- Específicamente que producto se ha seleccionado para ser vendido en el mercado extranjero; incluyendo el motivo de la selección del producto y el mercado
- Objetivos de comercialización
- Objetivos financieros
- Calculo de viabilidad
- Recursos
- Marketing
- Soporte organizacional
- Asistencia de otras empresas

- Costo total
- Plan de acción
- Descripción de las tareas de la organización
- Plan de proyecto y cronograma

### **1.3.1 Asignación de productos**

En el mercado internacional, asignaremos el producto para competir con calidad y precio, es imperativo lograr una diferenciación de los productos, por ello el tema del diseño es un factor importante en la actividad de exportar.

Para lograr una buena aceptación del producto por parte del consumidor final, se deben considerar los siguientes aspectos:

- El producto debe satisfacer una necesidad específica del consumidor
- La apariencia del producto debe ser atractiva, utilizar correctamente los colores, texturas, etcetera
- El producto debe ser de mejor calidad con relación a otros productos similares

Imagen del producto, una vez considerados los aspectos que se deben de tomar en cuenta para el diseño se requiere de una serie de elementos indispensables para complementarlo. Prácticamente es imposible comercializar de manera exitosa un producto que no posea aquellos elementos que lo identifiquen e informen de sus características y ventajas.

La marca comercial de un producto se puede comparar con el apellido que identifica a los miembros de una familia. Por ejemplo, una empresa produce jaleas, mayonesa y aceites los cuales se identifican en el mercado con una

misma marca. La marca de un producto se irá fortaleciendo en el mercado con el tiempo y esta podrá ser sinónima de calidad, confianza, seguridad, etc.

**Figura 2. Imagen y marca de un producto para exportación**



Etiquetas y envases, los productos pueden identificarse con aspectos como su color, la forma del envase, su etiqueta en los cuales se pueden incluir elementos tan necesarios como:

- Marca
- Nombre del producto
- Frases que resalten las cualidades y ventajas del producto
- Leyendas y textos legales tales como el nombre del fabricante, el país de origen, el contenido neto, ingredientes, etc.

En algunos casos el producto no se puede ver físicamente a través de su envase o si se encuentra desarmado en el interior de éste, por lo que será necesario apoyarse con fotografías o ilustraciones que den la idea clara del producto y sus cualidades.

Muchos productos tienen que ser complementados deben ser muy claros y en algunos casos deberá apoyarse con fotografías o ilustraciones. Debe considerarse a sí mismo la producción de los manuales e instructivos en el idioma de destino.

**Figura 3. La Etiqueta y su envase en producto de exportación**



Catálogos de Productos, este elemento proyecta tanto la imagen de la empresa como de sus productos y funciona como un importante “representante” de la empresa. Su labor principal es enlazar a los productos de la empresa con los clientes. Se puede incluir información gráfica y textual detallando los productos: dimensiones, colores, funciones, ventajas, precios, condiciones de pago, etc.

El envase y embalaje deben considerarse como parte integral del producto y que realizan las funciones de contener, envolver, proteger e identificar; el

envase es el recipiente que está en contacto con el producto; en cambio el embalaje es el que facilita las operaciones de transporte y manejo de los productos envasados.

**Figura 4. Producto con embalaje o protección exterior**



### **1.3.2 Proyecto de exportación**

El proyecto de exportación es el procedimiento para estructurar las indicaciones competitivas y de inicio con finalización determinada.

Una exportación directa es cuando el exportador se hace cargo de contactar directamente al importador del país destino, lo cual le ofrece ventajas como:

- Conocimiento más directo del mercado.
- Influencia directa en la selección de los importadores
- Control del crecimiento de las ventas.
- Diseño directo en la estrategia de comercialización (producto, precio, distribución, promoción)

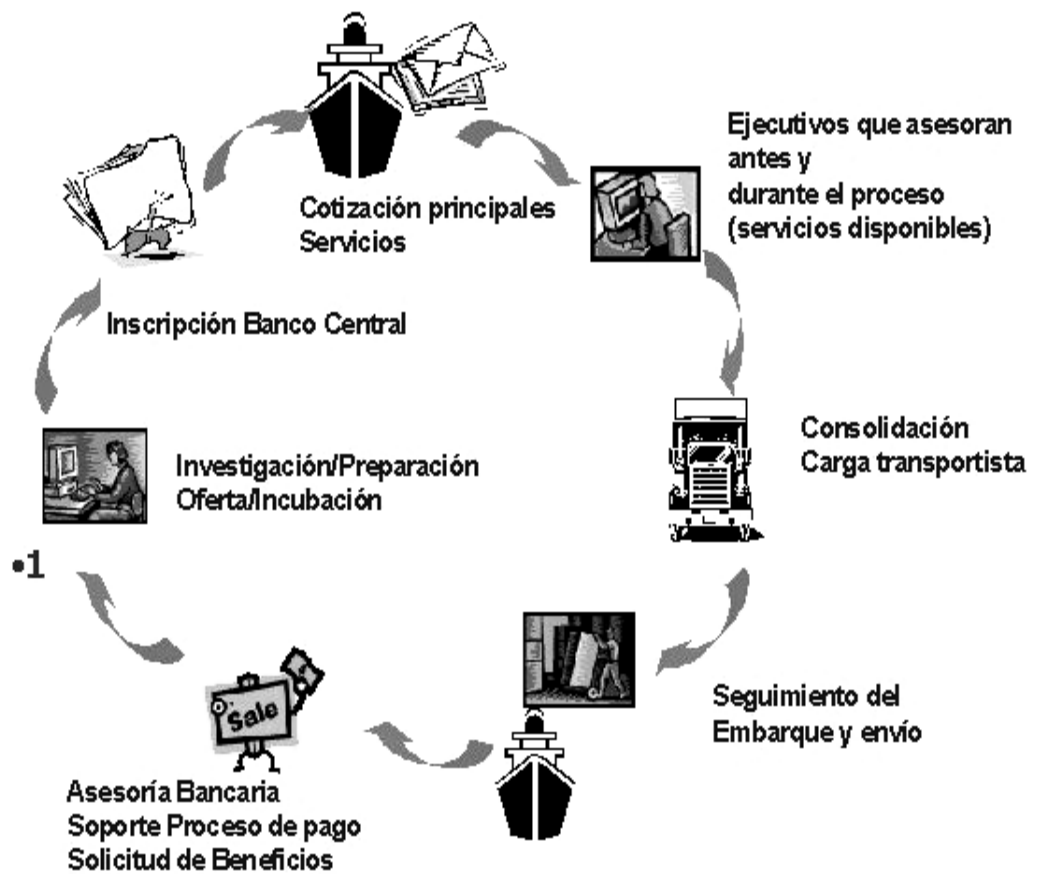


La exportación indirecta esta modalidad es utilizada por empresas de pequeña escala que no tienen los recursos ni la infraestructura que les permitan buscar compradores extranjeros y hacer los trámites necesarios para enviar directamente sus productos al exterior. Las ventas indirectas consideran lo siguiente:

- El producto es dado a conocer en los mercados internacionales sin mayor compromiso por parte del personal y de los recursos de su compañía.
- La empresa capitaliza la experiencia y contactos que tienen las comercializadoras para un acceso rápido a los mercados internacionales.
- El agente de exportación conoce el mercado de destino.
- Reducción de costos administrativos y de logística.

Agentes o representantes de Exportación es la persona natural o jurídica, quien a través de un acuerdo coloca en representación o en nombre de la empresa exportadora los productos a exportar, operando bajo la figura de comisión por venta realizada.

**Figura 5. Proceso de exportación**



#### **1.4 Plan de exportación y auditorias**

La mayoría de emprendedores no se inclinan a la planeación, debido a que la clasifican con una baja prioridad con respecto a los problemas del día a día. El 70% de todas las empresas en el mundo tienen un mal sistema de planificación, particularmente las PYMES. En las economías desarrolladas, la planificación no siempre es parte de la cultura local, cuando la visión de corto plazo puede conducir al oportunismo.

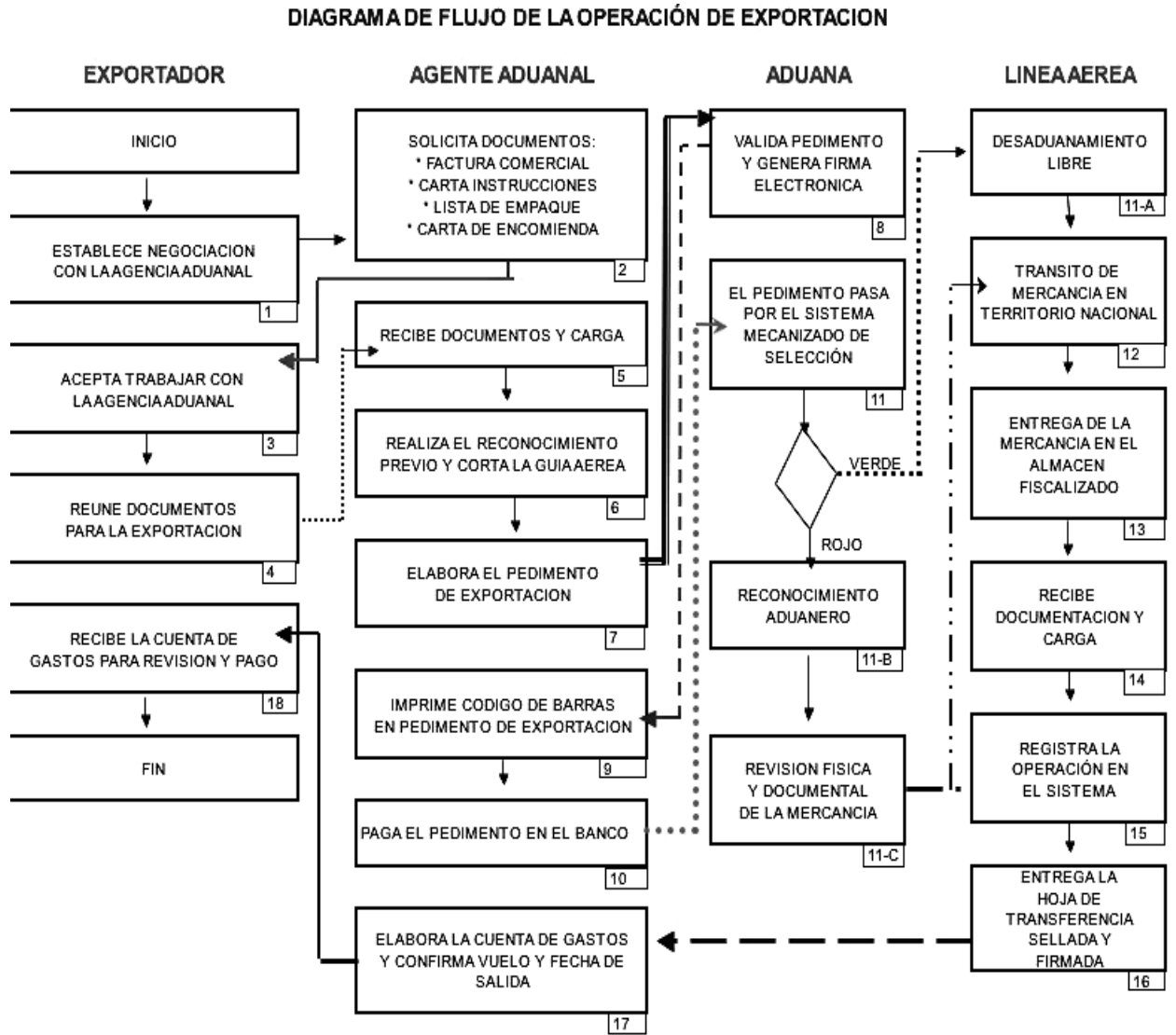
La planificación es la tarea principal de la administración ahí donde la visión estratégica y los elementos operacionales se unen, y se traducen en acción. La administración sabe a dónde debe ir compañía en el futuro, la gerencia conoce la compañía y es informada del estado del negocio de manera frecuente, a menudo a diario. La Gerencia es responsable de proveer recursos pero principalmente proveer la dirección (como las nuevas directivas de ISO postulan). Sin embargo, la metodología de planificación debe ser una de las herramientas más importantes de la gerencia.

Los negocios internacionales tienen la planificación que es un instrumento esencial, porque la estrategia e implementación están separados por una larga distancia. Estos productos están diseñados y fabricados en el país de origen, sus ventas (post ventas, seguimiento) están ocurriendo en el exterior. Esta distancia puede conducir a errores. Cuando la distancia es grande, la administración no puede resolver problemas en el punto. Esto es simplemente muy lejano. Entonces la administración debe pensar hacia adelante, intentando prever que ocurrirá, que puede o no puede pasar para evitar tales errores. Los consumidores no esperan menos que esto. Un buen sistema de planificación es vital para las exportaciones.

Todos los instrumentos para hacer negocios en el exterior deben estar juntos, combinados en un “mix” que nos lleve a la óptima y efectiva salida de la compañía. Un plan de marketing de exportaciones hace apenas esto. También sirve para tener confiabilidad y un pronóstico en un largo periodo de tiempo y provee un costo estimado (y ganancias, cuando se calcula la viabilidad).

La característica llamativa de un plan de exportación es la secuencia cronológica de las actividades requeridas para preparar la empresa para la exportación.

Figura 6. Diagrama de exportación del manual para exportación

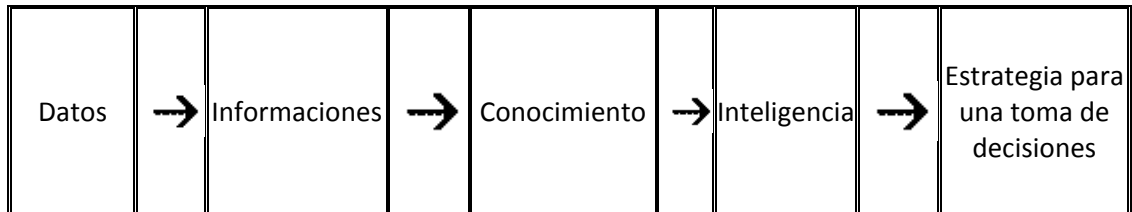


## 1.5 Inteligencia de mercados internacionales

El mercado internacional, relativo al comercio exterior está en una franca y continua expansión por lo que se necesita una Inteligencia a otro nivel. Estas son las utilidades de la estrategia.

- Abrir su mercado de ventas permitiéndole buscar potenciales clientes para su producto.
- Mantener a su clientela a partir de un control total de las informaciones.
- Hacer un seguimiento de los proveedores de sus productos, para mejorar los costos.
- Cantidades totales importadas o exportadas de cualquier producto (estadísticas)
- Marcas de los productos importados y exportados en algunos de los países de la base de datos.
- Compradores y vendedores de varios países del mundo.
- Mercaderías en tránsito, como ser Zonas Francas y Depósitos Fiscales, en algunos de los países de la base de datos.
- Análisis de comparativos totales anuales Importados / Exportados por su competencia.
- Análisis de productos son los más Importados / Exportados.
- Glosa arancelaria de cada partida arancelaria / codificación tarifaria.

**Tabla I. Lógica de inteligencia comercial**



### **1.5.1 Investigación de mercados exteriores**

El proceso de investigación de mercados exteriores es muy parecido al del mercado doméstico, si bien difiere en tres aspectos importantes: País objetivo, producto o servicio exportable y cliente o consumidor final.

De una manera genérica, que es válida para bienes de consumo, industriales y servicios, pueden distinguirse cinco elementos que configuran un estudio de mercado para productos de exportación:

Entorno político-económico y normativa legal:

Habrá que evaluar tres tipos de riesgos: el riesgo político, el riesgo económico y el riesgo de transferencia.

La demanda:

Es uno de los apartados más importantes. Tendrá que hacerse un análisis detallado, tanto cuantitativo como cualitativo, de la demanda potencia y real del mercado.

La oferta:

Será necesario conocer la competencia.

### **1.5.2 Selección preliminar**

Para la selección de mercados atractivos es determinante considerar factores como: clima, proximidad geográfica, idioma, cultura, prohibiciones legales, barreras comerciales, relaciones y acuerdos comerciales entre los países, indicadores económicos, política comercial, tamaño del mercado, tasa de crecimiento, entre otros.

### **1.5.3 Las fuentes de información locales**

Toda la información esencial y que sea relevante para el país donde afecte directamente o indirectamente la economía del país, debemos de estar actualizados.

Ejemplo 1) *El ingreso de divisas por las exportaciones de productos guatemaltecos al mercado internacional cayeron un 2,4 por ciento en el primer semestre de 2009 en comparación con el mismo periodo de 2008, por la crisis mundial, informó hoy una fuente económica.*

La actualización periódica es la clave, internet es actualmente una de las herramientas de comercio más efectivas. No es conveniente exponer siempre los productos localmente, póngalos al acceso del mundo entero a través de un Portal Web.

La gremial de exportadores de Guatemala AGEXPORT crea un portal comercial para todas las empresas que estén interesadas en la información comercial exterior, brindando asesoría, soporte y una herramienta especializada para la constante actualización de la información en páginas Web con diferentes paquetes como:

- Portales Web
- Publicidad On-Line (banners, logotipos, catálogo de exportadores)
- Posicionamiento en buscadores
- Hosting de correos electrónicos
- Servicio a la medida de sus necesidades

Por medio de Revistas como Data Export o portales en internet como [www.oportunidadesdenegocio.gob.gt](http://www.oportunidadesdenegocio.gob.gt), son ahora el futuro de la compleja información internacional, en nuestro país.

#### **1.5.4 Perfil del mercado exterior**

El mercado exterior nos muestra una diversidad de formas de comerciar con características claves que nos darán un precio y una oferta optima para el producto, no obstante lo que debemos de tener en nuestro perfil como base de datos del país meta es lo siguiente,

- Mercado en cuestión del producto
- Canales de comercialización
- Condiciones de acceso del producto al mercado
- Conclusiones generales para avanzar o terminar el perfil
- Empresas Guatemaltecas que están o quisieron entrar al país meta
- Metas de exportación proyectadas



- Estrategias propuestas
- Ficha Técnica del país meta

### **1.5.5 Estrategia competitiva de la empresa**

Las diversas formas de competencia en el mercado nos delimita a una estrategia única que debe de abarcar todas las condicionantes de nuestro producto y aprovechar la moción que ofrece el país meta, por lo general siempre la oferta nos acercara a lo que el cliente mayormente prefiere, pero existe una cualidad o un patrón que siempre aparece para cada país, por lo general las empresas tienen una estrategia de batalla para entrar al país meta con mayor auge manteniéndose luego en el mercado por tiempo indefinido.

La actitud emprendedora es la principal característica del empresario y lo es más para el empresario exportador, quien está en todo momento consciente que los retos y los compromisos son aún mayores.

Muchas iniciativas de exportación se crean cada año, como también muchas desaparecen. Algunas exportadoras aprenden a descubrir, en su entorno, las señales que pronostican el cambio, porque sus componentes humanos no son ni estáticos ni rutinarios, sino que personas activas e innovadoras, cuyo máximo capital se sustenta en los conocimientos, en el aprendizaje de sus errores y en la capacidad de asumir riesgos.

El fomento de un espíritu intra-emprendedor, que permita crear y desarrollar iniciativas nuevas, dentro de la propia empresa, parte de un principio sencillo y muy ligado a la condición de ser humano, como poseedor del impulso de crear, de mejorar o de reinventar. Así, la empresa exportadora no podría

abstraerse de canalizar dichos impulsos en pos de innovaciones, que produzcan ganancias, otorgando libertad y flexibilidad para su desarrollo.

Qué cualidades y habilidades deben destacarse en las gerencias emprendedoras: Uno de los retos básicos que ha de afrontar la alta gerencia es la creación de una visión de futuro, que le permita actuar proactivamente frente a las señales que emanen del entorno y lograr una eficiente adaptación de la organización a ellas. Muchos textos señalan lo que es necesario hacer para lograr éxito en productividad, eficiencia, mercados u otros aspectos cuantitativos, pero raras veces se detienen a analizar, que para lograr aquello, no bastan tecnologías ni nuevas concepciones administrativas, puesto que a la postre todas ellas involucran decisiones tomadas por personas y para personas.

En consecuencia si se desea lograr un acabado conocimiento de clientes, trabajadores y otros interlocutores involucrados en las decisiones de negocios, se requiere empezar por conocernos a nosotros mismos a través del reconocimiento de nuestras cualidades humanas como gerentes.

Según la técnica de John Hunt (gran desarrollador de técnicas comerciales) las habilidades y capacidades que deben tener los Directivos para desempeñarse adecuadamente son:

- Humanas: cualidades interpersonales
- Técnicas: cualidades de conocimiento
- Conceptuales: cualidades para la planificación, visión de futuro

La labor directiva, entonces no es solamente tener la capacidad técnica y conceptual de crear riqueza - misión de por si importante - sino que además tener la capacidad de crear oportunidades. El Management es, por lo tanto, una

de las más nobles actividades del ser humano, puesto que dirigir, supone ayudar al desarrollo humano mediante el adecuado balance de las cualidades y capacidades antes señaladas.

Una cualidad adicional que debe poseer todo emprendedor es aquella que se relaciona con el adecuado equilibrio entre su pensamiento estratégico y su quehacer táctico.

Espíritu Emprendedor. ¿Por qué algunas personas logran más que otras? Porque tienen una verdadera actitud emprendedora, porque tienen un verdadero espíritu emprendedor.

## 2. TÉRMINOS CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Los términos del comercio internacional forman el lenguaje universal en el manejo de papelería y las formas de pagos que dan inicio a una relación de comercio (exportación/importación), si los términos son utilizados adecuadamente las gestiones se minimizan a tal punto que solo el tiempo será un factor irregular.

### 2.1 Incoterms:

Por sus siglas, *international commerce terms* = términos internacionales para el comercio entre países.

Los Incoterms se agrupan en cuatro categorías: E, F, C y D la cuales facilitan y dan soporte como machote en todo documento de envío y descripción del acuerdo entre comprador y vendedor.

Figura 7. Proceso del incoterm EXW

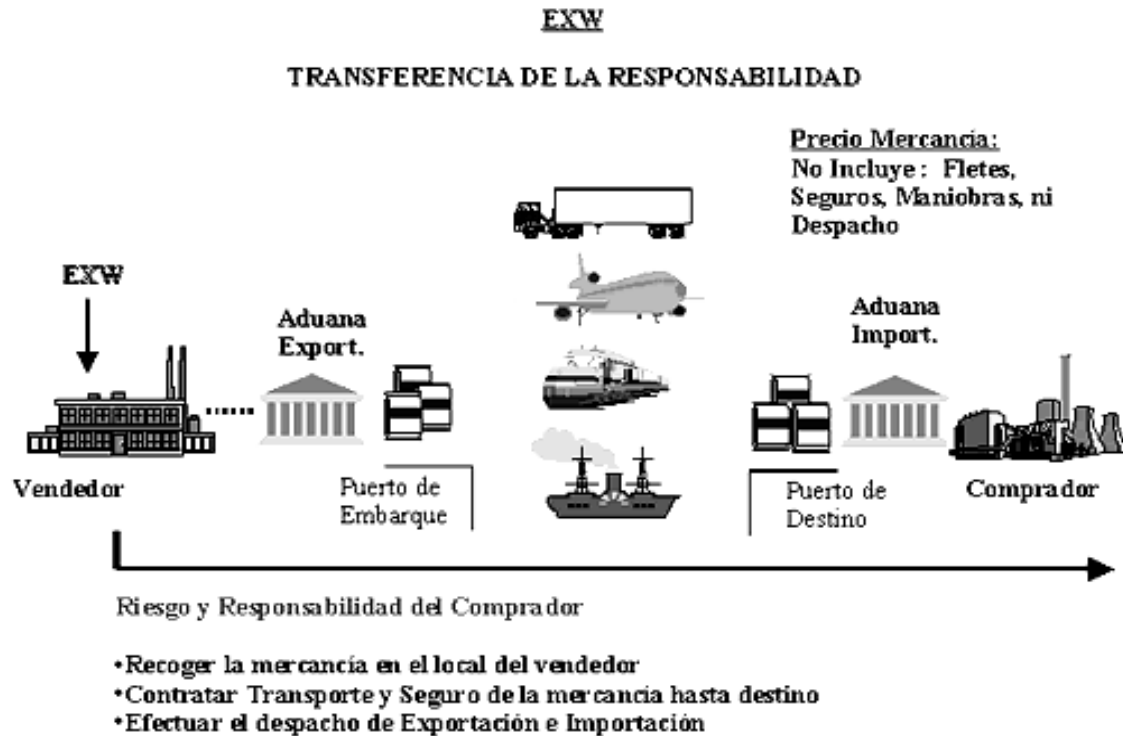


Figura 8. Proceso del incoterm FAS

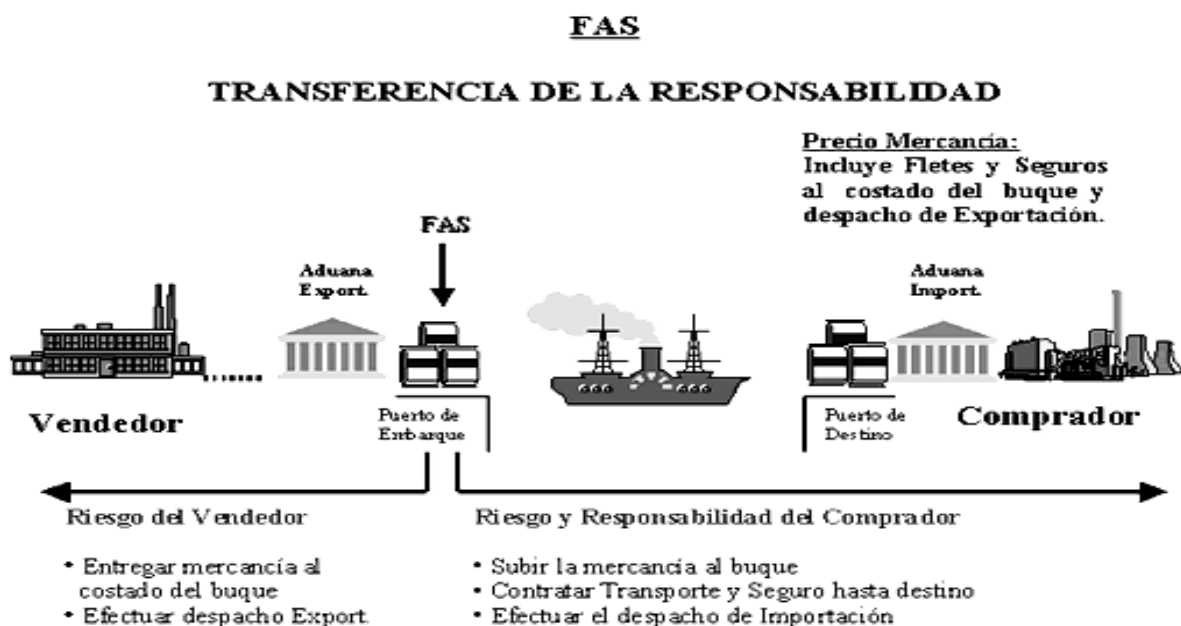


Figura 9. Proceso del incoterm CIF

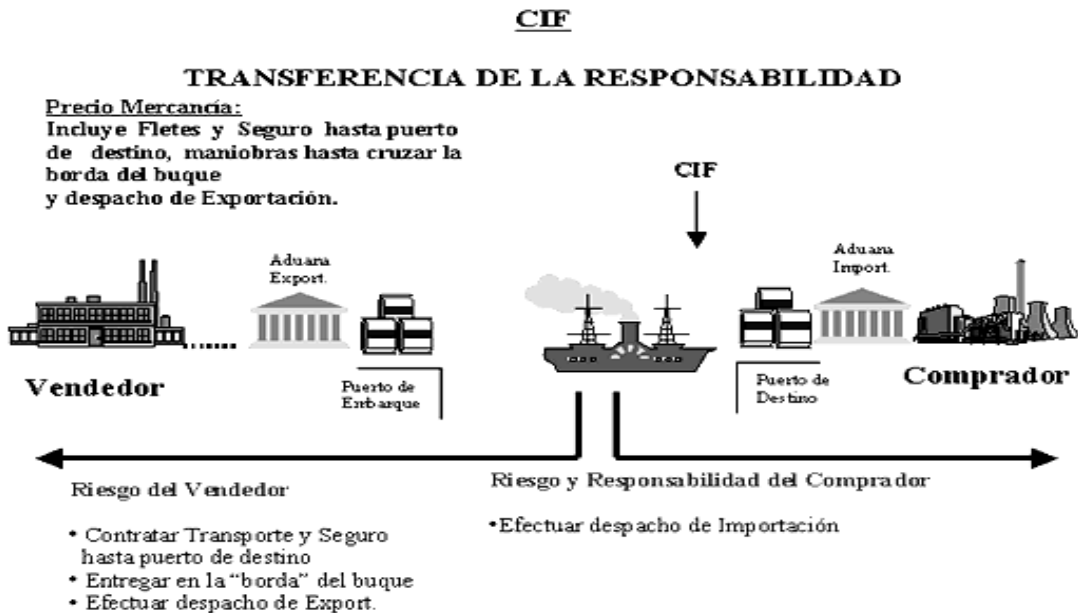
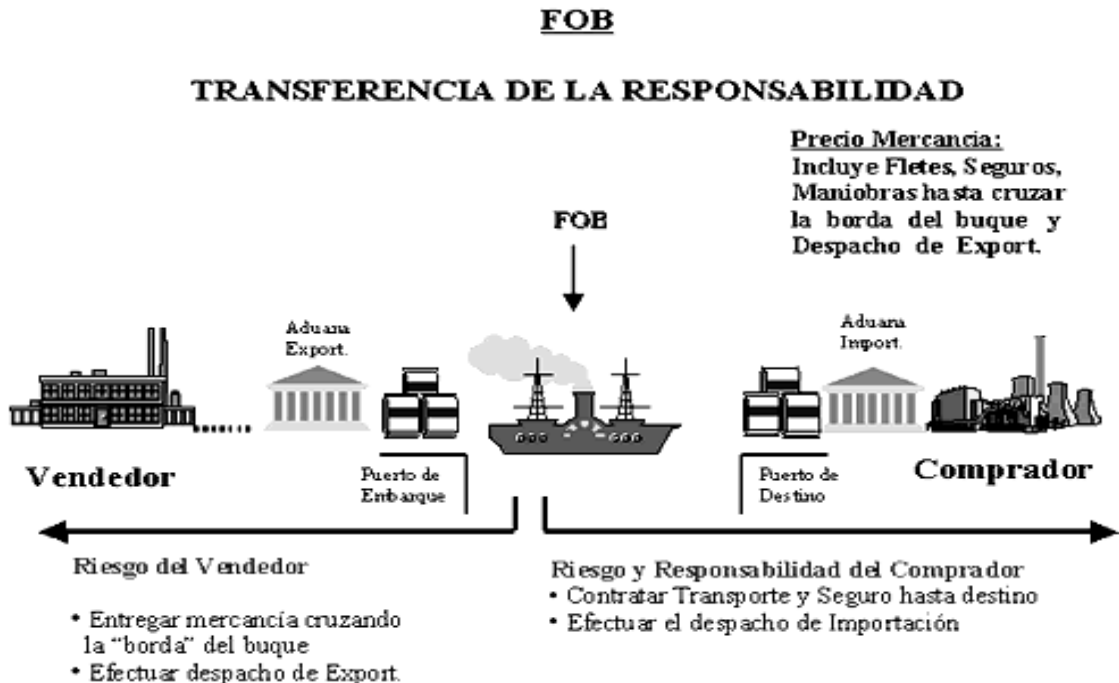



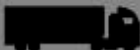



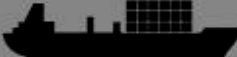

























Figura 10. Proceso del incoterm FOB



### 2.1.1 Finalidad y alcance

La finalidad que tienen los Incoterms son los movimientos que realicemos en el ámbito internacional con el objetivo de respaldar los procedimientos en el comercio exterior. El alcance que tendrán los Incoterms es de relacionarnos mayormente con otros países metas dando una mejor practica en el proceso de expandirnos e incrementar nuestras utilidades generando divisas y contribuyendo en parte a la nación.

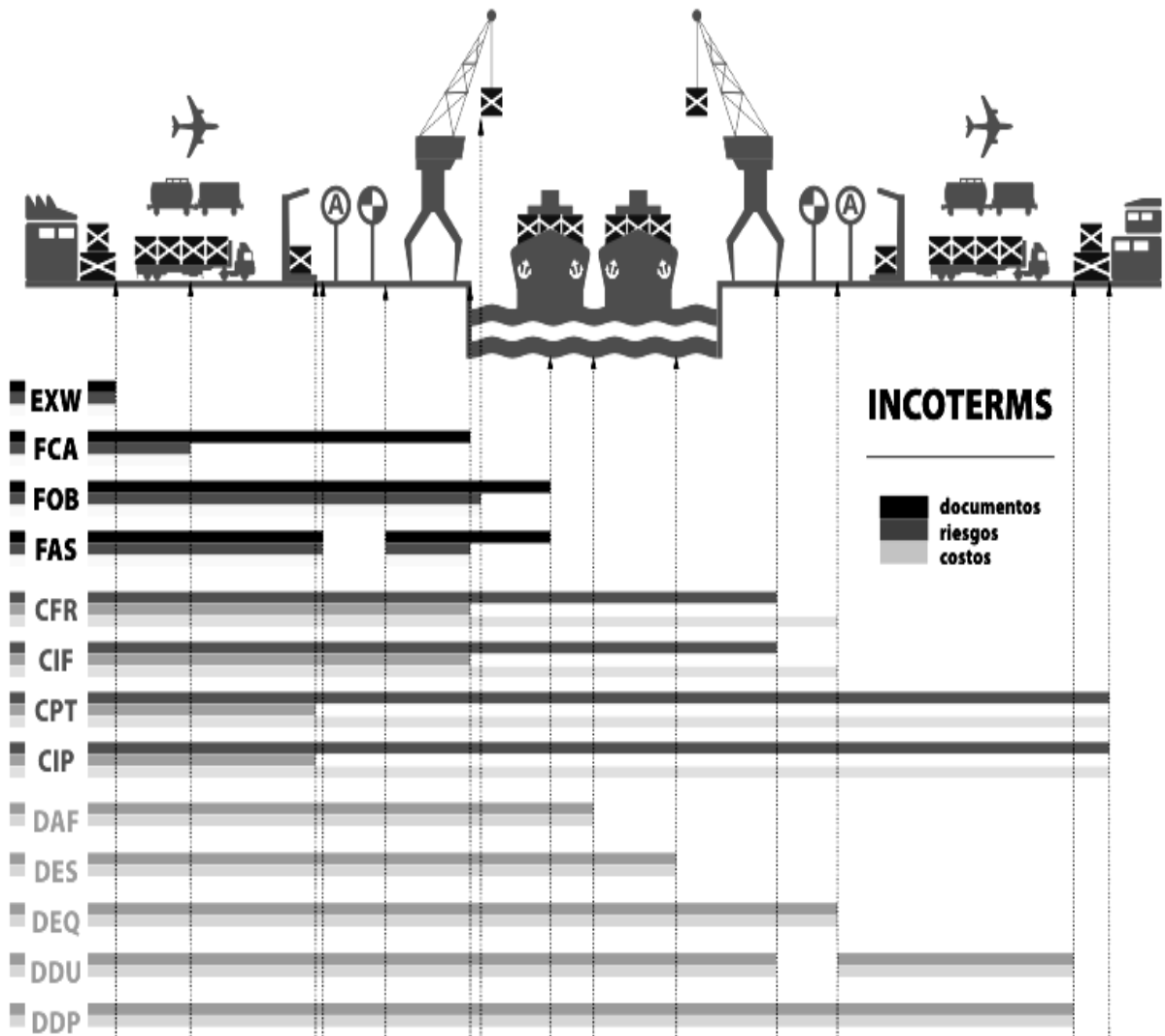
**Figura 11. Indicador de incoterms por costo de flete y seguro**

Incoterm	Named place	Sharing of costs and risk between buyer and seller in international traffic.			
EXW Ex works	Loading location				
FCA Free Carrier	Loading location				
FAS Free Alongside Ship	Port of loading				
FOB Free On Board	Port of loading				
CFR Cost And Freight	Port of destination				
CIF Cost, Insurance And Freight	Port of destination				
CIP Freight And Insurance Paid	Delivery location				
DDU Delivered Duty Unpaid	Delivery location				
DDP Delivered Duty Paid	Delivery location				
		Seller's cost / risk		Buyer's cost / risk	

## 2.1.2 Estructura de manejo

El manejo estará dado por la jerarquía que tienen o bien el que mejor se adecue a nuestro plan de exportación y estará determinado por el tipo de producto.

Figura 12. Jerarquía de incoterms





### **2.1.3 Diferenciación y obligaciones**

Todos los Incoterms se diferencian por su resolución para cada tipo de situación, pero su utilización en el comercio exterior nos demuestran que se diferencian por:

- Precio a convenir
- Flete y seguro
- Calidad en el servicio
- Factor tiempo
- Tipo de producto

Sus obligaciones son de carácter amplio ya que no son leyes sino herramientas las cuales nos servirán como “guías” en todo el proceso.

### **3. PROCEDIMIENTOS Y DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN**

Estos procedimientos determinaran la bases fundamentales para la exportación y por consiguiente los documentos idóneos para los envíos a diversos países.

#### **3.1 Legislación aduanera básica**

La Dirección General de Aduanas de Guatemala es la encargada de hacer que se cumpla la ley en las aduanas del país y de velar por que se cumplan los procedimientos según los acuerdos establecidos en los artículos de los documentos o tratados comerciales centroamericanos del Caribe, de Norteamérica y otros. La dirección no genera las estadísticas tributarias y de comercio exterior oficiales, sino que estas funciones las realiza el Ministerio de Finanzas Públicas y el Banco de Guatemala, respectivamente. Por esto, la aduana es un ente, cuya función es eminentemente fiscalizadora, que tiene como misión hacer cumplir la ley, que antes bien nos dictamina que se puede proceder en cuestión comercial (exportaciones/importaciones), y que productos se pueden comercializar dentro y fuera del país según sus normas de protección nacional al país.

Por siglos, las aduanas constituyeron estructuras que dificultaban el libre intercambio, casi penalizando la importación de bienes, en nombre de la defensa de las actividades nacionales o de una visión austera de lo que debían ser los patrones de consumo. Esto llevó a la proliferación de tarifas arancelarias, cuya racionalidad se amarraba a la supuesta imprescindibilidad de los bienes, a partir de la severa escasez de divisas para financiarlas.

La Dirección General de Aduanas (DGA) se relaciona a nivel de carácter oficial con,

- Ministerio de Finanzas Públicas
- Ministerio de Economía
- Dirección de Migración (Ministerio de Gobernación)
- Guardia de Hacienda Nacional
- Policía Nacional Civil
- SAT (Sistema de Administración Tributaria)
- SIECA ( Sistema Integrado de Información de Redes al Comercio Nacional)
- Congreso de la República
- Jefes de Puestos, Aeropuertos, Administradores
- Combex-Im (zona franca para cargas de expreso aéreo)
- Relación a nivel operativo (todos los involucrados e interesados)

La Dirección General de Aduanas (DGA) se relaciona a nivel operativo:

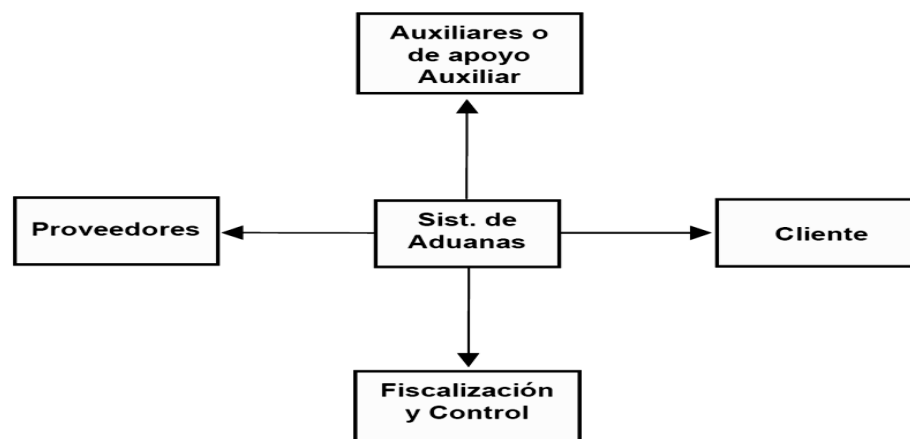
- Sindicato de trabajadores
- Corporación de Agentes Aduaneros
- Gremial de Agentes Aduaneros
- Gremiales de exportadores
- Gremiales de importadores
- Transportistas
- Importadores y exportadores, individuales
- Agentes Aduaneros, individuales
- Bancos

Papel dentro del sistema, esto se puede definir como; Proveedores, Auxiliares, Fiscalización de control, Clientes y Proveedores. Ministerio de Finanzas Públicas (MFP).

Es un proveedor directo, es el ente de quien depende directamente la Dirección General de Aduanas, les establece metas de recaudación, es quien los fiscaliza, provee y desembolsa los fondos para aduanas, por medio de MFP se selecciona al personal que trabajará en la DGA. Ministerio de Economía (ME).

Es un proveedor directo, es quien participa con los Ministros de Integración de la Región y suscriben acuerdos, que luego deberán ser ratificados por el Congreso de la República.

**Figura 13. Organigrama de aduanas en Guatemala**



### 3.1.1 Estructura del cauca y otras leyes relacionadas

Código Aduanero Uniforme Centroamericano “CAUCA” tiene por objeto establecer la legislación aduanera básica de los países signatarios conforme los

requerimientos del Mercado Común Centroamericano y de los instrumentos regionales de la integración. El ámbito de aplicación de este Código y su Reglamento será el territorio aduanero, sus normas serán aplicables a toda persona, mercancía y medio de transporte que cruce los límites del territorio aduanero de los países signatarios. Los plazos establecidos en este Código y su Reglamento se entienden referidos a días hábiles, salvo disposición expresa en contrario. Cuando un plazo venza en día inhábil, se entiende prorrogado hasta el primer día hábil siguiente.

### **3.1.2 Aplicación de regímenes aduaneros únicamente para exportar**

Son las diferentes destinaciones a que pueden someterse las mercancías que se encuentran bajo control aduanero, de acuerdo con los términos de la declaración presentada ante la Autoridad aduanera.

## **3.2 Aplicación del régimen aduanero**

Para la aplicación de este régimen existen varios mecanismos facilitadores, tales como requisitos mínimos a la exportación para los exportadores legalmente registrados, la no exigencia de presentación de declaración de mercancías cuando se considere necesario y declaración acumulada para los exportadores habituales.

En el caso de la exportación de envíos postales no se exigirá que se presente al servicio aduanero a efectos de control, excepto que las mercancías

requieran de una autorización especial de la autoridad competente, estén sujetas a restricciones o prohibiciones a la exportación o al pago de los derechos e impuestos o mercancías que superen un valor establecido en la legislación correspondiente. Los tránsitos aduaneros se dividen en:

- Tránsito Aduanero Interno
- Tránsito Aduanero Internacional

El tránsito Aduanero Interno es el régimen mediante el cual las mercancías sujetas a control aduanero son transportadas de una aduana a otra por cualquier vía, con suspensión total de los derechos e impuestos respectivos.

Se utilizará para el traslado de mercancías de una aduana a otra por cualquier vía, bajo custodia y responsabilidad del transportista, el cual debe estar debidamente registrado ante la Intendencia de Aduanas. El cómputo del plazo del tránsito se iniciará a partir de la salida efectiva del medio de transporte. El servicio aduanero indica el plazo y fija la ruta para la operación de tránsito.

Declaración, para este régimen se deberá presentar una declaración aduanera elaborada por un agente aduanero con los datos que establece el recuca, mediante transmisión electrónica, cumpliendo con las formalidades aduaneras.

Documentos de soporte, con la declaración de tránsito interno podrá exigirse que se adjunte, los documentos a que se refieren los incisos a), b), y e) del Artículo 84 de este Reglamento, pudiendo ser copias en el caso de las primeras literales.

El Tránsito Aduanero Internacional es el régimen mediante el cual las mercancías sujetas a control aduanero son transportadas de una aduana a otra por cualquier vía, con suspensión total de los derechos e impuestos respectivos.

Aplicación, las mercancías transportadas en una operación de tránsito aduanero internacional terrestre serán admitidas en el territorio aduanero de los países signatarios y no estarán sujetas al pago de derechos e impuestos exigibles, siempre que se cumplan con todos los requisitos y formalidades legales establecidas en el Reglamento sobre el régimen de Tránsito Aduanero Internacional Terrestre.

Una aduana de partida de un país signatario a una aduana de destino de otro país signatario. Una aduana de partida de un país signatario con destino a un tercer país no signatario en tránsito por uno o más países signatarios distintos del de la aduana de partida. Una aduana de partida a una aduana de destinos ubicados en el mismo país signatario siempre que se transite por el territorio de otro país signatario. Art. 2 y 3 del Reglamento Sobre el Régimen de Tránsito Aduanero Internacional Terrestre.

Declaración, todas las mercancías transportadas en una operación bajo el Régimen de Tránsito Aduanero Internacional, deberán estar amparados en una declaración, la cual será firmada por el transportista o su representante y presentada para su aceptación y registro en la aduana de partida de acuerdo al formulario y al instructivo establecida en el Reglamento. La declaración se entenderá realizada bajo fe de juramento. Art. 6, 7,8 del Reglamento sobre el Régimen de Tránsito Aduanero Internacional Terrestre

Documentos de soporte, para la autorización de la declaración deberán adjuntarse los documentos que se establecen en el Reglamento sobre el Régimen de Tránsito Aduanero Internacional Terrestre.

### **3.2.1 Aplicación de regímenes definitivos, temporales o suspensivos y liberatorios**

Las mercancías pueden destinarse a los siguientes regímenes aduaneros

- Definitivos
- Temporales o suspensivos
- Liberatorios

Los regímenes definitivos están relacionados con las modalidades de actualización según sea el caso haciendo que sean especiales tales como:

- Importación definitiva
- Modalidades especiales de importación definitiva
- Exportación definitiva
- Modalidades especiales de exportación definitiva

La exportación definitiva es la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior.

Declaración, para este régimen se deberá presentar una declaración aduanera elaborada por un agente aduanero con los datos que establece el recauca, mediante transmisión electrónica. Según las modalidades pueden ser:

- Envíos postales



- Envíos urgentes
- Envíos de socorro
- Mercancía ingresada bajo entrega rápida o courier
- Menaje de casa

Para los regímenes temporales o suspensivos su control conlleva una misión rutinaria y que es de normal tales como:

- Tránsito aduanero
- Importación temporal con reexportación en el mismo estado
- Admisión temporal para perfeccionamiento activo
- Depósitos de aduanas o depósito aduanero
- Exportación temporal con reimportación en el mismo estado
- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo

### **3.2.2 Legislación para exportar e importar zonas francas – maquila 29-89**

En el año 2009 se cumplen dos décadas de la aprobación de la Ley de zonas francas ya que hace cuatro años se promovían cambios a este régimen con el objetivo de modernizarlo, sin embargo, la intención, como muchas otras, no prosperó en el Legislativo.

Las zonas francas son instalaciones delimitadas dentro del territorio nacional, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios o comerciales, bajo una normativa especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior.

Las mercancías que ingresan en estas zonas se consideran fuera del territorio aduanero nacional para efecto de los impuestos a las importaciones y las exportaciones, pues están de paso en el país, mientras se manufacturan y se exportan como productos terminados.

Sistema de zonas francas como uno de los factores que atraen y han propiciado el incremento de la inversión extranjera y local. La novedad es que introdujeron las de tipo uniempresarial, es decir, en las que una empresa es una zona franca.

Los incentivos que ofrecen son el pago de impuesto sobre la renta del 15% y exoneración de aranceles e impuesto al valor agregado (IVA), así como beneficios de los acuerdos comerciales vigentes en aquella nación. Los cambios causaron un incremento en la cantidad de estos recintos, pues en el año 2007 sólo contaban con 11, cifra que se elevó a 47 y otros 24 proyectos están en construcción.

Los usuarios (comerciales, industriales y de servicios) de zonas francas en Guatemala gozan de los siguientes beneficios:

No están afectos a los impuestos, derechos arancelarios y cargos aplicables a la importación a Zona Franca de la maquinaria, equipo, herramientas, materias primas, insumos. Productos semielaborados, envases, empaques, componentes y en general las mercancías que sean utilizadas en la producción de bienes y en la prestación de los servicios.

Exoneración total del impuesto sobre la renta que causan las rentas que provengan exclusivamente de la actividad, por un plazo 12 años. exoneración del impuesto al valor agregado, en las transferencias de mercancías que se

realicen dentro y entre zonas francas. Exoneración del impuesto sobre la venta y permuta de bienes inmuebles ubicados en la zona franca en operaciones que se realicen con la entidad administradora o con usuarios de la zona.

La industria de maquila en Guatemala ha tenido un gran impacto en la economía, principalmente en cuanto a la generación de empleo, intercambio tecnológico y el ingreso de divisas. Pero además entraña aspectos negativos como el uso de la ley respectiva como mecanismo de evasión fiscal, competencia desleal con productores nacionales y abuso de los trabajadores.

El propósito de este informe de investigación es dar a conocer la realidad de la Industria de Maquila en Guatemala, partiendo de un marco teórico-conceptual que permita comprender su funcionamiento, el desarrollo histórico que la produjo y la posición competitiva del país en relación con otros países de la región.

Además, en este trabajo se tomaron en cuenta críticas que se han realizado a este régimen productivo, el marco legal al cual está sujeto y algunas perspectivas acerca del futuro de este mercado, con el objetivo de plantear conclusiones y recomendaciones fruto del análisis de todos los aspectos que afectan a este importante sector industrial.

Para comprender de mejor manera las implicaciones que la Ley de Fomento de la Industria de Maquila tiene en la economía guatemalteca, es necesario conocer algunos aspectos teóricos que enmarcan esta actividad productiva, como los que se analizan en esta sección.

La industria es una actividad económica que se caracteriza por transformar las materias primas, orgánicas o inorgánicas, proporcionadas por el sector primario, para producir bienes de uso final o intermedio.

Por su carácter productivo, la industria es capaz de generar empleos y riqueza por el valor agregado que le da a los bienes mediante el proceso de transformación. Por esto es vital para el desarrollo económico y social de cualquier sociedad.

Las bases para cualquier desarrollo industrial son la ciencia y la tecnología, infraestructura adecuada, mano de obra altamente calificada, disponibilidad de recursos financieros, leyes y regulaciones claras y estables.

Por otra parte, el Decreto 29-89 del Congreso, Artículo 3, establece las siguientes definiciones para interpretar la legislación que regula el régimen de maquila:

Régimen de perfeccionamiento activo, régimen aduanero que permite introducir en el territorio aduanero nacional, mercancías de terceros para destinarlas a su exportación fuera del área centroamericana en forma de productos terminados, sin que aquellas queden sujetas a los derechos arancelarios e impuestos de importación.

Maquila, es el valor agregado nacional generado a través de servicios y otros recursos que percibe en la producción y/o ensamble de mercancías.

Empresa, es la unidad productiva propiedad de personas individuales o jurídicas constituida de conformidad con las leyes de la República.

Ensamblar, actividad que consiste en acoplar partes, piezas, subconjuntos o conjuntos que al ser integrados dan como resultado producto con características distintas a dichos componentes.

Exportación, es la salida del territorio aduanero, cumplidos los trámites legales de mercancías nacionales o nacionalizadas.

Merma o pérdida, es la parte que ha sido destruida o que desaparece durante la operación de perfeccionamiento, por evaporación, desecación, escape en forma de gas, agua etc.

Exportador indirecto, es la empresa que dentro de la actividad económica suministra mercancías, materias primas, productos semielaborados, materiales, envases o empaques a otra empresa calificada dentro de la presente Ley y que los incorpora en mercancías cuyo destino es la exportación a países fuera del área centroamericana. Subproducto, Producto que se obtiene en la fabricación de otro principal.

Desechos, se entiende por desechos los recortes, residuos, desperdicios o sobrantes de la materia prima que se ha empleado para la producción o ensamble de un bien exportado, el cual resulta inutilizable en esta operación.

Reexportación, es la salida del territorio nacional, cumplidos los trámites legales, de mercancías extranjeras llegadas al país y no nacionalizadas.

### 3.2.3 Trámites y procedimientos para exportar cualquier producto

Prácticamente cualquier producto o servicio se puede exportar de forma rentable. La exportación de servicios y mercancías se traduce en una importante ampliación del mercado. También contribuye a reducir costes y aumentar la competitividad.

La exportación de servicios y productos es un negocio seguro, siempre que se pueda disponer de información fiable y detallada y se sepa planificar de antemano, elaborando un buen proyecto de exportación. Esto implica documentarse muy bien sobre el país o países de destino, a menudo contrastando diversas fuentes. Varios datos a tomar en cuenta consisten en el cálculo de los gastos, incluyendo el transporte, el análisis de la competencia potencial, los precios en el país o países de destino, etc. Procedimientos para cualquier producto a continuación:

- ¿Cómo me convierto en un exportador?
- ¿Qué puedo exportar?
- ¿Necesito una licencia para exportar?
- ¿Dónde puedo conseguir la aprobación para exportar?
- ¿Cómo puedo buscar a un comprador en el extranjero, distribuidor o agente para mi producto?
- ¿Cómo puedo establecer los precios para mis productos en el mercado de la de exportación?
- ¿Cuáles son las normas para la exportación?
- ¿Qué es el código HS?
- ¿Dónde puedo averiguar los derechos de importación impositivos en otros países?

- ¿Existe algún tipo de incentivo para los exportadores?
- ¿Qué es el Certificado de Origen?
- ¿Cómo puedo obtener el marcado CE?
- ¿En dónde puedo tener información sobre los mercados extranjeros?

### **3.2.4 Documentación y papelería que debemos tener organizada**

Documentación preparada tales como:

- La solicitud de código de exportador ( en ventanilla única para exportaciones)
- Solicitud de Exportación Fauca
- Solicitud de Exportación Deprex
- Solicitud de Conexión Electrónica Seadex
- Solicitud de Opa Online o Infoexport

### **3.2.5 Exportaciones temporales y otros**

Este tipo de exportaciones se refiere básicamente a todos aquellos productos que salen fuera del país por un tiempo determinado, con el compromiso del exportador de retornarlos al país después de un tiempo estipulado. Esto puede darse por ejemplo cuando se asiste a ferias internacionales y únicamente se llevan muestras para ser exhibidas o bien en caso de reparación de equipo o maquinaria. Para este caso se deben realizar los trámites siguientes:

Si fuera el caso de maquinaria que sale a reparación, solicitar la DEPREX adjuntando fotocopia de la Declaración Aduanera de importación, carta del proveedor explicando el motivo de la exportación y fotocopia de la factura del proveedor. Indicar el tiempo aproximado que la mercadería estará fuera. En caso de incumplimiento del tiempo, el exportador deberá ingresar en el sistema bancario el monto de las divisas (valor en US\$) correspondientes a esta exportación. Si ocurriera atraso en el tiempo por parte del proveedor, tiene la posibilidad de solicitar prórroga adjuntando carta del proveedor.

En caso de productos que salen para participación en ferias, adjuntar carta de la empresa que hace la invitación a participar en dicha feria o bien documentos que prueben fehacientemente la participación en la misma, fecha del evento, duración, lugar, etc. Se debe detallar claramente el listado de los productos que están saliendo para este evento así como su valor comercial (sobre todo si la vía a utilizar es aérea ya que con base a estos datos se puede presentar un reclamo ante la línea aérea en caso de extravío de los productos).

### **3.3 Requisitos de Exportación**

- Conocimiento de Embarque en caso de vía marítima
- Guía aérea en caso de vía aérea
- Carta de porte en caso de vía terrestre
- El transportista hace entrega del manifiesto de carga de exportación al exportador y/o agente
- Posteriormente se procede a elaborar Declaración Aduanera de exportación (agente de aduanas) y se remite a la aduana para su liquidación. Se cobrará multa en caso de no efectuar este trámite en los primeros 8 días posteriores a la exportación



### **3.3.1 Requisitos no tributario y no arancelarios**

Entre los requisitos no pagados y que no representan una salida a nuestro costo de exportación pero forman parte del flujo que se presentan tales como el certificado de origen actualmente es muy usual que el exportador solicite este documento, el cual prueba que los productos son originarios de Guatemala; esto debido a que Guatemala recibe tratamiento especial por partes de México, Estados Unidos, Taiwán con quien tiene tratados de libre comercio, también por parte de algunos países a través de Acuerdos de Alcance Parcial (Venezuela, Colombia) para hacer uso de las preferencias arancelarias que se otorgan a un listado de productos, estos deben cumplir con el requisito del Certificado de Origen.

Existen otras preferencias arancelarias a través del sistema generalizado de preferencias (SGP) con Unión Europea, Japón, Australia, Nueva Zelanda, Austria, Canadá, Finlandia, Noruega, Suecia, Suiza y C.B.I. con Estados Unidos (forma A del S.G.I.).

Toda exportación está sujeta a ser declarada ante la Dirección General de Aduanas de Guatemala, el exportador tiene la obligación de presentar ante la Aduana el formulario titulado “Declaración Aduanera de Exportación” por medio de un Agente Aduanal.

Este documento debe acompañarse de una copia de la factura comercial y de los documentos que comprueben el cumplimiento de los requisitos en materia de restricciones sanitarias y regulaciones arancelarias y no arancelarias (ver tema de aranceles en esta misma herramienta). Este trámite se efectúa a través del agente aduanal nombrado y legitimado por el exportador para actuar en su nombre, normalmente aplica un tarifario por los servicios prestados.

Dependiendo del valor de la factura, el agente aduanal será responsable solidario de la veracidad y exactitud de los datos e información proporcionado, clasificación arancelaria así como todas las obligaciones que se apliquen.

Lista de empaque, este documento guarda estrecha relación con la factura y normalmente la acompaña en todo momento; al igual que la factura debe ser tan detallada como sea posible.

### **3.3.2 Documentos necesarios para la exportación e importación**

Los documentos más relevantes para todo envío de encargo para otros países desde el país designatario son los que a continuación se mencionaran en la tabla de abajo.

**Tabla II. Documentos para la exportación e importación**

Documentación para Exportaciones fuera del Área Centroamericana	
Documentos obligatorios	Documentos opcionales
Código de Exportador	Certificado de origen
Factura contable original y copia	Certificado fitosanitario/Zoosanitario
DEPREX	(solamente si lo requiere el
Lista de Empaque	País importador)
Documentación para Exportaciones hacia el área Centro Americana	
Documentos Obligatorios	
Código de Exportador	
Factura contable original y copia	
Formulario Aduanero Único Centroamericano (FAUCA)	

### 3.3.3 Sistema seadex

Es el Sistema Electrónico de Autorización de Exportaciones en la ventanilla única para las Exportaciones, esta oficina es la encargada de asesorar al exportador en todos los trámites relacionados con el que hacer de la exportación. Es en esta oficina donde se tramita el Código de Exportador y donde se solicitan también todos los permisos para exportación, tanto en sus oficinas centrales y regionales, como también vía remota. Brinda los formularios adecuados según el tipo de producto a exportar y da los lineamientos para cumplir con los requerimientos necesarios para lograr una exportación exitosa.

## **4. SELECCIÓN DE MODOS DE TRANSPORTE PARA EXPORTAR**

Todos los medios de transporte presentan ventajas e inconvenientes. El medio seleccionado dependerá en gran medida, de los productos comercializados, de las necesidades y preferencias del exportador y desde luego de las exigencias de sus clientes o de los propios productos. Si busca Asesoría en Logística puede verlos en listados de empresas que lo pueden asesorar en el área de Servicios de apoyo en el área de Transporte que más convenga por el tipo de mercadería y su destino.

### **4.1 Diferencias entre transportes**

En general se utilizan cinco modos de transporte: acuático, por carretera, ferroviario, aéreo y oleoducto. El movimiento de personas o mercancías en la misma unidad cerrada, o contenedor, sobre dos o más modos diferentes de transporte se conoce como transporte intermodal. Los factores para elegir un medio de transporte para exportar mercadería son:

- Precio
- Plaza de entrega
- Y exigencias especiales del producto.

El concepto de “modelo” debe ser entendido como una representación, necesariamente simplificada, de cualquier fenómeno, proceso, institución y, en general, de cualquier “sistema”.

Es una herramienta de gran importancia para el planificador, pues permite simular escenarios de actuación y temporales diversos que ayudan a evaluar alternativas y realizar el diagnóstico de futuro, existen esquemas de modelizaciones que actúan ayudando a distribuir y generar mejores los tramos tales como:

- Modelo de generación-atracción para evaluar viajes producidos y atraídos por cada zona de transporte en distintos escenarios.
- Modelo de distribución, para estimar matrices origen-destino (O/D) futuras.
- Modelo de reparto modal, para determinar la captación de cada modo entre las distintas relaciones O/D, para los motivos que se calibren.
- Modelo de asignación que permite determinar los caminos o rutas escogidas para cada relación y la carga por tramos para líneas o redes viarias en los distintos períodos horarios analizados.

**Figura 14. Tipos de transporte para el comercio internacional**



#### **4.1.1 Precio y distancia**

Este documento tiene como propósito el control de todos los gastos incurridos en el renglón de transporte para cada uno de los transportes referente a las exportaciones que se van a realizar y que por ende la distancia será un factor relativo con el precio.

#### **4.1.2 Zonas francas**

Es el régimen que permite ingresar a una parte delimitada del territorio de un estado signatorio, mercancías que se consideran generalmente como si no estuviesen en el territorio aduanero con respecto a los derechos e impuestos de importación, para ser destinadas según su naturaleza, a las operaciones o procesos que establezca la legislación nacional. Las zonas francas podrán ser entre otras, comerciales, industriales o mixtas.

Se entenderá por zona franca el área de terreno física delimitada, planificada y diseñada, sujeta a un régimen aduanero especial en la presente ley, en la que personas individuales o jurídicas se dediquen indistintamente a la producción o comercialización de bienes para la exportación o reexportación, así como a la prestación de servicios vinculados con el comercio internacional. La zona franca está custodiada y controlada por la autoridad aduanera. Declaración, La declaración para el régimen de zona franca contendrá en lo conducente, la información que establece el Artículo 83 del Reglamento de Código Aduanero Uniforme Centroamericano.

**Figura 15. Zona Franca “Zolic” de Guatemala**



### **4.1.3 Tamaños de contenedores y peso límite**

Un contenedor es un recipiente de carga para el transporte aéreo, marítimo o terrestre. Las dimensiones del contenedor se encuentran normalizadas para facilitar su manipulación, por extensión, se llama contenedor a un embalaje de grandes dimensiones utilizado para transportar objetos voluminosos o pesados: motores, maquinaria, pequeños vehículos, etc. Es conocido también por su nombre en inglés, container.

Los contenedores suelen estar fabricados principalmente de acero corten, pero también los hay de aluminio y algunos otros de madera contrachapada reforzados con fibra de vidrio, en la mayor parte de los casos, el suelo es de madera, aunque ya hay algunos de bambú.

Interiormente llevan un recubrimiento especial anti-humedad, para evitar las humedades durante el viaje. Otra característica definitoria de los contenedores es la presencia, en cada una de sus esquinas, de alojamientos para los twistlocks, que les permiten ser enganchados por grúas especiales, así como su trucaje tanto en barcos como en camiones.

**Figura 16. Contenedor general para mercadería seca**



*Dry General – DV*, uso habitual, cargas secas, bolsas, cajas, packs termo contraíbles, máquinas, muebles, etc. Los datos informados son estandarizados. Un container de 20 pies, puede almacenar hasta 23.000 kg. de producto, caso el volumen del mismo lo permita.

Es recomendable, especialmente en productos alimenticios, no superar los 22.000 kg. de carga neta. Las indicaciones de carga útil de cada container, así como su código y número de identificación están inscriptas en sus puertas.



**Tabla III. Características del contenedor *dry general***

Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
Tamaño	Puertas Abiertas mm			Vol.		
-	Ancho		Alto	Capacidad		
40 pies	2,338		2,585	76.2		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
20 pies	24,000	2,200	21,800	5,902	2,350	2,392
40 pies	30,480	3,800	26,680	12,032	2,350	2,390
Tamaño	Puertas Abiertas mm			Vol.		
	Ancho		Altura	Capacidad		
20 pies	2.341		2,280	33.2		
40 pies	2,338		2,280	67.6		

*High cube – HC*, uso habitual cargas secas se diferencia del container de 40 pies tradicional, debido a que es más alto. (Ver cuadro abajo), lo que le da más capacidad de volumen pero no así de peso.

**Tabla IV. Características del contenedor *high cube***

Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
40 pies	30,480	3,900	26,580	12,033	2,350	2,695

*Open Top – OP*, uso habitual dado que se abre por su techo, este tipo de container es conveniente para cargas grandes que no pueden cargarse por las puertas, como ciertas maquinarias, mármoles, vidrios, maderas, etc.

**Tabla V. Características del contenedor *open top***

Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
20 pies	24,000	2,140	21,860	5,894	2,344	2,347
40 pies	30,480	3,700	26,780	12,027	2,344	2,347
Tamaño	Puertas Abiertas mm			Vol.		
-	Ancho	Alto		Capacidad		
20 pies	2.336	2,275		31.5		
40 pies	2.336	2,275		67.0		

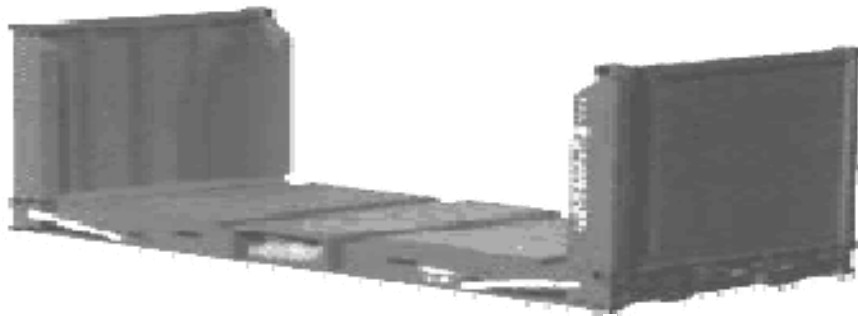
*Bulk – BLK*, uso general están diseñados para cargas de productos a granel. Disponen bocas de carga superiores. Apto para productos químicos.

**Tabla VI. Características del contenedor *bulk – Blk***

Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
20 pies	24,000	2,800	21,200	5,888	2,332	2,338
Tamaño	Puertas Abiertas mm			Vol.		
-	Ancho	Alto		Capacidad		
20 pies	2.340	2,263		32.4		

Plataformas plegables – FLT, Uso General: Cargas difíciles de manipular, bobinas de metal, cables, vehículos pesados, madera, maquinarias especiales, etc.

**Figura 17. Plataforma plegable FLT**

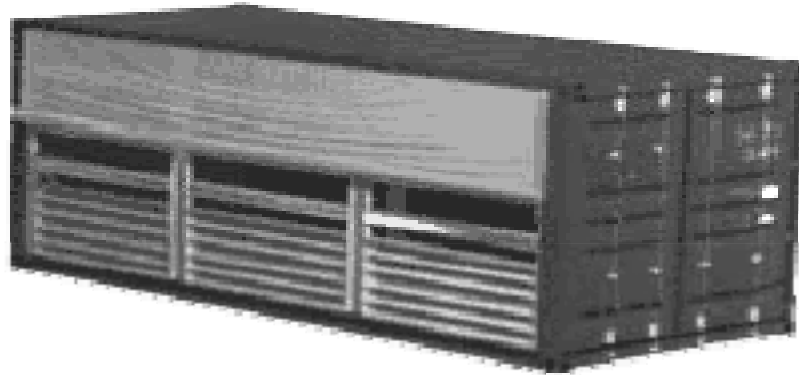


**Tabla VII. Características de la plataforma plegable FLT**

Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
20 pies	25,400	3,080	22,320	5,988	2,398	2,231
40 pies	45,000	5,300	39,700	12,064	2,369	1,943

*Open side – OS*, uso habitual similar al *Open Top* (que abre por arriba), pero en este caso su apertura es lateral: Conveniente para las cargas de volumen que no pueden cargarse a través de puertas convencionales. Ideal para cargar y descargar en estaciones ferroviarias.

**Figura 18. Contenedor *Open Side***

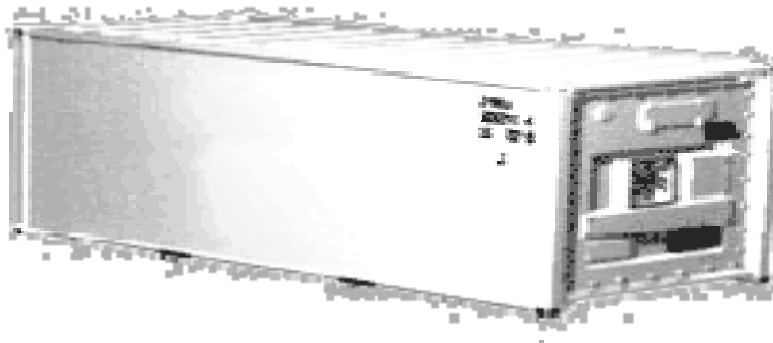


**Tabla VIII. Características del contenedor *Open Side***

Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
20 pies	25,400	2,930	22,470	5,896	2,310	2,255
Tamaño	Puertas Abiertas mm		Vol.			
-	Ancho	Alto	Capacidad			
20 pies	2,236	1,960	31.0			

*Reefer – RF*, uso habitual para transportar productos perecederos tales como verduras, frutas, carnes, etc.

**Figura 19. Contenedor *Reefer – RF***

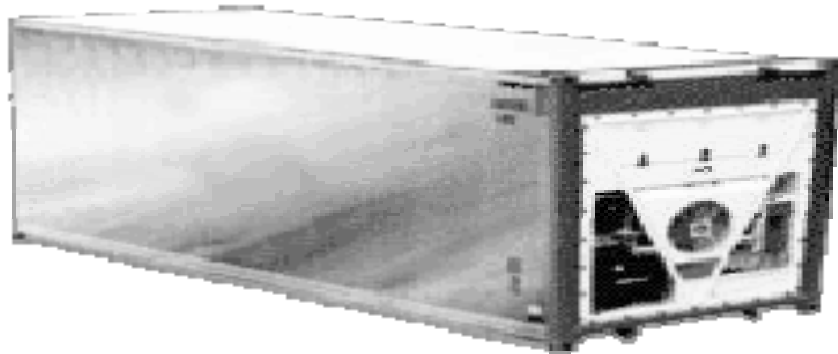


**Tabla IX. Características del contenedor *reefer – RF***

Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
20 pies	25,400	2,870	22,530	5,460	2,240	2,225
40 pies	32,500	4,535	27,965	11,550	2,250	2,215
Tamaño	Puertas Abiertas mm		Vol.			
	Ancho	Alto	Capacidad			
20 pies	2.240	2,180	31			
40 pies	2,250	2,160	65			

*Reefer high cube – RH*, uso habitual similar al Reefer normal, pero con más capacidad de volumen, pero no de peso.

**Figura 20. Contenedor reefer high cube – RH**

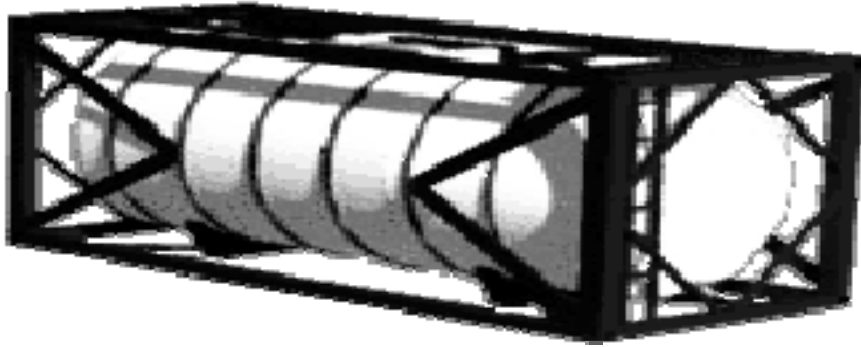


**Tabla X. Características del contenedor reefer high Cube – RH**

Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
40 pies	32,500	4,630	27,870	11,583	2,286	2,554
Tamaño	Puertas Abiertas mm		Vol.			
	Ancho	Alto	Capacidad			
40 pies	2,294	2,571	67.6			

*Iso tank-iso*, uso habitual diseñado para transporte de sustancias líquidas, desde peligrosas como químicos tóxicos, corrosivos, altamente combustibles, así como aceites, leche, cervezas, vino, agua mineral, etc.

**Figura 21. Contenedor *Iso Tank* – ISO**



**Tabla XI. Características del contenedor *Iso Tank* – ISO**

Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
20 Pies	30,480	3,070	27,410	-	-	-
Tamaño	Puertas Abiertas mm		Vol.			
-	Ancho	Alto	Capacidad			
20 Pies	-	-	21,000 litros			

#### **4.2 Transporte Marítimo**

Su principal inconveniente es la lentitud. Tal vez no sea el método más práctico cuando se transportan productos perecederos.

Es el medio más económico para artículos de gran valor en relación peso/volumen, por ejemplo vehículos, aparatos electrodomésticos, etc.

Transportar una mercancía por este medio puede tomar entre 1 semana a 15 días aproximadamente. La carga que se maneja en contenedores completos se maneja vía marítima. Sin embargo, cuando se van a enviar cajas sueltas (siempre y cuando se trate de productos no perecederos) pueden enviarse también por esta vía. No todas las navieras manejan cajas sueltas pero sí algunas proporcionan este servicio.

#### **4.2.1 Tipo de navieras**

Navieras constituyen un sector de servicios esencial en el mercado de la explotación de recursos y transporte de mercancías marítimos. Los servicios de reparación de barcos y todo tipo de buques y embarcaciones que ofrecen, así como el mantenimiento de los mismos, se constituyen como elementos esenciales en el campo de los negocios vinculados al mar.

Las navieras conforman un eje fundamental en el mundo del mar, pues son las encargadas de la fabricación de los barcos, así como se encargan de su reparación y mantenimiento. Por ello, cualquier empresa vinculada al mundo del mar ha de poder contar con una o varias navieras de confianza, cuya calidad contrastada y solvencia sean garantía de servicio.

Las navieras que hemos seleccionado para Ud. en esta página, le garantizarán contar con el mejor servicio del mercado. Una naviera de calidad debe mostrarse solvente, a fin de poder ofrecer la mayor calidad y de cubrir cualquier necesidad que puedan tener sus clientes. Aquellas que logran este objetivo han merecido formar parte de nuestro directorio, que ponemos a su disposición a través de esta web.



El sector se divide en varias categorías: servicios de línea regular, barcos de trayecto fijo, servicios industriales. Servicios de línea regular estos viajes se llevan a cabo de acuerdo a un programa regular y con rutas fijas. Los cargamentos se aceptan bajo un contrato denominado conocimiento de embarque, que el armador del barco expide al cargador. En general, la competencia en este tipo de servicios se regula mediante acuerdos entre las compañías navieras que establecen las condiciones de los servicios y determinan las tarifas de pasajeros o carga.

Barcos sin trayecto fijo, estos barcos, denominados también de servicio general, no mantienen rutas ni servicios regulares. Generalmente transportan para un único cargador un lote que ocupa todo el barco. La carga suele consistir en materias primas a granel, como cereales, minerales o carbón, para las que se necesita un transporte poco costoso.

Los barcos sin trayecto fijo suelen clasificarse por su uso más que por su diseño. Normalmente operan con un contrato de flete, es decir, un contrato por el uso del barco.

Los contratos de flete son de tres tipos: el contrato por viaje, el contrato por tiempo y el contrato de cesión de buque. El contrato por viaje, el más común de los tres, prevé el transporte de una carga concreta en un único viaje entre dos puertos, a cambio de una cuota acordada; el fletador proporciona todos los atracaderos de carga y descarga y los agentes portuarios, mientras que el armador es responsable de proporcionar la tripulación, manejar el barco y asumir todos los gastos relacionados con el viaje, salvo que se acuerde otra cosa. El contrato por tiempo implica el alquiler del barco y la tripulación por un periodo determinado; este tipo de contrato no especifica la carga que se va a

transportar, sino que pone el barco a disposición del fletador durante un tiempo determinado; el fletador debe asumir el coste del combustible y las cuotas portuarias. Por el contrato de cesión de buque se alquila el barco a un fletador que dispone de la organización, haciéndose responsable de todos los aspectos de la operación.

Los buques industriales de carga son barcos utilizados por grandes empresas (que pueden ser las propietarias, o simplemente ser fletados por éstas) para realizar el transporte necesario para los procesos de fabricación y distribución, cuyas escalas y programa de viajes son determinados por las necesidades específicas de los propietarios. Muchas compañías petroleras tienen grandes flotas de petroleros oceánicos, remolcadores y barcazas fluviales para transportar petróleo a las refinerías y distribuir los derivados.

#### **4.2.2 Control de sanidad y fumigación**

Todos los países aplican medidas para garantizar la inocuidad de los productos alimenticios destinados al consumo humano y para evitar la propagación de plagas o enfermedades entre los animales y los vegetales. Estas medidas sanitarias y fitosanitarias pueden adoptar muchas formas: por ejemplo, pueden referirse a la necesidad de que los productos procedan de zonas libres de enfermedades, a la inspección de los productos, a su tratamiento o elaboración por medios específicos, al establecimiento de niveles máximos autorizados de residuos de plaguicidas o a la exclusión del uso de determinadas sustancias como aditivos alimentarios.

Las medidas sanitarias (destinadas a proteger la salud de las personas y de los animales) y fitosanitarias (destinadas a preservar los vegetales) se

aplican tanto a los artículos alimenticios de producción nacional o a las enfermedades locales de animales y vegetales como a los productos procedentes de otros países.

El artículo 20 del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) permite a los gobiernos adoptar medidas que afecten al comercio con el fin de proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o preservar los vegetales, a condición de que no sean discriminatorias ni se utilicen como un proteccionismo encubierto. Hay además dos acuerdos específicos de la OMC que tratan de la inocuidad de los alimentos, la sanidad de los animales y la preservación de los vegetales, y de las normas sobre los productos en general. Ambos intentan determinar los medios de satisfacer la necesidad de aplicar normas y, al mismo tiempo, evitar el proteccionismo encubierto.

La fumigación de cargas para exportación, es una medida de seguridad muy importante y todo nuevo ingreso debe traer un certificado que exprese que la carga paso por un sistema de desinfección adecuado al producto conteniente.

Para esto existen empresas encargadas de la fumigación de cargas para exportación. Si observamos del lado del país al cual exportamos, existen también organismos del gobierno, los cuales se encargan por ejemplo de observar el efecto que producirá el producto que ingresa y los riesgos que trae, también se encarga de supervisar el grado de aplicación de productos químicos que contienen los productos que ingresan, para evitar el posible grado de contaminación con los pesticidas o químicos aplicados dependiendo de la mercadería que sea la que se importa. Igual hay que tener en cuenta que cada país tiene su propia normativa para exportación e importación, cada uno con las

exigencias que les parecen adecuadas y con los beneficios adecuados para incentivar tanto al mercado interno como el mercado externo.

Para qué sirve la fumigación de cargas en la exportación, la aduana cuenta con un derecho aduanero, dividido en diferentes aranceles. Según el país de origen, son los importes manejados, y además de la función de recaudación, las tasas aduaneras que se aplican son para la defensa de la industria y producción interna.

Esto ocurre porque cuanto más alto sea el impuesto aplicado a las mercaderías y servicios que ingresen o egresen, mas alto será el valor del producto cuando llegue al mercado. Así la industria y producción nacional mantiene la autonomía en el comercio interno del país.

Para realizar este tipo de actividades de exportaciones hay que tener en cuenta varios factores, como la cultura, el mercado y los competidores del país al cual queremos ingresar nuestros productos, para saber las condiciones con las cuales nos estamos enfrentando y los requisitos de la fumigación de cargas para exportación.

Los aranceles que se aplican, el valor de las patentes y marcas, la cotización del producto, el cambio en divisas y su cobrabilidad, el precio del producto en el mercado local y las formas de pago. También los diferentes regímenes de cada país con respecto al IVA y sobre los derechos que se tienen al exportar las mercaderías o los servicios son datos muy importantes al elegir el lugar a donde exportar nuestros productos y servicios, ya que condicionan positiva o negativamente nuestras futuras inversiones.

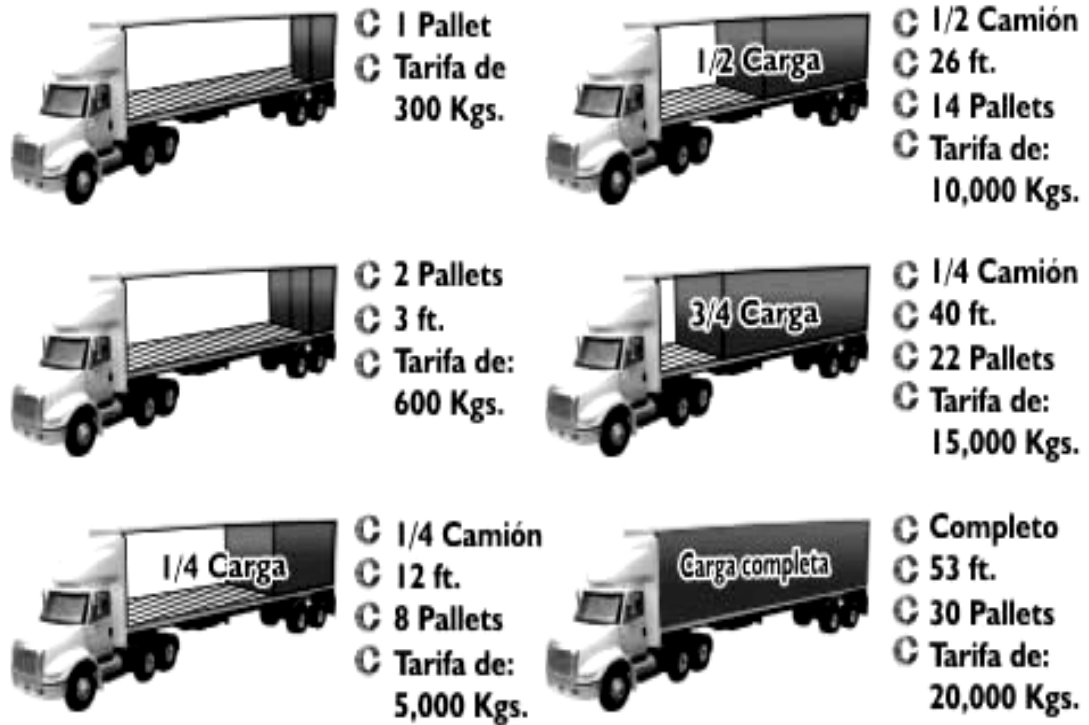
En las exportaciones, también es importante el concepto de sanidad y desinfección de las cargas, este es un tema a desarrollar más. La fumigación de cargas para exportación, previene la aparición de enfermedades y de insectos de otros países. Las cargas, principalmente si se trata de alimentos como frutas, pueden traer consigo los insectos pertenecientes al lugar del cultivo, provocando grandes desordenes de salubridad y ocasionando la aparición de plagas inexistentes en dichos países a exportar.

#### **4.2.3 Cargas consolidadas y completas**

Carga Consolidada es el agrupamiento de mercancías pertenecientes a uno o a varios consignatarios, reunidas para ser transportadas de un puerto, aeropuerto o terminal terrestre con destino a otro puerto, aeropuerto o terminal terrestre, en contenedores o similares, siempre y cuando se encuentren amparadas por un mismo documento de transporte.

Carga completa es toda carga proveniente de un solo expedidor ha quien queda reservado el empleo exclusivo de un vehículo o de un gran contenedor y para quién se efectúan todas las operaciones de carga y descarga, conforme a las instrucciones del expedidor o del destinatario.

**Figura 22. Carga consolidada y carga completa**



### 4.3 Transporte terrestre

El transporte terrestre se ha utilizado desde tiempos de la colonización hasta nuestros días, su principal objetivo es hacer que la carga o mercadería por medio de camiones, tráileres o paneles minimice el costo de traslado con la misma seguridad que cualquier otro medio de transporte.

Lógica del transporte terrestre, es el proceso gerencial que involucra el control de los distintos elementos de la cadena de abastecimiento desde la producción hasta su entrega en el lugar de consumo. Objetivos principales del transporte de carga los principales son:

- Flexibilidad: Adaptable a la demanda del consumidor y adaptable a circunstancias imprevistas
- Rapidez: Disminución del tiempo
- Fiabilidad: Reducción de la interrupción del suministro y distribución de mercancías

Planeación del servicio al cliente es tener a tiempo y con responsabilidad los documentos para que sea una planeación efectiva se enumeran las prioridades:

- Análisis de Órdenes de Pedido:
  - Fecha del Servicio
  - Restricciones de Fechas de Entrega
  - Lugar de Entrega
  - Tipo de Carga
  - Volumen Transportado
  - Requisitos del Producto
- Planeación de la Operación:
  - Asignación de Rutas
  - Determinación de Condiciones de Viaje
  - Asignación de Unidad y Operador
  - Verificación de las Condiciones de la Unidad
  - Cumplimiento de Seguridad en la Unidad
  - Cumplimiento de la Normatividad del Viaje
- Administración de Documentos del Servicio:
  - Requisitos de la unidad

- Licencia del Operador
- Carta de Porte
- Documentos del Producto
- Peajes
- Casetas Sanitarias
- Control del Viaje
  - Comunicación con el Operador
  - Rastreo de la Unidad
  - Retroalimentación al Cliente
  - Manejo de Incidentes
  - Entregas en Tiempo y Forma
  - Eficacia del Viaje

Objetivo de la logística del transporte terrestre es establecer las especificaciones de peso, dimensiones y capacidad de los vehículos de Autotransporte principalmente en,

- Riesgos a que son expuestas las personas
- Daño a pavimentos y puentes.
- Problemas de tránsito.
- Uso eficiente de la infraestructura y del transporte

#### **4.3.1 Tipo de transportistas**

La estructura organizativa de las empresas prestatarias de los servicios de transporte terrestre por carretera, generalmente está reglamentada por normas emitidas por los Ministerios de Transporte. La naturaleza de la carga



esto condiciona el tipo de vehículo a utilizar, entre ellos, de acuerdo con las características de la carga:

- carga general
- líquidos
- cargas a granel
- cargas unitarias
- cargas extra pesadas y especiales

Por otra parte, las condiciones térmicas en las que la mercancía debe transportarse obligan a emplear un tipo especial de vehículo previsto con equipo frigorífico y recubierto su caja de material aislante. La elección del vehículo apropiado supone definir sus características de capacidad, carga y espacios de maniobra requeridos, así como los medios auxiliares que pudieran emplearse. Por lo tanto hay que definir lo siguiente:

- capacidad volumétrica
- carga máxima
- accesos para la carga/descarga
- equipos de cargue/ descargue

Se destaca que la organización empresarial en países en vía de desarrollo puede ser precaria, por lo cual se debe investigar con anterioridad los servicios y controles que ofrecen las compañías transportadoras.

### **4.3.2 Control de marchamos y seguridad externa**

Los marchamos son dispositivos que permite a la aduana controlar efectivamente la seguridad de las mercancías, dispositivos que se colocan en el puerta de carga de los contenedores sean estos: camiones, acoplados, vagones férreos, silos, depósitos, container aseguran la integridad de la carga mediante registro de todos los cierres y apertura de los inalterable, por lo que las mercancías están seguras.

Durante el viaje el marchamo va enviando mensajes SMS al sistema de monitoreo y si esto se interrumpe se generan las alarmas respectivas que llegan a las autoridades competentes según sea el caso: aduanas, policía fiscal, policía de proximidad.

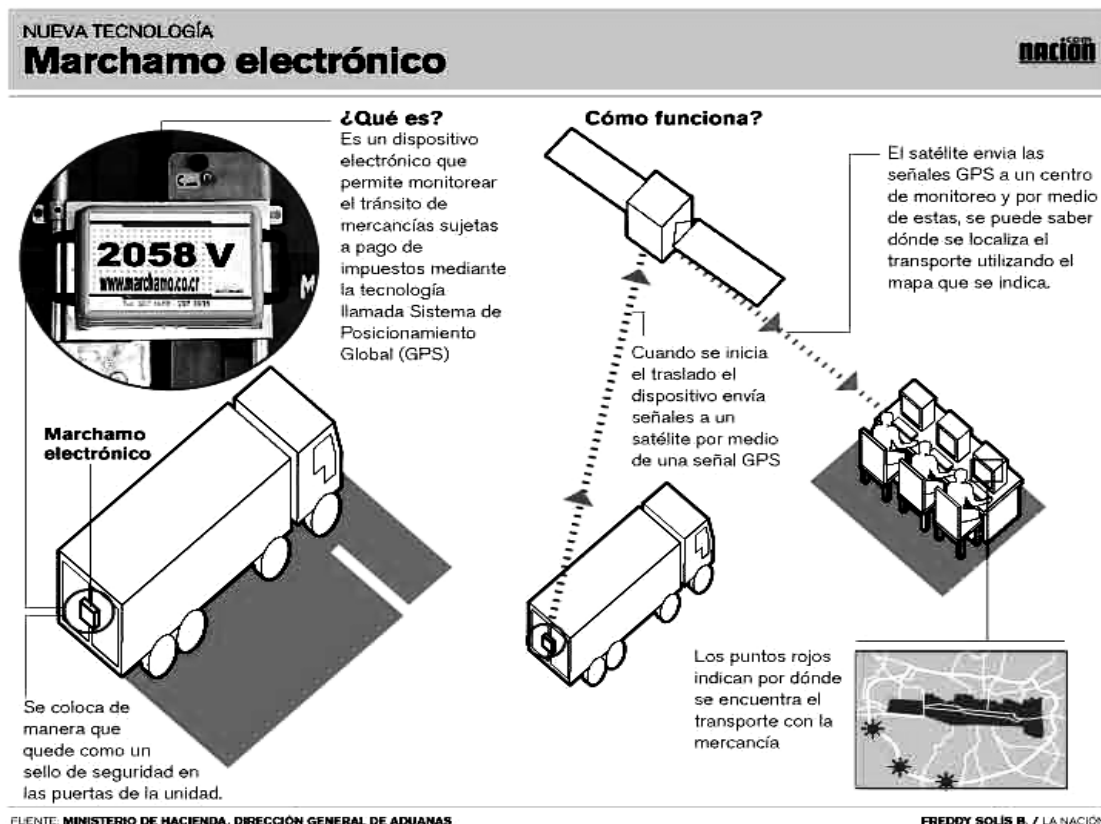
Los motivos de uso del marchamo son:

- Para el caso de unidad de transporte de mercancía que ha ingresado al territorio nacional por vía marítima o terrestre
- Movilizaciones de unidad de transporte que salen de zona portuaria y van hacia un Estacionamiento Transitorio, una empresa de zona Franca o de Perfeccionamiento Activo
- Tránsitos y viajes que salen de zona portuaria o aduanera, estacionamiento transitorio, depósito aduanero y otras ubicaciones permitidas hacia otro país (tránsito internacional), un depósito aduanero, una empresa de Zona Franca o de Perfeccionamiento Activo, un despacho domiciliar y comercial y otras ubicaciones de destino permitidas

Las etapas posteriores están delimitadas por:

- Ingresos aéreos y traslados del CTRM hacia Depósitos Aduaneros y otras ubicaciones permitidas
- Exportaciones por vías terrestres, aéreas o marítimas
- Movilizaciones internas de mercancía bajo los regímenes de Zona Franca o de Perfeccionamiento Activo

Figura 23. Marchamo con sistema de posicionamiento global (GPS)



### 4.3.3 Contenedores consolidados y completos

Contenedor Consolidado (LCL), Cargas parciales de distintos remitentes agrupados para completar la capacidad de un contenedor. Contenedor Completo (FCL), Carga que completa la capacidad de un contenedor.

## 4.4 Transporte Aéreo

Es un medio muy rápido y seguro que, por lo general, necesita poco embalaje y con poco capital asociado a la mercancía; a pesar de todo es el medio de transporte más costoso. No obstante puede ser muy rentable para transportar mercancía de poco volumen y mucho valor. Durante el período de fin de año, normalmente debido a los altos volúmenes que demandan este tipo de transporte, las líneas aéreas manejan tarifas más altas las cuales se clasifican por su tipo de envío y precio tales son:

- *Priority one* para cargas urgentes la tarifa es la más alta
- *Priority two* para cargas en tiempo promedio, tarifa intermedia
- *Priority three* para cargas que pueden esperar más tiempo, aplica la tarifa más baja

Este tipo de transporte es el más adecuado para productos no perecederos, sobre todo si se trata de pocas cantidades.

Cuando se solicita una cotización para un flete vía aérea es importante proporcionar el peso neto (peso del producto más empaque) y medidas de los bultos (si son cajas, por ejemplo; proporcionar alto, ancho y largo en centímetros) y nombre del aeropuerto en destino. También se debe especificar

quién hará efectivo el pago del servicio por el flete. No hay ningún inconveniente se paga localmente, si por el contrario será cancelado en destino, se debe extender una carta por parte de la empresa haciéndose responsable que el cliente en destino será quien efectúe el pago.

#### **4.4.1 Tipo de aerolíneas y especializaciones**

En general, las aerolíneas se pueden clasificar en diferentes tipos según el tamaño de la red de rutas que operan y sus frecuencias:

- Aerolíneas regionales, operan aviones de capacidad media y baja, en rutas cortas o con baja demanda, o con frecuencias altas. Generalmente sólo realizan vuelos domésticos y rara vez internacionales. La mayor parte de las aerolíneas de bajo costo se incluyen en este grupo
- Aerolíneas de red, operan una flota amplia con muchos tipos de aviones de muy diversos tamaños, desde pequeños aviones regionales hasta jumbos para vuelos transcontinentales. Se caracterizan por tener una red que combina vuelos de larga distancia con vuelos de media y corta distancia, según el modelo de centros de distribución o hubs. La mayor parte de las aerolíneas de bandera y tradicionales se incluyen en este tipo
- Aerolíneas de gran escala, son aerolíneas que se dedican principalmente a realizar vuelos de larga duración o gran densidad entre los principales aeropuertos internacionales del mundo. Sus flotas se caracterizan por poseer aeronaves de gran capacidad. Ejemplos son *Singapore Airlines*, *Virgin Atlantic* o la antigua *BOAC*

Es difícil clasificar a muchas aerolíneas en un grupo concreto, ya que según su evolución podrían pertenecer a varios. Muchas aerolíneas de gran escala o de red franquician su marca a aerolíneas regionales para que cubran su red de vuelos domésticos, especialmente con aviones de menos de 100 plazas de capacidad.

Un avión de carga, o avión de transporte, es una aeronave de ala fija diseñada o convertida para el transporte de bienes, más que pasajeros. Están desprovistos de instalaciones para pasajeros, y generalmente ofrecen unas puertas más grandes para la carga y descarga de cargamento. Este tipo de aeronaves pueden ser operadas por aerolíneas de carga, por individuos privados o por fuerzas armadas. Sin embargo la mayor parte de la carga que se transporta por vía aérea va en las bodegas de los aviones comerciales de pasajeros.

Los aviones diseñados para transporte de carga tienen varias características que los distinguen de los aviones de pasajeros convencionales, clasificación por diseño y espacio:

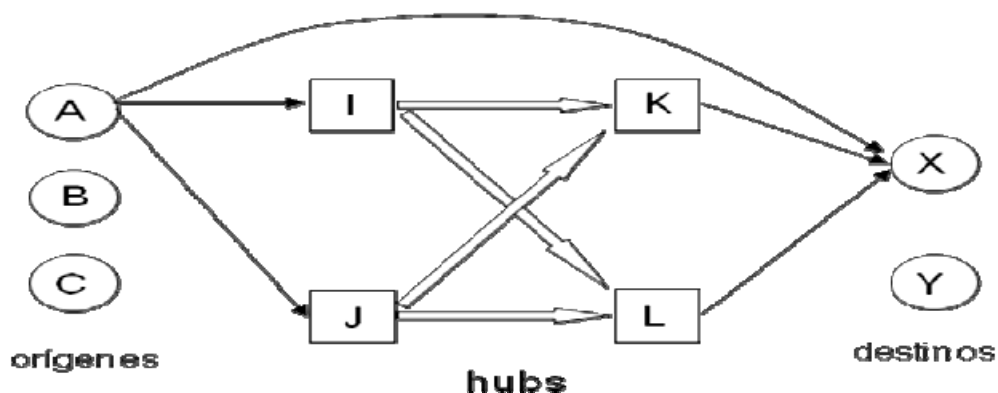
- Fuselaje ancho, para alojar más carga o carga voluminosa
- Ala alta, para permitir que el área de carga está situada cerca del suelo
- Un número considerable de ruedas, para permitir aterrizajes en pistas no preparadas
- La cola elevada, para permitir una entrada y salida directa de la carga en la aeronave mediante una compuerta trasera

#### 4.4.2 Programas de vuelo y seguros de carga

Los programas de vuelo son los que generan un óptimo horario para que la carga llegue a tiempo o bien para que sea más segura y confiable para la aerolínea comercial, el término *Hub* se utiliza para referirnos a los aeropuertos que serán destinos dentro del programa de vuelo o bien dichosamente centros de distribución para las cargas o mercaderías, el esquema para un programa de vuelo es de la siguiente manera:

- RUTAS: vuelos directos origen-destino, o bien a través de los Hubs
- tres aeropuertos origen: A, B y C
- dos aeropuertos destino: X e Y
- dos hubs origen: I y J
- dos hubs destino: K y L

**Figura 24. Esquema de ruta programa aéreo de mercancías**



Según el ejemplo los vuelos son consecuentes uno del otro y toman su ruta según la precisión de la distancia, tiempo y mercancía.

- vuelo directo
- vuelo a través de I y K
- vuelo a través de I y L
- vuelo a través de J y K
- vuelo a través de J y L

#### **4.4.3 Tipo contrato y formas de pago**

Documento de envío aéreo: El Documento de envío aéreo (ASD) es un formulario de tres partes que se utiliza para enviar paquetes vía aérea. El ASD contiene su etiqueta de dirección, la etiqueta de rastreo y un registro de envío. Le permite elegir entre diversas opciones de pago, incluyendo cheques, tarjetas de crédito reconocidas o un número de información de facturación emitido por la aerolínea aérea de carga.

#### **4.5 Unión aduanera**

La unión aduanera es atribuida a las conexiones entre los países centroamericanos e incluyendo México para las negociaciones de un comercio más amplio con características progresistas desarrollando infraestructura e



incrementando las divisas, formando un lenguaje único en las exportaciones como en las importaciones.

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española, en su décima novena edición, el vocablo “Aduana” deriva del árabe “ad-divoana” que significa “el registro”. Hay quienes afirman que se origina del italiano “duxana” porque en Venecia las mercaderías pagaban un impuesto de entrada que pertenecía al “Dux”. Otros opinan que deriva de “douana” o “dovana”, que significa “derecho”.

Sin embargo, cualquiera que sea su significado etimológico, “aduanas” se utiliza para designar las dependencias gubernamentales que intervienen en el tráfico internacional de las mercaderías que se importan o exportan y que se encargan de cobrar los impuestos que las gravan. En este concepto debe aclararse que las aduanas intervienen también en el cabotaje, aunque en esta operación no exista tráfico internacional; pero es también función de las aduanas cuidar que las mercaderías que lleguen a otro puerto nacional, sean las mismas que se embarcaron.

#### **4.5.1 Leyes sobre nuestros aranceles de los productos más exportables de Guatemala**

El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino. Se gravan las mercancías que se importan a fin de equilibrar la producción de un país.

La ley del arancel ad valorem, se emplea en la mayoría de las tarifas de exportación e importación y se expresa en términos porcentuales del valor en

aduana de la mercancía, este impuesto se calcula con base en el valor de la factura, el cual debe determinarse conforme a las normas internacionales previstas en el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC antes GATT), este acuerdo define que el valor de Aduana es el valor de un bien objeto de transacción comercial, por lo que la base gravable para el cobro del impuesto de importación es el precio pagado o por pagar que se consigna en la factura en algunos países el valor de la transacción se le incluyen los gastos del flete hasta el punto de exportación, así como los correspondientes a la manipulación de la mercancía es decir, utilizan el valor FOB, (*free on board*) en otras naciones el valor FOB se le agrega el costo de flete internacional y del seguro, siendo una base CIF (*Cost, insurance and freight*) para aplicarle a la suma de lo anterior la tasa del impuesto de importación, este último sistema es el que se aplica en Guatemala a las importaciones, el arancel específico, este se expresa en términos monetarios por unidad de medida, por ejemplo US\$5.00 por metro de tela, o US\$150.00 por cabeza de ganado.

En este caso, el valor real, calculado o ficticio de la mercancía no tiene ninguna trascendencia fiscal, en el arancel específico no se considera si el precio del producto es muy elevado o bajo. Este tipo de arancel no se utiliza en Guatemala

Clasificación arancelaria, las mercancías deben identificarse al pasar por las aduanas, a fin de determinar su situación arancelaria, que arancel les corresponde pagar; establecer correctamente los impuestos aplicables y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias que se aplican en las aduanas.

Las mercancías que se integran al flujo del comercio internacional se clasifican con base en el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, el cual ha sido adoptado por la mayoría de los países, en el caso de Guatemala se denomina Sistema Arancelario Centroamericano –SAC-, dado a que Guatemala forma parte del Mercado Común Centroamericano y la región mantiene un arancel común ante terceros países.

La importancia de la clasificación arancelaria radica en que permite tener un mismo identificador común en el mundo, a manera de “nombre” común para todos, sin importar el idioma, asimismo permite que una misma mercancía se codifique en forma idéntica tanto en las tarifas de importación como de exportación en todos los países, para ello se utilizan los primeros seis dígitos de la clasificación.

#### **4.5.2 Tipos de tratados y convenios que Guatemala ha obtenido**

Debido a la interdependencia cada vez mayor que guardan los países, han proliferado los convenios o tratados internacionales, instrumentos jurídicos que bien pudiéramos asimilar a los contratos en el sentido de que mediante el consentimiento manifestado por los Estados con ese carácter en el caso de los tratados se da vida a un vehículo jurídico y se crean derechos y obligaciones entre las partes. Es decir, que así como los particulares se sirven de los contratos para estipular derechos y obligaciones entre sí, los sujetos de derecho internacional y particularmente los Estados, celebran tratados sobre las más variadas materias con la intención de crear derechos y obligaciones regidos por el derecho internacional. Tratados de libre comercio que Guatemala ya concreto:

- Acuerdos de Alcance Parcial

- Acuerdos de Inversión
- Acuerdos de Comercio y Cooperación Económica
- Sistema Generalizado de Preferencia (SGP+)
- Acuerdos Comerciales Pendientes
- Aranceles

Como consecuencia natural de la proliferación de convenios internacionales, el derecho de los tratados es una de las disciplinas que más se ha desarrollado en los últimos años; en el ámbito internacional, ha pasado de ser mero derecho consuetudinario a ser derecho codificado a partir de la celebración de las Convenciones de Viena de 1969 sobre Derecho de los Tratados y la de 1986 sobre Tratados Celebrados entre Organismos Internacionales o entre Organismos Internacionales y Estados.

Protocolo al Tratado de Libre Comercio Centroamérica - República Dominicana Suscrito el 16 de abril de 1998. Suscrito para efectos del intercambio comercial Costa Rica, El Salvador y Guatemala frente a República Dominicana y ésta frente a aquellos, para todos los productos incluidos en todos los cuadros del Protocolo, la tasa arancelaria de Nación Más Favorecida (NMF) aplicada al 14 de agosto de 1998. Entre El Salvador, Guatemala y República Dominicana. Protocolo que contiene:

- Exclusiones de Libre Comercio
- Productos del Capítulo 15 del Sistema Armonizado excluidos de libre comercio, sujetos a tratamiento arancelario preferencial
- Desgravación arancelaria

Información sobre Acuerdos Comerciales de Guatemala, Proceso del ALCA, Acuerdos Bilaterales, etc.

#### **4.5.3 Ventajas y desventajas en las aduanas actualmente.**

Una de las ventajas son actualmente el paso que tiene la carga o mercadería en las aduanas y que según su etimología y burocracia se dará paso libre según lo dictamen por tipo de aduana y de semáforo.

Aduana Moderna La SAT es también la encargada de administrar el sistema aduanero de Guatemala Para eso se ha creado una sección especial en materia de aduanas para los diferentes auxiliares y usuarios de las Aduanas de Guatemala.

Encontrará información general sobre las aduanas, los auxiliares y los procedimientos. También puede visitar la Agencia Virtual para localizar todas las consultas que se brindan por Internet como a continuación se presentan:

- Sistema Arancelario Centroamericano
- Código de Proveedores
- Manual de Procedimientos
- Verificaciones Ex post
- Sistema aduanero
- Declaración Única Aduanera DUA
- Manifiesto de Carga
- Valoración, Clasificación y Origen de la Mercancía
- Unión Aduanera
- Acuerdos y Tratados Internacionales
- Documentación y asistencia aduanera

- Requisitos para Trámites Aduaneros
- Legislación y Normativa Aduanera
- Categorías Secundarias

La DUA moderna en declaración del valor en aduanas (DVA), Como parte de la modernización del Sistema Aduanero y la implementación del nuevo gestor de flujos de trabajo SAQB´E, a partir del mes de julio (2007) al momento de la transmisión electrónica de la Declaración Única Aduanera (DUA), deberá tomarse en cuenta lo todas las partes.

En las internaciones de mercancías al territorio guatemalteco por la vía marítima o aérea, se deberá consignar un número de Manifiesto de Carga y Conocimiento de Embarque o Guía Aérea registrados previamente por la empresa de transporte.

Si la internación es por la vía marítima, el o los números de contenedores consignados deberán pertenecer al conocimiento de embarque reportado como documento de soporte.

Si el número de contenedor asociado a un conocimiento de embarque ya fue registrado en una DUA, no podrá registrarse nuevamente en otra. En las importaciones definitivas, las facturas que se reportan en una declaración del valor aduanero (DVA) deben tener el mismo incoterm.

El valor en aduana de cada declaración del valor aduanero (DVA) debe coincidir con las adiciones y deducciones, al precio realmente pagado o por pagar de las mercancías importadas.

## 4.6 Ley de Bioterrorismo

La Ley contra el Bioterrorismo es la ley que regula las importaciones de mercadería con producto biológico especialmente las legumbres, frutas, materiales como madera, pieles con sus derivados y farmacéutico, incluye un gran número de disposiciones con laboratorios especializados en el análisis del mismo que entre otras iniciativas permite actuar a la FDA (por sus siglas, administración de alimentos y drogas), como brazo normativo a la Secretaria General de Salud Humana del país norteamericano, para proteger el suministro de alimentos, drogas y material biológico frente a la amenaza de una contaminación intencionada en el arribo de mercancías a su destino en cualquier estado. Así la FDA es responsable del desarrollo y la puesta en práctica de medidas normativas de seguridad alimenticia a excepción de las exenciones especificadas en cada normativa, estas normativas se aplican a todas las importaciones y a las instalaciones para todos los productos de alimentación humana y animal regulados por la FDA, incluidos los suplementos de la dieta, las leches maternizadas, las bebidas (incluidas las alcohólicas) y los aditivos alimenticios.

Las normativas de la FDA, de la Ley contra el Bioterrorismo son:

- Notificación previa de alimentos importados a Estados Unidos
- Establecimiento y mantenimiento de registros
- Detención administrativa inmediata

#### **4.6.1 Historia de la ley del Bioterrorismo**

La llamada Ley de Bioterrorismo dictada por el Gobierno Federal de los Estados Unidos, surge como consecuencia de los ataques terroristas que sufrió ese país el 11 de septiembre de 2001 y tiene como fin prevenir el ingreso de alimentos que podrían estar contaminados, esta ley entró en vigencia el 12 de diciembre de 2003 y su cumplimiento está a cargo de la Administración de Alimentos y Medicamentos (Food and Drugs Administration, FDA) y de las aduanas de los Estados Unidos.

Los requerimientos que impone esta ley afectan a las exportaciones de muchos países en especial Centroamérica hacia los Estados Unidos, aún sin los exportadores preparados adecuadamente para cumplir tales exigencias, aplicables a insumos alimenticios, suplementos dietéticos, frutas y vegetales frescos, productos lácteos, pescados y mariscos, bebidas, licores, animales vivos a ser procesados como alimentos y comida para animales.

#### **4.6.2 Las leyes que según nos presionan a pagar nuevos impuestos para exportar**

En el año 2003 se decreto en Guatemala la ley llamada ligie por sus siglas impuestos generales para la importación y exportación para los países de Centroamérica, México y Uruguay la cual fue dirigida por México hacia sus importaciones en especial hacia los países de Centroamérica y que fue reformada en julio del año 2009 para nuestro país y el resto del centro esta es una reforma para regular las exportaciones e importaciones en México especialmente por el contrabando ilícito, lo cual hubo incremento tarifario.



El sistema de administración tributaria nacional ha revisado la normatividad para asegurarse que los cambios en la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, no afecten el tratamiento arancelario y no arancelario a las mercancías, por lo que los aranceles y las regulaciones y restricciones no arancelarias que aplicaban antes de la reforma deberán continuar sin cambios, no obstante los cambios en la nomenclatura dando así a un nuevo incremento que se estará realizando paulatinamente año con año.

## **5. HERRAMIENTAS FINANCIERAS EN PLAN DE EXPORTACIÓN**

Las herramientas financieras más efectivas serán la clave en el éxito para la exportación ya que al final todo incurre en el pago y sus acuerdos bilaterales, los cálculos de peso volumétrico es el punto de partida para los costos y la logística en cualquier tipo de transporte en la exportación.

### **5.1 Cálculo de costos**

El cálculo de costo o la determinación del precio de un producto destinado a la exportación, no es una operación aislada de la actividad productiva y/o comercial de la empresa.

Para saber qué peso debe usarse al calcular la tarifa es necesario averiguar qué norma ha de aplicarse. Se podrán aplicar distintas normas dependiendo del servicio seleccionado.

En el peso volumétrico se tiene en cuenta la densidad, que es la cantidad de espacio que un paquete ocupa en relación con su peso real, para determinar el peso facturable. Los cálculos del peso dimensional están sujetos a cambios sin previo aviso.

El cálculo del peso volumétrico para los envíos como respuesta a los esfuerzos de estandarizar el cálculo del peso volumétrico para paquetes de baja densidad. El divisor volumétrico cambiará a 5000 y aplicará a los productos

DHL Express Time Definite y Day Definite (internacional y doméstico) como se demuestra en la siguiente fórmula:


$$\text{Largo} \times \text{Ancho} \times \text{Altura} / 5000$$

Donde los 5000 son una constante ya emitida por la OMC.

No hay que olvidar que el peso físico es el peso que tiene la caja o paquete y el peso volumétrico es la medida basada en el tamaño de la caja (Alto x largo x ancho/ 5000), también se puede utilizar nuestra calculadora por website que automáticamente determina el peso volumétrico de la carga o mercadería por cualquier empresa de carga express en online:

**Figura 25. Calculador online para peso volumétrico de cargas**

Tipo de Paquete	<input checked="" type="checkbox"/> Caja	<input type="checkbox"/> Tubo
Unidad de Medida	<input checked="" type="checkbox"/> Cms/kgs	<input type="checkbox"/> Pulgadas/Libras
Largo	0 <b>cm</b>	Largo Ancho
Ancho	0 <b>cm</b>	
Altura	0 <b>cm</b>	
<b>**RESULTADO**</b>		
Peso Volumétrico		Altura
<b>kg</b>		



El peso volumétrico es un cálculo que refleja la densidad de un paquete, un artículo menos denso generalmente ocupa más volumen espacial en comparación a su peso actual, el peso volumétrico o dimensional es calculado y

comparado con el peso actual del envío para determinar cuál es mayor. El peso más alto es utilizado para calcular el costo del envío.

La elaboración de un costo, al margen de la actividad de la empresa, es una abstracción de preguntas tales como:

- Costo EXW - FCA - FOB - CPT - DDU??
- Costo con IVA o sin IVA??, Los otros impuestos....?
- Puedo incorporar insumos importados?

Costos de fabricación y elaboración para exportar

- Insumos nacionales
- Insumos importados
- Gastos generales de elab/fabricación
- Mano de obra y cargas soc
- Movimiento y almacenamiento de producto
- Financiaciones y créditos
- Otros
- Sub-TOTAL 1) Costo de fabricación del "P"

Costos de comercialización

- Investigación de mercados
- Comunicaciones, promociones y viajes
- Folleteria, catálogos, etc
- Gastos por participación en ferias y exposiciones

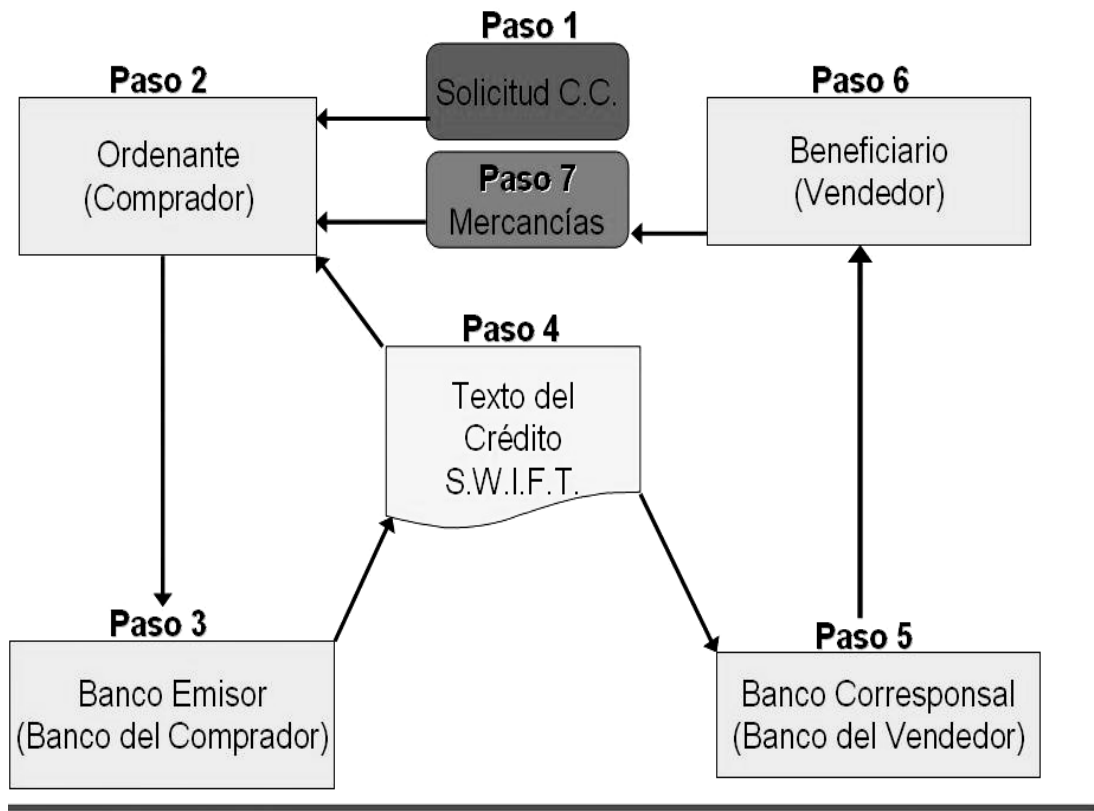
- Suelos y cargas sociales (gerenciales)
- Comité de agentes / representantes / brokers

La carta de crédito: es un convenio entre el exportador y su cliente mediante el cual un banco (BANCO EMISOR), a solicitud y de conformidad con las instrucciones de un cliente (ORDENANTE), se compromete por medio de un Banco Corresponsal (CONFIRMADOR) a pagar a un BENEFICIARIO hasta una suma determinada de dinero, contra la presentación de los documentos estipulados y de conformidad con los términos y condiciones establecidos.

Los participantes son dados a raíz del acuerdo tales como:

- El Ordenante: El Comprador o el Importador
- El Banco Emisor: Es el banco que establece el crédito
- El Banco Corresponsal: Es el banco en el exterior con el que se realiza la operación de una carta de crédito, ya sea avisada o confirmada
- El Beneficiario del crédito: El Vendedor o el Exportador

**Figura 26. Proceso de la carta crédito dado por el banco industrial**



## 5.2 Fijación de precios

Existen diversos métodos aplicables a la fijación del precio final de venta de exportación. Los más utilizados son los siguientes:

El costo-plus: el mismo consiste en incrementar el costo total con una suma o porcentaje fijo de utilidad. Se aplica generalmente cuando se ignora la elasticidad de la demanda y la competitividad del sector es desconocida. No se considera la curva de demanda del producto, el poder de compra de los potenciales consumidores, etc.

Margen flexible: el precio de adecua a las fluctuaciones del mercado. Ante un aumento de los negocios el margen de utilidad es mayor y menor cuando los negocios disminuyen. Existen métodos obligan al exportador a realizar un seguimiento permanente de la demanda tales como:

- Precios intuitivos: es una variante del Costo-Plus, donde la fijación total del precio es ajustada según la decisión "intuitiva" del empresario, luego de ponderar toda la información que obra en su poder.
- Precios experimentales: se fundamenta en la investigación del mejor precio mediante la organización de experimentos controlados, especialmente en el caso del lanzamiento de productos nuevos. Esta actitud, obliga que, al tiempo, la competencia reaccione.
- Precios imitativos: en este método el precio se basa teniendo en consideración el precio de la competencia, particularmente la empresa que en el mercado tiene la iniciativa en materia de precios, la que generalmente se conoce como "empresa líder". Los exportadores que deciden ser empresas imitadoras tienen más libertad de llevar la lucha competitiva a otros campos que no sea el precio.
- Precios diferenciales: estos precios se acomodan a las condiciones del mercado y del comprador. Al mismo comprador se le ofrecen, en momentos distintos, diferentes precios por la misma mercadería (política de bonificaciones, etc.).

### 5.3 Compra – venta internacional

La compra venta internacional estará dentro de un margen con una documentación que se exige en una operación de compra-venta internacional suele ser muy compleja y variada, dependiendo en gran medida del tipo de producto vendido, así como de los términos pactados.

Esta documentación será remitida por el exportador al importador y es la que le va a permitir retirar la mercancía en el punto de destino en los créditos documentarios ésta es la documentación que el exportador remitirá, a través de su banco, al banco del importador y que si está en orden va a obligar a dicho banco a efectuar el pago.

Como documentación básica, habitual en toda venta internacional, se puede señalar la siguiente:

- **Factura:** es un documento emitido por el exportador en el que se recogen los datos fundamentales de la operación, señalándose el importe de la deuda que tendrá que pagar el importador. En la factura aparecerán, como mínimo, los siguientes datos: Identificación del exportador y del importador descripción de la mercancía (características, unidades, complementos, etc.) Importe de la venta, con desglose entre los distintos componentes de la misma forma de pago requerida fecha de envío de la mercancía, medio de transporte y lugar de destino.
- **Documento de transporte:** es el justificante de que el exportador ha enviado la mercancía por el medio acordado (barco, tren, avión, etc.) este documento es el que permitirá al importador retirar la mercancía en el punto de destino. En este documento se detalla: Punto de origen y de



destino medio de transporte utilizado fecha de salida y fecha previsible de llegada. Nombre del remitente y del destinatario. Mercancía transportada (descripción, peso, número de bultos, etc.)

- Documento del seguro: en él se describen los riesgos que cubre la póliza, determinado quién es el beneficiario en caso de indemnización. El coste del seguro puede ser por cuenta del exportador o del importador, dependiendo de lo acordado entre las partes.

Otros documentos accesorios:

- Certificado de origen: es un documento emitido por las autoridades comerciales del país de origen en el que se acredita que el producto ha sido elaborado en dicho país. Certificado sanitario: es un documento emitido por las autoridades sanitarias del país de origen en el que se certifica que la mercancía exportada se encuentra en perfecto estado sanitario, cumpliendo la normativa vigente.
- Certificado de calidad: es un documento emitido por una firma independiente de reconocido prestigio que declara que la mercancía cumple los estándares internacionales de calidad.

#### **5.4 Promoción comercial**

La promoción de los productos exportados comprende todo lo relativo a la comunicación entre la empresa y sus compradores actuales y potenciales, el objetivo de la comunicación es la persuasión. La persuasión se trata de lograr por medio de:

- la publicidad

- la promoción de las ventas
- las relaciones públicas

El plan promocional parte de informaciones básicas respecto al producto, los mercados y la situación en la cual se desenvolverá nuestra actividad.

Corresponde definir los objetivos del plan promocional. En otras palabras, qué obtener del plan promocional (persuadir, estimular, acción de presencia, etc.).

De acuerdo con el objetivo seleccionado se aplicará, según corresponda, una estrategia promocional:

- de atracción: la promoción va dirigida al mercado consumidor y las acciones se apoyan en la publicidad
- de empuje: la promoción está orientada al mercado intermediario y se apoya en la venta personal
- de penetración: orientada a la introducción de un nuevo producto en un nuevo mercado, y para su logro se apoya en publicidad y en precios promocionales
- de mantenimiento: se realiza cuando el producto está bien posicionado en el mercado

## **5.5 Técnicas de negociación comercial**

Negociar consiste en tener la voluntad de encontrar una solución satisfactoria para cada una de las partes afectadas. Es confrontar ideas y sentimientos para evitar que las personas se enfrenten o continúen enfrentadas. Es una necesidad ante el surgimiento de un conflicto entre dos partes. Cada parte tiene el poder tanto de impedir que la otra alcance sus objetivos, como de

ayudarla a obtenerlos. Y estas situaciones nos las encontramos en nuestra vida diaria a cada momento, explícita o implícitamente.

Otro matiz que hay que tener en cuenta para diferenciar la negociación del regateo es la posibilidad de futuras relaciones. Cuando estamos dispuestos a negociar y aceptamos entregar ciertas concesiones lo hacemos pensando en que la relación no se acabará en el presente trato. No podemos deteriorar las relaciones tanto como para imposibilitar futuros contactos.

Al negociar, los agentes pretenden conseguir, mediante algún tipo de procedimiento interactivo -que tanto puede ser tácito como concreto, reconocido como ignorado-, un resultado más valorado que sus respectivas alternativas unilaterales, es decir, cualquier cosa mejor que aquello que cada uno podría obtener por su cuenta.

Las situaciones de negociación, se configuran como situaciones de interdependencia estratégica, es decir, situaciones en las que nuestro mejor resultado no depende únicamente de nuestras propias elecciones, sino también de las elecciones de otra gente que persigue asimismo un objetivo propio y que también depende de nosotros para obtenerlo. Y además, dentro de este marco estratégico general, estas situaciones de negociación incorporan simultáneamente factores de conflicto y factores de cooperación, en proporciones variables y a menudo indiscernibles. La gestión de este marco estratégico de conflicto y cooperación puede resultar muy complicada si se entra con los ojos cerrados, en estado de inocencia analítica y sin ningún método de reconocimiento e interacción.

El comportamiento de los negociadores, así como el resultado de la negociación tienen mucha relación con ciertos modelos estratégicos en que la

información es incompleta y desigual, y en que las reglas del juego y las estructuras de incentivos, a menudo predefinidos o impuestos a priori, juegan un papel que acostumbra a ser más importante y decisivo que la propia negociación expresada.

El arte de la negociación, si es que existe, consistiría sobre todo en tener la capacidad de descubrir y seleccionar estos modelos y en adquirir la habilidad de diseñarlos o de evitarlos en función del conjunto de los intereses que están en juego en cada caso.

También en saber que la cooperación es racional y necesaria, incluso desde el punto de vista egoísta, y que intereses que son diferentes pueden hacerse compatibles y encontrar satisfacción simultánea en acuerdos inteligentes obtenidos mediante una negociación creativa.

¿Qué es negociar?, proceso en el que dos o más partes, con un cierto grado de poder, con intereses comunes y en conflicto, se reúnen para proponer y discutir propuestas explícitas con el objetivo de llegar a un acuerdo. La no resolución de un conflicto puede acarrear grandes pérdidas a una o a ambas partes.

El objeto de la negociación es minimizar los costes del acuerdo, que pueden ser:

- Cerrar una operación en unas condiciones desfavorables reduce los beneficios y puede reducir la quiebra
- Toda concesión hecha tiene unos costes, a los que hay que añadir los Derivados del precedente creado
- La negociación competitiva

- La negociación colaborativa

Interlocutor piedra sus características:

- Considera la negociación como un enfrentamiento en el que uno gana otro pierde trata de ganar sometiendo a los demás
- Cree que las ventajas propias tienen que provenir inevitablemente de desventajas para los demás (y eso le trae sin cuidado)
- Es propenso a engañar, incluso a hacer uso de la coacción
- Quiere algo a cambio de nada

Interlocutor agua sus características:

- Considera que la negociación tiene que facilitar las relaciones a largo plazo
- Busca el éxito mediante la cooperación
- Cree que las ventajas propias conllevan también ventajas para el otro.
- Evita el uso de técnicas manipuladoras

Interlocutor piedra encubierto sus características:

- Tono frío pero firme
- Estilo educado de negociación
- Paciente ante el ritmo de negociación del otro
- Enfoque analítico, en lugar de emotivo

- Capacidad para escuchar

Desarrollo de la negociación cómo utilizar las técnicas comerciales para cerrar sus acuerdos tales son:

- Cuáles son los tipos de negociación
- Negociación dominante
- Negociación de equilibrio
- Cuáles son los comportamientos tipo del cliente
- Cómo empezar con pequeños acuerdos para iniciar positivamente la negociación
- Cuáles van a ser los elementos intercambiables
- Cómo utilizar la persuasión y la capacidad de influencia
- Cómo reconducir las preferencias del cliente: precio/calidad, producto/servicios mantenimiento
- Cómo ir más allá de las características del producto y demostrar las ventajas competitivas con argumentos convincentes
- Cómo manejar las objeciones planteadas por el cliente
- Creatividad: cómo buscar alternativas creativas cuando la negociación se bloquea
- Cuándo suspender una negociación si no se está avanzando en los términos comerciales



## CONCLUSIONES

1. Una vez implementado el departamento de exportación para productos tradicionales y no tradicionales se inicia el desarrollo de intercambios de bienes a nivel internacional para cualquier empresa nacional, ya que ofrecerá sus bienes o servicios a otros países con los parámetros más utilizados en el ámbito de exportación a nivel mundial.
2. Las herramientas del comercio internacional forman un lenguaje universal para la exportación desarrollando los conceptos y simplificando toda conjetura para exportar.
3. Los procedimientos son adaptables según los requerimientos y/o necesidades de la empresa, acorde a la demanda del cliente, el objetivo es de optimizar nuestras variables para tener resultados inmediatos en el flujo del comercio internacional.
4. Los avances serán tangibles a manera en que el departamento controle los términos para exportación y coordine efectivamente los encargos de mercadería tomando como referencia el tiempo de entrega y las especificaciones técnicas.





## RECOMENDACIONES

1. Para la implementación del departamento de exportación de productos tradicionales y no tradicionales debe existir una elevada demanda del producto a comercializar o vender, por lo que primero se realiza el estudio de mercado antes de iniciar el plan de exportación.
2. Es aconsejable que la empresa de servicio que se contrate para la exportación llene los requisitos o necesidades de la empresa y la demanda del cliente, adaptándose a cambios de último momento.
3. El marco de referencia recomendable en los envíos de mercadería es el factor tiempo, porque se establecen fechas de entrega de mercadería y documentación, para que el cliente cumpla con la fecha del pago.
4. Obtener el apoyo financiero que ofrecen los bancos de agro-industrias o bien las cámaras de comercio para promover el desarrollo de las empresas en exportaciones y apegarse a un programa a largo plazo de promoción para el desarrollo económico internacional.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Asociación de Exportadores de Guatemala. *Referencias en portal electrónico recomendado para Inversionistas, Asociación de Exportadores* [en línea]. AGEXPORT, Disponible en: <http://www.agexport.org/journals/webref.html>> [Consulta: 12 noviembre 2008]
2. Flores, S. L. *Herramientas para el Comercio Internacional*, Guatemala Ciudad Capital, NJ: Cámara de Comercio, 1987
3. MORRISON, C. *The Vision Like's Richs*. In KIRK JAMES V. (dir.) *The charger consoled and Courier*. EEUU, Miami, 1999, vol. IV, pp. 367-369.



## BIBLIOGRAFÍA

1. ESTRADA, Fanny D., *Como convertirse en un exportador: planeación para Exportador a EEUU*. Guatemala: Agexport, 2008. pp. 54 – 66.
2. BRIZ, Jorge, *Cruzando fronteras comerciales: Cómo iniciar la batalla en el comercio internacional*, 16ª ed. Guatemala: Cámara de Comercio, 2008. pp. 61- 68.
3. QUIÑONES, Mario, *Sistema de exportación Seadex: Implementación de software a la exportación*, 4ª ed. Guatemala: Agexport, 2008. pp. 123 – 132.
4. MERIDA, Mario, *La Ventanilla única para exportación - V.U.P.E.* [Disco Compacto]. Guatemala: Agexport, DL 2008
5. KIRK, James, “The charger consoled and Courier”. Dhl, 2009, vol. 40, núm. 1, pp.12 – 20.

