

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA

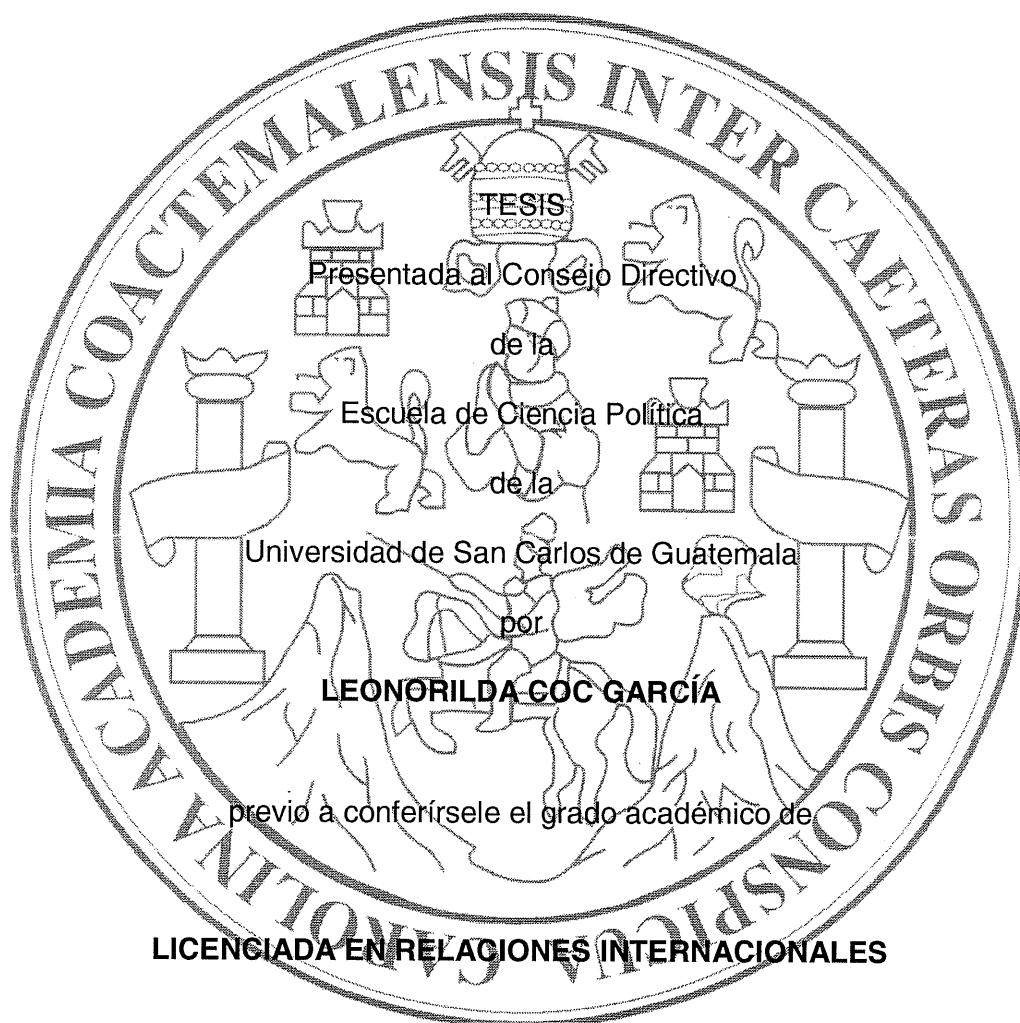


LEONORILDA COC GARCÍA

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2012

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA

“CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
DIRIGIDA POR MUJERES Y SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO
EXTERIOR DE GUATEMALA: 1996 – 2007”



y el título profesional de

INTERNACIONALISTA

Guatemala, octubre de 2012

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

RECTOR MAGNIFICO

Lic. Carlos Estuardo Gálvez Barrios

SECRETARIO GENERAL

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

CONSEJO DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIA POLITICA

DIRECTORA:	Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
VOCAL I:	Licda. Mayra Villatoro Del Valle
VOCAL II:	Lic. Juan Carlos Guzmán Morán
VOCAL III:	Lic. Jorge Luis Zamora Prado
VOCAL IV:	Br. Maylin Valeria Montufar Esquina
VOCAL V:	Br. Román Castellanos Caal
SECRETARIO:	Lic. Marvin Norberto Morán Corzo

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN GENERAL DE CONOCIMIENTOS

COORDINADOR:	Lic. José Luis Domínguez unintanilla
EXAMINADORA:	Licda. Ana Verónica Aguirre Arévalo
EXAMINADORA:	Lic. Julio César Serrano Terré
EXAMINADOR:	Lic. César Augusto Agreda Godínez
EXAMINADOR:	Lic. José Gilberto Cortez Chacón

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN DE GRADUACIÓN

DIRECTORA:	Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
SECRETARIO:	Lic. Marvin Norberto Morán Corzo
COORDINADOR:	Licda. Ruth Teresa Jácome Pinto de Alfaro
EXAMINADORA:	Licda. Beatriz Eugenia Bolaños Sagastume
EXAMINADOR:	Lic. Edgar Roberto Jiménez Ayala

Nota: Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas en la tesis. (Artículo 74 del Reglamento de Evaluación y Promoción de Estudiantes de la Escuela de Ciencia Política)

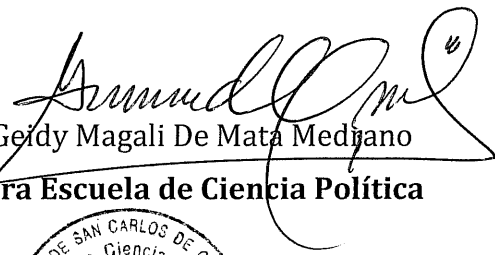


**ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA:** Guatemala, dieciocho de octubre del dos mil doce.-----
-

Con vista en los dictámenes que anteceden y luego de verificar la autenticidad de la certificación de Examen de Suficiencia y/o cursos aprobados por la Escuela de Ciencias Lingüísticas, se autoriza la impresión de la Tesis titulada: **“CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DIRIGIDA POR MUJERES Y SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR DE GUATEMALA 1996-2007-“** presentada por el (la) estudiante **LEONORILDA COC GARCÍA, carnet No. 9015614.**

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano

Directora Escuela de Ciencia Política



Se envía el expediente

c.c.: Archivo

myda/

9



ACTA DE DEFENSA DE TESIS

En la ciudad de Guatemala, el día once de octubre del dos mil doce, se efectuó el proceso de verificar la incorporación de observaciones hechas por el Tribunal Examinador, conformado por: Licda. Beatriz Eugenia Bolaños Sagastume, Lic. Edgar Roberto Jiménez Ayala y Licda. Ruth Teresa Jácome Pinto de Alfaro, Coordinador (a) de la Carrera de Relaciones Internacionales, el trabajo de tesis: **“CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DIRIGIDA POR MUJERES Y SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR DE GUATEMALA 1996-2007”**, presentado por el (la) estudiante **LEONORILDA COC GARCÍA**, carnet no. **9015614** razón por la que se da por **APROBADO** para que continúe con su trámite.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Licda. Ruth Teresa Jácome de Alfaro
Coordinador(a) de Carrera

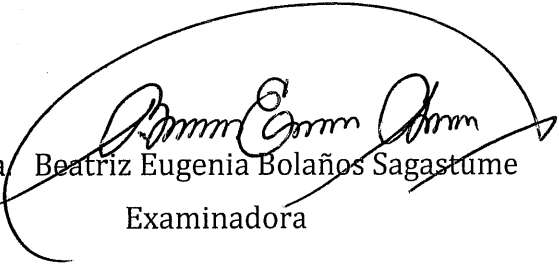


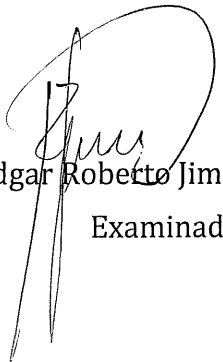
c.c.: Archivo
myda/

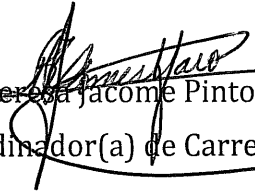


ACTA DE DEFENSA DE TESIS

En la ciudad de Guatemala, el día veintisiete de septiembre del dos mil doce, se realizó la defensa de tesis presentada por (el) la estudiante **LEONORILDA COC GARCÍA**, carnet No. **9015514**, para optar al grado de Licenciado (a) en Relaciones Internacionales titulada: **“CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DIRIGIDA POR MUJERES Y SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR DE GUATEMALA 1996-2007”**, ante el Tribunal Examinador integrado por: Licda. Beatriz Eugenia Bolaños Sagastume, Lic. Edgar Roberto Jiménez Ayala y Licda. Ruth Teresa Jácome Pinto de Alfaro, Coordinador (a) de la Carrera de Relaciones Internacionales. Los infrascritos miembros del Tribunal Examinador desarrollaron dicha evaluación y consideraron que para su aprobación deben incorporarse algunas correcciones a la misma.


Licda. Beatriz Eugenia Bolaños Sagastume
Examinadora


Lic. Edgar Roberto Jiménez Ayala.
Examinador


Licda. Ruth Teresa Jácome Pinto de Alfaro
Coordinador(a) de Carrera

c.c.: Archivo
myda/





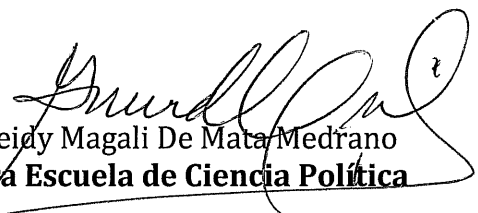
ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Guatemala, treinta de agosto del año dos mil doce.-----

ASUNTO: El (la) estudiante **LEONORILDA COC GARCÍA**, carnet **no. 9015614**, continúa trámite para la realización de su Tesis.

Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte del Lic. Rubén Corado Cartagena, en su calidad de Asesor (a), pase al Coordinador (a) de la Carrera de RELACIONES INTERNACIONALES para que proceda a conformar el Tribunal Examinador que escuchará y evaluará la defensa de tesis, según Artículo Setenta (70) del Normativo de Evaluación y Promoción de Estudiantes de la Escuela de Ciencia Política.

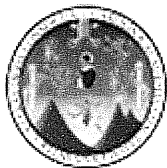
Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
Directora Escuela de Ciencia Política

Se envía el expediente
c.c.: Archivo
myda/
7





**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLITICA**

Guatemala, agosto de 2012

Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
Directora

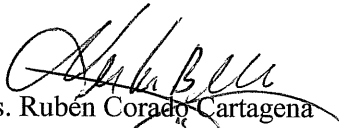
Señora Directora:

Me es grato dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento que desde que fue nombrado como Asesor de la Tesis de la estudiante Leonorilda Coc García, en el tema de investigación denominado: **“Características de la micro, pequeña y mediana empresa dirigida por mujeres y su participación en el comercio exterior de Guatemala: 1996-2007”** tuve a bien orientar y revisar el trabajo de investigación preparado por la estudiante Coc García.

En tal sentido, es valioso hacer notar que el trabajo se realizó en el marco de los aspectos teórico - metodológicos, y académico requeridos. Por lo tanto considero que, la Tesis reúne los requisitos exigidos por la Escuela, y en consecuencia el dictamen es **FAVORABLE** para que continúe con los trámites correspondientes y el trabajo sea presentado para obtener el grado académico correspondiente que la Universidad otorga para el caso.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para reiterarle a la Señora Directora, la seguridad de mi más alta y distinguida consideración.

Atentamente,


Mps. Rubén Corado Cartagena
Revisor



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:
Guatemala, seis días de mayo del año dos mil ocho-----

ASUNTO: La estudiante **LEONORILDA COC GARCIA,**
Carnet No. 9015614, continúa trámite para la
Realización de su examen de Tesis

1. Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte del Coordinador de Metodología, pase al Asesor de Tesis, Lic. Rubén Corado Cartagena, para que brinde la asesoría correspondiente y emita su informe.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
Directora

Se regresa expediente completo
c.c. archivos
myda/
5.



Guatemala, 28 abril del 2008

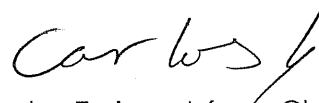
Licenciada
Geidy Magali De Mata Medrano
Directora, Escuela de Ciencia Política
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimada Licenciada De Mata:

Por medio de la presente me dirijo a usted con el objeto de informarle que, tuve a la vista el trabajo de Tesis del o (la) estudiante **LEONORILDA COC GARCIA, carnet No. 9015614** titulado **“CARACTERISTICAS DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, DIRIGIDA POR MUJERES Y SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR DE GUATEMALA 1996-2007”**. El (la) estudiante en referencia hizo las modificaciones y por lo tanto, mi dictamen es favorable para que se apruebe dicho diseño y se proceda a realizar la investigación.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Lic. Carlos Enrique López Chávez
Coordinador Area de Metodología



ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Guatemala, veintiocho de febrero del año dos mil ocho-----

ASUNTO: El (la) estudiante: **LEONORILDA COC GARCÍA, Carnet No. 9015614**, continúa trámite para la realización del Examen de Tesis.

1. Habiéndose aceptado el Tema de Tesis propuesto, por parte de la Coordinador (a) de la Carrera, Licda. Carmen Alvarez Bobadilla, pase al Coordinador de Metodología, Dr. Gustavo Palma Murga. para que se sirva emitir dictamen correspondiente sobre el Diseño de Tesis.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
DIRECTORA



Se envía el expediente
c.c. Archivos
myda.
3/

Guatemala, 27 de marzo del 2008

Licenciada
Geidy Magali De Mata, **Directora**
Escuela de Ciencia Política

Estimada Licenciada De Mata:

Por medio de la presente me permito informarle que, verificados los registros de Tesis de la Escuela, el tema: **“CARACTERISITICAS DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, DIRIGIDA POR MUJERES Y SU PARTICIPACION EN EL COMERCIO EXTERIOR DE GUATEMALA 1996-2007”**. Propuesto por el (la) estudiante **LEONORILDA COC GARCIA, Carné No. 9015614** puede autorizarse dado que el mismo no tiene antecedentes previos en nuestra Unidad Académica.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Licda. Carmen Olivia Alvarez
Coordinadora Area Relaciones Internacionales

Se regresa expediente completo.
c.c.: Archivo
myda.
2



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

Guatemala, veinticuatro de marzo del año dos mil ocho-----

ASUNTO: La estudiante: LEONORILDA COC GARCIA
Carnet No. 9015614 inicia trámite para la
REALIZACIÓN DE SU EXAMEN DE TESIS

1. Se admite para su trámite el memorial correspondiente y se dan por acompañados los documentos mencionados. 2. Se traslada al (a) Coordinador (a) de la Carrera correspondiente Licda. Carmen Olivia Alvarez, para que acepte el tema de Tesis planteado. 3. El resto de lo solicitado téngase presente para su oportunidad.

Atentamente,

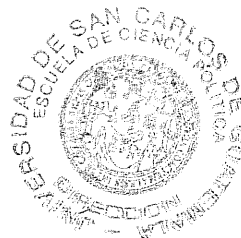
"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
DIRECTORA

Se envía el expediente completo.

myda

1/



DEDICATORIA

"Porque de Jehová viene la inteligencia y de su boca brota el conocimiento"
Proverbios 2:6

A DIOS TODO PODEROSO
Por su misericordia y fidelidad

A MI MAMÁ ALICIA GARCIA DE COC (Q.E.P.D.) Y A MI PAPÁ ROBERTO COC GARCÍA
Por el amor y la instrucción recibida, así como por haber confiado e invertido en mi
educación

A HUGO GARRIDO; MI COMPAÑERO DE VIDA Y HOGAR, A MI HIJA MARIAJOSÉ Y A
MIS HIJOS; PABLO ROBERTO Y HUGO ANTONIO
Por su paciencia, comprensión y motivación

A DOS GRANDES Y AMOROSAS ABUELAS; MELECIA GÓMEZ DE GARRIDO Y DORA
ESTHELA MORALES DE COC
Por el apoyo incondicional y sus sabios consejos

ÍNDICE GENERAL

	Página
ÍNDICE DE CUADROS	I
INTRODUCCIÓN	i
1. CAPITULO I	
ABORDAJE TEÓRICO METODOLÓGICO	1
2. CAPITULO II	
COMERCIO EXTERIOR Y LIBERALIZACIÓN DEL COMERCIO	11
2.1. Aspectos Conceptuales de Comercio Exterior	11
2.2. El Proceso de Liberalización del Comercio Exterior de Guatemala	19
2.3. Estrategias de Guatemala ante la Liberalización del Comercio ...	23
2.3.1. Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones	23
2.3.2. Política Integrada de Comercio Exterior	25
2.3.3. Reactivación del Mercado Común Centroamericano	29
2.3.4. Negociaciones, Acuerdos Bilaterales y Multilaterales	30
3. CAPITULO III	
LAS MIPYMES EN GUATEMALA Y SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR	35
3.1. Conceptualización y Caracterización de las MIPYMES	35
3.2. Problemática de las MIPYMES en Guatemala	42
3.3. La Acción Estatal en Guatemala: La Política Nacional de Apoyo a las MIPYMES	49
3.4. Experiencias Internacionales Exitosas en la Aplicación de Políticas de Fomento de la MIPYME	55
3.5. Participación de las MIPYMES en el Comercio Exterior de Guatemala	57
4. CAPITULO IV	
LAS MIPYMES Y LA MUJER EN GUATEMALA	61
4.1. Marco Político Nacional e Internacional de Promoción de los Derechos Económicos de las Mujeres Guatemaltecas	62
4.1.1. Marco Político Nacional	63
4.1.2. Marco Político Internacional: Cartas, Declaraciones y Convenios .	68
4.2. Situación de las MIPYMES dirigidas por Mujeres en Guatemala ..	72
4.2.1. Características de las Mujeres Empresarias de la MIPYME, de	

	los Sectores de Artesanías y Agroindustria	72
4.3.	Empoderamiento de las Mujeres y su Participación en el Comercio Exterior, Experiencia Exitosa de la Asociación Unidas para Vivir Mejor –UPAVIM-	77
	PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO A LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR MIPYME DIRIGIDAS POR MUJERES	81
	CONSIDERACIONES Y CONCLUSIONES FINALES	91
	BIBLIOGRAFÍA	95

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro No. 1 CENTROAMERICA, Evolución de las Exportaciones (FOB) Intracentroamericanas 1960-1970 en miles de US\$	20
Cuadro No. 2 Características de la MIPYME de Estratos de Baja Productividad	38
Cuadro No. 3 Características de la MIPYME Generadoras de Empleo ..	40
Cuadro No. 4 Comportamiento del PIB 1996-2006	57
Cuadro No. 5 Características de las Mujeres Empresarias de la MIPYME, Niveles de Escolaridad	73
Cuadro No. 6 Potencial Empresarial de las Mujeres Empresarias de la MIPYME	75

INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada: "CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA –MIPYME - DIRIGIDA POR MUJERES Y SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR DE GUATEMALA: 1996 – 2007", pretende explicar de la manera más sencilla de cómo en Guatemala, cada día se vienen desarrollando e implementando empresas dirigidas por mujeres con capacidad no solo de producir para consumo interno, sino que también para participar en el comercio exterior del país, como es el caso de la Asociación de Mujeres "Unidas para Vivir Mejor" UPAVIM, ubicada en Villa Nueva, Guatemala, logros que han obtenido a pesar de las limitaciones a las que las mujeres deben enfrentarse, derivado de las desigualdades de desarrollo en relación a los hombres.

Para comprender con facilidad su desarrollo, el estudio se ha dividido en cuatro capítulos a saber: En el capítulo I se describe cómo fue posible responder y explicar toda la problemática que envuelve a las empresas que están dirigidas por mujeres, así mismo, se analiza el marco teórico dentro de la dinámica del comercio interno como externo, la manera como fue posible alcanzar los objetivos de la investigación y comprobar la hipótesis, que ha permitido corroborar la importancia de fortalecer las capacidades de gestión empresarial de las mujeres y generar entornos favorables, de acuerdo a las necesidades y condiciones específicas de las mujeres, como mecanismos de favorecer su incursión sostenida en la dinámica del comercio exterior e internacional. En este mismo capítulo se incluye una explicación precisa sobre la utilización los métodos y técnicas contempladas en el diseño de investigación.

En el capítulo II, se desarrolla lo relacionado al marco conceptual del comercio exterior y la liberación del mismo, esto implica que se parte de las definiciones del comercio exterior y las relaciones internacionales; asimismo se incorpora un análisis de cómo contribuye el comercio exterior al desarrollo económico del país. También, se hace referencia a las acciones que se han implementado en

Guatemala para lograr en buena medida la liberalización del comercio, de frente a la dinámica de un mundo globalizado.

En el capítulo III, contempla una revisión analítica sobre la participación de las MIPYMES en el comercio exterior del país, para lo cual se hace una caracterización de que se comprende como MIPYME, para que se pueda identificar con facilidad cuando se está refiriendo a micro, pequeña y mediana empresa en el contexto general. También se incluye de una forma breve los principales problemas que limitan el buen desarrollo de este tipo de empresas en Guatemala, además, se explican los esfuerzos que se ha realizado para incentivar a este tipo de empresas y para ello, ha sido necesario analizar la política nacional de apoyo a las MIPYMES que se articula con instituciones creadas exclusivamente para el fomento de la producción para el comercio; asimismo, se revisan leyes como la Ley de la Maquila y de Zonas Francas que son consideradas piezas claves en atraer inversiones extranjeras y mejorar el nivel productivo para exportación del país.

El capítulo IV, se hace referencia al marco legal nacional e internacional que promueve los derechos humanos de las mujeres, enfatizando particularmente en los derechos económicos; como el marco regulatorio que favorece el impulso de acciones específicas dirigidas a las mujeres empresarias del sector de la MIPYME, para su participación exitosa y sostenida tanto el comercio nacional como en el comercio exterior de Guatemala. También se hace una breve caracterización de las empresas dirigidas por mujeres en Latinoamérica, Centroamérica y en Guatemala.

Seguidamente, se desarrolla una propuesta que incluye elementos relacionados al fortalecimiento del sector MIPYMES dirigidas por mujeres, con la idea de que sean mucho más competitivas en este mundo globalizado, es decir que tengan los suficientes elementos y condiciones para poder insertarse eficientemente en el mercado exterior e internacional.

Finalmente, se presentan las consideraciones y conclusiones finales, fundamentadas en los principales hallazgos de la investigación realizada.

CAPÍTULO I

1. ABORDAJE TEÓRICO - METODOLÓGICO

En este capítulo se aborda la justificación e importancia del tema desarrollado, los objetivos e hipótesis planteadas durante el diseño de la investigación y se describe el proceso metodológico implementado durante la investigación.

1.1. Justificación e Importancia del Tema de Investigación

El comercio exterior permite el intercambio de bienes y servicios entre países, lo cual implica que un país entre más se especializa en la producción de los bienes que fabrica y mejora los costos de producción, le permite a este, no solo caracterizar las relaciones entre países, sino que también, medir la fortaleza de sus respectivas economías.

El caso de Guatemala, con una economía abierta se le facilita mantener vínculos con el mercado exterior permitiéndole este intercambio de bienes y servicios, esta característica de la economía guatemalteca se consolida durante el período de 1991-1995, cuando se inicia el proceso de liberalización del comercio exterior, eliminando las barreras no arancelarias, se reducen las tarifas existentes y se inicia un proceso de negociación de tratados de libre comercio.

Esta liberalización del comercio exterior, le favorece a las MIPYMES para insertarse en este mercado y a la vez fortalecer la economía del país, mediante la generación de divisas y generación de empleo, siendo ésta última una de las principales características de las MIPYMES, como lo demuestran los datos estadísticos, en donde se contempla que aproximadamente, más del 75% de los empleos privados y no agrícola se genera en este segmento empresarial (PROMICRO-OIT:2000). Contribuye, aproximadamente, con el 38% del PIB nacional (MINECO-BID:2005), representa más del 98.5% del parque empresarial no agrícola del país (FUNDES:2005).

Las siglas MIPYME, engloba a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en Guatemala estas unidades productivas, se clasifican de acuerdo al número de empleados que tiene la empresa y al volumen de ventas que registran anualmente, aunque se debe tomar en cuenta que los volúmenes de ventas están sujetas a la inflación, por lo que se deben realizar ajustes periódicamente.

De acuerdo a versiones del Ministerio de Economía de Guatemala, la microempresa, se refiere a las unidades económicas de baja capitalización que operan en el mercado a partir de una inversión a riesgo, con un número de trabajadores de 1 a 10. Desde el punto de vista del financiamiento a las microempresas se les puede conceptualizar como unidades económicas de carácter familiar, cuyas necesidades de financiamiento son para capital de trabajo.

Se le da la categoría de Pequeña Empresa, a aquella empresa con un número de trabajadores entre 11 y 20. Este tipo de empresas en Guatemala normalmente registran un volumen de ventas anuales entre 7,501.00 y 37,500.00 dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en quetzales al tipo de cambio para la venta que publique el Banco de Guatemala. (Cámara de Industria, GTZ/PORMOCAP, MINECO:)

Y la Mediana Empresa, es aquella con un número de trabajadores entre 21 y 50. Este tipo de empresas de Guatemala, normalmente registran un volumen de ventas anuales entre 37,501.00 y 375,000.00 dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en quetzales al tipo de cambio para la venta que publique el Banco de Guatemala (IDEM).

Entre las características que identifican a las MIPYMES prevalecen que son generadoras de empleo, la mayoría están organizadas en grupos de productores y productoras, situación socio-económica de bajo nivel, estrecha relación capital-trabajo, múltiples funciones, escaso acceso al crédito y heterogeneidad.

Dentro de la heterogeneidad de las MYPYMES se puede determinar que las diferencias que existen entre cada MYPYME es en cuanto a: nivel de crecimiento, de acumulación ampliada, de acumulación simple, de subsistencia, gestión y organización centralizada o descentrañozada, de tipo familiar, grupal, personal y por tipo de actividad económica (sectores de comercio, servicios, agro-industrial).

De acuerdo a las características de las MIPYMES vale la pena resaltar, que algunas se han agrupado en actividades productivas no solo para tener un beneficio económico sino también con fines sociales, lo que les ha permitido insertarse a la dinámica del comercio exterior de Guatemala en el marco del Comercio Justo y Solidario.

Otro factor importante que ha contribuido a la inserción de las MIPYMES en el comercio exterior ha sido la herencia cultural, ya que el sector de comercio artesanal (textil, madera, fibras) ha tenido bastante aceptación y demanda, especialmente de los países europeos, Norteamérica y Canadá.

En este contexto, se considera importante hacer referencia al proceso evolutivo de este sector empresarial, teniendo como referencia los últimos años, que permite observar el incremento del número de MIPYMES en Guatemala al igual que en los países Latinoamericanos, cuyos factores de incremento varían muy poco en cada país de la región.

Para el caso de Guatemala, se identifican factores que han favorecido el auge de las MIPYMES, entre los cuales resaltan: las reformas de políticas económicas y laborales de corte neoliberal, entre las que se pueden mencionar el ajuste estructural a partir de 1991, que implicaron ajustes de gran magnitud, no solo económicos, sino también políticos y sociales, que implicaron la liberalización del sector financiero, la eliminación de controles de precios y la privatización de los bienes del Estado y más recientemente la implementación de los salarios base que repercutió en los despidos masivos y como consecuencia de estas reformas,

se incrementa la tasa de desempleo, contexto en el cual las MIPYMES han venido a contribuir a absorber en buena medida el desempleo.

Por otra parte cabe destacar que en este segmento empresarial conocido como las MIPYMES las mujeres se han posicionado como empresarias, en búsqueda de su autonomía económica, contribuyendo en la creación de fuentes de trabajo y de nuevas alternativas para el comercio exterior de Guatemala. Sin embargo las mujeres que han incursionado en las MIPYMES; que en adelante se le denominará mujeres empresarias, pero con la diferenciación, que en el caso de las MIPYMES, se encuentran aquellas que establecen una empresa o negocio, con la motivación principal de fortalecer la economía familiar; han tenido que enfrentar grandes desafíos, como los siguientes:

- La mujer empresaria debe enfrentarse a restricciones en relación a los empresarios hombres, específicas de su género; barreras conductuales, barreras educativas, ocupacionales y otro conjunto de barreras sociales y culturales que reflejan las desigualdades de género, aspectos que limitan el desarrollo de ellas y del país en general.
- Las mujeres empresarias, generalmente establecen sus empresas con las capacidades disponibles, desarrollándose generalmente en torno al espacio doméstico y con escaso capital y sin asesoría técnica.
- La apertura comercial que ha manifestado el gobierno en la suscripción de tratados de libre comercio, la rebaja de aranceles, los procesos de unión aduanera con la región centroamericana, traen una mayor competencia para los productos guatemaltecos y generalmente las MIPYMES en Guatemala, no tienen la capacidad instalada para competir con grandes empresas nacionales o internacionales que vienen con productos con bajos costos de producción o con tecnologías más sofisticadas.

A todo lo anterior señalado, la investigación ha permitido resaltar que las MIPYMES en Guatemala, se enfrentan a diferentes obstáculos que limitan su desarrollo empresarial, entre los que destacan la falta de acceso a fuentes de financiamiento, éste obstáculo es más evidente con respecto a las mujeres empresarias ya que no cuentan con garantías hipotecarias que respalden el crédito. Este obstáculo se mantiene a pesar de que muchos estudios reflejan que las mujeres manejan una alta moral crediticia.

El acceso a los servicios de desarrollo empresarial de las MYPYMES, también se ha visto limitada ya sea por el alto costo que éstos implican y porque algunas prestadoras no adecuan sus servicios a las necesidades de las MIPYMES; por lo tanto no garantiza el fortalecimiento de las mismas. La falta de información acerca de los tipos de Servicios de Desarrollo Empresarial existentes y donde encontrarlos así como la identificación por parte de los oferentes de servicios de las necesidades de las MIPYMES, no permite una interacción apropiada entre oferentes y demandantes.

Por otro lado, se tiene que una gran mayoría de las MIPYMES no están registradas ante las diferentes instituciones que regulan su funcionamiento, ya que el marco jurídico normativo que las rige les demanda tiempo y altos costos de inversión. Esta situación incide negativamente en el establecimiento de relaciones comerciales directas a mayor escala y de manera sostenida, teniendo que recurrir a intermediarios.

Por su parte los gobiernos de Guatemala, han implementado estrategias para solventar en alguna medida las limitaciones que enfrentan las MIPYMES; entre ellas la creación del Programa Nacional de Competitividad y la Política Nacional de Desarrollo de la MIPYME, como mecanismos de fomento a la competitividad y productividad, con el objetivo de fortalecer la empleabilidad en el país y que los Tratados de Libre Comercio, signifiquen una gama de oportunidades y no un obstáculo para el desarrollo de estas. En el marco de la promoción de los

Derechos de las Mujeres y particularmente los derechos económicos, la Secretaría Presidencial de la Mujer, brinda asesoría a las instituciones gubernamentales para impulsar el desarrollo económico de las mujeres en cumplimiento de la Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las Mujeres Mayas, Garífunas y Xincas.

1.2. Objetivos

En el marco de todas estas preocupaciones es que surge la iniciativa de profundizar, analizar y determinar las características de las MIPYMES dirigidas por mujeres y su participación en el comercio exterior de Guatemala, planteando los siguientes objetivos:

1.2.1 Objetivo General

Analizar y determinar las características de las MIPYMES dirigidas por mujeres y su participación en el comercio exterior de Guatemala.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Determinar las fortalezas y debilidades de las MIPYMES dirigidas por mujeres en base a los niveles de competitividad, que demanda el comercio exterior de Guatemala.
- b) Elaborar una propuesta de fortalecimiento que contribuya a la competitividad del sector MIPYME dirigida por mujeres.

1.3. Hipótesis

De la misma manera se planteó la hipótesis siguiente: "A MAYOR COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES DIRIGIDAS POR MUJERES, SE INCREMENTA SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR, Y POR

ENDE EL DESARROLLO ECONÓMICO DE GUATEMALA". La cual al ser comprobada, demuestra que cada vez más la mujer guatemalteca se involucra en los procesos de producción y lo que es más importante, es que se encuentra inmersa en los procesos que implica su participación en la exportación de muchos de los productos que Guatemala exporta a los principales mercados del mundo actualmente.

1.4. El Método, las Técnicas e Instrumentos

Para el proceso de comprobación de la hipótesis planteada, se recurrió a una fase de investigación a nivel bibliográfica y documental, que permitió la búsqueda de información en libros especializados, estudios, diagnósticos, publicaciones relacionadas al tema. Así también, se utilizó la vía del Internet, como un medio electrónico para encontrar la información más actualizada, permitiendo sentar las bases para una demostración más sistemática y rigurosa de la hipótesis, aportar conocimientos para descubrir relaciones entre variables y describir el contexto.

1.4.1 El método

Se utilizó principalmente el método Hipótesis-Deductivo, ya que se plantea la hipótesis basada en el análisis de datos y estudios empíricos, existentes en relación al tema. Se complementa con el método Lógico-Inductivo, que a partir de la hipótesis planteada, permite llegar a las conclusiones y consideraciones finales.

En la aplicación de este último, el análisis fue de carácter inductivo incompleto, ya que para la recolección de datos, se recurrió a una muestra representativa de mujeres empresarias de la MIPYME y a un número determinado de profesionales con experiencia en el trabajo de fomento y desarrollo de la MIPYME.

1.4.2 Técnicas e Instrumentos

Se utilizó la técnica de entrevista, para recopilar información desde la experiencia de trabajo de personas, que trabajan en espacios públicos y privados relacionados a la MIPYME y en la promoción de los derechos humanos de las mujeres, para lo cual se estructuró una guía de preguntas, con la finalidad de orientar las entrevistas.

Para recopilar información desde las mujeres empresarias de la MIPYME, se implementaron las técnicas de muestreo probabilísticas Aleatoria Estratificada. Para ello, se partió del universo de MIPYMES guatemaltecas, de donde se seleccionó una muestra de 10 empresas dirigidas por mujeres, a la vez esta muestra se dividió en micros, pequeñas y medianas empresas y en dos sectores productivos, siendo los de artesanías y agroindustria. Se seleccionó esta técnica ya que aunque las MIPYMES en general tienen características comunes, existen diferencias de acuerdo al tamaño y sector económico.

Una de estas técnicas fue el desarrollo de dos focus group, uno se desarrolló en la Ciudad de Chimaltenango, donde se reunieron mujeres empresarias de los sectores de Artesanías y Agroindustrias, provenientes de Totonicapán, Quetzaltenango, Sololá, San Marcos. El otro focus group se desarrolló en Santa Cruz, A.V. con mujeres empresarias del sector de artesanías, provenientes de San Cristobal, Tactic y Coban A.V. Para el levantamiento de datos desde las mujeres de la mediana empresa, se recurrió a la técnica de entrevista a empresarias ubicadas en el Departamento de Guatemala.

En el marco metodológico se tomó en cuenta dos componentes, uno de ellos fue el análisis de comercio exterior de Guatemala, y el segundo sobre la caracterización de las MIPYMES dirigidas por mujeres y su capacidad competitiva de participación en el comercio exterior. En el primer caso se recurrió a la descripción y análisis del proceso de apertura comercial de Guatemala, tomando

como base los tratados de libre comercio firmados por Guatemala con otros países, poniendo mayor atención al DR-CAFTA, pero en especial se profundizó en un análisis de los desafíos que deben superar las MIPYMES especialmente las dirigidas por mujeres para tener una verdadera inserción a los mercados externos.

CAPÍTULO II

2. COMERCIO EXTERIOR Y LIBERALIZACIÓN DEL COMERCIO DE GUATEMALA

En el presente capítulo, se analiza la importancia del Comercio Exterior de Guatemala para el desarrollo económico del país, a partir de las teorías económicas que tratan de explicar el comercio internacional; describiendo el proceso de la liberalización del comercio y la posición de país, frente a los instrumentos comerciales en torno al comercio exterior, las características de la economía y las estrategias del país para promover el comercio, enfocando también las características del desenvolvimiento de las MIPYMES en dicho contexto.

2.1. Aspectos Conceptuales de Comercio Exterior

Comercio exterior, comprende la actividad económica de intercambio de bienes y servicios entre dos naciones, bloques o regiones económicas, mediante la importación y exportación, con el objetivo de aumentar el bienestar de los países. (Borisou, Zhamin, Makárova: 1965)

También puede definirse como la interacción de compra-venta de bienes y servicios, que tiene un país con otro u otros países, y que están regulados por tratados o convenios de intercambio comercial. (IDEM)

Precisamente el intercambio que existe entre dos naciones al exportar (vender), e importar (comprar) sus productos es lo que llamamos "comercio exterior". Tómese en cuenta que ni los países más ricos son autosuficientes por sí mismos, por lo tanto, la idea es que cada uno de ellos pueda ofrecerle al otro lo que no posee o aquello de lo que carece, y viceversa, generando a su vez el bienestar y supervivencia de la población.

En tal sentido, cuando dos o más naciones intercambian sus bienes y servicios, se producen innumerables ventajas, entre éstas se pueden mencionar las siguientes:

- Impulso del bienestar económico y social
- Estabilidad de los precios
- Disminución de la tasa de desempleo
- Aumento de la productividad y competitividad
- Menor riesgo de pérdidas económicas

A medida que el comercio exterior cobra relevancia para los países, la teoría económica avanza en el análisis de las relaciones comerciales de los mismos, o lo que se conoce como comercio internacional, que comprende el Intercambio (mediante la compra y venta) de bienes y servicios entre personas de diferentes países. Implica aprovechar las ventajas comparativas y/o la especialización de producción de ciertos bienes.

Desde este contexto, los teóricos del comercio internacional, plantean que éste permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia las siguientes ventajas:

- Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.
- Los precios tienden a ser más estables.
- Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.
- Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados. (Exportaciones)
- Equilibrio entre la escasez y el exceso.
- Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.

- Por medio de la balanza de pago se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.

Por ello, la teoría clásica del comercio internacional, tiene sus raíces en los postulados de Adam Smith desde 1776, quien argumenta que el bienestar de las naciones tiene su base en la división del trabajo y el libre intercambio de mercancías. Adam Smith sustenta su tesis en el modelo de la *ventaja absoluta* y la no intervención gubernamental. La ventaja absoluta de una nación radica en la producción de una mercancía al menor costo de producción posible, derivado del menor uso de factores productivos que otros países.

En este mismo hilo de ideas, a finales del siglo XIX, David Ricardo, plantea la teoría de la *ventaja comparativa*, de las naciones, argumentando que la importancia del comercio internacional de un país, radica en los costes relativos de una mercancía en relación a otros países. Es decir si un país X produce un producto a menor precio que el país Z, el país Z le conviene más comprarlo a X que producirlo, por lo tanto el país X le conviene especializarse en la producción de dicho producto, dando bienestar a ambos países.

La teoría de David Ricardo, es ampliada por John Stuart Mill, quien introduce el análisis de la oferta y la demanda, como mecanismo para identificar los beneficios que obtienen los países del comercio entre ellos, incluyendo así al análisis del comercio internacional, los costos comparativos de producción y adquisición de los bienes.

En 1933, B. Ohlin, da lugar a la teoría neoclásica con la teoría de las proporciones factoriales o modelo Heckscher-Ohlin. B. Ohlin parte de la teoría de la ventaja comparativa, quien argumenta que los países les conviene especializarse en la exportación de aquellos productos con los que cuentan suficientes factores de

producción e importar aquellos productos, cuyos factores de producción son escasos.

Tanto los teóricos clásicos como B. Ohlin, son defensores del libre intercambio entre los países, sin la intervención gubernamental, considerando que dichas teorías suponen la existencia de un mercado perfecto, donde los países son diferentes en su producción, pero que a la vez se complementa.

En tal sentido, la nueva teoría del comercio internacional, tiene sus raíces en los análisis del comportamiento del comercio exterior de los países europeos, en el marco de la Comunidad Económica Europea; "... a partir de la creación de la Comunidad Económica Europea en 1957, los expertos en comercio internacional se percataron de que los intercambios entre estas naciones europeas (todas ellas economías desarrolladas), aumentaron espectacularmente a raíz de la unión aduanera, pero que este comercio no respondía a la pauta del modelo Heckscher-Ohlin-Samuelson de complementariedad productiva entre naciones (comercio interindustrial), sino que era, en gran medida, intercambio intraindustrial. Este sorprendente hecho hizo preguntarse a los investigadores cómo se explicaban esos intercambios, y este fue uno de los puntos de partida de las nuevas explicaciones del comercio internacional, que centraron su análisis en suavizar los supuestos del modelo neoclásico (rendimientos constantes, mercados perfectamente competitivos y ausencia de externalidades". (Steimberg, F. 2004)

Por otra parte se tiene, la nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica, que conlleva revisar otro concepto básico al respecto como lo es el comercio interindustrial, el cual comprende el intercambio de productos de distintas industrias entre diversos países y el comercio intraindustrial, el cual tiene que ver con el juego de intercambio que realizan los distintos países de productos diferenciados en una misma industria.

Desde esta perspectiva, se concluye que existen factores que impiden la competencia perfecta, bajo la cual se sustentan las teorías clásicas y neoclásicas, por lo tanto reduce el bienestar de los países. Para Bain, existen factores que perpetúan las imperfecciones del mercado que no permiten la competencia perfecta, estos factores son:

- La existencia de economías de escala; característico del comercio intraindustrial, que permite la conformación de mercados oligopólicos.
- Las ventajas absolutas de costes; traducidas en las formas de producción de las empresas, adquiridas mediante el aprendizaje que les deja la experiencia productiva y de comercialización.
- Las necesidades iniciales de capital o patentes de investigación, limita su ingreso a las nuevas empresas.
- La diferenciación del producto de las empresas ya instaladas y sus capacidades de innovación, les hace más competitivas ante las nuevas empresas.

Desde este contexto, estos factores fácilmente se convierten en barreras de entrada para nuevos competidores, lo cual impide la competencia perfecta, reduciendo el bienestar de los países.

Basados entonces, en los fallos del mercado, economistas como Paul Krugman, Avinash Dixit, James Brander y Barbara Spencer, fundamentan la nueva teoría del comercio internacional y la necesidad de contar con políticas comerciales estratégicas.

En la práctica, los gobiernos han intervenido en el proceso de fortalecer su comercio exterior y proteger sus industrias nacionales, con la finalidad de aumentar el bienestar de sus poblaciones, por lo tanto como parte de su política comercial, han implementado distintas medidas proteccionistas y restricciones al comercio.

Por lo tanto en aras de que el comercio tenga la mayor fluidez posible es que los organismos internacionales han intervenido en la regularización del comercio, persiguiendo la reducción de las limitaciones al comercio y la prohibición de acciones unilaterales de los países en perjuicio de otros. Tal es el caso del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), organismo que fue sustituido en 1995 por la Organización Mundial de Comercio (OMC), cuyo fin principal es que cada país miembro debe de dar a todos los miembros, las mismas ventajas o privilegios que otorga a otros países.

En esencia la OMC y los organismos públicos internacionales como FMI y el BM, promueven la liberalización del comercio mundial, como mecanismo para incentivar el crecimiento económico y la distribución de la riqueza de los países, mediante la ampliación de agentes en el mercado, eliminando los monopolios y oligopolios, aumento de la productividad mediante la generación de economías de escala, el aprovechamiento de las ventajas competitivas relativas de los países, la reducción de precios de bienes y servicios derivado de la reducción de costes del proteccionismo, lo que conllevaría al aumento de la oferta y la demanda.

Paralelamente se gestan alternativas al comercio internacional, como el Sistema del Comercio Justo y Solidario, el cual remonta sus inicios a los años de 1950, con la conformación de un grupo de importadores del Hemisferio Norte, sin ánimo de lucro y un grupo de productores de pequeña escala de países en desarrollo. Este sistema de comercio cobra relevancia, por lo que en 1964, con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, impulsado por la UNCTAD, se plantea reorientar la ayuda económica hacia los países en desarrollo hacia un régimen de apertura comercial de países con mercados de alto potencial adquisitivo hacia los países en desarrollo, contexto en que se inician las tiendas UNCTAD o cadenas de tiendas SOLIDARIAS, en los países de Holanda, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.

El Comercio Justo y Solidario, Fair Trade en inglés, es una relación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que tiene como finalidad lograr mayor equidad en el comercio internacional. El Comercio Justo, contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales a los productores y trabajadores que se encuentren en desventaja, especialmente en los países del hemisferio sur, a la vez que intenta asegurar sus derechos. Las organizaciones de Comercio Justo están comprometidas en apoyar a los productores con el fin de concienciar y hacer campaña a favor de un cambio en las reglas y práctica del comercio internacional convencional. (Nicole Morais: 2007)

A mediados de los años 90, surge un nuevo modelo de la teoría del comercio internacional, basado en análisis del compartamiento de las empresas, este modelo es conocido como NOVÍSMO, el cual sustenta que las empresas, aún dentro de una misma industria son heterogéneas, característica que incide en los resultados del comercio internacional.

Este modelo inicia con los trabajos empíricos de A. B. Bernard y J. B. Jensen en Estados Unidos, quienes parten del análisis del comercio y la producción de las empresas del sector manufacturero en ese país.

Sucesivos trabajos de este y otros autores, la mayoría centrados en el sector manufacturero de Estados Unidos, han ofrecido los siguientes resultados: (Raquel González Blanco: sin año)

- sólo un pequeño porcentaje de empresas son exportadoras (un 18 por 100 de las empresas estadounidenses en 2002) (Bernard: 2007);
- la exportación está muy concentrada, ya que un pequeño porcentaje de empresas exportadoras realizan la mayor parte de la exportación (el 10 por 100 de las principales exportadoras manufactureras estadounidenses realizan el 96 por 100 de la exportación);
- la exportación supone un porcentaje reducido en la producción total (aunque hay variaciones sustanciales entre industrias);

- en todos los sectores hay algunas empresas exportadoras, incluso en los sectores importadores netos;
- las empresas exportadoras son sustancialmente diferentes de las no exportadoras, incluso dentro del mismo sector y región, en distintas dimensiones: así, las exportadoras tienen mayor dimensión, son más productivas, pagan salarios más altos, utilizan trabajadores más cualificados y son más intensivas en capital y tecnología. Estas diferencias no parecen ser el resultado de haberse convertido en exportadoras sino que se encuentran antes de exportar.

Estos hallazgos, motivan el desarrollo del modelo de ventajas comparativas, impulsado por Bernard, Reding y Schott (2007). Este modelo considera que los países, las industrias y las empresas, interactúan en la medida que disminuyen sus costes de comercio, partiendo de la hipótesis que los países tienen diferentes factores de producción, que las industrias cuentan con distintas intensidades factoriales y las empresas tienen diferentes niveles de productividad.

Pero al analizar el vínculo entre la productividad de las empresas y la liberación del comercio, estudios de MELITZ y OCTAVIANO (2008), entre otros, identifican interesantes resultados, como:

- Las empresas de baja productividad tienen más probabilidades de fracasar que las de alta productividad.
- Las empresas de alta productividad tiene más probabilidades de mantenerse en el mercado y crecer.
- Las empresas exportadoras aumenta la demanda de factores de producción, colocando en desventaja a las empresas de baja productividad, quienes al no poder cubrir sus costos fijos se ven obligadas a salir del mercado.
- La conducta de las empresas heterogéneas amplían las ventajas comparativas de los países.

Con lo anterior expuesto, se concluye que las teorías abordadas, han evolucionado en la medida que evolucionan las relaciones comerciales internacionales y se visualizan los agentes involucrados, siendo en la actualidad las empresas uno de los agentes involucrados en la dinámica del comercio internacional, quienes en el contexto del modelo de liberación del comercio tienen mayores desafíos de competitividad, por lo que los gobiernos de los países implementan sus propias estrategias para elevar esos niveles de competitividad de las empresas nacionales.

2.2. El proceso de liberalización del comercio exterior de Guatemala

En 1951, la CEPAL plantea el modelo de Sustitución de Importaciones, este modelo implicaba un programa de desarrollo basado en la industrialización e integración regional de los países, como mecanismo para superar las limitantes para el progreso económico de los mismos, siendo el objetivo principal de este modelo, el fortalecimiento de la industria de la región, protegiendo y estimulando la industria y el libre comercio de bienes en la región. Una vez fortalecida la industria regional se lanzaría al mercado externo, por lo tanto, se crean instancias como el Mercado Común Centroamericano, para el caso de la subregión centroamericana. Bajo esos parámetros, Guatemala suscribió en 1959, el Tratado Multilateral de Libre Comercio y el Convenio sobre Régimen de Industrias Centroamericanas de Integración (RICI).

Bajo los lineamientos del tratado en mención se eliminaron los aranceles a 200 productos de la región, mientras que en el Convenio se estableció la promoción y apoyo para la generación de nuevas industrias y la productividad, buscando así ampliar la base industrial de la región. Sin embargo, la implementación del modelo, fue de corta duración, debido a varios factores, entre los cuales figura la inseguridad de Nicaragua y Costa Rica para ratificar los instrumentos, el rechazo de Estados Unidos al Convenio, ya que limitaba el ingreso de sus industrias, los

riesgos que representaba para la generación de nuevas industrias frente a las ya instaladas.

En este mismo contexto, en 1960, los mecanismos mencionados anteriormente, son sustituidos por el Tratado de Asociación entre los países centroamericanos, cuya finalidad era la creación de un mercado común, el cual implicaba la libre circulación de bienes, capital y personas y la aplicación de un arancel común. En 1960, el Tratado de Asociación es sustituido por el Tratado General de Integración Centroamericana, el cual implicaba la creación de una zona de libre comercio, la reducción de aranceles y una política de puertas abiertas para la inversión extranjera, así como el estímulo a la industria, independientemente si fueran de la región centroamericana o no. Bajo este Tratado se crea la Secretaría de Integración Económica Centro Americana (SIECA).

En el contexto de este esquema de integración, durante el período 1960 a 1970, el comercio interregional, fue bastante dinámico, partiendo de \$31 millones en 1960 y alcanzando los \$287 millones en 1970, contexto en el cual Guatemala fue uno de los países más dinámicos, representando el 28.5% de las exportaciones y el 20.5% de las importaciones, con una balanza de pagos positiva, según se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 1						
CENTROAMÉRICA						
Evolución de las Exportaciones (FOB) Intracentroamericanas						
1960-1970 en miles de US\$						
AÑOS	Total	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua
1960	30,278	2,421	12,292	4,960	8,078	2,527
1961	36,207	2,188	15,032	8,564	8,620	1,803
1962	44,722	1,720	18,695	8,694	12,082	3,531
1963	68,692	3,945	30,228	17,294	12,466	4,759
1964	105,308	15,389	36,795	29,558	16,442	7,124
1965	132,117	18,232	45,394	35,566	20,525	12,400
1966	170,284	25,157	58,608	50,826	19,518	16,175
1967	205,648	26,909	79,153	57,945	23,397	18,244
1968	246,904	36,228	84,915	70,777	30,348	24,636
1969	250,081	37,749	74,822	83,700	22,125	31,685
1970	286,304	46,091	73,768	102,345	18,044	46,056

FUENTE: SIECA Unidad de Estadísticas Económicas

En este mismo contexto, cabe hacer notar, que en 1970, este modelo de apertura comercial intra regional, se ve afectado, por la crisis bélica surgida en 1969, entre El Salvador y Honduras, conflicto más conocido como "Guerra del Futbol" por su parte, honduras limitó el tránsito de bienes hacia El Salvador y en 1970 impone aranceles a los productos de la región similares a los productos de terceros países, así mismo regula sus relaciones con los países de la región mediante acuerdos bilaterales.

A pesar de ello, Guatemala mantuvo sus relaciones comerciales con Nicaragua, Costa Rica y El Salvador, en el marco del Tratado General de Integración y con Honduras de manera bilateral.

Como se puede observar el sistema regional de libre comercio, inicia su colapso a partir de 1970, derivado de la crisis ente Honduras y El Salvador y es seguido por las crisis económica mundial y el aumento de los precios del petróleo, que obliga a los países de la región a tomar medidas unilaterales, violentando así el Tratado General de Integración. Posteriormente se tiene el agravamiento de la crisis política en la región Centroamericana, como lo es el triunfo de los Sandinistas en Nicaragua de corte socialista y que contaban con el apoyo directo de la Ex URSS y de China Continental, que convierten al área en una confrontación ideológica, económica y militar entre los Estados Unidos y la URSS, que se conoce como la Guerra Fría. Mientras tanto, en 1985, colapsa definitivamente el sistema, con la implementación por parte de Guatemala, de medidas restrictivas a los bienes provenientes de Nicaragua.

Con todos estos hechos se denota, que la tesis cepalina, (centro-periferia), o el sistema de industrialización regional, no alcanzó el objetivo planteado, ya que siempre se dependió de la importación de terceros países de bienes y maquinarias, la protección arancelaria y los incentivos fiscales otorgados a la industria no fueron aprovechados por éstas, al contrario se obtuvo una industria poco competitiva, con baja capacidad de generación de nuevas tecnologías.

En tal sentido, su impacto en los índices de empleo fue poco importante. A pesar del crecimiento de la inversión industrial de un 11% entre 1960 y 1970, en términos reales la tasa de empleo creció solamente un 2 ó 3% cada año. La industrialización, tampoco ayudó a mejorar la redistribución del ingreso, ni a una redistribución equitativa de los beneficios entre los distintos sectores de la población. (Briceño Ruiz: 1999)

Como consecuencia de lo anterior, a principios de 1970, los países de la región centroamericana, se incertán en la gestación del nuevo modelo de comercio internacional basado en la promoción de exportaciones, que no es más que la liberalización del comercio, lo cual se va ha fortalecer con las recetas del Consenso de Washington, de los años 90's, que le dan un nuevo impulso al libre comercio, a través de varias acciones sugeridas, más bien impuestas a países como Guatemala.

El llamado "consenso de Washington" se debe a John Williamson ("Lo que Washington quiere decir cuando se refiere a reformas de las políticas económicas"); data de 1990. El escrito concreta diez temas de política económica, en los cuales, según el autor, "Washington" está de acuerdo. "Washington" significa el complejo político-económico-intelectual integrado por los organismos internacionales (FMI, BM), el Congreso de los EUA, la Reserva Federal, los altos cargos de la Administración y los grupos de expertos.

Los temas sobre los cuales existiría acuerdo son:

- Disciplina presupuestaria;
- Cambios en las prioridades del gasto público (de áreas menos productivas a sanidad, educación e infraestructuras);
- Reforma fiscal encaminada a buscar bases imponibles amplias y tipos marginales moderados;
- Liberalización financiera, especialmente de los tipos de interés;
- Búsqueda y mantenimiento de tipos de cambio competitivos;
- Liberalización comercial;

- Apertura a la entrada de inversiones extranjeras directas;
- Privatizaciones;
- Desregulaciones;
- Garantía de los derechos de propiedad. (M. MUNS, J: 1999)

Con todas estas cláusulas se busca incentivar el mercado, especialmente en países catalogados como países en desarrollo o en vías de desarrollo, países pobres o del sur. Sin embargo; resulta en altos desafíos para estos países, entre ellos Guatemala, particularmente en los aspectos relacionados a la liberalización del comercio, donde la competitividad se constituye en un factor determinante para mantenerse activos en el mercado internacional, con una balanza comercial favorable, y que efectivamente este intercambio comercial signifique o se vea traducido en bienestar para los países.

2.3. Estrategias de Guatemala ante la Liberalización del Comercio

En este contexto de libre comercio basado en la promoción de las exportaciones a partir del año de 1986, el gobierno de Guatemala declara de interés nacional la promoción, diversificación e incremento de las exportaciones e implementa diferentes estrategias, como la creación de la Política Integrada de Comercio Exterior, se crea el Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones – CONAPEX-, reactivación de la integración centroamericana, negociaciones y firmas de acuerdos bilaterales, negociaciones en bloque como región centroamericana y participación en negociaciones multilaterales en el marco de la Organización Mundial del Comercio de la cual ha sido miembro a partir del 21 de julio de 1995.

2.3.1 Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones

En 1986 se crea el Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones – CONAPEX-, con el objetivo de diseñar, coordinar y ejecutar al más alto nivel

gubernamental y empresarial, la Política de Promoción de Exportaciones. Así mismo, la creación de una variedad de instituciones como el Programa Nacional de Competitividad –PRONACOM- y la Oficina para la Atracción de Inversiones (INVEST in Guatemala), los cuales son foros mixtos entre el sector público y privado.

En ese entonces CONAPEX se convierte en el órgano encargado de proponer al Presidente de la República la política nacional de promoción, diversificación e incremento de las exportaciones, el turismo y las inversiones, así como velar por la implementación y ejecución de la misma. Está conformado por el Ministro de Economía quien lo preside, y por los Ministros de Finanzas Públicas, Agricultura, Relaciones Exteriores, Energía y Minas, Trabajo, Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de la República, Superintendente de Administración Tributaria, Presidente del Banco de Guatemala; y por el sector privado participan los Presidentes de las diferentes cámaras del sector empresarial organizado.

Entre los logros de CONAPEX se pueden mencionar: la creación y establecimiento de la Dirección General de Comercio Exterior, la creación de la Ventanilla Única para las Exportaciones –VUPE- la cual se encuentra actualmente bajo la responsabilidad de AGEXPORT, el “Programa de Agregados Comerciales, Inversión y Turismo, con oficinas en cuatro ciudades de Estados Unidos: Nueva York, Washington, Los Ángeles, y Miami, una en Tapachula, México, otra en Berlín, Alemania, y finalmente, una en Ontario, Canadá. Así también, la implementación efectiva de la Ley de Fomento de la Actividad Exportadora y de Maquila (29-89), Ley de Zonas Francas (65-89) y la Política Integrada de Comercio Exterior.

2.3.2 Política Integrada de Comercio Exterior

La Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala, se define como el conjunto de acciones coherentes y armonizadas con participación del sector público y privado, orientadas a lograr la inserción exitosa de Guatemala en el comercio internacional, la cual está condicionada al grado de competitividad que la producción mantenga en el mercado internacional frente a la competencia.

El objetivo general que persigue la Política es sostener y expandir la participación de los productos nacionales en el mercado mundial y a la vez, lograr que la producción nacional participe competitivamente en el mercado interno con las producciones de otros países, mediante el aumento de la eficiencia y la productividad. Todo ello con el objeto de incrementar el empleo, el ingreso y el bienestar de la población.

Para contribuir al logro de este gran objetivo, se requiere de estrategias orientadas en diferentes vías, a nivel macro, a nivel meso y a nivel micro, por lo que la política plantea ocho objetivos específicos:

- Desarrollar condiciones en el país en cuanto al ambiente económico, infraestructura y servicios que fomenten la competitividad, estimulen la inversión y el desarrollo productivo.
- Impulsar un modelo de modernización productiva, basado en una amplia y transparente apertura de la economía, creando ventajas competitivas dinámicas, mejoramiento del capital humano y transparencia de tecnología.
- Impulsar un programa de promoción y mercadeo que contribuya eficientemente a abrir nuevos mercados, diversificar la oferta exportable e incrementar las ventas en el exterior.
- Facilitar el libre acceso en forma permanente de la producción nacional a los mercados internacionales por medio de la negociación de tratados de comercio e inversión con reciprocidad.

- Fomentar y garantizar la competencia leal entre los productos locales y los importados, por medio de la aplicación y administración de las normas nacionales e internacionales de las cuales el país es signatario.
- Ofrecer al consumidor opciones que le permitan obtener el mayor valor por sus recursos.
- Establecer condiciones en el comercio exterior, acordes con la sostenibilidad del medio ambiente.
- Fortalecer la capacitación y formación de los productores nacionales, orientándolos hacia la actividad exportadora.

La política contempla dos áreas de acción; el desarrollo de la competitividad y las negociaciones internacionales y administración de los tratados.

El desarrollo de la competitividad de la producción y de los servicios, es la condición necesaria, para lograr la exitosa inserción de Guatemala en el mercado internacional, por lo tanto la política orienta las acciones en tres áreas a saber:

a) Condiciones para el fomento del comercio y las inversiones

Para fomentar el comercio y las inversiones se requiere de un ambiente macroeconómico estable, confiable y transparente, donde la política cambiaria permita mantener un tipo de cambio efectivo real que no desestime las exportaciones; la política monetaria y crediticia logre mantener una inflación moderada, mantener la estabilidad de precios y propiciar la aproximación de la tasa de interés interna a la del mercado internacional. La política fiscal, debe promover una estructura tributaria que mejore la capacidad de recaudación, impulse la simplificación fiscal y administrativa, que promuevan las exportaciones y permita la devolución oportuna del crédito fiscal a los exportadores. La aplicación de una política fiscal que fomente el ahorro interno y la modernización del sistema financiero nacional que conlleve a la apertura gradual de los servicios financieros. Tomando en cuenta que la política arancelaria juega roles

importantes como medios para estimular la eficiencia de la producción y como instrumento de negociación para acceder en los mercados internacionales y otorgar acceso a los mercados nacionales, ésta deberá implementar un programa de desgravación arancelaria progresiva, en forma armonizada con los países centroamericanos y estimular la eficiencia y competitividad de la producción nacional.

La inversión privada requiere de infraestructura y servicios eficientes que eliminen el sesgo anti exportador del país, mediante el desarrollo de acciones de desmonopolización y privatización, con criterio de descentralización y participación civil local en la toma de decisiones, construcción y mantenimiento de la infraestructura, especialmente en determinadas empresas estatales que contribuyen al desarrollo del comercio exterior; establecer el marco regulatorio de concesiones y promoción de la competencia de los servicios al comercio exterior, como aduanas, energía, telecomunicaciones, puertos, aeropuertos y carreteras.

La política contempla la facilitación y desburocratización en los servicios de administración pública al comercio exterior, considerando de prioridad la mejora en la calidad del recurso humano y la modernización de los sistemas y servicios en adunas, ventanillas de trámites, administración de las leyes de exportación, trámites migratorios, entre otros.

De acuerdo a la política, la competencia es la fuerza que promueve la reestructuración de las operaciones, la introducción de nuevas líneas de productos y la búsqueda de nuevos mercados, por lo tanto es importantes la promoción de la competencia, bajo el establecimiento de marcos jurídicos e institucionales, que definan los límites de las conductas aceptables en el mercado y el control del comportamiento anti-competitivo, con elementos que desestimulen la formación de carteles y monopolios.

Aunado a las políticas macroeconómicas, la política promueve la transparencia en los servicios públicos y la conciencia exportadora en el sector público y privado.

b) Modernización Productiva

Paralelamente al proceso de apertura externa, ha sido necesario impulsar un programa de Modernización Productiva, que permita incrementar la productividad del país. El Programa de Modernización Productiva se orienta a la creación de ventajas competitivas por medio del mejoramiento del capital humano, el fortalecimiento de los sistemas de difusión y transferencia de tecnología y estímulo a la investigación aplicada; mejoramiento de la calidad, mediante la promoción de la investigación, reingeniería de procesos, modernización en los sistemas de gestión y administración empresarial, transferencia de tecnología mediante insumos y bienes de capital importados, conversión con capital extranjero y movilidad de técnicos, licencias y patentes; consolidar el sistema nacional de normalización certificación y metrología, fortalecer el sistema nacional de información del comercio exterior, que permita tanto al sector privado como al gobierno tomar las decisiones adecuadas; fomentar el financiamiento para el Programa de Modernización Productiva, particularmente destinado a la pequeña y mediana empresa para la aplicación de los instrumentos de promoción, como la participación en ferias y convenciones internacionales e inteligencia de mercados.

También son factores importantes para la modernización productiva, la inversión en recursos humanos, donde el sector público, sector privado, las universidades e institutos técnicos tienen un llamado a unir esfuerzos para dinamizar esta área; fomentar la cooperación productiva y comercial mediante las cadenas productivas, fortaleciendo los servicios periféricos de apoyo y facilitando la formación de empresas interrelacionadas horizontalmente.

c) Promoción de exportaciones, inversiones y mercadeo

De acuerdo al Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones –CONAPEX, se comprende por promoción de exportaciones e inversiones, las acciones de mercadeo que pueden ser concebidas como decisiones estratégicas que se caracterizan por fuertes externalidades y que se relacionan con el acceso a la información, la promoción de la imagen de Guatemala en el exterior y la escala requerida en la comercialización internacional.

En este sentido, Guatemala ha creado un Programa de Promoción de exportaciones e Inversión, el cual juega un rol predominante en el sector empresarial con sus acciones de mercadeo y promoción. Por su parte, el Gobierno actúa como facilitador en las relaciones con otros países, en la canalización de la cooperación y asistencia técnica internacional y en la formulación de programas de apoyo a la pequeña y mediana empresa.

Las acciones en esa área, están orientadas a facilitar y apoyar las actividades empresariales o bien de las organizaciones que se dedican a la promoción y diversificación de las exportaciones y las inversiones. Se han venido procurando como objetivos:

- Abrir nuevos mercados y consolidar los existentes
- Diversificar los productos de exportación
- Incrementar el número de exportadores
- Fomentar la inversión nacional y extranjera

2.3.3 Reactivación del Mercado Común Centroamericano

En esta misma década, se establece mayor interés en las relaciones comerciales internacionales, por medio de la reactivación del Mercado Común Centroamericano, participando con acciones concretas en la eliminación de obstáculos intra regionales al comercio, la homogenización de políticas macroeconómicas, la solución de controversias y el seguimiento al arancel externo común.

Asimismo, se reorienta la política de desarrollo, dejando a un lado la política de sustitución de importaciones, adaptando un modelo de desarrollo hacia fuera, en donde se da mayor importancia a las negociaciones con terceros países, con el objeto de asegurar el acceso de la producción centroamericana al mercado externo.

2.3.4 Negociaciones, Acuerdos Bilaterales y Multilaterales

El interés en las relaciones comerciales internacionales de Guatemala, se constituyen en un pilar importante de la política de comercio exterior del país, el cual se concretiza a través de la celebración de diversos acuerdos y convenios, tanto bilaterales como multilaterales, habiendo para el efecto, ratificado el ingreso a la Organización Mundial del Comercio –OMC-.

A la fecha, Guatemala ha culminado el proceso de negociaciones comerciales con países y regiones económicas, siendo entre otros los siguientes: Estados Unidos, Centroamérica, México, la Unión Europea, Panamá, Israel, Taiwán, Colombia y Venezuela. Además, se tuvo una activa participación en las negociaciones del Área Libre de Comercio de las Américas –ALCA-, (Tellez Hernández: 2005) .

Como resultado de todas estas acciones, Guatemala ha negociado e implementado varios tratados de libre comercio entre los cuales se pueden mencionar los siguientes:

- El TLC con México suscrito el 29 de junio del 2000 el cual entró en vigencia el 15 de marzo del 2001.
- DR-CAFTA: Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica con los Estados Unidos de América y República Dominicana, suscrito el 5 de agosto del 2004 entrando en vigencia en julio 2006.;
- TLC con Taiwán: firmado el 22 de septiembre del 2005 entrando en vigencia el julio del 2006.

Por otro lado, se tienen otros Tratados de Libre Comercio negociados y en proceso de ratificación por el Congreso de la República de Guatemala los cuales según la Dirección de Administración de Comercio Exterior (DACE) del Ministerio de Economía de Guatemala son:

- TLC con Chile que entró en vigencia el 23 de marzo del 2010.
- El TLC con Colombia, el cual entró en vigencia el 12 de noviembre del 2009.
- El Acuerdo de Asociación con la Unión Europea y los países de Centro América, el cual se ha previsto la aprobación para mediados del año 2012;
- Tratado de Libre Comercio suscrito con Perú donde se lograron acuerdos para que el 90% de los productos que circulan entre ambos países tenga acceso inmediato, una vez sea ratificado por los congresos y entre en vigor.
- Inicio del proceso de negociación para un Acuerdo de Alcance Parcial con Trinidad y Tobago.
- Manifestación de interés del país por iniciar negociaciones con el MERCOSUR (Brasil, Argentina, Venezuela, Uruguay y Paraguay), el cual se mantiene en fase de negociación, puesto que el bloque centroamericano todavía analiza esta posibilidad, ya que solamente el Triangulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras ha mostrado interés en negociar con el MERCOSUR.)

Además de los Tratados de Libre Comercio negociados por Guatemala, también cuenta con una amplia red de Acuerdos de Promoción y Protección Recíprocas de Inversiones (APPRI) que son tratados bilaterales basados fundamentalmente en la voluntad de los Estados que deciden de mutuo acuerdo y partiendo del ejercicio de su carácter soberano, establecer condiciones generales que sirvan de estímulo y de garantía para los intereses económicos y jurídicos de los inversionistas de cada uno de ellos cuando invierten en el territorio de la otra Parte Contratante con los que se pueden mencionar los acuerdos con Argentina, Cuba, Corea, Chile, Taiwán, México, Ecuador, Colombia, España, Francia, Holanda,

República Checa, Suiza, Suecia, Alemania, Bélgica, Finlandia, Israel, Canadá, Estados Unidos, Centroamérica, entre otros. (Mendoza: 2012).

Guatemala también se adscribe al Sistema Generalizado de Preferencias con Canadá y la Unión Europea. El SGP es un sistema de preferencias arancelarias, que los países industrializados establecieron a favor de los países en desarrollo, con la finalidad de apoyar a dichos países a aumentar las exportaciones y de esa manera incrementar sus ingresos en divisas.

Un aspecto de interés para las MIPYMES, es que el SGP de CANADA, contempla preferencias arancelarias, específicas para las artesanías, lo cual implica una oportunidad para incursionar en el mercado canadiense.

Con la Unión Europea, Guatemala ha sido beneficiaria del SGP en el régimen especial de estímulo del desarrollo y la gobernanza, el cual contempla como condicionante haber ratificado convenios de la ONU y la OIT, relativos a derechos humanos y al trabajo. Entre los Convenios de la ONU, se encuentra la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. Es válido hacer mención, que este tipo de acuerdos dejan de tener vigencia, al momento que entra en vigencia el Tratado de Asociación suscrito entre Centroamérica y la Unión Europea.

Las políticas de libre comercio implementadas por Guatemala en los últimos años, como estrategia para la promoción del país y plataforma de exportación, se basa en el reconocimiento de una nación de libre comercio, mediante el cual busca aumentar los niveles de desarrollo y atracción de inversión extranjera.

En síntesis se puede insistir que los objetivos que se persiguen con las negociaciones y firmas de Acuerdos Bilaterales, son los siguientes:

- Impulsar el desarrollo económico y social de Guatemala a través de la consolidación de la liberalización económica.

- Avanzar en la construcción de una economía abierta.
- Alcanzar una zona de libre comercio entre las Partes, brindando nuevas y mayores oportunidades de comercio para la oferta exportable actual y potencial.
- Crear un marco jurídico estable para promover y desarrollar las inversiones.
- Mejorar y ampliar las condiciones de acceso al mercado estadounidense, derivadas de las preferencias comerciales vigentes.
- Normar el comercio de bienes y servicios a través de reglas claras, transparentes y estables.
- Establecer mecanismos que eviten la aplicación de medidas unilaterales y discrecionales que afecten los flujos comerciales.
- Promover la cooperación entre los países, en parte, mediante la implementación de proyectos específicos en temas prioritarios para el desarrollo.

Además cabe resaltar como elementos importantes, en relación a los Tratados de Libre Comercio, es que tienen la característica que en su estructura se puede implementar aspectos de cooperación, por lo que en el caso particular del Tratado de Libre Comercio con Colombia, en dicho aspecto, se persigue un objetivo específico relacionado a la generación de un entorno favorable para el desarrollo de la MIPYME y la generación de oferta exportable y para lograrlo se plantea un plan de trabajo para implementar la cooperación en materia de acceso a mercados, contratación pública, tramites de comercio exterior y desarrollo empresarial, facilitación del comercio, promoción de exportaciones e inteligencia de mercados y cooperación en Ciencia y Tecnología, Calidad, innovación y productividad.

En el marco de las estrategias mencionadas en los apartados anteriores, los objetivos en materia económica del gobierno de Guatemala en los últimos años han venido siendo:

- Lograr un crecimiento sostenido del PIB;

- Contribuir a la eliminación de la pobreza extrema;
- Promover la generación de empleos formales, favoreciendo un clima de negocios adecuado;
- Desarrollar condiciones de competitividad que representen ventaja de producir sobre países socios comerciales;
- Posicionar a Guatemala como uno de los mejores destinos para inversiones nacionales y extranjeras;
- Lograr que Guatemala alcance un superávit sostenible en balanza comercial que crezca y que genere más empleos;
- Apoyar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), especialmente en las áreas rurales;
- Facilitar el acceso de la producción nacional al mercado internacional;
- Liderar, consolidar y perfeccionar la completa integración centroamericana; y,
- Alcanzar la libre competencia en el mercado nacional para evitar excesos que sean penalizados en el mercado globalizado del intercambio de bienes y servicios. (Ministerio de Economía: 2007)

En síntesis, se puede observar que Guatemala vienen haciendo grandes esfuerzos para lograr una mejor inserción en el mercado internacional, incentivando y aumentando sus exportaciones, en beneficio del país en general.

CAPÍTULO III

3. LAS MIPYMES EN GUATEMALA Y SU PARTICIPACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR

Diversos estudios indican que la proliferación de este segmento empresarial, obedece a la falta de empleo formal, la inestabilidad y falta de flexibilidad de los mercados laborales y que una buena parte del sector, especialmente la microempresa se comporta de acuerdo a coyunturas económicas y de las oportunidades del mercado laboral, es decir aumenta la presencia de estas unidades cuando se contrae la economía y desaparecen cuando es más rentable el mercado laboral.

De este conglomerado empresarial, se estiman que el total de empresas y locales distribuidos en los 22 departamentos del país con menos de cincuenta empleados suman un total 217,971ⁱ de las cuales 199,463 ocupan entre 1 y 5 empleados (91.72%); 15,352 empresas y locales ocupan entre 6 y 19 empleados (7.04%); únicamente 3,156 empresas y locales ocupan entre 20 y 49 empleados (1.4%). (DINEL: 2001)

La creciente proliferación de estas unidades productivas y la necesidad de diseñar e implementar políticas para el desarrollo de este sector, ha dado lugar a la elaboración de numerosos estudios, que permitan una mejor comprensión del sector y una adecuada intervención, lo que ha dado lugar a la conceptualización y caracterización de las MIPYMES.

3.1. Conceptualización y caracterización de las MIPYMES

Actualmente, no existe un concepto universal, que defina el término MIPYME, aún la Real Academia Española no integra este término, integra únicamente el concepto PYME, definiéndola como aquella empresa mercantil, industrial, entre

otras, compuesta por un número reducido de trabajadores y con un moderado volumen de facturación. (www.rae.es).

La Organización Internacional del Trabajo –OIT-, para definir el término MIPYME, ha utilizado como indicador común generalmente el número de trabajadores involucrados.

Se puede observar que el común denominador se enfoca en el número de trabajadores, lo cual obedece que el descubrimiento y estudio de la MIPYME, se ha realizado desde la perspectiva del trabajo, tomando en cuenta la importancia de la creación de puestos de trabajo que este sector genera, a partir de la incapacidad del sector moderno de la economía, de absorber mano de obra.

Durante la década de los 70 surgen diversos enfoques relacionados a la naturaleza y posibilidades de desarrollo del sector, a raíz de lo cual, surgen tres vertientes explicativas: (Jorge Arroyo y Michael Nebelung, 2002).

- a) La que toma como característica principal y distintiva, la informalidad legal, lo cual les limitaba el desarrollo, por lo cual se deberían implementar medidas que motivaran la formalidad de este sector, que permitirían implementar medidas para su desarrollo, como el acceso al crédito, mecanismos de inscripción de propiedades y simplificación de registros.
- b) La que toma como característica su conformación; a raíz de la necesidad de sectores con poco o nulo poder económico, sin oportunidades de empleo, de generar ingresos para cubrir sus necesidades básicas, así como la incapacidad del sector moderno para absorber la mano de obra. Esta corriente explicativa, denota que este sector informal de la economía, estaba conformado por un conjunto heterogéneo de iniciativas económicas, teniendo como rangos distintivos factores de producción muy limitados, por

lo que los mecanismos de desarrollo, deberían orientarse hacia la mejora del acceso a medios de producción.

- c) La tercer vertiente, relaciona estas unidades productivas con aspectos de solidaridad, explicándola como una corriente económica, alternativa a los modelos tradicionales, llamándole economía solidaria o economía popular. (GTZ/PROMOCAP, MINECO)

De las tres vertientes, prevalece la segunda, a partir de la cual, las unidades productivas, se han clasificado de acuerdo al tamaño del establecimiento, del número de trabajadores, tipo de producción, entre otros. Con el tiempo, se empezó a analizar el sector, como la unidad económica que daba sentido al trabajo, por lo que se deja de considerar como sector informal, o por el conjunto de trabajadores fuera del sector moderno y se tipifica como un conjunto de emprendimientos económicos, denominándoles Micro Empresa (ME), a este concepto se une el término micro y pequeña empresa (MYPE), donde la pequeña empresa se caracteriza por contar con tecnologías del sector moderno. Se une un nuevo concepto de Pequeña y Mediana Empresa (PYME), la cual se refiere a aquellas unidades de origen moderno. Finalmente se conoce el concepto MIPYME, la cual involucra a todas las unidades económicas de micro, pequeña y mediana escala.

Para el caso directamente de Guatemala, las MIPYMES se clasifican de acuerdo al número de empleados que tiene la empresa y al volumen de ventas que registran anualmente, aunque se debe tomar en cuenta que los volúmenes de ventas están sujetos a la inflación, por lo que se deben realizar ajustes periódicamente.

En el caso de Centro América, a nivel general, al hablarse de Microempresa, se hace referencia al autoempleo en unidades económicas pobres y orientadas al consumo familiar, también se habla de Micronegocio, o sea, microempresa más autoempleo. (Jorge Arroyo y Michael Nebelung: 2002.)

En lo que son las características de las MIPYME, la principal característica de la MIPYME, es la heterogeneidad del sector, es decir que existen muchas diferencias entre las unidades económicas que lo conforman. En relación a los estratos productivos, las características que las identifican o diferencian, puede ser moderno o de baja productividad y dentro el estrato de baja productividad se desagregan aquellos por acumulación ampliada, acumulación simple y de subsistencia.

El estrato moderno o de mayor productividad, es aquel perteneciente a ramas productivas formales, con generación de excedentes, donde está bien definida la división del trabajo, uso de mano de obra calificada y bien remunerada, con una mejor incursión en los mercados.

El estrato de baja productividad, tiene características propias de acuerdo a la clasificación siguiente:

Cuadro No. 2 Características de la MIPYME De estratos de baja productividad		
Acumulación ampliada	Acumulación simple	Subsistencia
Capacidad de generar excedentes, en menor escala	Capacidad de generar excedentes pero a una menor escala	Sin capacidad de generar excedentes, con peligro de descapitalización
Empleo de mano de obra calificada	Poco empleo de mano de obra calificada	Uso de mano de obra no especializada, cuando es indispensable
Pago de salario mínimo	Pago de salario por debajo del salario mínimo.	Pago por producto insuficiente.
Fuente: GTZ/PROMOCAP OIT/PROMICRO La Micro y Pequeña Empresa en América Central, Jorge Arroyo y Michael Nebelung, 2002.		

Esta características son aplicables a cualquier unidad económica, llámese micro, pequeña o mediana empresa, dependerá de factores internos y externos los que les permita alcanzar los niveles de desarrollo que implica cada estrato productivo. Regularmente es la mediana empresa la que mayoritariamente tiene las

características del estrato productivo moderno. En general el sector MIPYME está conformado por unidades económicas de baja productividad.

Vale la pena resaltar el origen o la razón de ser de estas unidades económicas, algunas iniciativas el interés que les mueve es el de satisfacer las necesidades de consumo de su núcleo familiar y personal, pero también hay otras iniciativas con el interés de acumulación y/o reinversión de capital. Estos intereses se constituyen en uno de los factores internos de las unidades productivas, que inciden en su ubicación en los estratos productivos.

Existen otras características cualitativas de acuerdo al tamaño de la unidad económica, las cuales tiene que ver más con la funcionalidad de las unidades, siendo las siguientes:

- Micro Empresa: Predominio del trabajo manual, producción de pequeña escala, poca división interna del trabajo. operación informal de la empresa, falta de registros contables y administrativos, mínima capacidad gerencial, integración de los gastos familiares con los de la empresa, unidad económica instalada en la casa del propietario.
- Pequeña Empresa: Mayor nivel y capacidad tecnológica, división interna del trabajo más definida, mayor grado de formalización de la empresa, existen algunos registros y controles administrativos contables, a veces exportan.
- Mediana Empresa: Mayor acceso a producción tecnificada, División interna del trabajo establecida, operación formal, existen controles administrativos contables, mercados internos y externos definidos, implementan procesos de mercadeo y comercialización.

Una de las características e importancia de la MIPYME, es que son fuentes generadoras de empleo e ingresos para una gran parte de la población, en la gráfica que encontramos a continuación, se muestran otros datos que nos permiten también comprender esta característica:

Cuadro No. 3 Características de la MIPYME Generadoras de Empleo		
Los Micronegocios:	Por sectores:	Otras características
Aglutinan el 98% de Establecimientos	32% de empleo de Mypes están en la industria	La manufactura, construcción y comercio agrupan el 82% de empleo de Mypes reflejando estructuras productivas poco diversificadas
El 90 % de Trabajadores	29% de empleo de Mypes está en actividades no agrícolas	
El Autoempleo tiene un 80% de establecimientos de las Mypes	90% del empleo de comercio de pequeña escala se ubica en Mypes	
En actividades de baja productividad los micronegocios aglutinan 98% de establecimientos y generan el 92% del empleo	75% de ocupación de Mypes en comercio corresponden a autoempleo	
Fuente: GTZ/PROMOCAP OIT/PROMICRO La Micro y Pequeña Empresa en América Central, Jorge Arroyo y Michael Nebelung, 2002.		

Los sectores productivos donde mayoritariamente se desenvuelven las MIPYMES, son parte de las características que las identifican, sectores productivos que en alguna medida no requieren de una gran infraestructura tecnológica para iniciar la unidad económica. Entre los principales sectores se encuentran; el Sector Artesanías, Sector Agrícola, Sector Forestal, Sector Textiles y Vestuarios.

El Sector Artesanías, no cuenta con una definición específica en la clasificación arancelaria, utilizada en el comercio exterior, la definición más aproximada es la utilizada por el Centro de Comercio Internacional de Naciones Unidas, considerando el Sector Artesanías, como el grupo de productos elaborados de materiales de cuero, metales, cerámica, textiles, madera, vidrio, cestería y fibra vegetales, por lo tanto existe una partida arancelaria por cada producto de acuerdo al material con el cual ha sido elaborado. Las MIPYMES que integran este sector, en su mayoría se ubican en la región occidental y norte del país, las MIPYMES que actualmente están exportando, son los grupos asociativos que se unen bajo un interés común o MIPYMES de un solo dueño o dueña que integra la producción de artesanos y artesanas que producen en pequeña escala, siempre y

cuando la producción cumpla con los estándares de calidad que exige el mercado. El mercado interno es un nicho bastante dinámico, especialmente el mercado orientado al turista, es un nicho donde la Micro y Pequeña Empresa tienen mayor presencia.

De acuerdo a la vocación agrícola del país, el Sector Agrícola se considera un sector bastante dinámico, en el cual participan empresarios y empresarias de las MIPYMES, especialmente con productos orgánicos, plantas ornamentales, follaje y flores. En el sector de productos orgánicos, se considera que participan alrededor de 104 empresas, (MINECO, GTZ, AGEXPORT: 2006), entre los productos orgánicos con mayor oferta exportable, según datos de la subcomisión de productos ecológicos de AGEXPORT, son el café, cardamomo, macadamia, ajonjolí, brócoli, miel, limón deshidratado, té negro, cacao y una variedad de verduras orgánicas. Entre las ventajas de este sector, se puede mencionar que entre los nichos de mercado de exportación se encuentra el mercado Centroamericano, que por su ubicación geográfica requiere de menor inversión en la logística de exportación, así mismo se considera ventajosa para el país, en relación a la conservación del medio ambiente.

El sector de plantas ornamentales, follaje y flores, lo integran productores y exportadores de plantas vivas, follajes cortados y flores cultivadas. Según datos de la Sub Comisión de Agexport, se registra una activa participación de las MIPYMES, donde algunas Pequeñas Empresas producen y proveen a la Mediana y Gran Empresa, pero también existen Pequeñas Empresas que producen y exportan directamente. Los principales nichos de exportación de los productos de este Sector, son Alemania y Estados Unidos.

Sector Forestal, integra principalmente muebles de madera, madera y demás productos de madera, está integrado por productores y exportadores de madera tropical, aserrada, plywood, chapas, molduras, entre otros. Las MIPYMES que participan en este sector, especialmente con la exportación de madera aserrada,

se ubican en las regiones de alta vocación forestal o cercana a ellas, como son los departamentos de Alta y Baja Verapaz, Izabal y Sololá. En este sector también se nota la participación de MIPYMES con la producción de muebles, especialmente en los departamentos de Sacatepéquez, Sololá y Quetzaltenango. Existe un grupo de unidades productivas, que se dedican a la elaboración de productos artesanales de madera, entre ellos los productos típicos.

El sector de exportación organizado de la industria de vestuario y textiles – VEXTEX- constituye uno de los más dinámicos en el comercio internacional del país; formado por 207 empresas registradas en la industria de confección y 50 en la industria textil. Todas integradas a una cadena productiva funcional, que se complementa por cerca de 276 empresas proveedoras de accesorios y servicios. (IDEM). Las MIPYMES participantes en este sector, participan algunas como exportadoras directas, con productos como textiles típicos y prendas de vestir, otras como exportadoras indirectas, abasteciendo los procesos productivos a las empresas exportadoras, y otras como proveedoras de accesorios para las empresas del sector.

3.2 Problemática de las MIPYMES en Guatemala

En el proceso de apertura comercial, los tratados de libre comercio, son parte estratégica para el desarrollo económico del país, donde la competitividad y un clima de negocios apropiados son pertinentes para que las MIPYMES incursionen en los mercados internacionales y competir en un entorno de mayor apertura comercial.

Sin embargo esta apertura comercial que ha manifestado Guatemala, en la suscripción de tratados de libre comercio, la rebaja de aranceles, los procesos de unión aduanera con la región centroamericana, traen consigo una mayor competencia para los productos guatemaltecos y generalmente las MIPYMES en Guatemala, no tienen la capacidad instalada para competir con grandes empresas

nacionales o internacionales que ingresan al país con productos con bajos costos de producción o con tecnologías más sofisticadas.

De acuerdo a los resultados de grupos focales realizado en Guatemala, por el Banco Mundial, CENPROMYPE y FUNDES en relación al desarrollo de la MIPYME, políticas de apoyo y CAFTA, se concluye, que las MIPYMES guatemaltecas no se encuentran preparadas en términos de calidad y certificación, en productividad y competitividad comercial para enfrentar los desafíos y aprovechar de la oportunidades del CAFTA.

Asímismo; enfrentan serias limitaciones frente a las exportaciones, relacionadas a las distancias físicas de los mercados y manejo en el plazo de entrega.

Para enfrentar los retos y para aprovechar las oportunidades de apertura comercial, es necesario que las MIPYMES, se adapten a los cambios que implica la apertura comercial y orienten sus fuerzas hacia la implementación de actividades como:

- mejorar la atención al cliente
- mejorar la calidad de los productos e implementar criterios de innovación
- aumentar la capacidad productiva
- adquisición de nueva maquinaria y equipo,
- capacitar al personal
- mejorar equipos de comunicación e información,
- elaboración de estudios de mercado externos
- incursionar en el mercado electrónico,
- registro de marcas y patentes.
- vincularse a encadenamientos productivos

Y en un contexto general, las MIPYMES en Guatemala, se enfrentan a diferentes obstáculos que limitan su desarrollo empresarial, entre los que destacan la falta

de acceso a fuentes de financiamiento, el acceso a servicios de desarrollo empresarial, altos niveles de informalidad, carencia de información.

Para Manuel Benitez Codos, los principales problemas que afectan el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, podemos insistir en los siguientes:

- Carecer de informaciones y conocimientos que le permitan mejorar su desempeño en gestión, mercadotecnia y tecnologías.
- Excesivo individualismo de los empresarios
- Falta de recursos económicos,
- Difícil acceso a financiamiento de largo plazo,

De acuerdo a este contexto y relacionado con otros estudios, la problemática que afecta al sector MIPYME en Guatemala se puede clasificar en cinco grandes categorías:

a) Acceso a Servicios de Desarrollo Empresarial

El acceso a los servicios de desarrollo empresarial de las MIPYMES, se ven limitadas ya sea por el alto costo que éstos implican y porque algunas prestadoras no adecuan sus servicios a las necesidades de las MIPYMES por lo tanto no garantiza el fortalecimiento de las MIPYMES. La falta de información acerca de los tipos de Servicios de Desarrollo Empresarial existentes y donde encontrarlos así como la identificación por parte de los oferentes de servicios de las necesidades de las MIPYMES, no permite una interacción apropiada entre oferentes y demandantes.

De acuerdo al diagnóstico realizado por el Proyecto Apoyo a MIPYMES, en el campo de los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE), en los que se incluyen los de capacitación, asistencia técnica, comercialización, y similares, se encontró un mercado desarticulado tanto en el ámbito urbano como en el rural, y esto se ha

visto aun en países donde se han ejecutado innumerables programas para apuntalar la provisión de dichos servicios a la MIPYME.

Los esfuerzos tradicionales de apoyo al desarrollo de los SDE, iniciados a mediados de los `90, han hecho hincapié en sistemas de subsidio a los oferentes, lo que ha conducido a la generación de productos poco diversos y con baja variabilidad, escasa recuperación de costos, y falta de adecuación a las necesidades y preferencias de las MIPYMES, lo que ha llevada a la carencia de una genuina demanda de Servicios de Desarrollo Empresarial por parte de las MIPYMES. Las experiencias más exitosas en la materia han sido las que se orientan por la demanda con el montaje de sistemas masivos de información y de apoyo a la capacidad de adquisición y asimilación de estos servicios por parte de las MIPYMES, principalmente a través de incentivos inteligentes para los productos que se quiere impulsar.

b) Acceso a Servicios Financieros.

La problemática de la MIPYME, en el acceso a Servicios Financieros, se identifica en dos vías; una de ellas está relacionada a los bajos niveles de inversión de las MIPYMES, los cuales están relacionados con el aprovechamiento de una situación coyuntural, lo que no les permite establecerse en una senda de crecimiento sostenible de largo plazo, orientada a captar más mercado, productos o ampliarse hacia nuevos horizontes. Esto les orienta a tener una alta dependencia de las líneas de financiamiento de corto plazo.

La alta dependencia de las líneas de financiamiento de corto plazo, hace que ante coyunturas desfavorables, la eventuales alzas en las tasas de interés de corto plazo, impacten de tal forma sobre los costos financieros de operación, al punto de amenazar severamente la viabilidad de la empresa. (Benítez Codas: 2010)

La segunda vía tiene que ver con las instituciones oferentes de Micro Finanzas, quienes no suelen disponer de una tecnología crediticia adecuada para financiar inversiones de mediano y largo plazo, además de la escasez de fondos a plazos similares.

Por otra parte, se presenta una carencia de datos sobre la demanda: las Instituciones Financieras tienen dificultades para obtener y procesar información relativa a las particularidades y características de los Servicios Financieros requeridos por las MIPYMES. En parte debido a lo anterior, también se pudo relevar que existe un escaso desarrollo de la oferta de servicios microfinancieros para el sector, en particular, se observa una carencia de servicios con las características adecuadas a las necesidades y especificidades de las MIPyMEs. (CEPAL/ONU: 2005)

c) Operatividad Informal

Por otro lado, tenemos que una gran mayoría de las MIPYMES en general no están formalizadas, ya que el marco jurídico normativo que las rige les demanda tiempos y altos costos de inversión. El operar informalmente de las MIPYMES, les limita el aprovechamiento de las oportunidades del mercado, tanto a nivel nacional como internacional, también el acceso a servicios para la MIPYME, influyendo negativamente en el desarrollo de estas unidades productivas.

En lo que refiere a la formalización de empresas, un empresario/a interesada en formalizar su actividad, en Guatemala se enfrenta a la dificultad para recolectar Información sobre trámites y requisitos necesarios para acceder a la formalización, así como de los sitios a los que debe acudir, la documentación necesaria y los beneficios derivados de formalizarse.

A pesar de que existen iniciativas tendientes a mejorar la tramitología en Guatemala, como es el caso de Registro Mercantil, aun subsisten grandes

problemas. Una vez superada la dificultad anterior relacionada con la información, el o la empresaria se encuentra con que existe una multiplicidad de trámites para acceder a la formalización, más específicamente, el o la empresaria debe realizar 21 macro trámites, para lo cual debe superar 60 pasos o etapas. A esto hay que sumar que el y la empresaria debe acudir a una multiplicidad de Lugares Físicos para tramitar su formalización (8 sitios), en algunos de los cuales, se suele solicitar la misma información y documentación, lo que representa una duplicidad de las exigencias. Al respecto, es necesario destacar que el y la empresaria enfrenta altas exigencias para acceder a la formalización, en general los requisitos suelen constituir barreras de difícil superación por parte de las MIPYMES, especialmente las de menor tamaño relativo.

Una vez iniciado el trámite y cumplidos todos los requisitos por parte de la MIPYME, el problema se presenta en la excesiva Burocratización en la Administración de los Trámites, que implica altas demoras entre la presentación de la solicitud de parte de las empresas hasta el acceso a la formalización.

A todo esto se le debe sumar el hecho de que no existen Incentivos destinados a promover la formalización de las MIPYMES, es decir, no existen, para las Empresas, beneficios claros y directos derivados de la formalización.

d) Carencia de Información

En lo que respecta a la información sectorial, las MIPYMES se enfrentan a la carencia de información sobre este sector empresarial, sus mercados y los servicios existentes, lo cual les afecta en dos vías; una en relación al acceso a mercados y oportunidades de desarrollo y otra en el diseño e implementación de iniciativas de apoyo al sector y en la mejora de las ya existentes.

La carencia de un sistema integrado de información, incide en las problemáticas anteriormente señaladas, como en el caso del mercado de Servicios Financieros

y del mercado de Servicios de Desarrollo Emprearial, existe una importante insuficiencia de Información, en primer lugar, sobre las características de la Oferta de SDE; en segundo lugar, hay insuficiencia de información relativa a las necesidades específicas de la demanda respecto a modalidades de prestación, contenidos, capacidad, voluntad de pago, entre otros.

En relación a la venta y comercialización, se carece de información relacionadas al comercio nacional e internacional. También se carece de estrategias apropiadas de información, tomando en cuenta que este tipo de empresas, no manejan una conducta exportadora sostenida en el tiempo, sino que responden a situaciones aisladas y generalmente motivadas por la reducción del mercado local. Algunas empresas no asumen una conducta exportadora por la falta de apropiación de la exportación como un medio de desarrollo empresarial, muchas veces por la falta de información sobre los diferentes requerimientos arancelarios y no arancelarios que deben cumplir para exportar los productos y la carencia de estrategias de promoción de las exportaciones.

La información estadística del sector es escasa y presenta alta inconsistencia, encontrando estudios que hablan de 165.000 establecimientos industriales formales o 750.000 establecimientos que no diferencian entre el sector formal o informal, hasta estudios que indican 1.000.000 de establecimientos, lo cual también incide en el diseño de estrategias de desarrollo para este sector.

e) Marco Institucional

Un marco institucional y un plan rector para el desarrollo del sector, es de vital importancia para fomentar la productividad y la competitividad de las MIPYMES, orientado a contribuir al desarrollo económico, al crecimiento del empleo, al fomento de la empleabilidad y a la inversión en capital humano.

Sin embargo aún existe carencia de mecanismos sistemáticos de identificación de las necesidades del sector, de inclusión de las mismas en el diseño y formulación de nuevas iniciativas. También se existe una deficiencia del esquema público para el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de iniciativas de apoyo al sector, en donde se superponen los aspectos de diseño de política con los de ejecución, lo que resta eficiencia a los instrumentos y al accionar estatal.

A nivel de la intervención en el mercado de Servicios Financieros, existe una escasez de la Regulación sobre las Microfinanzas y escasa participación estatal en el fomento de dicha regulación, aunque es necesario resaltar que actualmente se está trabajando sobre estos problemas a fin de crear los esquemas de regulación para IMFs, ONGs y Cooperativas de Ahorro y Crédito (CACs). A su vez, en Guatemala existe un débil sistema de referencia crediticia, que no está consiguiendo abarcar a todos los oferentes y demandantes del mercado, mientras que la Banca de Segundo Piso se observa débil y con necesidades de perfeccionamiento para afrontar el reto de desarrollar el mercado financiero destinado al sector. (MINECO: 2004)

En lo que respecta a las actividades de intervención estatal, también cabe resaltar el hecho de que existe una falta de coordinación a nivel nacional de las diversas iniciativas de fomento del acceso de las MIPYMES a SDE y de apoyo a la oferta de SDE para MIPYMES, lo que genera ineficiencias al superponer esfuerzos y recursos y no cubrir completamente el problema en lo que respecta a alcance, calidad y escala.

3.3. La Acción Estatal en Guatemala: La Política Nacional de Apoyo a las MIPYMES

Para referirse a la Política Nacional de Apoyo a las MIPYMES, es válido partir de fines del año 2004, en el marco del Programa de Desarrollo Institucional y de Políticas en Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) de Guatemala, que contó con financiamiento BID / FOMIN, que facilitara al

Viceministerio de Desarrollo de la MIPYME del Ministerio de Economía, el desafío de desarrollar e implementar una Política de Fomento al sector, centrándose en la eliminación de las barreras que obstaculicen el desarrollo de las MIPYMES y en contribuir al desarrollo sostenible de los mercados.

La Política de Fomento de la MIPYME, tendría como objetivo principal la búsqueda de la competitividad del sector, de forma tal que le permita insertarse efectivamente en los mercados nacionales e internacionales, mediante el desarrollo y fortalecimiento de los servicios financieros y servicios de desarrollo empresarial. Asimismo, la política contemplaría estrategias en los niveles Micro (es decir, el nivel de las MIPYMES); nivel Medio (es decir, el nivel de las instituciones intermediarias) y el Nivel Macro (es decir, el nivel de políticas y regulaciones).

Por lo tanto el diseño y desarrollo de la propuesta, comprende tres componentes:

- La creación de un entorno de competitividad a través de la adecuación del marco normativo, legal e institucional a las características de la MIPYME, y la expansión y mejora de la infraestructura productiva y de servicios de acuerdo con las necesidades del sector;
- La promoción de la productividad y la calidad de los productos y servicios de las MIPYMES mediante la ampliación de los servicios financieros y de desarrollo empresarial, la capacidad de asociación de pequeñas unidades empresariales y la expansión de mercados para los productos y servicios provenientes del sector; y
- El fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones públicas y privadas relacionadas con las MIPYME para lograr su apoyo efectivo y eficiente.

El análisis realizado para la construcción de la Política, incluye en un diagnóstico de la situación del sector MIPYME en Guatemala, el que se complementa con un estudio de las mejores prácticas internacionales en sistemas de apoyo al sector,

considerando la evaluación de la aplicabilidad de la experiencia internacional para Guatemala.

Durante esta etapa se realiza un Proceso de Diálogo / Consulta que fue impulsado por las autoridades con el objetivo de recoger opiniones y propuestas, identificar necesidades y oportunidades, y lograr consenso en torno a la propuesta de política para una apropiación de los principales actores involucrados con el sector de la MIPYME, como Gobierno Central, Agencias de la Cooperación Internacional, Gobiernos Locales, Gremios Empresariales, Sindicatos, Oferentes de Servicios (Financieros y No Financieros).

Dicho proceso abarcó desde el ámbito local hasta el nacional, y se aplicó una metodología de trabajo que permitió recoger e identificar problemas, sistematizar las demandas, formular propuestas y lograr consenso entre los actores. (Proyecto Apoyo a la MIPYME: 2005) concluyendo con la formulación de la Política Nacional de Fomento y Desarrollo de la MIPYME.

Los objetivos específicos de la Política Nacional de Desarrollo de las MIPYMES, están orientados a cubrir tres niveles de intervención, a nivel macro, a nivel medio y a nivel micro.

En el nivel macro se plantea el establecimiento de un marco institucional y un sistema de información que permita coordinar, dar seguimiento y actualizar el sistema de apoyo a la MIPYME.

Los objetivos a nivel medio están orientados al fortalecimiento de las instituciones no gubernamentales de apoyo a la MIPYME, así como a la simplificación del marco regulatorio del sector.

En el nivel micro, los objetivos están orientados al fortalecimiento del mercado de servicios financieros y no financieros, que permitan garantizar a las MIPYMES, el

acceso al financiamiento y aprovechar las oportunidades comerciales y de inversión, así como el acceso a nuevos conocimientos para el fortalecimiento de las unidades productivas.

La Política Nacional de Desarrollo de la MIPYME, contempla cinco principios orientadores; el principio de *enfoque sistémico*, el cual implica que las acciones a implementar respondan a una estrategia que considere los objetivos comunes de todas las instituciones involucradas en el fomento de la MIPYME con criterios de eficiencia, de economías de escala y de coordinación y que las estrategias se diseñen de acuerdo a la demanda y características de la MIPYME. El principio de *equidad social* considera la igualdad de oportunidades en el acceso a los servicios, dando prioridad a aquellos sectores menos favorecidos. El principio de *Integralidad*, se basa en la consideración de un desarrollo integral del país y no solamente sectorial, por lo tanto las estrategias deberán articularse o complementarse con estrategias en curso, sean estas económicas y sociales. El *desarrollo sostenible* es un principio, el cual considera la sostenibilidad de la política como aquellas estrategias que buscan el desarrollo en lo económico y social sin comprometer los recursos naturales en el futuro. Finalmente la *participación ciudadana*, es un principio que no solamente se basa en el involucramiento de los distintos sectores de la sociedad guatemalteca, en el diseño y ejecución de estrategias, además busca el fortalecimiento de los principios anteriores, ya que la participación ciudadana permite o garantiza la transparencia y amplía las posibilidades de sostenibilidad.

Se plantean siete áreas de actuación:

- a) Fortalecimiento del marco institucional: Especialmente en el marco normativo y jurídico, que permitan a las MIPyMES pasar de la informalidad a la formalidad, garantizando de esta manera la igualdad de oportunidades ante la ley.

- b) Acceso y consolidación de mercados: Promocionar a las pequeñas y medianas empresas para su internacionalización y consolidar los mercados locales frente a la entrada de empresas internacionales, que no afecten a la microempresa.
- c) Acceso a servicios financieros y de Desarrollo Empresarial: Implementación de estrategia orientada a la adecuación de los servicios financieros y de desarrollo empresarial a las necesidades de las MIPyMES e incentivar al empresariado a la adquisición de los mismos.
- d) Ampliación de la base empresarial: A partir del reconocimiento del rol que juegan este sector, en la generación de nuevos empleos, se plantea la implementación de estrategias orientadas al desarrollo emprendedor y potenciación del crecimiento de iniciativas empresariales con potencial de desarrollo.
- e) Acceso a tecnología y promoción de la innovación: Se plantea como estrategia la actualización tecnológica y la innovación, a partir de la identificación de las necesidades de las empresas, el diseño de una agenda de actualización y el diseño e implementación de un programa de promoción de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).
- f) Desarrollo de encadenamientos productivos y sistemas locales: Basada en la promoción del desarrollo económico local y el fortalecimiento de los clusters y redes empresariales a nivel local.
- g) Información sectorial, monitoreo y evaluación de impacto: Se plantea la implementación de una estrategia de recolección, procesamiento y distribución de información sectorial, que permita tener información relacionada a los impactos de las intervenciones a nivel de gobierno, conocer las necesidades

del sector, que contribuyan a la reorientación o desarrollo de iniciativas de fomento al sector con más precisión.

El Viceministerio de Desarrollo de la MIPYME, es la instancia responsable de operativizar la Política Nacional de Desarrollo de la MIPYME, quien ha implementado acciones relacionadas a las áreas de actuación de la Política:

Se cuenta con un mecanismo para facilitar la formalización de las MIPYMES, llamado Ventanilla Agil, el cual permite que las MIPYMES en un solo paso, se inscriban ante la SAT, el IGSS y el Registro Mercantil, adicionalmente es un sistema descentralizado, el cual se puede realizar desde cualquier departamento del País.

Se ha aprobado la Ley de Garantías Mobiliarias, la cual permitirá a las MIPYMES acceder a créditos más amplios, de acuerdo a las necesidades productivas, dando como garantía, la maquinaria o bienes inmuebles de la empresa.

Para el acceso y consolidación de Mercados, el Viceministerio ha implementado el Programa de ferias regionales, el centro de negocios, participación en ferias y ruedas de negocios a nivel internacional. Previa la participación de empresarios y empresarias, se les capacita para una mejor participación.

El área de Servicios de Desarrollo empresarial, brinda procesos de capacitación en el tema de gestión empresarial, asociatividad, cadenas productivas, el uso de tecnologías de comunicación e información.

La principal limitante ha sido la disponibilidad presupuestaria del Viceministerio, la cual es insuficiente para dar una mayor cobertura, una gran parte de las acciones se han realizado por la coordinación que se realiza con instancias de cooperación, cooperativas y organizaciones afines.

3.4. Las Experiencias Internacionales Exitosas en la Aplicación de Políticas de Fomento de la MIPYME

En América Latina, hay trece países incluyendo Guatemala, que cuentan con Políticas y estrategias de fomento al Sector de la MIPYME, las cuales se califican de exitosas.

Estos países son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, República Dominicana y Uruguay. (Solís y Angeleli: 2002).

Del análisis realizado sobre estos países, se observa que los objetivos de las Políticas y Estrategias de Fomento al sector MIPYME más frecuentes son:

- Creación de Empleo y Fomento de la Empleabilidad.
- Desarrollo del Capital Humano.
- Integración y Desarrollo Regional.
- Atenuación de Fallas de Mercado.
- Redistribución del Ingreso.

Las áreas que abordan las Políticas son, en orden de importancia según la cantidad de países:

- Acceso a Servicios de Apoyo Empresarial.
- Acceso a Créditos y Garantías.
- Cooperación Internacional.
- Información.

Ahora bien, del análisis particular de las Políticas de Apoyo a la MIPYME ejecutadas por tres países de Latinoamérica: Bolivia, Chile y El Salvador, se extraen interesantes experiencias sobre los objetivos de política y los mecanismos

adoptados para fomentar al sector de manera integral. De estas experiencias, en lo que respecta al Marco Institucional adoptado, se destacan los siguientes hechos:

- Ministerios o Secretarías de Economía o Producción encargados de la Tutelación del Sistema y de asegurar su financiamiento y coordinación.
- Implementación de un Consejo o Comité encargado de los aspectos Normativos y de Supervisión, conformado por representantes públicos y privados.
- Implementación de una Institución Ejecutora y/o un Fondo.
- Asignación de un presupuesto anual acorde con los desafíos que se plantean en las políticas.

También se deben resaltar Prácticas puntuales de Política, como los casos de la Ley de Fomento del Sector MIPYME de México y la AMPYME en Panamá. En el caso de México, se establece por Ley la creación del Sistema Nacional para el Desarrollo de la Competitividad de la MIPYME, que involucra a todas las instituciones de los niveles macro, meso y micro. También establece una Secretaría Técnica del sistema, que tiene un rol de coordinación del mismo. Por otra parte, en el caso de la Autoridad Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) de Panamá, se instituye que el Director Ejecutivo sea propuesto por el Poder Ejecutivo y avalado por el Congreso, brindando legitimidad a la gestión de dicha entidad y teniendo la institución presupuesto público asegurado.

Esto refleja claramente la importancia de contar con un sistema institucional de apoyo a la MIPYME, que comprenda la coordinación de políticas en los niveles macro, meso y micro, a fin de asegurar la integralidad de la política. También es importante la existencia de un marco de apoyo horizontal, en el sentido de contar con mecanismos de fomento que puedan ser accesibles por el sector de la MIPYME en general, pero también contando con instrumentos específicos para determinados segmentos de empresas o sectores productivos, de manera de

poder maximizar el impacto de las políticas teniendo en cuenta las particularidades y especificidades que presenta cada tipo de empresa de este segmento empresarial.

3.5. Participación de las MIPYMES en el Comercio Exterior de Guatemala

El Producto Interno Bruto (PIB) de un país es el indicador que determina el valor monetario total de los bienes y servicios producidos, en un período establecido y es frecuentemente utilizado como referencia para medir el bienestar material de la sociedad. Por lo tanto el crecimiento o decrecimiento del mismo, es la referencia que determina si las políticas económicas aplicadas durante ese período, han sido positivas o negativas.

El comportamiento del Producto Interno Bruto en Guatemala, a partir del año 1996, ha mostrado un crecimiento real variable, siendo en el año 2003 el crecimiento más bajo del 2.1% llegando a alcanzar el nivel más alto en el año 2008 del 5.7%.

Cuadro No. 4 Compartamiento del PIB 1996-2006			
AÑO	PIB millones de Q. en de 1958	Tasa de crecimiento	PIB per cápita en Q.
1996	4,303.5	3.0	420.4
1997	4,491.2	4.4	428.9
1998	4,715.5	5.0	440.2
1999	4,896.9	3.8	446.7
2000	5,073.6	3.6	452.0
2001	5,073.6	2.3	451.3
2002	5,308.7	2.2	450.2
2003	5,421.9	2.1	448.6
2004	5,571.0	2.7	449.6
2005	5,747.0	3.2	452.5
2006	6,000.8	4.6	461.6

Fuente: Con datos del Informe de Desarrollo Humano 2007/2008 y Banco de Guatemala.

En los años posteriores a los contemplados en el cuadro anterior, se encuentra que el crecimiento del PIB ha sido en los porcentajes siguientes: 2007 en 4.60%, 2008, en 5.70%, en 2009 en 4,00%, en 2010 baja a 1,60% y en el 2011 vuelve a subir levemente a 2,20%. (www.cia.gov/factbook).

En tal sentido, la producción de bienes y servicios que integran el PIB, se clasifican en tres sectores económicos; el sector primario que comprende las actividades que no requieren de transformaciones, se extraen directamente de los bienes naturales, regularmente conocido como el sector agrícola; el sector secundario, comprende las actividades que requieren de algún tipo de transformación de la materia prima o de los alimentos, utilizando diversos procesos productivos, regularmente conocido como el sector industrial y el sector terciario o de servicios, que implica el trabajo humano y equipo para atender las demandas de transporte, financieras, comunicaciones, de ocio, entre otras.

De acuerdo a estadísticas del Banco de Guatemala, el sector primario o la agricultura, contribuye con 23% del PIB y constituye el 75% de las exportaciones. En este sector se ha impulsado la exportación de productos no tradicionales como vegetales de invierno, frutas y flores, con resultados positivos en el mercado externo.

Durante los últimos años, los productos no tradicionales han adquirido un mayor porcentaje en el mercado de exportaciones y en la actualidad, representan la categoría más importante. Los productos tradicionales representan el 36% del total exportado y los productos no tradicionales representan el 64%. (AGEXPORT: 2011)

Entre estos productos no tradicionales, también se encuentran las artesanías, sector donde predomina la participación de mujeres y se ha caracterizado por la modalidad de trabajo asociativo con enfoque social, productivo y comercial. Según datos de AGEXPORT, en el año 2010, se registran exportaciones de este

sector por un monto de \$ 52,000,000.00, siendo los principales países de destino Estados Unidos, Canadá, Europa y Centro América entre otros.

Otro sector importante es el de alimentos y bebidas, según registros de AGEXPORT, cuentan con 60 empresas de ese sector agremiadas, de las cuales el 25% son empresas grandes, un 50% medianas y un 25% son empresas pequeñas, las cuales han demostrado un comportamiento al alza en las exportaciones, con un incremento del 15% anual durante el período 2001-2010, teniendo como principales países de destino Centroamerica, México, Estados Unidos y El Caribe. (AGEXPORT Comisión de alimentos y bebidas: 2012).

Aunque no se cuenta con cifras oficiales en relación al comportamiento de las MIPYMES en el mercado exterior, los datos que reflejan la AGEXPORT y el interés generalizado de fomento al desarrollo de la MIPYME en Guatemala, evidencia que las MIPYMES juegan un rol importante en la dinámica del comercio exterior de Guatemala y en la generación de empleo.

CAPÍTULO IV

4. LAS MIPYMES Y LA MUJER EN GUATEMALA

La población guatemalteca se caracteriza por ser multiétnica, pluricultural y multilingüe, con una población de 14.4 millones de habitantes en Guatemala, de los cuales 51.2% son mujeres y el 48.8% son hombres. (INE: Proyecciones de Crecimiento). Del total de la población el 35% vive en situaciones de pobreza y otro 15,2% vive en condiciones de extrema pobreza, acentuándose esta situación entre las poblaciones indígenas.

Las mujeres particularmente se enfrentan un déficit de protección a sus derechos humanos, reflejada en la falta de oportunidades de educación, donde el 31% de las mujeres mayores de 15 años es analfabeta y entre las mujeres indígenas la tasa llega al 29%; el acceso a la salud de éstas, es deficiente, la tasa de mortalidad materna llega al 149/100,00 habitantes.(PNUD: Informe de Desarrollo Humano 2009/2010). Únicamente el 38.1% de la población ocupada son mujeres (INE: 2004) y el acceso al empleo está condicionado a sectores como el trabajo de casa particular, las maquilas y los servicios, espacios donde no se cuenta con cobertura social ni remuneraciones mínimas establecidas en Ley; las mujeres desempeñan funciones importantes en la actividad agrícola, pero solo poseen el 17% de las tierras laborales y su potencial productivo se ve limitado por la falta de acceso a los recursos y control de los mismos.

Asimismo; prevalece un déficit de equidad en el acceso a recursos, servicios financieros y oportunidades económicas, también existe un déficit de participación de las mujeres en espacios de toma de decisiones y en el crecimiento económico del país, debido a la prevalencia de factores sociales y culturales como la existencia de estereotipos de género y étnicos vigentes en la cultura organizacional de las instituciones públicas y privadas; intereses económicos y políticos influenciados por la globalización de la economía, donde se prioriza la implementación de estrategias nacionales y sectoriales orientadas a la generación

de condiciones para la inversión extranjera, la mejora de la competitividad y acceso a mercados, sin embargo son estrategias ciegas a la equidad de género.

Por su parte las instituciones financieras carecen de productos y servicios financieros que contribuyan a la seguridad social de las mujeres y a la capitalización de sus unidades económicas.

A pesar de que existe un reconocimiento nacional e internacional sobre la igualdad de género, tal como se explicita en la Carta Internacional de Derechos Humanos, indicando que éstos son inherentes a toda persona; el Artículo 4 de la Constitución de la República indica que *“...El hombre y la mujer, cualquiera que sea su estado civil, tienen iguales oportunidades y responsabilidades...”* ha prevalecido la problemática de discriminación hacia las mujeres, debido a que las sociedades han desarrollado modelos culturales que jerarquizan al ser, las actividades y pensamientos, de una proporción de la sociedad sobre la otra, es decir la supremacía de lo masculino sobre lo femenino.

Esta situación de discriminación hacia las mujeres, ha derivado en la necesidad el contar con derechos específicos de las mujeres, los cuales se sistematizan en instrumentos internacionales y nacionales.

4.1 Marco Político Nacional e Internacional de promoción de los derechos económicos de las mujeres guatemaltecas

El Marco Político de promoción de los derechos humanos de las mujeres y particularmente los derechos económicos, se sustentan en el enunciado de los derechos humanos, los cuales son considerados como las facultades y libertades fundamentales inherentes a toda persona por la sola condición de ser persona y se refieren a unas necesidades básicas, cuya satisfacción es indispensable para que las personas puedan desarrollarse como seres humanos.

4.1.1 Marco Político Nacional

Guatemala ha plasmado su compromiso de promover los derechos humanos de su población y particularmente de las mujeres en distintos instrumentos jurídicos nacionales, entre ellos:

a) **Constitución Política de la República de Guatemala**

El Artículo 4, de la Constitución Política de la República de Guatemala, establece el principio de igualdad para todos los habitantes, mujeres y hombres sin ningún tipo de discriminación. Por otra parte, el Artículo 46, establece el principio general de que en materia de derechos humanos, los tratados y convenciones aceptados y ratificados por Guatemala, tienen preeminencia sobre el derecho interno.

b) **Acuerdo de Paz, sobre aspectos socioeconómicos y situación agraria**

En el literal B, numeral 11, reconoce que “La participación activa de las mujeres es imprescindible para el desarrollo económico y social de Guatemala y es obligación del Estado promover la eliminación de toda forma de discriminación contra ellas”. Por lo tanto establece obligaciones legislativas y programáticas orientadas a intensificar la participación de la mujer en el desarrollo económico. El Estado se compromete a reconocer la igualdad de derechos de la mujer y del hombre en el hogar, en el trabajo, en la producción y en la vida social y política y asegurarle las mismas posibilidades que al hombre, en particular para el acceso al crédito, la adjudicación de tierras y otros recursos productivos y tecnológicos. En materia legislativa se compromete a: Revisar la legislación nacional y sus reglamentaciones a fin de eliminar toda forma de discriminación contra la mujer en la participación económica, social, cultural y política, y dar efectividad a los compromisos gubernamentales derivados de la ratificación de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. En materia programática a: Tomar en cuenta la situación económica y social

específica de las mujeres en las estrategias, planes y programas de desarrollo, y a formar el personal del servicio civil en el análisis y la planificación basados en este enfoque.

c) Acuerdos de Paz, Sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas

El Estado reconoce que las mujeres indígenas son objeto de doble discriminación, por ser mujeres y por ser indígenas, situación que aumenta su vulnerabilidad. Así mismo se compromete a eliminar cualquier forma de discriminación de hecho o legal contra la mujer indígena, en cuanto a facilitar el acceso a la tierra, a la vivienda, a créditos y a participar en los proyectos de desarrollo.

d) Ley de Dignificación y Promoción Integral de la Mujer (Decreto 7-99)

Tiene como objetivo promover el desarrollo integral de la mujer y su participación en todos los niveles de la vida económica, política y social de Guatemala. Estableciendo en el Artículo 22 en relación a las acciones y mecanismos en la esfera económica y social, en el inciso "a" establece que: El Estado, con la participación de las organizaciones de mujeres, revisará y propondrá las modificaciones normativas, mecanismos, usos y prácticas en materia de prestaciones familiares; acceso a préstamos bancarios, hipotecas, créditos para vivienda y otras formas de crédito financiero; proyectos de desarrollo y de acceso a la tierra, para eliminar todas aquellas disposiciones legales o prácticas discriminatorias que son actualmente un obstáculo para que la mujer acceda en igualdad de oportunidades y circunstancias a dichos beneficios, sin importar su estado civil, haciendo énfasis en eliminar reglamentaciones o prácticas que impiden a la mujer sola, jefa de familia, el acceso a dichos bienes y servicios.

e) Ley de Desarrollo Social (Decreto 42-2001)

Reconoce la libertad e igualdad de hombres y mujeres en dignidad y derechos, así como que el desarrollo social, económico y cultural de la población, es la esencial para acceder a una mejor calidad de vida. Establece como principios rectores en materia de desarrollo social, la igualdad de derechos y libertades establecidos en la Constitución Política de la República; la equidad de género, entendida en el marco de la igualdad de derechos para hombres y mujeres. En el objetivo número seis, se propone alcanzar la plena integración y participación de la mujer al proceso del desarrollo económico, social, político y cultural; para lo cual plantea que las políticas públicas en materia de desarrollo social económico y cultura deberán tomar en cuenta las tendencias y características de la población; que los planes, programas y estrategias debe incluir los criterios y objetivos de la presente ley e identifica entre los sectores de especial atención, a la población indígena, para quienes se deben incluir medidas y acciones que promuevan su plena participación, respetando y apoyando su identidad cultural; a las mujeres, incluyendo medidas y acciones destinadas a atender las necesidades y demandas en su ciclo de vida, promover acciones de equidad respecto al hombre, en observancia a los convenios y tratados internacionales, ratificado por Guatemala.

f) Política Pública para la convivencia y la eliminación del racismo y la discriminación racial.

Establece entre sus principios rectores, la equidad de género, para la búsqueda de equilibrio y justicia entre mujeres y hombres en derechos, espacios y oportunidades. En el eje socioeconómico establece una serie de acciones estratégicas, para asegurar que las políticas, estrategias, programas y planes de desarrollo rural, relacionados con la pobreza, integren la pertinencia étnico-cultural y de género.

g) Ley de Idiomas Nacionales. (Decreto 19-2003)

En el artículo 1 y 2, relativo a idiomas nacionales e identidad, el Estado reconoce, promueve y respeta los idiomas mayas, Garífuna y Xinka, como elementos esenciales de la identidad nacional. Así mismos plantea en el artículo 3; como condición sustantiva y fundamental, que el Estado en todas sus estructuras y funcionamientos en todos los niveles de la administración pública, debe reconocer, respetar, promover y utilizar los idiomas nacionales. En tal sentido, el Estado se compromete a traducir y divulgar en los idiomas mayas, garífuna y Xinka, las leyes, avisos, resoluciones y ordenanzas de cualquier naturaleza; a generar estadísticas sobre la pertenencia sociolingüística de las personas usuarias de sus servicios, a efecto de adecuar la prestación de los mismos; velar por que en la prestación de bienes y servicios públicos se aplique la práctica de comunicación en el idioma propio de la comunidad lingüística; así como observar que las personas postulantes a puestos públicos, dentro del régimen de servicio civil, además del idioma español, de preferencia deberán hablar, leer y escribir el idioma de la comunidad lingüística respectiva, en donde realicen sus funciones.

h) Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las Mujeres y su Plan de Equidad de Oportunidades 2008-2023

La PNPDIM y PEO 2009-2023, contempla dentro de sus ejes globales el Eje de Desarrollo Económico y Productivo con Equidad el cual plantea como Objetivo específico el Potenciar la autonomía económica, la capacidad productiva y empresarial de las mujeres garantizando su acceso a recursos, bienes y servicios. En sus Ejes Políticos incorpora, 1) Garantizar la integración y aplicación del principio de equidad para mujeres mayas, garífunas, Xinkas y mestizas, desde sus fundamentos filosóficos, principios, valores y prácticas económicas; 2) Crear políticas y programas que disminuyan el impacto de las políticas macroeconómicas en la vida de las mujeres mayas, garífunas, Xinkas y mestizas; 3) Garantizar condiciones para la participación autónoma de las mujeres mayas,

garífunas, Xinkas y mestizas en la economía local, nacional e internacional; 4) Garantizar que las políticas, estrategias, planes, programas y proyectos de desarrollo económico para las mujeres promuevan su cooperación y articulación con respeto a su cultura; 5) Asegurar el reconocimiento y cuantificación de los aportes del trabajo productivo y reproductivo de las mujeres a la economía nacional; 6) Asegurar la creación, fomento, desarrollo y sostenibilidad de iniciativas económicas para las mujeres a nivel local, nacional e internacional; 7) Asegurar el desarrollo de investigaciones que informen y orienten sobre el impacto de las políticas macroeconómicas nacionales e internacionales en la vida de las mujeres.

i) Política Nacional para el Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

La política tiene como objetivo general “Mejorar la productividad y competitividad de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas guatemaltecas, a través del diseño de los lineamientos generales del modelo y de los instrumentos y mecanismos que les permitan a dichas empresas actuar en igualdad de condiciones, respecto a empresas de mayor tamaño y de esta forma, aprovechar todas las oportunidades que les otorga el mercado nacional y la apertura del mercado internacional”. La política plantea como ejes transversales la Equidad de género o discriminación positiva de género, multiculturalidad e interculturalidad, Medio ambiente y riesgo.

Reconoce que la aplicación del enfoque de equidad de género permitirá visualizar y reconocer la existencia de relaciones de desigualdad entre hombres y mujeres, incidiendo en las condiciones de vida inferiores de una de las partes. Expresa que la aplicación de la equidad de género implica que las herramientas, instrumentos y mecanismos que de la política se deriven deben implementarse, garantizando la igualdad de condiciones, tanto para el hombre como para la mujer, poniendo especial énfasis en la mujer jefa de hogar.

La Política MIPYME plantea el compromiso de ser inclusiva respecto a los diferentes grupos étnicos que conforman la nación y debe garantizar su acceso desde su identidad a los instrumentos y componentes que se pongan en práctica, como forma de generar la multiculturalidad e interculturalidad.

4.1. 2. Marco internacional: Cartas, Declaraciones y Convenios

Guatemala es signataria de instrumentos jurídicos internacionales, que orientan a los Estados a implementar medidas y acciones, para promover el respeto y ejercicio de los derechos humanos de las mujeres. Entre estos instrumentos si tienen los siguientes:

a) Carta Internacional de Derechos Humanos

Es la base jurídica en materia de Derechos Humanos, integrada por la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos", el "Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales" y sus respectivos protocolos.

b) La Declaración Universal de los Derechos Humanos

Establece en el artículo 1 y 2 que todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y toda persona tiene todos los derechos y libertades que se establecen en la Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición.

c) El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales

Manifiesta en el artículo 3 el compromiso de los Estados a asegurar que hombres y mujeres gocen en igualdad de condiciones, los derechos establecidos en este

pacto; En el artículo 6 y 7, los Estados reconoce el derecho al trabajo, por lo que los Estados se comprometen a tomar medidas adecuadas para garantizar este derecho, entre las cuales menciona la formación técnico profesional, la preparación de programas, normas y técnicas encaminadas a conseguir un desarrollo económico, social y cultural constante y la ocupación plena y productiva, en condiciones que garanticen las libertades políticas y económicas fundamentales de la persona humana.

d) Convención Sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer. CEDAW

Considerada la Carta de Derechos Universales de las Mujeres, ya que contempla los fundamentos jurídicos para conseguir la igualdad de derechos de las mujeres en todas las partes del mundo, y es de observancia para todo los Estados miembros del sistema de Naciones Unidas. En esta Convención los Estados reconocen y condenan la discriminación contra la mujer en todas sus formas y se comprometen a eliminar dicha discriminación mediante medidas legislativas y programáticas. En el Artículo 13 y 14 establece implementar medidas apropiadas, para eliminar la discriminación contra la mujer en la esfera de la vida económica y social, en particular para el ejercicio del derecho a obtener préstamos bancarios, hipotecas y otras formas de crédito financiero, acceso a los servicios de comercialización y a las tecnologías apropiadas.

e) La Plataforma para la Acción Mundial y la Declaración de la IV Conferencia Mundial Sobre la Mujer, Beijing

Aprobada en el marco del IV Conferencia Mundial de la Mujer, Beijing 1995, el foro más amplio e intenso, donde se reflejaron las diferentes posturas e ideologías sobre el papel, los derechos humanos y el desarrollo de mujeres y hombres. Así mismo se establecen como estrategias para el impulso de la igualdad de género el Empoderamiento y la Transversalización.

En la Declaración de Beijing, los Estados reconoce que persisten las situaciones de desigualdad entre hombres y mujeres y los obstáculos para el desarrollo de las mujeres y que están decididos a promover los objetivos de igualdad, desarrollo y paz para todas las mujeres del mundo y a garantizar el ejercicio de los derechos de las mujeres, entre ellos el acceso en condiciones de igualdad a los recursos económicos, incluidos la tierra, el crédito, la ciencia y la tecnología, la capacitación profesional, la información, las comunicaciones y los mercados.

La Plataforma de Acción Mundial se constituye en el Plan de acción para la potenciación de la mujer. En el Capítulo III presenta las 12 esferas principales de preocupación en relación a la situación de la mujer y en el Capítulo IV, define un conjunto de objetivos estratégicos para cada una de dichas esferas. Para abordar la esfera no. 1 relacionada a la carga de la pobreza que afecta a la mujer, los Estados deben revisar, adoptar y mantener políticas macroeconómicas y estrategias de desarrollo que tengan en cuenta las necesidades de las mujeres y apoyen sus esfuerzos por superar la pobreza en el marco de un desarrollo sostenible; revisar las leyes y las prácticas administrativas para asegurar a la mujer igualdad de derechos y de acceso a los recursos económicos; dar a la mujer acceso a mecanismos e instituciones de ahorro y crédito. Para la esfera No. 6 relacionada a la Desigualdad en las estructura y políticas económicas, en todas las formas de actividades productivas y del acceso a los recursos, los Estados se proponen promover la independencia y los derechos económicos de la mujer, incluidos el acceso al empleo, condiciones de trabajo apropiadas y el control de los recursos económicos; facilitar el acceso de la mujer, en condiciones de igualdad, a los recursos, el empleo, los mercados y el comercio; proporcionar servicios comerciales, capacitación y acceso a los mercados, información y tecnología, particularmente a las mujeres de bajos ingresos; reforzar la capacidad económica y las redes comerciales de la mujer; eliminar la segregación en el trabajo y todas las formas de discriminación.

f) Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo –OIT- sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes

En el Artículo 2 establece la responsabilidad de los gobiernos a desarrollar acciones coordinadas, sistemáticas para proteger los derechos de los pueblos indígenas y garantizar el respeto de su integridad. En el Artículo 3, señala que los Pueblos indígenas deben gozar plenamente de los derechos humanos y libertades fundamentales, sin obstáculos ni discriminación. Así mismo indica que las disposiciones del Convenio aplican sin discriminación a los hombres y mujeres de esos pueblos.

g) Objetivos Del Milenio

En el año 2000, los Estados miembros de Naciones Unidas, se comprometieron una agenda de desarrollo, que contempla 8 objetivos a ser alcanzados en el año 2015. Para las mujeres son estratégicos el objetivo 1; relacionado al pleno empleo productivo y trabajo digno; el objetivo 3, el cual promueve la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.

h) Declaración de Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas

Se reconoce el derecho como pueblos o como personas, al disfrute de todos los derechos humanos y libertades fundamentales reconocidos en los diferentes instrumentos y normativa internacional de derechos humanos, reconoce sus prácticas culturales, políticas y económicas. En el Artículo 21.2 establece que los Estados adoptarán medidas eficaces y especiales para asegurar el mejoramiento continuo de sus condiciones económicas y sociales, prestando particular atención a los derechos y necesidades de los ancianos, las mujeres, jóvenes, niños y personas con discapacidad.

4.2. Situación de las MIPYMES Dirigidas por Mujeres en Guatemala

Con la finalidad de conocer las características y situación de las empresas dirigidas por mujeres, se ha tomado como referencia puntual la investigación que se realizara en contexto del Proyecto Promoción de Inversiones e Intercambios Comerciales, financiado por la Unión Europea y ejecutado por el Ministerio de Economía, realizada en el año 2009 la cual comprende dos diagnósticos empresariales, con 45 asociaciones de mujeres empresarias, de la MIPYME, de los sectores productivos de artesanías y agroindustria, ubicadas en los Departamentos de Baja Verapaz y Alta Verapaz en la Región II, Chiquimula y Puerto Barrios de la Región III, Sacatepéquez, Chimaltenango y Guatemala de la Región V, San Marcos, Sololá y Totonicapán en la Región VI, Huehuetenango y Quiché de la Región VII y Petén ó Región VIII, que son los departamentos del país que se puede considerar que han tenido en los últimos años, un despegue muy acelerado del sector de las MIPYMES.

Estos diagnósticos permitieron conocer las características de las mujeres que participan en este segmento empresarial y de sus unidades económicas, por lo que en este apartado, se hará referencia a dichos diagnósticos.

4.2.1 Características de las Mujeres Empresarias de la MIPYME, de los Sectores de Artesanías y Agroindustria

Como se ha mencionado anteriormente, las brechas de desigualdad que han existido entre los hombres y las mujeres, no han permitido que las mujeres se desarrollen en condiciones de igualdad, teniendo que enfrentar los problemas derivados de la falta de acceso a la educación, los servicios de salud, acceso a la propiedad.

Los bajos niveles de educación de las mujeres, les limita el acceso a trabajos especializados o trabajos estables que les permitan generar ingresos económicos

para ellas y sus familias, por lo que las MIPYMES, representan una oportunidad o mecanismo para la generación de ingresos.

En este contexto, una de las características de las mujeres empresarias, es que cuentan con bajos niveles de escolaridad, lo cual se evidencia con los resultados del diagnóstico empresarial:

Cuadro No. 5		
Características de las Mujeres Empresarias de la MIPYME		
Niveles de Escolaridad		
Descripción		Diagnóstico
No. Participantes		472
Escolaridad	Analfabeta	28%
	Primaria	69%
	Básico/ diversificado	3%
	Universitario	0%
Edad Promedio		20-50 años
Fuente: Diagnóstico Empresarial; fortalecimiento de la organización, gestión empresarial y competitividad de empresas dirigidas por mujeres, Proyecto Apoyo a MIPYMES, Guatemala 2009.		

En el caso de las empresarias del nivel primario, un alto porcentaje tienen la primaria incompleta.

Una característica importante de resaltar es la tendencia a trabajar en grupos asociativos, lo cual es visto como un mecanismo para buscar de manera colectiva la solución a problemas que muy difícilmente se pueden resolver de manera individual; como el apoyo al desarrollo de las mujeres y mejorar su nivel de vida.

La asociatividad también es vista como un mecanismo para obtener beneficios económicos, mediante el aprendizaje, el impulso de procesos de desarrollo empresarial, la generación de empleo y combate a la pobreza en las comunidades, contribuye a la búsqueda de mercados y comercialización de los productos, así mismo les facilita la obtención de créditos para inversión.

El trabajar en grupos empresariales asociativos, también les da la fortaleza de incidir políticamente en sus comunidades y de ser reconocidas como lideresas.

Como se puede observar organizativa y asociativa; del 100% de las organizaciones empresariales diagnosticadas, se identificó que el 71% están constituidas como asociación, el 15% como comités y el 14% como sociedad anónima o cooperativas. El estar constituidas formalmente, les permite gestionar proyectos de desarrollo, tener acceso a créditos y mayor certeza en la comercialización. Sin embargo un alto porcentaje de las asociaciones, muestran deficiencias en su estructura organizacional y funcionamiento lo cual incide en la calidad de la gestión empresarial y el ejercicio del liderazgo.

En la gestión empresarial, el diagnóstico evidencia debilidades en la gestión general. Se tuvo evidencia que en la mayoría de las asociaciones no existía una gestión integrada, sino que se dividían las funciones por conveniencia, y algunas de estas funciones se trabajan adecuadamente, mientras que otras o no se trabajan o se trabajan de forma altamente empírica. Esta situación obstaculiza la obtención de resultados vrs. los objetivos definidos.

En tal sentido, y de acuerdo a los estudios consultados existe coincidencia que en la mujer existe visión empresarial y clima de confianza entre ellas, pero que se hace necesario focalizar aún más los esfuerzos, tomando en cuenta que al conformar las asociaciones, les impulsaba la búsqueda de un mejor nivel de vida, que han avanzado en el logro de los objetivos, pero aún logran un nivel de sostenibilidad económica y social.

Existe un alto potencial empresarial en las asociaciones empresariales diagnosticadas, en su estructura y gestión empresarial, en la producción, finanzas y mercadeo, tal como se presenta en el cuadro siguiente:

Cuadro No. 6	
Potencial Empresarial de las Mujeres Empresarias de la MIPYME	
<p>Estructura y Gestión General</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estar constituidas como asociación • Participación de las mujeres. • Infraestructura propia • Estructura administrativa • Capacitación en temas empresariales. • Posición geográfica de los departamentos en donde se ubican • Registros en SAT, registros sanitarios • Deseo de obtener de mayores ingresos. • Generación de empleos. • Gestión de proyectos. • Actitud positiva y propositiva. • Trabajo en equipo. • Desarrollo local. <p>Finanzas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital de trabajo propio. • Manejo de crédito a través de cooperativa. • Contabilidad automatizada • Autosostenibilidad 	<p>Producción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología • Conocimiento de producción • Habilidades técnicas • Recurso humano capacitado • Calidad de producto • Innovación de productos • Aprovechamiento y manejo adecuado de recursos naturales para elaboración de productos • Conservación del medio ambiente • Materia prima de la región • Beneficios medicinales de los productos • Utilización de materia prima natural (tintes) <p>Mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demanda de productos y servicios • Conocimiento de mercado • Clientes potenciales • Potencial de mercado a nivel nacional e internacional • Posicionarse en mercado local
<p>Fuente: Diagnóstico Empresarial; fortalecimiento de la organización, gestión empresarial y competitividad de empresas dirigidas por mujeres, Proyecto Apoyo a MIPYMES, Guatemala 2009.</p>	

Se evidencia una alta necesidad de capacitación empresarial, en temas de cultura y conciencia empresarial, actitud y gestión empresarial, competitividad, liderazgo y valores, autonomía financiera, administración, costos, ventas. En cuanto a asistencia técnica, se tienen necesidad en innovación de productos, mejora de la calidad, nuevas técnicas, control de calidad, diseño de etiquetas y empaques, entre otros.

En este mismo contexto, se llegó a coincidir que también se hace necesario realizar cada vez más eventos de comercialización, con la finalidad de favorecer y promover el comercio de las asociaciones empresariales dirigidas por mujeres, eventos donde se identificaron las limitaciones y factores de éxito de las empresas en cuanto a su desarrollo empresarial.

a) Limitaciones en su desarrollo comercial

La mayoría de las mujeres empresarias, tienen un enfoque hacia la producción y comercialización de sus productos, pero no tienen conocimientos para mercadearlos, lo cual implica buscar ventajas competitivas de sus productos, por medio de estrategias, como la diferenciación del producto, la segmentación del mercado y el desarrollo de nichos específicos de clientela.

Existe capacidad de producción limitada, debilidad en cuanto a distribución y logística de envíos de producto, aspectos que inciden negativamente frente a las exigencias de la clientela y mayoritariamente con clientes fuera de las fronteras del país.

Los eslabones de la cadena productiva, como la producción, mercadeo y servicios de desarrollo empresarial, se encuentran desarticulados, generando flujos deficientes en la información, así como impactando en los precios y calidad de los productos, debido a la carencia de una base estable de proveedores selectos.

b) Factores de éxito en la comercialización

En este aspecto, es valioso resaltar que de acuerdo al diagnóstico, un 18% de las empresas participantes, presentaron factores de éxito, que las han permitido comercializar sus productos y algunas de ellas están compitiendo en el mercado externo.

Los principales factores de éxito identificado son, que cuentan con una persona encargada de la comercialización, quien da seguimiento desde el pedido, la producción hasta la entrega, cuentan con producto diferenciado y de aceptación en el mercado, implementan controles de calidad en la producción, existencia de capital y capacidad de producción en masa.

4.3. Empoderamiento de las mujeres y su participación en el comercio exterior Experiencia Exitosa de la Asociación Unidas Para Vivir Mejor – UPAVIM-

Al analizar la connotación de la palabra empoderamiento, ésta conlleva la capacidad de decidir y proponer; sin embargo, para llegar a este nivel, previamente se deben pasar otros niveles. Se parte del autoconocimiento de las debilidades y potencialidades de las personas y se trabaja para transformar las debilidades en potencialidades y aprovechar las potencialidades existentes; el segundo nivel conlleva la capacitación, formación y el conocimiento del entorno, lo cual nos da las herramientas para poder proponer y tomar decisiones.

Para conocer el proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias, y posteriormente incursionar en el comercio exterior, se realizará abordando una experiencia exitosa, basada en una asociación de mujeres, cuyas características son muy particulares a la realidad de las mujeres guatemaltecas de áreas marginales, rurales y pobres, pero que han logrado su empoderamiento y ahora cuentan con una Asociación fuerte compitiendo en el mercado internacional.

La asociación Unidas para Vivir Mejor –UPAVIM- inició su organización en el año 1988, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de ellas, sus familias y la comunidad. Su primera experiencia organizativa fue alrededor del programa de monitoreo de crecimiento de niños y niñas, en asociación con el grupo de hermanas de la parroquia Bemidji, Minnesota, Estados Unidos.

A través del contacto con la gente, las 30 mujeres que iniciaron la organización, se dieron cuenta de los problemas y necesidades de la comunidad y de ellas mismas e identificaron las estrategias para apoyar en la búsqueda de soluciones a sus necesidades.

Para la implementación del Programa de monitoreo al crecimiento de los niños y niñas, contaban con el apoyo de la iglesia católica, quien les facilitaba un espacio físico para la atención de niños y niñas. Para el análisis de muestras médicas, contaban con el apoyo de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Sin embargo necesitaban más recursos para la sostenibilidad del Programa y generar puestos de trabajo para las mujeres asociadas, al conocer que la mayoría de ellas eran costureras, en el año de 1991 empezaron a confeccionar colas para el cabello elaboradas con telas típicas, sin conocimientos de control de calidad ni de costos beneficios. Su primer pedido grande fue de 50 colas, por la institución Liga de la Leche en México, a partir del cual emprendieron el camino hacia el éxito.

Esta organización no ha dejado de capacitarse en corte y costura, gestión empresarial, innovación y acceso a mercados. Buscaron nuevos mercados y como estrategia de promoción, se acercaron a grupos sociales organizados, como el Club Rotario de Guatemala y un trabajo de hormiga, de ir corriendo la voz entre personas extranjeras establecidas en Guatemala, así mismo participaron en conferencias de Comercio alternativo, lo que les favoreció para contactar otras organizaciones e incrementar sus ventas, ahora son miembros de la Federación de Comercio Justo.

La expansión del mercado y la inversión en recurso humano, les ha permitido ampliar sus servicios sociales, como la clínica médica, la clínica dental, el programa de niño sano, la guardería infantil, programa de becas, los cuales son subsidiados por las ganancias que generan las ventas de artesanías.

Actualmente UPAVIM es una asociación de 88 socias, con 41 empleadas y más de 68 mujeres que trabajan en el proyecto de artesanías como costureras y como artesanas y en los programas sociales como maestras, niñeras, enfermeras, cocineras.

Sus principales mercados de exportación son Estados Unidos y Canadá, pero también han vendido productos a muchos otros países como el Reino Unido, Irlanda, Italia, Taiwán, Japón, Australia, Alemania, En el año 2002 se unieron a AGEXPORT, quien les otorgó en ese año el premio al mejor exportador de textiles no tradicionales.

Tienen una lista de más de 200 productos, la cual innovan constantemente y lo aumentan de acuerdo a pedidos especiales. También compran productos de otras organizaciones en Guatemala para ayudarles a su comercialización en los EE.UU. Las organizaciones que apoyan son: Chonita, una cooperativa indígena de Santiago Atitlán, que produce joyas de mostacilla, y el Proyecto Eco-Quetzal en Cobán, una ONG que trabaja con las familias indígenas para encontrar fuentes de ingreso medio ambiente sostenible, tales como la producción de velas naturales. UPAVIM también compra a familias de artesanos indígenas de Chinautla que hacen productos de arcilla, a la Organización Ruth y Nohemí, una cooperativa de viudas en Chichicastenango, Flor de Campo, una cooperativa de mujeres chales tejidos y Pilandros, una empresa familiar de fabricación de velas. UPAVIM les compra sus productos por encima de los precios del mercado y asegura que cada organización otorgue salarios justos a las y los trabajadores.

Las principales fortalezas, que han mantenido a UPAVIM como una organización exitosa se pueden mencionar las siguientes:

- Las mujeres participan en constantes capacitaciones.
- Han establecido alianzas con instituciones estratégicas a nivel internacional.
- Tienen contactos con personas a nivel nacional e internacional como enlaces y colaboradores para obtener la información del mercado.
- Han establecido y coordinado actividades con instituciones nacionales como AGEXPORT y el Ministerio de Economía.
- Existe aceptación y confianza entre las socias.
- Implementan procesos participativos para la generación de ideas en la

resolución de problemas.

- Cuentan con una administración eficiente y organizada
- Implementan estrictos controles de calidad.
- Estricto control de cumplimiento de las obligaciones de las socias.

En este contexto, se denota que a pesar de todas las dificultades señaladas a lo largo de esta investigación en relación al entorno que envuelve la iniciativas empresariales especialmente mujeres, encontramos que si existen casos de mucho éxito como lo es UPAVIM, pero que no han sido exitosas por si solas, han aprovechado las ventajas del entorno y de las estrategias de instituciones de fomento a la MIPYME.

PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO A LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR MIPYME, DIRIGIDA POR MUJERES

La presente propuesta se fundamenta en la problemática específica que enfrentan las mujeres empresarias de la MIPYME quienes se han insertado en el ejercicio de actividades económicas por cuenta propia, sin experiencia en la gestión y sin posibilidades de acceder a servicios para mejorar e incrementar la competitividad y productividad, por lo tanto se desenvuelven en unidades productivas débiles o de subsistencia, sin expectativas de consolidación y crecimiento. La falta de acceso de las mujeres a servicios para desarrollar sus unidades productivas y de gestión es causado por la carencia de Servicios de Desarrollo Empresarial y servicios financieros, adecuados, adaptados y asequibles, así como por la débil aplicación de políticas y estrategias sensibles a la equidad de género, también por la prevalencia de factores sociales y culturales como la existencia de estereotipos de género y étnicos vigentes en la cultura organizacional de las instituciones públicas y privadas, que limitan el análisis de género en el diseño de los programas y servicios.

También se enmarca en los Programas, Subprogramas, Proyectos y Actividades del Eje de Desarrollo Económico y Productivo con Equidad, del Plan de Oportunidades 2008-2023, que operativiza la Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las Mujeres Guatemaltecas. Ambos instrumentos dan vida y fundamentan a su vez, la Estrategia y Plan para la Implementación de la Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las Mujeres –PDNPDM- en el Ministerio de Economía, cuyo proceso de construcción e implementación permite evidenciar la viabilidad de esta propuesta.

La propuesta se divide en tres niveles: a nivel macro, nivel meso y nivel micro; a nivel Macro se plantea el impulso de la Política Nacional de Desarrollo Integral de las Mujeres Guatemaltecas, particularmente en el eje de Desarrollo Económico. A nivel meso, se contempla el reforzamiento a nivel local y nacional de la capacidad

de instituciones prestadoras de servicios financieros y personas prestadoras de servicios de desarrollo empresarial para impulsar servicios y procesos que los derechos económicos de las mujeres empresarias.

A nivel micro, desarrollando iniciativas sensibles a la cuestión del género, facilitando el acceso directo de las mujeres a servicios de desarrollo empresarial, financieros y de acceso a mercados, con la orientación de capacitar a las mujeres emprendedoras y/o empresarias, para generar empoderamiento económico y tratar las desigualdades de las mujeres en el acceso a los servicios para sus empresas o unidades productivas.

a) En el Nivel Macro

Las instituciones gubernamentales son estratégicas para impulsar el ejercicio de los derechos humanos de las mujeres guatemaltecas, ya que son las responsables de llevar a la práctica los compromisos internacionales y nacionales, asumidos por el Estado, mediante la ratificación de acuerdos nacionales y la creación de leyes y mecanismos nacionales en materia de derechos humanos de las mujeres, por lo que el abordaje de esta propuesta a nivel macro, está dirigida a las instituciones gubernamentales, con responsabilidad en el impulso de los derechos económicos de las mujeres guatemaltecas y en particular con las mujeres de la MIPYME. La propuesta se plantea a partir del abordaje de tres líneas estratégicas:

a.1) Fortalecimiento de capacidades del capital humano

Desarrollar procesos de sensibilización con el personal de las instituciones gubernamentales, orientados a la generación de conciencia sobre los derechos humanos y particularmente de los derechos de las mujeres mayas, garífunas, xinkas y mestizas, tomando en consideración que para el abordaje de problemáticas sociales como la exclusión de las mujeres de los procesos de

desarrollo económico y empresarial, se requiere de la transformación en las actitudes y en los comportamientos discriminatorios y racistas.

Desarrollar procesos de capacitación para generar destrezas y habilidades para la inclusión de análisis de género en los procesos institucionales, ya sean estos de planificación, de gestión, negociación, diseño de programas y proyectos, entre otros. La importancia de los procesos de capacitación radica en que estos, permiten identificar los tipos de acciones que contribuirán a transformar los entornos, donde se puede incidir directamente.

Implementar procesos de formación continuos, orientados a la generación de condiciones para profundizar en el análisis crítico de la problemática de desigualdad que enfrentan las mujeres, desde una mirada diferente, para contribuir a las transformaciones más amplias y más estructuradas.

a.2) Fortalecimiento de los Sistemas de Planificación con enfoque de género

La planificación vista como un proceso continuo y como un sistema de gestión institucional, facilita el análisis de la realidad en el marco de contextos particulares, para definir acciones que permitan resolver los problemas identificados y mejorar las condiciones de vida de las personas a quienes se dirigen las acciones. También facilita identificar los avances en la resolución de los problemas y los resultados obtenidos a partir de la implementación de las acciones.

Desde este enfoque, es importante incluir en el proceso de planificación aspectos que permitan conocer diferenciadamente la situación, las necesidades y acciones que requieren las mujeres empresarias, para lograr el crecimiento empresarial, asegurando que la planificación tenga criterios de equidad de género.

a.3) Prestación de servicios con criterios de equidad de género y pertinencia étnica

Para que los servicios que facilitan las instituciones gubernamentales, tengan impacto en las mujeres empresarias, es importante conocer como los problemas empresariales y/o económicos afectan de manera diferente a las mujeres, también es importante el desarrollo de estrategias y metodologías apropiadas que faciliten el acceso de las mujeres a estos servicios, por lo tanto las principales acciones que se proponen son las siguientes:

- Incorporar a los estudios y análisis la perspectiva de género y pertinencia étnica, que permitan identificar la condición y posición de las mujeres empresarias.
- Investigar y visualizar el impacto que tienen en las mujeres empresarias, las políticas económicas y comerciales que se negocian, el diseño e implementación de programas y proyectos en el marco del desarrollo económico.
- Integrar a los registros, bases de datos y clasificación de información, las variables de sexo, que orienten a las personas tomadoras de decisión en la elaboración de informes y definición de nuevas propuestas.
- Desarrollar estrategias que permitan identificar las necesidades de las mujeres empresarias, en materia de fortalecer sus capacidades gerenciales, mejorar la competitividad de sus unidades productivas y mejorar la comercialización de sus productos.
- Adecuar los servicios, implementando estrategias y metodologías que faciliten el acceso de las mujeres empresarias a dichos servicios.

b. En el Nivel Meso

En este nivel las propuesta está dirigida a las Instituciones de Microfinanzas (IMF), las Instituciones Prestadoras de Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE), los Gremios y Cámaras Comerciales, entre otros, ya que para contribuir a mejorar los

niveles de participación de las mujeres empresarias, en la dinámica de la economía nacional en general y en el comercio exterior particularmente, es de vital importancia identificar y reforzar las instituciones correspondientes, para que proporcionen a las empresarias servicios financieros y no financieros en función de sus ventajas comparativas, en función de mejorar su nivel de utilidad y eficacia en el contexto productivo y comercial.

Por lo tanto las alternativas de solución a esta problemática, se enmarca en facilitar el acceso de servicios de desarrollo empresarial y financieros a las mujeres emprendedoras, sensibilización, capacitación y asesoría a todo nivel sobre la igualdad de derechos de las mujeres, con la finalidad de mejorar las competencias de instituciones de microfinanzas y personas prestadoras de servicios de desarrollo empresarial para el diseño de productos y servicios necesarios y asequibles a las mujeres emprendedoras.

c) En el Nivel Micro

La propuesta en este nivel, está orientada al el empoderamiento económico de las mujeres empresarias, en el entendido que el empoderamiento es un proceso que parte del autoconocimiento y análisis de las debilidades y potencialidades de la empresaria, continua con el conocimiento del entorno, sus oportunidades, amenazas y limitaciones, a partir de ello le permite tomar decisiones más apropiadas.

El proceso de empoderamiento económico de las mujeres, contribuye a transformar la gestión empresarial, participar en iniciativas económicas estables, tanto a nivel local como nacional, también favorece la adquisición de una mayor seguridad económica.

c.1) Fortalecimiento de la situación organizativa

Revisión de la figura empresarial con la que funciona la MIPYME y en base a ello identificar las obligaciones fiscales con las que debe cumplir, y desarrollar procesos administrativos contables con contribuyan a mantener una situación favorable para la generación de negociaciones.

Definir una estructura organizativa de la MIPYME, en la cual se establezcan los departamentos, como la gerencia general, la administración, control de calidad, mercadeo, definiendo las funciones por cada una de ellas; así mismo identificar el liderazgo y habilidades de las empresarias asociadas para asumir la dirección o participación en cada uno de los departamentos definidos. Esto con el fin de contribuir a una gestión integrada, orientada al logro de las metas, así como para favorecer el liderazgo efectivo y coordinado.

c.2) Generación de desarrollo competitivo

Implementar una reconversión empresarial, a partir del autodescubrimiento de las habilidades y capacidades en la elaboración de sus productos y generar mecanismos de estandarización en los mismos, para la producción en cadena.

Promover y desarrollar cultura de producción con calidad, implementando mecanismos para el control de calidad de los productos, siguiendo y cumpliendo con criterios previamente definidos.

Diversificar la producción, con el fin de contar con una gama de productos para ofrecer a la clientela, así mismos implementar una cultura de innovación, para que la empresa cuente con productos novedosos que ofrecer, y estar abiertos a demandas de productos especiales o específicos por determinados clientes.

Generar valor agregado a sus productos, elementos que diferencien sus productos de otras empresas, como el hecho de ser elaborado por mujeres, puede constituirse en un valor agregado o la presentación del producto que identifique el país de origen del mismo, entre otros.

Elemento muy importante para el mercado externo, es tener cultura de cumplimiento, en relación a los términos pactados, sean estos tiempos de entrega, calidad de los productos, cantidades estipuladas, colores, entre otros.

c.3) Asociatividad y Cooperación

Como se ha venido mencionando las MIPYMES, para tener mejores condiciones de jugar mayores roles dentro de la economía de una país, en este caso de Guatemala, se considera muy importante fortalecer los niveles de asociación y de llevar a la práctica estrategias de cooperación como alternativas para superar los problemas del tamaño, volúmenes de producción y aprovechar ventajas de especialización y de escala, tanto en el mercado interno como en el externo. Por lo que se insiste que para el logro de una mejor inserción en los mercados externos de las MIPYME en general, y de la de propiedad de mujeres en particular, está vinculado a la posibilidad de participar en redes empresariales y/o cadenas productivas.

Este tipo de espacios contribuye tanto a impulsar los procesos de innovación que mejoran las condiciones de competitividad como a establecer vínculos para acceder a otros mercados. Este esfuerzo conlleva la sensibilización de sectores o empresas para construir una visión compartida y compromiso de cumplimiento de criterios de calidad definidos.

c.4) Mercadeo y Comercialización

El mercadeo y la comercialización son dos estrategias de ventas que se complementan una con la otra, para lograr el posicionamiento de los producto

tanto en el mercado interno como en el internacional, y que a la vez orientan la producción.

Para las mujeres empresarias de la MIPYME, se recomienda adoptar una cultura de mercadeo y comercialización efectiva, diferenciados entre el mercado interno y el mercado internacional, también de acuerdo a los nichos de mercado de interés, tomando en cuenta que para el mercadeo internacional se deben tomar en cuenta diversos factores como la cultura, los hábitos de consumo, la preferencia, la competencia, entre otros, ya que las ventajas competitivas de un producto puede variar de un país a otro, debido a que estos factores también son diferentes en cada país o bloque de países. También es importante tomar en cuenta las normativas de importación y exportación de los productos, como los costos que se requiere para la logística de exportación.

Por lo tanto en una estrategia de mercadeo es importante partir de estudios de mercado focalizados, en los cuales se tomen en consideración factores como la cultural y las costumbres, las restricciones comerciales, estabilidad financiera y política, la competencia interna y externa, con la finalidad de captar la mayor información posible del mercado de interés, para ingresar a este con mayor éxito y con menores posibilidades de riesgo. Los estudios de mercado también permiten orientar la producción y la comercialización.

Entendiendo al comercialización, como el conjunto de actividades que facilitan la venta de los productos, como la promoción, cierre de negocios, almacenar, transportar, entre otros, generando las condiciones óptimas, para que la clientela reciba los productos pactados, en el momento oportuno, en el lugar adecuado y al precio conveniente para la clientela y para la MIPYME exportadora que le permita generar márgenes de ganancia apropiados.

Por lo tanto es importante diseñar e implementar planes de comercialización por cada cliente, que tome en cuenta criterios relacionados al tipo de producto/os, el tiempo y el lugar de entrega de acuerdo a la demanda del cliente.

En el plan de comercialización también se debe incluir el seguimiento o atención al cliente en todo el proceso y estar pendiente de dar inicio a una nueva fase de comercialización.

Es importante contar con una persona o personal asignado a esta área, personal capacitado que conozca bien los productos de la empresa, para poder proporcionar información relacionada a las ventajas y beneficios en relación a la competencia, una vez cerrada la negociación se le da seguimiento a la producción y gestionar la logística de exportación para cumplir con los plazos de entrega y mantener la comunicación periódica con el cliente.

En general, una intervención integral para el fortalecimiento de las mujeres empresarias, generará mayores posibilidades de éxito, ya que de acuerdo con la evidencia de experiencias internacionales, los programas más exitosos de fomento productivo con enfoque de género tienen una característica común: son iniciativas en las que con frecuencia colaboran varios sectores clave como las organizaciones empresariales de las mujeres, las organizaciones no gubernamentales, privadas y las dependencias de gobierno.

CONSIDERACIONES Y CONCLUSIONES FINALES

En este contexto de libre comercio, a partir del año de 1986, el gobierno de Guatemala implementó diferentes estrategias, como la creación de la política Integrada de Comercio Exterior, desgravación arancelaria, la integración centroamericana, negociaciones y firmas de acuerdos bilaterales, negociaciones en bloque como región centroamericana y participación en negociaciones multilaterales en el marco de la Organización Mundial del Comercio.

En la década de los años noventa, el Gobierno declara de interés nacional la promoción, diversificación e incremento de las exportaciones y con el objetivo de coordinar y ejecutar al más alto nivel gubernamental y empresarial, se establece la Política de Promoción de Exportaciones, y en ese contexto se establece el Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones –CONAPEX-, con el que se logran importantes avances, como la creación y establecimiento de la Dirección General de Comercio Exterior, la implementación de la Ventanilla Única de las Exportaciones, la aprobación del Decreto 29-89, Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila, por último, la creación de la Ley de Zonas Francas, Decreto 65-89.

A nivel de Latinoamérica y particularmente en Guatemala, las MIPYMES, cada vez más tienen una gran significación por su potencial aporte a la generación de fuentes de empleo y su participación en mercados externos, que justifican la aplicación de políticas de desarrollo para este sector de la economía. Se constituye también en un sector de la economía donde las mujeres han incursionado recientemente. La concentración de mujeres en el sector de las MIPYMES se atribuye a que acceden a él con mayor facilidad debido a que éste les opone pocas barreras en cuanto a requerimientos de niveles de escolaridad, requisitos legales, capital, entre otros, y por el tipo de organización tiende a ser más flexible (muchas veces las actividades se realizan en el hogar), permitiéndole

compatibilizar el trabajo productivo con las responsabilidades y tareas reproductivas que siguen estando a su cargo.

Se considera que la motivación empresarial de las mujeres, así como las decisiones tomadas a lo largo de la trayectoria de la empresa, son influidas por las desigualdades de género. En los inicios de un negocio, la falta de conocimientos financieros o de gestión puede ser un obstáculo, así como el hecho de no contar con experiencia previa en posiciones directivas ni poseer destrezas probadas en áreas tales como planeamiento, gestión financiera, toma de decisiones y negociación. Estas carencias aparecen como generalizadas entre sus empresarias que entre sus pares hombres.

Se ha constatado además la existencia de un conjunto de dificultades que son comunes a hombres y mujeres, como la carga tributaria, la falta de capital de giro y las tasas de interés de los créditos. Los temas que afectan de manera diferenciada a las mujeres son el acceso al crédito y financiamiento, el acceso a tecnología y formación para aumentar la calidad y productividad de su empresas, el acceso a información, formación y medios para la promoción, divulgación y comercialización.

En los países de Latinoamérica, han habido avances en el impulso de mecanismos, políticas y estrategias que promueven el empoderamiento económico de las mujeres, siembargo continua vigente la necesidad del diseño de políticas con enfoque de género, que también favorezcan a las MIPYMES dirigidas por mujeres, tomando en cuenta las características diferenciales de género en el empresariado, reconociendo que las personas hombres y mujeres en una sociedad y en sus diferentes espacios de participación, siendo uno de ellos la economía, tienen diferentes necesidades, intereses y oportunidades debido a los roles, responsabilidades y atributos que les han sido socialmente asignados. Las mujeres y los hombres reciben diferente educación, se relacionan con la familia de distinta manera, tienen espacios sociales específicos y, sobre todo, grandes

desigualdades en cuanto al acceso a recursos de todo tipo, como por ejemplo la tecnología, capital, infraestructura, opciones de negocio, mercados, redes. En algunos estudios, se encuentra que para las mujeres estas desigualdades son más determinantes en la baja rentabilidad de sus negocios que los aspectos directamente asociados a sus roles en el ámbito reproductivo.

Intervenir en los factores de género que limitan el comportamiento de las mujeres como empresarias, es tan importante como hacerlo para crear condiciones económicas que propicien el desarrollo empresarial. El mayor aislamiento relativo de las mujeres y su menor dotación de capital social y financiero inciden negativamente en sus resultados económicos, lo que a su vez limita el alcance de los beneficios sociales que podrían obtener de su trabajo remunerado y del contacto con otras personas, beneficios que potencialmente redundarían en un aumento de su autoestima y su desarrollo personal.

A pesar de todos los esfuerzos que se han señalado en desarrollo del presente estudio que se ha venido haciendo en el país por mejorar la situación en general de las MIPYMES, se tiene claridad que aún existen grandes debilidades como lo es la baja productividad y sus dificultades para alcanzar una mayor competitividad, especialmente ahora frente a los Tratados de Libre Mercado. Por tanto, en las propuestas dirigidas a mejorar la productividad y la competitividad de las empresas, se resalta la necesidad de establecer políticas y estrategias con enfoque de género, tendientes a fortalecer las capacidades de las MIPYMES, así como a ampliar sus mercados en los planos nacional e internacional. El diseño e implementación de políticas y estrategias con enfoque de género tienen gran importancia para el desarrollo empresarial de las mujeres, ya que generan condiciones que propician la igualdad de oportunidades para ellas.

Tanto desde el punto de vista teórico como a partir de la reducida base empírica con la que se cuenta, se nos plantea el desafío de delinear un conjunto coherente de propuestas, políticas y estrategias de desarrollo que incluya una perspectiva de

género permitiendo superar las limitaciones de productividad y competitividad que enfrentan las mujeres empresarias, del sector de la MIPYME.

La competitividad es un factor determinante para el éxito de las empresas de la MIPYME y Guatemala cuenta con potencial para ser más competitiva, sin embargo la condición y posición de las mujeres en la sociedad guatemalteca ha limitado que las mujeres empresarias de este sector, orienten sus empresas hacia la competitividad, por lo que promover la competitividad de las MIPYMEs en general requiere del involucramiento y liderazgo de los diferentes actores, tanto públicos como privados y cooperación internacional y en el caso particular de las empresas dirigidas por mujeres, requiere además, identificar y reconocer las necesidades e intereses particulares de las mujeres empresarias.

Paralelamente, es determinante eliminar los obstáculos al desarrollo, entre ellos los obstáculos sociales como el acceso a la salud y a la educación, la inseguridad y la puesta en funcionamiento de un estado de derecho, que garantice el ejercicio pleno de los derechos humanos de las mujeres.

BIBLIOGRAFÍA

ARTÍCULOS

- Raquel González Blanco, Diferentes Teorías del Comercio Internacional, Instituto de Comercio Español, enero-febrero 2011, No. 858.

LIBROS

- ALBURQUERQUE, Francisco (2000) Homogeneización de conceptos: Cámara de Industria, GTZ/PROMOCAP,
- MINECO; GOBIERNOS LOCALES Y DESARROLLO ECONOMICO EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE. Consejo Superior Universitario. Madrid, España, Friedrich Ebert Stiftung.
- ARROLLO, J. y Nebelung, M. (2002). La micro y pequeña empresa en América Central. Realidad, mitos y retos. (1ª. Ed.). San José Costa Rica: GTZ, OIT.
- ARRAIGA, I. y Aranda, V. (2004) Cambio de las familias en el marco de las transformaciones globales: necesidades de políticas eficaces. Santiago de Chile: CEPAL.
- BENÍTEZ CODOS, Manuel. (2007) Las PYMES. Facultad de Ingeniería, Dirección de Carrera Ingeniería Industrial. Curso: Taller de Práctica Profesional. Universidad Nacional de Asunción.
- BORIS, Zhamin y Makárova. Diccionario de Economía Política. Unión Soviética. Traducido en 1965 por agosto Vidal Roget.
- CEPAL/ONU (2005) Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género. Santiago de Chile.
- CADENA, F. (2005) De la economía popular a la economía de solidaridad. 1ª. Ed.) México: El Colegio de Tlaxcala A.C.
- CONAPEX (2002) Promoción de Exportaciones, Inversiones y mercado. Guatemala.
- CEPAL. (1998) América Latina y el Caribe. Políticas para mejorar la inserción en la economía mundial. México: Fondo de cultura económica.

- COHEN, I. (1996). Teoría de la estructuración. Anthony Giddens y la construcción de la vida social. (1ª. Ed.). México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- CHÁVEZ ZEPEDA, Juan José. Elaboración de Proyectos de Investigación. Segunda Edición, Guatemala 1995.
- CEPAL/ONU (2005) Un Marco de Análisis para el Fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de Género. Naciones Unidas. Santiago de Chile.
- DAVID Ricardo (1817) Principios de Política Económica.
- Directorio Nacional de empresas y locales -DINEL 2001. Número de empresas y locales en actividad por departamento y tramo de personal ocupado. Guatemala. C.A.
- GTZ/Banco Mundial/BID (2010) Mujeres Empresarias. Barreras y oportunidades en el sector formal e informal en América Latina, Washington, USA.
- GUITIÁN, M. MUNS, J. (ed.) (1999) La cultura de l' Cf. GUITIÁN, M. MUNS, J. "La cultura de l' estabilitat i el consens de estabilitat i el consens de Washington/ Barcelona.
- LUCAS, Carol (2003) Empresarialidad y Género en la Microempresa de Guatemala, USAID/Guatemala.
- MINECO, UNIÓN EUROPEA. (2009) Diagnóstico Empresarial, fortalecimiento de la organización, gestión empresarial y competitividad de empresas dirigidas por mujeres. Proyecto Apoyo a MYPE, Guatemala.
- MINECO/USAID/BCIE (2005) Síntesis del Tratado de Libre Comercio República Dominicana – Centroamérica y Estados Unidos. Un mundo de oportunidades de Guatemala. Guatemala.
- MINECO (2004) Red de Instituciones de Micro finanzas de Guatemala. Las Microempresas en Guatemala. Guatemala.
- Ministerio de Economía de Guatemala-Banco Interamericano de Desarrollo (2005). "Propuesta de Política Nacional para el Fomento de la Competitividad del Sector de la MIPyME". Ciudad Guatemala, Guatemala.

- OIT (2001). La microempresa en América Central. (1ª. Ed.). Ginebra: OIT.
- OROZCO, I. (2003) Clasificación de la micro, pequeña y mediana empresa usadas por algunas instituciones en Guatemala.
- PNUD. Informe de Desarrollo Humano 2007-2008, Guatemala.
- POLANCO SAGASTUME, María Luz. PERFIL DE GÉNERO EN LA ECONOMIA GUATEMALTECA. Guatemala, SEPREM 2004.
- PROMICRO-OIT (2000). "La Microempresa en Guatemala en la Década de 1990". San José Costa Rica.
- SCHNEIDER GABRIEL, Prat Germán y Sergio Rottons. (2004) Diseño de la Política de Fomento a la MIPYME en Guatemala. SIC. Desarrollo y Trayectoria en Consultoría Internacional. Guatemala.
- SEPREM. (2006) Guatemala: Mapeo Institucional acerca de la incorporación de la perspectiva de género en el ámbito económico. Guatemala.
- SEPREM (2005) Perfil de Género de la Economía Guatemalteca. Guatemala.
- TRATADO DE LIBRE COMERCIO entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos.
- SOLÍS, Alejandro y Pablo Angeleli. (2002) Políticas de Apoyo a la Pequeña Empresa en 13 países de América Latina. División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa del SDS/MSM - BID. Diciembre 2002.
- TREJOS, D. (Sin año) La microempresa en Guatemala –años 90-. Guatemala: MINECO.
- TREJOS, A. y Condo, A. (2001) Competitividad empresarial en Centroamérica. (1ª. Ed)

PÁGINAS DE INTERNET

- WWW.cia.gov/library/publication
- WWW.export.com.gt
- WWW.fundes.org/doc/INDICADORES.pdf
- WWW.sieca.int/site

- WWW.sipromicro.com

TESIS

- MENDOZA SALAS, Jennifer Alejandra (2012) Exportación de productos Guatemaltecos deshidratados: Un potencial en el mercado Japonés (Tesis de grado) Escuela de Ciencia Política, USAC. Guatemala.
- TELLEZ HERNÁNDEZ, Dina Maribel. (2005) Política Integrada de Comercio Exterior y el Impacto en el crecimiento del comercio exterior de Guatemala - 1994-2002. Tesis de Grado. Escuela de Ciencia Política, USAC, Guatemala.

POLÍTICAS

- Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las Mujeres Guatemaltecas y el Plan de Equidad de Oportunidades 2001-2006
- Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala, 1986.
- Política para el Fomento de la Competitividad de la MIPYME, Guatemala, 2005.