

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



JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2012

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS GUATEMALTECOS DESHIDRATADOS:
UN POTENCIAL EN EL MERCADO JAPONES



TESIS

Presentada al Consejo Directivo

de la

Escuela de Ciencia Política

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

por

JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS

previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES

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 POLÍTICA

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 PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL DE CONOCIMIENTOS

COORDINADORA:	Licda. Carmen Olivia Álvarez Bobadilla
EXAMINADORA:	Licda. María Elena Izquierdo Merlo
EXAMINADOR:	Lic. Carlos Enrique López Chávez
EXAMINADOR:	Lic. Mike Angelo Rivera Contreras
EXAMINADOR:	Lic. Jorge Enrique Arriaga Rodríguez

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN DE GRADUACIÓN

DIRECTORA:	Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
SECRETARIO:	Lic. Marvin Norberto Morán Corzo
COORDINADOR:	Lic. Francisco José Lemus Miranda
EXAMINADOR:	Lic. Marcio Palacios Aragón
EXAMINADOR:	Lic. Henry Dennys Mira Sandoval

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)

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

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

Guatemala, diecisiete de noviembre del dos mil nueve-----

ASUNTO: El (la) estudiante: **JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS**, Carnet No. 200119671 ,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 **Lic. Francisco Lemus**, 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/



Guatemala, 27 de noviembre del 2009

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: **UN POTENCIAL PARA LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS GUATEMALTECOS DESHIDRATADOS: EL MERCADO JAPONES.** Propuesto por el (la) estudiante **JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS, Carné No. 200119671** puede autorizarse dado que el mismo no tiene antecedentes previos en nuestra Unidad Académica.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. **Francisco Lemus Miranda**
Coordinador 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, doce de enero del dos mil diez-----

ASUNTO: El (a) estudiante: **JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS,**
carnet No. 200119671 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, **Lic. Francisco Lemus Miranda,** pase al
Coordinador de Metodología, **Lic. Jorge Arriaga** 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/



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

Guatemala, 19 de enero del 2010

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 **JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS**, carné **No. 200119671** titulado **"UN POTENCIAL PARA LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS GUATEMALTECOS DESHIDRATADOEFECTOS: EL MERCADO JAPONES"**. 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. Jorge Arriaga
Coordinador Area de Metodología



Archivos
Se regresa Expediente completo
myda/
4/.

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:
Guatemala a los veinte días del mes de enero del dos mil diez-----

ASUNTO: La estudiante **JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS**, Carnet No. **200119671**, Continúa Trámite Para la realización de su Examen de tesis.

1. Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte del Coordinador de Metodología, pase al (la) Asesor (a) 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.



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

Guatemala, mayo de 2012

Licda. Geidy De Mata
Directora


Señora Directora:

Me es grato dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento que desde que como Asesor la Tesis de la estudiante, Jennifer Alejandra Mendoza Salas, en el tema de investigación denominado **“Exportación de productos guatemaltecos deshidratados: Un potencial en el mercado Japonés”** tuve a bien orientar y revisar el trabajo de investigación preparado por la estudiante Mendoza Salas.

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

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA: Guatemala, catorce de mayo del dos mil doce -----

ASUNTO: el (la) estudiante JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA
SALAS, carnet No. 200119671, continúa trámite para la realización
de su examen de Tesis.

Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte del (la) Lic. Rubén Corado Cartagena en su calidad de Asesor de Tesis, pase al (la) Lic. Francisco José Lemus Miranda, para que proceda en su calidad de Coordinador (a) de la Carrera de Relaciones Internacionales a conformar el Tribunal que escuchará y evaluará la defensa de tesis, según el artículo 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


Se regresa expediente completo
c.c. Archivos
myda
6/




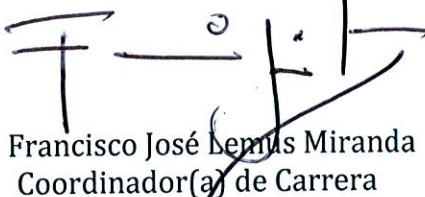


ACTA DE DEFENSA DE TESIS

En la ciudad de Guatemala, el día treinta y uno de mayo del año dos mil doce, se realizó la defensa de tesis presentada por la estudiante **JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS** carnet no. **200119671**, para optar al grado de Licenciado (a) en **Relaciones Internacionales** titulada: **“EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS GUATEMALTECOS DESHIDRATADOS: UN POTENCIAL EN EL MERCADO JAPONÉS”**, ante el Tribunal Examinador integrado por: Lic. Marcio Palacios Aragón, Lic. Henry Dennys Mira Sandoval y Lic. Francisco José Lemus Miranda, 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.


Lic. Marcio Palacios Aragón
Examinador


Lic. Henry Dennys Mira Sandoval
Examinador


Lic. Francisco José Lemus Miranda
Coordinador(a) de Carrera



c.c.: Archivo
myda/



ACTA DE DEFENSA DE TESIS

En la ciudad de Guatemala, el día ocho de agosto dos mil doce, se efectuó el proceso de verificar la incorporación de observaciones hechas por el Tribunal Examinador, conformado por: Lic. Marcio Palacios Aragón, Lic. Henry Dennys Mira Sandoval y Lic. Francisco José Lemus Miranda, Coordinador (a) de la Carrera de Relaciones Internacionales, el trabajo de tesis: **"EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS GUATEMALTECOS DESHIDRATADOS: UN POTENCIAL EN EL MERCADO JAPONÉS"**, presentado por el (la) estudiante **JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS**, carnet no. **200119671**, razón por la que se da por **APROBADO** para que continúe con su trámite.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Francisco José Lemus Miranda
Coordinador(a) de Carrera

c.c.: Archivo
myda/





ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Guatemala, diecisiete de septiembre 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: **“EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS GUATEMALTECOS DESHIDRATADOS: UN POTENCIAL EN EL MERCADO JAPONÉS”** presentada por el (la) estudiante **JENNIFER ALEJANDRA MENDOZA SALAS**, carnet No. **200119671**.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
Director(a) Escuela de Ciencia Política



Se envía el expediente

c.c.: Archivo

myda/

9

ACTO QUE DEDICO

A DIOS:

Por permitirme alcanzar una meta más en mi vida, llena de salud y al lado de mis seres queridos.

A SAN JUDAS TADEO:

Por ser el apóstol de Jesús quien ha intercedido por mí ante Dios para alcanzar esta meta.

A MIS PADRES:

Alejandra de Mendoza y Mario Romeo Mendoza Tzic, quienes a través de su amor incondicional, esfuerzos, consejos, oraciones, paciencia y su confianza en mí, pusieron todo su empeño y dedicación para que pudiera alcanzar mis metas. Gracias Dios por darme a estos ángeles lindos protectores. Los Amo y les dedicó este logro.

A MIS HERMANOS Y HERMANAS:

Hugo, Silvia, Romeo, Johana y Kevin, por siempre apoyarme y acompañarme en todo momento, por darme su amor, consejos y alegrías, que Dios los siga bendiciendo.

A MI ESPOSO:

Por su amor, paciencia, consejos y dedicación, por siempre darme ánimo para seguir adelante y enseñarme que todo llega en el momento indicado, te amo y le pido a Dios nos permita compartir muchas metas más en familia.

A MI DEMÁS FAMILIA:

Gracias por su cariño

ESPECIAL AGRADECIMIENTO

A MI ASESOR DE TESIS: Lic. Rubén Corado Cartagena, por sus enseñanzas y acompañamiento en el proceso de investigación

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Especialmente a la Escuela de Ciencia Política, por ser mi casa de estudios y por permitir que me formara profesionalmente

A MIS AMIGAS Y AMIGOS: Por su amistad y cariño

ÍNDICE

Siglas

Introducción

i

CAPÍTULO I

ABORDAJE TEÓRICO - METODOLÓGICO UTILIZADO EN LA INVESTIGACIÓN

1

CAPÍTULO II

PRINCIPIOS QUE DETERMINAN EL COMERCIO

7

2.1 Bases Jurídicas del Comercio Exterior

7

2.2 Comercio exterior e internacional

13

2.3 La Globalización en la Integración regional y mecanismos reguladores en el comercio internacional

18

CAPÍTULO III

POLÍTICA INTEGRADA DE GUATEMALA EN EL COMERCIO EXTERIOR

25

3.1 Política Comercial externa

27

3.2 Promoción de Exportaciones

31

3.3 Oferta Exportable

38

3.4 Breve análisis del comercio exterior guatemalteco

41

CAPÍTULO IV	
EL MERCADO MUNDIAL DE PRODUCTOS DESHIDRATADOS	45
4.1 Antecedentes	45
4.2 Principales productos deshidratados y su proceso	45
4.3 Principales productores en el mercado mundial	47
4.4 Producción y exportación en Guatemala	50
CAPITULO V	
RELACIONES COMERCIALES GUATEMALA-JAPÓN	55
5.1 Breve Reseña Económica de Asia	55
5.2 Reseña Económica de Japón	56
5.3 Origen de las relaciones comerciales Guatemala-Japón	58
5.4 Relaciones Comerciales	60
5.5 Análisis de la balanza comercial Guatemala –Japón	62
5.5.1 El mercado de frutas deshidratadas en Japón	63
5.6 Consideraciones finales de las exportaciones de frutas deshidratadas de Guatemala a Japón	66
Conclusiones y Consideraciones Finales	73
Bibliografía	77

Cuadro No. 1

Rondas de Negociación 1947-1994

Cuadro No. 2

ICOTERMS 2010

Cuadro No. 3

Zonas francas de Guatemala

(Activas a Enero 2010)

Cuadro No. 4

Proceso Guatemala: comercio exterior

Monto en Miles US\$, Comercio General, Período 2006 - 2010

25 Principales Socios Comerciales

Cuadro No. 5

Proceso Guatemala: comercio exterior

Monto en Miles US\$, Comercio General, Período 2005 - 2010

Principales productos

Cuadro No. 6

Proceso de deshidratación

Cuadro No. 7

Principales exportadores mundiales de Frutas deshidratadas frente a

Guatemala 2010

Cuadro No. 8

Principales grupos agro industriales guatemaltecos

Cuadro No. 9

Importaciones de frutos deshidratados.

En toneladas y millones de dólares. Japón. 2006-2010

Gráfica No. 1

Centroamérica

Evolución comparativa de las exportaciones con destino al resto del mundo.

1960-2010

Gráfica No. 2

Desarrollo laboral de las Zonas Francas

Guatemala 2005-2010

Gráfica No. 3

Exportaciones Totales

Guatemala

Periodo 2005-2010

Gráfica No. 4

Principales productores mundiales de Frutas

2010

Gráfica No. 5

Principales productores mundiales de Frutas

2010

Gráfica No. 6

Canales para la distribución de frutas deshidratadas en Japón

SIGLAS

ADA UE-CA	Acuerdo De Asociación Unión Europea Centroamérica
AGEXPORT	Asociación Guatemalteca de Exportadores
AGEXPRONT	Asociación Guatemalteca de Productos No tradicionales
ANACAFE	Asociación Nacional del Café
ASEAN	Asociación de Naciones del Sud este Asiático
COMBEX	Comité de operaciones de Bodega de Carga Aérea para las Exportaciones
CONACOEX	Comité Nacional para la Coordinación de Exportaciones
CONAPEX	Comisión Nacional para las Exportaciones
DACE	Dirección de Administración de Comercio Exterior
DR-CAFTA	Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana.
ECONOSOC	Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas.
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (por sus siglas en inglés)
ICC	Centro Internacional de Comercio
ICOTERMS	Términos Internacionales de Comercio
JETRO	Organización Japonesa de Comercio Exterior (por sus siglas en inglés)
MCCA	Mercado Común Centroamericano
MINECO	Ministerio de Economía
MIPYMES	Micro Pequeña y Mediana Empresa
OIC	Organización Internacional de Comercio
OMC	Organización Mundial de Comercio
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PACIT	Programa de Agregados Comerciales de Inversión y Turismo
PRONACOM	Programa Nacional de Competitividad.
SAC	Sistema Arancelario Centroamericano
SGP	Sistema General de Preferencias
SICA	Sistema de Integración Centro Americana
SICE	Sistema de Información de Comercio Exterior

SIECA	Secretaría de Integración Económica Centroamericana
TAITRA	Consejo de Desarrollo de Comercio Exterior de Taiwán (por sus siglas en inglés)
TLC	Tratado de Libre Comercio
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo
UNE	Unidad Nacional de la Esperanza
VUPE	Ventanilla Única Para Exportadores

INTRODUCCIÓN

En el desarrollo del Comercio Exterior, impulsado por el sistema internacional ha generado la necesidad de la innovación de productos en el mercado mundial, a través de la apertura comercial hacia diversos mercados en el mundo, en este contexto, el mercado de las frutas deshidratadas en Guatemala esta escasamente desarrollado, ya que los productores elaboran sus bienes directamente para los fabricantes de alimentos que llevan este tipo de frutas como materia prima y por otra parte en Asia, específicamente Japón, su población consume este producto en grandes cantidades debido a los factores nutritivos que contienen.

Sin embargo, el Estado guatemalteco y la relación comercial que ha tenido con los países asiáticos ha generado intercambio comercial, a pesar de ello es necesaria la apertura comercial en materia de otorgamiento de preferencias a través del desarrollo de Tratados de Libre Comercio que coloquen a Guatemala con ventajas competitivas en relación a los demás proveedores de estos países, excepto con la República de Taiwán con la que se tiene un TLC vigente desde el 2006. Con Japón se cuenta con el Sistema General de Preferencias en el marco de la OMC para el intercambio comercial. Por lo que en esta investigación se analiza el mercado nacional de productos deshidratados y el potencial para las exportaciones hacia Japón, evaluando así los avances en la industria y debilidades que son importantes fortalecer para poder ampliar los destinos de las exportaciones guatemaltecas.

De manera que la presente investigación tiene como objetivo analizar al sector agro industrial de frutas deshidratadas y el potencial que tiene para exportar sus productos hacia Japón, para lo cual se analiza el contexto internacional del comercio exterior e internacional que impulsó a Guatemala a generar políticas de promoción de las exportaciones en materia de apertura comercial y los resultado de estas mismas, para luego estudiar el mercado de las frutas deshidratadas.

Así mismo, se aborda en el primer capítulo los aspectos metodológicos que fueron utilizados para llevar a cabo el presente estudio donde se expone el planteamiento del problema, las respectivas delimitaciones, el marco teórico que contienen los elementos fundamentales del desarrollo del comercio exterior. Igualmente se expone sobre las entrevistas realizadas a los actores vinculados en el tema y los documentos y sistemas de información comercial en cuanto a las exportaciones de productos entre Guatemala y Japón.

El segundo capítulo describe los principios que rigen el comercio en general por medio de las bases que regulan el comercio, que se formula por medio de los hechos históricos que impulsan el desarrollo del comercio, específicamente por medio de la crisis de 1929 surgida en Estados Unidos, la Conferencia Sobre Aranceles y Comercio (1946,) la formulación de la Organización Mundial de Comercio (OMC), lo que conlleva a analizar la diferencia entre el comercio exterior e internacional, mencionando la vinculación del Estado guatemalteco en el desarrollo del comercio.

De esta manera es posible analizar el contexto comercial guatemalteco precisando a partir de las políticas de apertura comercial que desarrolló el país para impulsar las exportaciones y la Inversión Extranjera Directa como medio para el crecimiento económico de Guatemala, así como el análisis de los resultados de la producción y exportación de bienes y servicios.

Para precisar la investigación se realiza el capítulo cuarto donde se expone todo lo referente a las frutas deshidratadas, su proceso, productores, importadores partiendo de la base del comercio mundial de las frutas en general y centralizando el tema con la producción y exportación de Guatemala así como la identificación de las frutas específicas que se deshidratan.

Finalmente el quinto capítulo corresponde al análisis del comercio exterior entre Guatemala y Japón, partiendo de manera general desde las economías asiáticas, precisando sobre la economía japonesa, las relaciones bilaterales y comerciales que tienen ambos países, destacando el consumo de frutas deshidratadas en Japón y un breve análisis de los requerimientos que el sector

agro industrial guatemalteco y las autoridades correspondientes podrían estudiar para desarrollar el mercado de las frutas deshidratadas para la exportación para Japón. Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones respectivas del tema para dar a conocer la necesidad de desarrollar este sector naciente o pequeño que puede fortalecerse con las medidas necesarias.

CAPÍTULO I

ABORDAJE TEÓRICO - METODOLÓGICO UTILIZADO EN LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo refiere los aspectos metodológicos que sirvieron para fundamentar los datos e ideas expuestas en el estudio, para lo cual se mencionan los principales aspectos del diseño de tesis como el planteamiento del problema, las delimitaciones y las entrevistas realizadas. Así mismo, la experiencia obtenida en el desarrollo del estudio

Previo a dicha exposición, cabe resaltar que la realización del estudio se basó en los sucesos nacionales e internacionales que formulan y condicionan el desarrollo del comercio exterior e internacional y que generan la necesidad de la expansión e indagación de nuevos mercados para Guatemala, por lo que esta investigación es propiamente expuesta desde la perspectiva internacionalista y no económica internacional, sin embargo se exponen las estadísticas más recientes con su debido análisis descriptivo. Así mismo, se detallan los tratados comerciales que el estado guatemalteco tiene con el mundo y las políticas internas que se desarrollaron de manera intersectorial para promocionar al país por medio de las exportaciones.

El planteamiento del problema obedece a la globalización económica que impulsa a Guatemala a generar mecanismos novedosos para poder entrar al proceso de apertura comercial y poder afrontar los desafíos que este proceso conlleva para todos los sectores productivos. Guatemala cuenta actualmente con gran diversidad de productos para la exportación, y mejora las prácticas agrícolas, lo que hace al país más competitivo a nivel internacional en esta área a través del mejoramiento de las técnicas con que los agricultores de las pequeñas y medianas empresas cultivan sus productos, especialmente aquellos que se dedican a la producción de frutas frescas para su procesamiento. Sin embargo, los sectores productivos se enfrentan con la problemática de barreras no arancelarias en la exportación como lo son: fitosanitarias, sanitarias, etiquetado, calidad entre otras, las cuales les impide superar las exportaciones y posicionarse en mayor cantidad de mercados siendo competitivos, y por ende ayuda a

que las exportaciones sean prósperas y se aprovechen las oportunidades que ofrece el mercado internacional, por lo que la formulación del problema se deriva de la oportunidad que tiene el país para desarrollar el sector de productos deshidratados específicamente a Japón ya que es un gran consumidor de este tipo de productos, lo que implica analizar el mercado de las frutas deshidratadas frente a la producción guatemalteca.

En relación al comercio exterior, la investigación plantea en primer término las conductas de este tipo de comercio partiendo de la base histórica internacional que desarrolló la forma de las relaciones comerciales mundiales, desde su impulso a gran magnitud que se desarrollaba a partir de la Revolución Industrial, la interrupción que generó la Crisis de 1929 y las bases jurídicas que empezaron a regular la actividad económica en materia de aranceles, insertando paralelamente la situación guatemalteca en cada suceso internacional.

El tema del comercio exterior guatemalteco es muy amplio, el tema fue delimitado en primer lugar por los sucesos internacionales comprendido en un periodo desde 1929 por la crisis mencionada y 1994 en el establecimiento de la Organización Mundial de Comercio, en el aspecto nacional desde 1986 que es cuando se inician las políticas económicas para promover las exportaciones y el 2005 a la entrada en vigencia el DR-CAFTA. En materia de exportaciones la delimitación temporal se realiza a partir del 2005 para el 2011, año en que se reportan las estadísticas más actuales.

La delimitación teórica conceptual se basa en la Teoría Liberal Clásica de Adam Smith y la Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo. En este sentido Smith como precursor de la Teoría Clásica aporta en su libro "La Riqueza de Las Naciones" (1776) un nuevo enfoque a las relaciones comerciales, cambiando la doctrina Mercantilista (la cual creía que la riqueza se podía obtener a través del aprovechamiento de otros mercados y el proteccionismo del propio), por la Capitalista en relación a la división social del trabajo (especializándose por lo que cada uno podía producir mejor), la Mano Invisible (sistema de precios), y las leyes naturales (Oferta y Demanda). Su contribución para la creación de un sistema integral de economía a través del libre comercio y mercado, en el cual se puede sustraer que la no intervención del estado en la

dinámica económica generaría la libertad de actuar de los individuos por sus propios medios a través de las Leyes Naturales de la Oferta y la Demanda, formando el mayor grado de riqueza en las naciones. En el esquema de intercambio internacional o división internacional del trabajo, basado en la productividad de los trabajadores y generación de riqueza, Smith objeta que un país podía ser más eficiente que otro en la elaboración de algunos bienes y menos eficiente que otro país en la producción de otros bienes. No importando en qué tipo de bien se es más eficiente, ambos países podrían beneficiarse de la elaboración de aquello que puede hacer más eficientemente que el otro.

En el caso de Guatemala, por su diversidad de climas produce eficientemente bienes agrícolas, y aplicando la teoría clásica se tiene que Guatemala produce café, y Japón produce computadoras, en esto se establece la esencia de las ganancias del comercio: con una mayor producción de ambos bienes los dos países pueden disfrutar de mejores niveles de vida, de esa manera, se puede observar que el progreso de cada sector económico depende del grado de especialización que cada país tenga y como debe competir en el mercado internacional, aprovechando su recurso humano y natural en el cual es competitivo frente a otro país. La presente teoría se relaciona con la investigación para fortalecer el argumento que al desarrollarse el sector agro industrial de las frutas deshidratadas ocasionaría un impacto en los países consumidores del mismo como lo es Japón, basado en los principios de la oferta y la demanda que Smith propone, Smith argumenta que, “un país puede competir con mayor facilidad con un país rico en la agricultura que con la manufactura”. (Adams, 2001:20)

En cuanto a la Teoría de la Ventaja Comparativa, fue David Ricardo quien dio aportes a principios del siglo XIX, basándose en la División Internacional del Trabajo, como mecanismo generador de riqueza con la especialización o utilización del tiempo en la eficiencia del trabajo, David Ricardo parte con su teoría de las Ventajas Comparativas llamadas también Ventajas Relativas, supone que una nación para intercambiar un bien no necesariamente debe tener ventajas absolutas en la elaboración de un bien, como lo

sostenía Smith, basta con que cada país se especialice en el bien que mejor realice internamente. En ese sentido se entiende que, si Guatemala produce café y emplea en su producción 100 horas de trabajo y Japón produce café en 140 horas, y a la vez ambos países producen vehículos pero Guatemala emplea 200 horas y Japón emplea 80 horas la ventaja comparativa de este ejemplo, sería que ambos están en la capacidad de producir ambos bienes, uno más eficiente que el otro respectivamente pero que aplicando la teoría de Ricardo, se permitiría que Japón emplee las 140 horas de trabajo en la producción de vehículos incrementando así su producción siendo más eficiente, y Guatemala emplee las 200 horas de trabajo que le lleva producir vehículos, en la producción de Café. De esa manera, se puede comprender que ambos países pueden intercambiar sus bienes obteniendo iguales resultados, siempre generando ganancias para ambos, y se relaciona con la producción natural de frutas deshidratadas puesto que Japón importa grandes cantidades de este producto como se señala en el desarrollo de la investigación.

Para determinar si el mercado japonés es potencial para la exportación de productos deshidratados, es importante tomar en cuenta dos variables: la oferta, la cual indica lo que un país esta produciendo y tiene la capacidad productiva para exportar y atender al mercado interno y la otra variable que es la demanda, la cual indica la cantidad que un determinado país requiere importar para el consumo interno de su población, para esto se puede aprovechar la teoría de Adam Smith en cuanto al comercio internacional y respaldada con el postulado del teólogo David Ricardo dice: “Aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le convendrá especializarse en aquellas mercancías para las que su ventaja sea comparativamente mayor o su desventaja comparativamente menor.” (Enciclopedia Economica, 2009:1)

En este sentido, la investigación se realizó con el fin de la comprobación de la hipótesis que plantea que si se mejora el proceso productivo en cuanto a calidad y capacidad, entonces se estará generando el crecimiento del sector de productos deshidratados y que por ende se estarían aumentando las exportaciones de estos productos hacia Japón, ya que es gran consumidor del mismo, tomando en cuenta que Guatemala tiene

la capacidad para promover el sector agro industrial de frutas deshidratadas. Es decir Guatemala tiene la capacidad y Japón la necesidad del consumo.

De esta manera para profundizar en el presente estudio en las técnicas a utilizar se realizaron visitas para realizar entrevista con preguntas abiertas a Nery Arriaza encargado de producción de la Cooperativa El Limón y Luisa Fernanda Barrientos, directora de Alimentos Campestre S.A. , los cuales expusieron sus opiniones al respecto por medio de las preguntas que se exponen en los anexos e hicieron aportes importantes específicamente en los temas del tipo de frutas que procesan, las frutas que se consumen a nivel mundial, la situación de las exportaciones de este producto, y los retos que este sector enfrenta. Así mismo es importante indicar la poca información que existe sobre lo relacionado al mercado de las frutas deshidratadas y en otros casos la información no es actualizada.

Por otra parte, El tipo de estudio realizado es la investigación empírica descriptiva, debido a que la investigación descriptiva expone un amplio panorama de cómo se ha desarrollado el sector de productos deshidratados en Guatemala, así como el intercambio comercial entre Guatemala y Japón. De la misma manera se aplicó la investigación de campo, a través de entrevistas a los actores involucrados en el desarrollo de las exportaciones y del sector productivo de deshidratados así como en las relaciones bilaterales Guatemala-Japón.

Las fuentes consultadas son libros, revistas y sitios electrónicos, todo detallado utilizando el método APA y precisado en la bibliografía. En cuanto a la historia de los sucesos nacionales se utilizaron los acuerdos y decretos que formulan la política comercial guatemalteca y para el panorama comercial guatemalteco se usaron estadísticas del Banco de Guatemala, e información provista por el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI), cabe resaltar que los datos que indica este sistema de información es extensa por lo que en algunos casos se elaboraron cuadros específicos en cuanto a exportaciones mundiales de productos y en otros se cita esta fuente y se describen los datos que expone según se opera el sistema de consultas. Otra fuente importante es el sitio de la Embajada de Guatemala en Japón puesto que describe las relaciones bilaterales/comerciales de ambos países.

La presente investigación expone sobre los sucesos internacionales que impulsan el desarrollo del comercio exterior y que tiene como resultado la formulación de las políticas comerciales guatemaltecas en la búsqueda de la ampliación de los mercados internacionales, lo que implica el estudio del comercio internacional en el marco de tratados comerciales con otros países en forma bilateral y en bloques, de esta forma se presenta en análisis del comercio guatemalteco con el mundo y se precisa en cuanto al tema de las frutas deshidratadas, los productores y consumidores del mismo y finalmente se expone la situación bilateral de Guatemala y Japón en el tema comercial, por lo que el estudio contiene los aspectos metodológicos requeridos para fundamentar las ideas expuestas en el mismo. Cabe resaltar que el mercado de las frutas deshidratadas en Guatemala es muy reducido, por lo que no se encontraron exportaciones específicas para este rubro pero que el detalle se encuentra en las conclusiones generales.

Así mismo la presente investigación tiene como objetivo general identificar la producción y comercialización de los productores guatemaltecos sobre las frutas deshidratadas, para lo cual se tiene como objetivos específicos identificar las empresas involucradas en el país igualmente analizar la producción, así como el intercambio comercial entre Guatemala y Japón. De la misma manera se tiene como objetivo específico analizar la oferta y la demanda de dichos productos para aumentar la oferta exportable guatemalteca a Japón, todo desde la perspectiva de las relaciones internacionales.

CAPÍTULO II

PRINCIPIOS QUE DETERMINAN EL COMERCIO

Los principios que determinan el comercio se encuentran enmarcados en la historia universal, puesto que por principio se entiende la razón fundamental sobre la cual se procede en cualquier materia, en este contexto el primer principio se encuentra en bases jurídicas que destaca precisamente por medio de la Revolución Industrial que se dio en la segunda mitad del siglo XVIII e inicios del siglo XIX, por el excedente de productos que se fabricaron, por otra parte la Gran Depresión (1929) encuentra el principio de las regulaciones en materia de aranceles por el proteccionismo que se suscitó en esta época lo que provocó la creación del Acuerdo General Sobre Aranceles y Comercio por sus siglas en inglés GATT (1946) y se tiene que busca regularlos en forma bilateral, y posteriormente en forma multilateral a través de la Organización Mundial del Comercio OMC (1994). En todos estos hechos el fenómeno de la globalización impulsa mecanismos de regularización en el comercio exterior e internacional. Lo que hace necesario exponer sobre estos sucesos de impacto mundial.

2.1 Bases Jurídicas del Comercio Exterior

El comercio exterior e internacional han recorrido un largo camino en la historia, una de sus primeras manifestaciones es por medio del trueque, la diversificación, especialización y complejidad que alcanza hasta la actualidad. Estos pasos se dieron a lo largo del tiempo, por medio de épocas de cambio en un proceso marcado de aceleración específicamente en el siglo XVIII, época donde se inicia la Revolución Industrial¹, ya que en el desarrollo del comercio se incorporaron nuevas técnicas por medio de los cambios tecnológicos, lo que generó fuertes excedentes de bienes que

¹La **Revolución industrial** fue un periodo histórico comprendido entre la segunda. mitad del siglo XVIII y principios del XIX, en el que Gran Bretaña en primer lugar, y el resto de Europa continental después, sufren el mayor conjunto de transformaciones socioeconómicas, tecnológicas y culturales de la historia de la humanidad, desde el neolítico. La economía basada en el trabajo manual fue remplazada por otra dominada por la industria y la manufactura. La expansión del comercio fue favorecida por la mejora de las rutas de transportes y por el nacimiento del ferrocarril. Las innovaciones tecnológicas más importantes fueron la máquina de vapor y la denominada *Spinning Jenny*, una potente máquina relacionada con la industria textil.

buscaron la colocación de nuevos mercados, lo que representó una expansión en los mercados, debido a que formuló e impulsó el comercio internacional. Es en esta expansión y diversificación en el tráfico de mercaderías que generaron importantes modificaciones en la estructura económica mundial “...Ya en el Siglo XX se producen importantes modificaciones porque nacen bloques económicos que gravitan en las relaciones comerciales y financieras entre las distintas regiones del mundo; fundamentalmente después de la Segunda Guerra Mundial; y es así como a la luz de avanzadas técnicas de producción y de comercialización se van intensificando las relaciones económicas, fundamentalmente entre aquellas regiones de acelerado desarrollo.” (Iglesias, 2003:1)

Las bases jurídicas se encuentran en el marco del contexto histórico internacional que se desarrolla durante el siglo XX, esto se debe a la crisis de 1929 donde la economía sufrió una grave recesión en el periodo entre guerras (1919-1939) puesto que detuvo el proceso de globalización económica que se daba desde el siglo XIX, lo que impulsa el intervencionismo estatal en las cuestiones económicas. “El sistema liberal construido hasta entonces entra en una profunda crisis, en especial a partir de 1929, que abre el camino a nuevas ideologías. Si bien sus idearios ofrecen marcadas diferencias, todas coinciden en reconocer la necesidad de un mayor intervencionismo estatal en materia económica, tendencia transmitida a la segunda mitad del siglo XX”. (Sánchez, 2008:106)

La Gran Depresión o Crisis del 29 se declara específicamente el 24 de octubre de 1929, debido a una caída en el mercado de valores de la Bolsa de Nueva York ya que se sufría un periodo de deflación² lo cual provocó que la economía europea, estadounidense y las que estaban ligadas a estos países fueran afectadas, precisamente por las restricciones al crédito y las importaciones para poder preservar el equilibrio de los intercambios exteriores y poder defender la política monetaria, lo que da paso a la creación de las medidas proteccionistas, es decir que el proteccionismo se formula como la respuesta a la crisis para proteger a los productos de un país donde se

²El Diccionario Real de la Academia Española en su 9na Edición refiere al término deflación como el descenso del nivel de precios debido, generalmente, a una fase de depresión económica o a otras causas.

imponen limitaciones a los productos similares, lo que se conoce como aranceles, con el objetivo de paliar la crisis de la década de los años 30, y esto genera que la comunidad internacional de este entonces impulsara mecanismos internacionales para controlar los aranceles y regular el intercambio comercial en el mundo por lo que el Acuerdo General Sobre Aranceles y Comercio por sus siglas en inglés GATT, ayudó a regular el comercio entre sus miembros a nivel mundial, el mismo se creó a finales de la Segunda Guerra Mundial (1945), los gobiernos impulsores³, percibieron la necesidad de incrementar el intercambio comercial entre las naciones con el propósito de elevar el nivel de vida de sus ciudadanos, generar empleo y aprovechar los recursos económicos con los que cada país cuenta, a través del otorgamiento mutuo de preferencias arancelarias y reducción de otras barreras al comercio de bienes y servicios, incluyendo la eliminación del trato discriminatorio en materia de Comercio Internacional.

“En la década de los años 1930, cuando el mundo atravesaba un periodo de depresión económica intensa, muchos gobiernos trataron de protegerse con la creación de obstáculos al comercio en diversas formas: aranceles elevados, contingentes de importación, control de cambios, etc. Durante la segunda guerra mundial se hizo patente el riesgo de que estas restricciones gravitaran sobre todos los países de manera permanente si no se intentaba, mediante esfuerzos estratégicos, restablecer lo más pronto posible el sistema de intercambio multilateral que unía a las diversas naciones antes de dicha depresión económica. El Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio es el fruto principal de los esfuerzos realizados en este sentido”. (Díaz Mier, 1996:52)

En este contexto, el panorama del comercio internacional, específicamente en el periodo de la post guerra (1945-1948) surgen las instituciones financieras internacionales Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Mundial (BM) para crear

³Estados Unidos de América, Cuba, Australia, Luxemburgo, Bélgica, Birmania, Brasil, Canadá, Ceilán, Checoslovaquia, Chile, China, Francia, India, Líbano, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Paquistán, Gran Bretaña e Irlanda del Norte, Rhodesia del Sur, Siria y Sudáfrica.

una institución que regulará dichas restricciones arancelarias, ya que era necesario controlar la materia comercial en el intercambio de bienes y servicios, institución que llevaría por nombre Organización Internacional de Comercio (OIC) para supervisar las disposiciones de un convenio internacional pero en 1946 el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas realiza la conferencia “Carta de la Habana, para una Organización Internacional del Comercio” con 106 artículos referentes a lograr el empleo y fomentar el desarrollo económico y social por medio del comercio internacional. La carta toma el nombre de “Acuerdo General Sobre Aranceles y Comercio” (GATT) firmado por 23 países entrando en vigor el 1 de enero de 1948 de manera provisional hasta enero de 1994, es así como el GATT se presenta como único ente que regula los aranceles para propiciar el comercio mundial libre de obstáculos para el intercambio mundial. Entre sus objetivos detalla:

- Liberalización del comercio mundial entre los Estados parte.
- Lograr niveles de vida más altos de los Estados miembros.
- Alcanzar la reducción sustancial de los aranceles aduaneros y de las demás barreras arancelarias.
- Facilitar el crecimiento económico de los países subdesarrollados.
- Eliminar el trato discriminatorio en materia de comercio internacional.

En este sentido el GATT, busca regular los aranceles por medio de las Rondas de Negociación, pero en forma bilateral por medio de las cinco negociaciones realizadas en el periodo entre 1957 y 1997, como es notorio en el cuadro No. 1 y fueron exclusivamente para aranceles logrando la reducción de un promedio del 59% a 35% de los aranceles y para 1972, las tasas arancelarias se habían situado en menos del 10% en los países industrializados, pero a pesar de estos logros faltaba mucho por hacer en cuanto a restricciones, principalmente en el sector agrícola. Los problemas que enfrentaba el GATT nacieron a raíz del incremento en el intercambio comercial, a pesar de distinguirse el acuerdo como el instrumento que colaboró al buen funcionamiento del comercio internacional, se ve como un documento no viable a la facilitación del comercio. Lo que conlleva a que en la Ronda de Uruguay (1994), se evalúe la posibilidad de contar con un ente regulatorio que ampliara los temas relativos

a comercio internacional con mayores temas y propiciara mayor facilitación al comercio entre las naciones. Es así como, durante la Ronda de Uruguay, se toma la decisión de la creación de un organismo internacional regulador de los intercambios comerciales en forma multilateral, es por esta razón que en 1995 se crea la Organización Mundial del Comercio (OMC), teniendo como precursor al GATT.

Cuadro No. 1

Rondas de Negociación 1947-1994

AÑO REALIZACIÓN	SEDE	TEMA (S)
1947	Ginebra	Aranceles
1949	Annecy	Aranceles
1951	Turquía	Aranceles
1956	Ginebra	Aranceles
1960-1961	Ginebra (Ronda Dillon)	Aranceles
1964-1979	Ginebra (Ronda de Kennedy)	Aranceles y Medidas Antidumping
1973-1979	Ginebra (Ronda de Tokio)	Aranceles, Medidas No Arancelarias y Acuerdos relativos al marco jurídico
1986-1994	Ginebra (Ronda Uruguay)	Aranceles, Medidas No Arancelarias, Normas, Servicios, Propiedad Intelectual, Solución de Diferencias, Textiles, Agricultura y creación de la OMC, entre otros.

Fuente: SICE adaptación propia conforme información de GATT

La OMC fue establecida el 1ro de enero de 1995 y su función principal básica es la de administrar y aplicar los acuerdos multilaterales originados de la mencionada Ronda. Su sede está en Ginebra, Suiza con la participación de 153 países. La OMC es una organización "...en la que las decisiones se adoptan por consenso entre los gobiernos de todos los países Miembros y se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países y que a diferencia del GATT cuenta con un marco jurídico más completo y claro, el cual contiene mecanismos de solución de controversias más eficaz y fiable". (SICE, 2011:1)

Desde 1995 el organismo a nivel mundial que normaliza las transacciones con relación al Comercio Internacional es la OMC, así como acuerdos y tratados que regulan las transacciones multilaterales. Por ahora, es el único órgano que se encarga de velar por el cumplimiento de las normas que rigen las relaciones comerciales. Los pilares sobre los que se sustenta son los Acuerdos de la OMC, los cuales han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países miembros y ratificados por sus gobiernos. Las disputas comerciales se tienen que resolver con el voto de dos tercios a tres cuartas partes de las naciones miembros, en lugar de hacerlo por unanimidad, como sucedía en el GATT. De acuerdo al Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE) sus principales funciones son:

- Administrar los acuerdos comerciales de la OMC
- Foro para negociaciones comerciales
- Trata de resolver las diferencias comerciales
- Supervisa las políticas comerciales nacionales
- Actividades de asistencia técnica y formación destinadas a los países en desarrollo
- Cooperación con otras organizaciones internacionales

En este contexto, el Estado guatemalteco participa a raíz del crecimiento multilateral de las relaciones comerciales a nivel mundial, se ve en la necesidad de involucrarse en organismos internacionales reguladores del comercio internacional y define su estrategia de política comercial externa bajo tres pilares, el primero es el mantenimiento de la participación de Guatemala en el marco de la OMC, segundo es la política interna con el tema de integración y el tercero el proceso de apertura comercial a través de la negociación de TLC's. En este sentido Guatemala, durante la conferencia de Marrakech, Marruecos, el 15 de abril de 1994, suscribió el Acta Final en que se incorporan los resultados de la Ronda de Uruguay y de Negociaciones Comerciales Multilaterales", bajo el Decreto No. 37-95, artículo 1, donde se aprueba el Acuerdo. (Ver Anexo 1) La participación se realiza luego de un examen comercial realizado al país y la presentación del listado inicial de productos que podrían contar con preferencias para ingresar a territorio guatemalteco. El MINECO a través de la Misión Permanente de

Guatemala ante la OMC contribuye a la transformación e incorporación del país en el nuevo orden económico mundial para acelerar el crecimiento económico. La creación de este organismo fue relevante para Guatemala durante el Gobierno de Ramiro de León Carpio (1993-1996), periodo en el cual pasó a formar parte de la OMC, su participación e involucramiento en el tema comercial es activo, logrando el mecanismo de inserción para la regulación de acuerdos comerciales multilaterales que se desarrollan en materia de comercio internacional a nivel mundial. La responsabilidad de la participación activa de Guatemala desde 1995 en la OMC recae en el Ministerio de Economía según su Reglamento Orgánico Interno aprobado bajo el Acuerdo Gubernativo No. 182, en mayo de 2000, en su Capítulo II, Artículo 7, establece al Vice ministerio de Integración y Comercio Exterior como el encargado de promover las relaciones económicas y el desarrollo del comercio exterior, así como impulsar el perfeccionamiento de la integración económica regional. (Ver anexo 2)

De manera que las bases jurídicas que regulan el comercio mundial se encuentran en el desarrollo del GATT en las regulaciones arancelarias en forma bilateral, es decir entre los intercambios comerciales entre dos países y por medio de la OMC en forma bilateral, lo que da paso a la creación de bloques comerciales regionales, por medio de la integración, y por ende los mecanismos que regulan el comercio internacional, pero que previo a analizarlos es importante precisar sobre el comercio exterior e internacional.

2.2 Comercio exterior e internacional

El comercio es una actividad donde la sociedad en general adquiere los productos ya sea de la producción interna del lugar de origen o del exterior, lo que implica determinar la definición de comercio, entendiendo a esta actividad como "...la actividad socioeconómica relacionada con el intercambio de materiales que sean libres de mercado de compra de bienes y servicios, sea para su uso, venta o transformación" (Gómez Castañeda, 2005:5) de manera que el comercio es considerado por algunos autores como la actividad mas importante por el cual se adquieren los productos de

consumo, puesto que el comercio es uno de los sectores de la economía cuya dinámica y funcionamiento está en estrecha relación con el desarrollo de todas las ramas de la producción, ya que es el conducto mediante el cual llegan los productos a los consumidores, de esta manera en este conducto se relacionan dos formas en las que los productos llegan a los consumidores; la vía exterior e interior de los países, en este contexto la vía exterior se formula porque los consumidores adquieren los productos que no se encuentran en la producción interna lo que involucra al comercio exterior e internacional y su respectiva diferencia.

En primera instancia es necesario definir ambos términos, por lo que el Dr. Salvador Mercado en el libro "Comercio Internacional I", indica que comercio internacional es la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de estos a otros países, e integran lo que se denomina como comercio exterior (2006:13) puesto que la vinculación que existe entre ambos términos implica que las políticas que se generen para uno sean vinculantes para el otro. Por otra parte el comercio exterior, se puede comprender como la doble corriente que se produce cuando un país envía por medio de las exportaciones, los bienes y servicios que produce y a la vez recibe lo mismo que proviene del extranjero por medio de las importaciones, es decir que no es más que las exportaciones e importaciones que se realizan entre países, que implica en una perspectiva general el mismo mecanismo del comercio interno, vender y comprar lo que la sociedad demande u oferte, es decir vender un bien o servicio fuera de los límites político-económicos, cumpliendo siempre con los lineamientos e implicaciones que éste proceso conlleva, sus regulaciones se manejan a través de organismos especializados que se dedican a facilitar y regular el comercio internacional. Dentro de las características principales del comercio internacional se encuentra: "Aumento de las oportunidades comerciales: la principal ventaja del comercio internacional se halla en que amplía los horizontes comerciales. 2. Soberanía de las naciones: En el comercio internacional intervienen personas y empresas que viven en países distintos. 3. Tipos de cambio: la mayoría de los países tiene su propia moneda". (Samuelson & William, 2006:13)

En este contexto la importancia del comercio internacional hace que progresivamente se involucren diferentes variables económicas que influyen en su funcionamiento, como lo son los acuerdos o tratados de libre comercio, organismos internacionales reguladores del comercio y legislación interna de cada país. A pesar de la relevancia en la economía mundial y de tener su propio marco regulatorio, el comercio internacional enfrenta sus propios desafíos de los cuales, cabe señalar, el proteccionismo al que cada país se enfrenta durante el intercambio comercial, es decir cuando los países intentan proteger a la industria nacional de la competencia extranjera, imponiendo límites o comúnmente llamadas “barreras no arancelarias” a la importación de un producto determinado. Un ejemplo puede ser el mecanismo de protección de México con Guatemala, que se refleja en la balanza comercial entre ambos países, desfavorable para Guatemala, lo cual se debe a las dificultades que el país vecino, con sus procesos complejos en materia de barreras no arancelarias como: el etiquetado, normas de calidad o especificaciones técnicas de la documentación de exportación, hace que se atrase o bloquee el ingreso de mayor cantidad de productos y perjudica el crecimiento comercial entre ambos países. No obstante, es en estas circunstancias cuando se aplican variables que maneja el comercio internacional para facilitarlos. Por ejemplo México, ha sido un país que, a pesar del Tratado de Libre Comercio que tiene vigente con Guatemala desde el año 2000, es el que mayor número de barreras no arancelarias aplica a las importaciones guatemaltecas, a pesar de que el 98% de productos están al 0% de arancel para su ingreso a territorio mexicano.

A pesar de la existencia de las barreras no arancelarias en el Comercio, existe la regulación a nivel internacional para los exportadores e importadores por medio de las bases fundamentales para el funcionamiento correcto del intercambio a nivel mundial, en el establecimiento de normativas para uso de las empresas que importan y exportan con la finalidad de crear lineamientos claros y fijos en beneficio de ellos, y se encuentra dentro de los INCOTERMS a partir del año 2000 (acrónimo del inglés de International Commercial Terms) que básicamente son normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías y que se usan para aclarar los costos de las transacciones comerciales internacionales donde se delimitan las responsabilidades entre el

comprador y el vendedor, donde se refleja en la práctica actual el transporte internacional de las mercancías. Estos han sido elaborados y dirigidos por la Comisión de Derecho y Práctica Mercantil de la Cámara de Comercio Internacional, debido a que definen y asignan claramente las obligaciones, gastos y riesgos del transporte internacional y del seguro, entre el exportador y el importador que deben asumir al realizar intercambio comercial. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras y las cortes de los países suscritos a la Cámara de Comercio Internacional y se conforman por un conjunto de reglas internacionales, que permiten acordar los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones internacionales, debido a que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. La selección del término influye en el costo del contrato, ya que éstos determinan, lo siguiente:

- El alcance del precio: Es donde se estipula el medio de pago elegido.
- En qué momento y dónde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador: Es el momento donde se detallan los aspectos de la logística del transporte.
- El lugar de entrega de la mercadería: El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido.
- Quién contrata y paga el transporte: Es la parte donde se acuerda y especifica el contrato y pago del transporte de las mercaderías.
- Quién contrata y paga el seguro: Generalmente el vendedor se hace cargo de los costos del transporte principal y el seguro hasta que la mercancía llegue al puerto de destino.
- Qué documentos tramita cada parte y su costo: En este aspecto, generalmente es el vendedor que se hace cargo de los trámites aduaneros salvo que se adopte un Incoterm específico de exportación donde el comprador es el que se hace responsable de dicho trámite.

Son 13 Incoterms, los cuales se abrevian en tres letras, se detallan a continuación:

Cuadro No. 2

INCOTERMS

SIGLA	DESCRIPCIÓN EN INGLÉS	DESCRIPCIÓN EN ESPAÑOL
CFR	Cost and Freight	Costo y Flete
CIF	Cost, Insurance and Freight	Costo, Seguro y Flete
CIP	Carriage and Insurance Paid to	Transporte y Seguro pago hasta (Lugar de destino convenido)
CPT	Carriage Paid To	Transporte Pagado Hasta (Lugar de destino convenido)
DAF	Delivered at Frontier	Entregada en Frontera
DDP	Delivered Duty Paid	Entregada Derechos Pagados
DDU	Delivered Duty Unpaid	Entregada Derechos No Pagados
DEQ	Delivered Ex Quay	Entregada en Muelle
DES	Delivered Ex Ship	Entregada sobre Buque
EXW	Ex Works	En Fabrica
FAS	Free Alongside Ship	Franco al Costado del Buque
FCA	Free Carrier	Franco Transportista
FOB	Free On Board	Franco a Bordo del Buque

Fuente: Llamazares García-Lomas, Olegario. «Capítulo 4: Los Incoterms Uno a uno» (en castellano). Guía Práctica de los Incoterms 2010 (1ª edición). Global Marketing Strategies, S.L.. pp. 133-151.

En tal sentido, el Comercio Internacional y Exterior, ambos términos son términos utilizados indistintamente, debido a que las teorías expuestas no consideran que haya gran diferencia entre estos pero distintos autores hacen uso de uno y de otro término, pero que la diferencia entre estos, alude a que el comercio que se realiza entre dos entes económicos más allá de las fronteras nacionales, sin embargo el comercio internacional hace referencia a una actividad, que se enmarca en un punto elevado que contempla de manera global el intercambio de bienes y servicios, es decir por encima de las fronteras, lo que refiere al comercio exterior como la venta e intercambio de los

mismos productos del excedente de la producción nacional. El término comercio exterior provee una connotación de un espectador que habla de este tipo de relaciones entre dos diferentes entes económicos, pero enfocándolos desde el lugar, o país, en el que se encuentra. El comercio internacional puede ser definido como aquel que se realiza entre los Estados que componen la comunidad internacional, ya sea por medio de organismos oficiales o de los particulares mismos. También debe considerarse comercio internacional aquel que tiene lugar entre un Estado y una comunidad económica, así por ejemplo entre Guatemala y el Mercado Común Europeo. Por parte del Consejo Nacional para las Exportaciones de Guatemala CONAPEX, el comercio exterior lo define como la doble corriente que se produce cuando un país envía al exterior a través de las exportaciones, los bienes y servicios que produce y a la vez recibe, y entiende al comercio internacional como la administración de las negociaciones internacionales y la administración de los tratados que el país ha adquirido.

2.3 La Globalización en la Integración regional y mecanismos reguladores en el comercio internacional

El fenómeno de la globalización, comprendiendo a este término como un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los países por medio de la unificación de los mercados de carácter global, se tiene que las economías desarrolladas se integran en el aumento de los intercambios comerciales, genera la integración bajo el impulso de la globalización, ya que los países se integran por medio de una serie de esfuerzos encaminados a organizar una zona común accesible a las economías de los países interesados y dentro de la que se da libertad de movimiento de las personas y los factores de producción (capitales, bienes y servicios) bajo este contexto los grados de integración son: Zona de Libre Comercio, Unión Aduanera, El Mercado Común, Unión Monetaria, Unión Económica e Integración Política. La integración a través de la creación de zonas regionales preserva la competencia del multilateralismo en el tratamiento de las relaciones interzonales, además es un sistema que por la regla del consenso y la creación de zonas ilimitadas facilita la cooperación, lo que simplifica las

relaciones comerciales. Las ventajas de la integración, según el Dr. Villagrán Kramer son:

- Empleo óptimo de los factores de producción
- Ampliación de los mercados consumidores
- Aceleración del proceso de integración nacional
- Efectos sociales favorables
- Impulso al desarrollo científico tecnológico
- Fortalecer la capacidad de negociaciones en todos los planes del ámbito internacional.

Un ejemplo de integración es el de la Unión Europea, el cual ha alcanzado el grado máximo de integración que ha permitido a sus miembros elevar a otro nivel su economía, al grado de ser su moneda el “Euro” categorizada con mayor valor que el dólar americano, el cual durante décadas fue el determinante en el flujo monetario. A pesar de tener este ejemplo de integración, para regiones como la centroamericana el proceso ha sido más difícil llevando más de 50 años en el intento. Por otra parte, la integración regional conlleva un proceso que conforma un territorio económico y por ende otorgar determinada porción de su soberanía a un organismo supranacional, de esta manera la Integración ha sido un condicionante de los terceros países para negociar acuerdos comerciales ya no con los países si no en bloques, lo que ha forzado a los países de la región centroamericana a buscar el mecanismo de armonización que permita cumplir con este requisito, por lo que se tiene una Unión Aduanera incompleta (llamada así por SIECA) puesto que entre sus miembros ninguno está dispuesto a otorgar su soberanía para avanzar en el proceso de integración, al contrario pelean por obtener otras porciones adicional a la que tienen. Para la región centroamericana la situación se encuentra entre la negociación de las normas técnicas regionales, la armonización del sistema arancelario que permitan la facilitación del comercio, el proceso de negociación para la consolidación de la Unión Aduanera Centroamericana es complejo, se avanza lentamente debido a que es difícil definir el tiempo en que se pueda establecer una Integración Económica y Política Centroamericana similar al modelo de la Unión Europea, debido a que durante varias décadas cada país de la

región centroamericana ha negociado unilateralmente sus Acuerdos o Tratados Comerciales con terceros países, lo que ha generado que no exista un arancel unificado ante terceros países para poder consolidar los procesos de negociación y avanzar en el proceso integracionista. Sin embargo, se cree que la unión aduanera es un paso de los más desafiantes que tienen los gobernantes de los estados miembros, ya que se han otorgado diferentes tipos de preferencias a terceros países y se cuentan con diferentes tipos de tratados bilaterales en la región.

“Hasta el momento, uno de los principales obstáculos ha sido el lento progreso de la integración regional. A pesar de todas las modificaciones operadas recientemente, el SICA es todavía una unión aduanera incompleta que pretende convertirse en un mercado común. En este momento, el SICA se enfrenta a la cuestión relativa a la aplicación de políticas comunes o coordinadas en los diferentes Estados miembros. La exitosa implementación de esas políticas llevaría a la consolidación de la integración. En este sentido, la experiencia de la Unión Europea constituye una importante fuente de buenas prácticas que pueden ser de utilidad y cuya aplicabilidad debe ser evaluados por especialistas y profesionales”. (Observatorio de Políticas Comunes SICA, 2010:1)

En este sentido, la globalización ha impulsado mecanismos de regulación en el desarrollo del comercio internacional, para poder incentivar e incrementar el flujo de las relaciones comerciales, en primera instancia se tiene a los acuerdos de complementación económica que se implementa cuando los Estados no tienen relación comercial pero que constituye un primer acercamiento en forma bilateral, por lo que el segundo mecanismo regulador es el Acuerdo de Alcance Parcial que aplican determinados Estados a efecto de permitir el acceso de bienes a su territorio, libres o con rebajas sustanciales en los aranceles, en este mecanismo se manejan las listas de productos unilateralmente, en la aplicación de este tipo de acuerdo en los países firmantes ya existe el intercambio comercial y el listado incluye productos específicos que cubre menos del 80% de la producción de un país. Asimismo, incluye capítulos a conveniencia de ambos involucrados y su vigencia es por tiempo determinado. Generalmente, es el primer paso de los países para ceder preferencias arancelarias y se considera la plataforma para la creación de un Tratado de Libre Comercio –TLC-. El

dinamismo de la globalización ha generado que este tipo de acuerdos con el paso del tiempo vayan siendo sustituidos por los TLC's.

Los Tratados de Libre Comercio funcionan como otro mecanismo regulador del comercio internacional puesto que juegan un papel importante en la integración y son convenios multilaterales entre países o entidades económicas a fin de expandir el intercambio internacional como un medio para elevar el nivel de bienestar en el mundo. El principal objetivo es establecer mecanismos no arancelarios de acceso a mercados de bienes y servicios, así como lograr la eliminación total o parcial a través de desgravación de aranceles al universo arancelario de los países miembros del mismo, ya que busca crear oportunidades y acceso a bienes o servicios de mejor calidad, así como productos que no son producidos dentro del territorio individual de los Estados firmantes. El aplicar y aprovechar adecuadamente este tipo de instrumentos permite el incremento del intercambio comercial, crecimiento a favor de la Balanza Comercial, entre otros. La participación del Estado guatemalteco en las negociaciones multilaterales que se realizan en el marco de la OMC y el proceso de avance de la Ronda de Doha⁴ a través de los temas en negociación, ha permitido avanzar en su inserción el proceso de globalización. En este contexto, cabe resaltar que Guatemala cuenta con TLC's, Acuerdos de alcance Parcial, Acuerdos de Complementación y Acuerdos de protección a las inversiones que ha negociado y tiene vigentes. (Ver detalle en 3.2)

Otro mecanismo que regula el comercio internacional es el Sistema General de Preferencias –SGP- cuyo propósito es establecer un mecanismo de apoyo a los países en desarrollo para el intercambio de bienes y servicios. El mecanismo de aplicación de la preferencia otorgada por un país en desarrollo se realiza a través de un listado de determinados bienes que el país en desarrollo puede exportar con la tasa preferencial otorgada. Los países beneficiarios de éste sistema se encuentran enlistados en la OMC clasificados como países en desarrollo, les otorga la oportunidad de vincularse

⁴ Ronda de Doha: es la ronda de negociaciones comerciales más reciente entre los Miembros de la OMC. Tiene por objeto lograr una importante reforma del sistema de comercio internacional mediante el establecimiento de medidas encaminadas a reducir los obstáculos al comercio y de normas comerciales revisadas.

comercialmente con una mejora competitiva, siempre y cuando los productos sean originarios del país, es decir, que la materia prima utilizada durante el proceso de producción sea directamente de Guatemala, y que no exista un acuerdo o tratado comercial que establezca otros medios de acceso al mercado.

A la fecha Guatemala tiene acceso a nueve sistemas generalizados de preferencias arancelarias que son Australia, Nueva Zelanda, Japón, Canadá, Suiza, Bulgaria, Rusia, Noruega, Turquía, Unión Europea. Hasta 2006 Guatemala exportaba a Estados Unidos a través del uso del SGP, el cual se sustituyó a la entrada en vigencia del DR-CAFTA, en el caso con Unión Europea el SGP plus venció el 31 de diciembre de 2011, con la firma del Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica, firmado el 19 de mayo del 2010, el cual cuando entre en vigencia, estaría sustituyendo al SGP para el comercio multilateral. Dichos países ya incluyen en sus textos el acceso preferencial inmediato o en periodos de desgravación para el 98% del universo arancelario, el 2% restante pertenece al grupo de productos clasificados como sensibles por los países partes.

En este contexto, cabe señalar que el pilar de lo expuesto en este capítulo son las relaciones internacionales, ya que como se expone la globalización y sus elementos han dado forma al desarrollo del Comercio Internacional, identificándolo con dos aspectos propios del esquema mundial, que figuraron en la primera mitad del siglo XX, en primer lugar cuando se desató la Crisis de 1929, etapa en la que no se contaba con instituciones internacionales que regularan el proceso de globalización que se desarrollaba desde la Revolución Industrial en Inglaterra. En este mismo orden de ideas tenemos a la Sociedad de Naciones⁵ (SDN) la cual tenía una débil gestión entre sus Estados miembros, lo que no permitía que se lograrán espacios de consenso internacional en busca de soluciones de los efectos de la crisis y que tuvo como

⁵La Sociedad de Naciones (SDN) fue un organismo internacional creado por el Tratado de Versalles en 1919, como consecuencia del desastre humano, político y económico que fue la Primera Guerra Mundial. La Sociedad de Naciones cumplió débilmente su objetivo inicial durante el periodo de entre guerras, pero no llegó a ser lo competentemente fuerte como para evitar la Segunda Guerra Mundial. Los medios ineficientes tanto económicos como políticos para hacer cumplir su cometido, la falta de compromiso de las naciones implicadas, su falta de unanimidad y el fiasco de los tratados de paz firmados en 1919, que no lograron reorganizar de forma satisfactoria el mapa europeo, determinaron el fracaso.

consecuencia el proteccionismo de los mercados internos y posteriormente la inevitable Segunda Guerra Mundial, suceso por medio del cual se alcanzó evolucionar a un ambiente global en el cual proliferaron las instituciones mundiales, en el marco de las Naciones Unidas en 1945, con el objetivo de encontrar soluciones a la problemática que pusiera en riesgo la paz mundial, de manera que es así como surgen los mecanismos que permiten revertir el proteccionismo de la crisis anterior.

Es así como se identifica el marco jurídico internacional para regular el comercio internacional por medio de las negociaciones para la reducción y eliminación de aranceles, proceso que llevó la segunda mitad del siglo XX desembocando en primera instancia en el GATT y luego en la creación de la OMC.

Por lo que el sistema internacional que emergió posterior a la Segunda Guerra Mundial se presenta teniendo como denominador común al derecho internacional, entendiéndolo como "...el conjunto de normas que procuran una convivencia pacífica entre los estados" (Larios Ochaíta, 2001:3)

Por su parte, Guatemala se vincula al sistema mundial vigente regido por el derecho internacional, ya que como se mencionó anteriormente ingresa como miembro de la OMC, lo cual le ha llevado a un proceso de apertura comercial y al desarrollo del comercio exterior a través de las exportaciones, por lo que cuenta con un marco jurídico específico para participar en el sistema multilateral, por medio de políticas comerciales donde se vinculan los diferentes sectores productivos, así como la iniciativa privada por medio su propia organización interna a través de Cámaras o Asociaciones ha logrado generar relaciones comerciales con nuevos socios comerciales, aspecto nacional que se conoce como la política integrada del comercio exterior, lo cual se desarrolla en el capítulo siguiente.

CAPÍTULO III

POLÍTICA INTEGRADA DE GUATEMALA EN EL COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior e internacional se refleja en el Estado guatemalteco por medio de una mayor actividad ante un escenario de apertura comercial en el crecimiento de comercio. Según los datos expuestos en el sitio oficial del MINECO es a partir de 1986 donde surge en Guatemala el Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones CONAPEX, siendo el foro sobre comercio exterior más importante que existe en el país, creado por el acuerdo gubernativo 367-86 y modificado por acuerdo gubernativo 399-90 y está integrado por parte del sector público por el Ministro de Economía, quien lo preside, y los Ministros de Agricultura Ganadería y Alimentación, Relaciones Exteriores, Transporte y Obras Públicas, y el Presidente del Banco de Guatemala. Por parte del sector privado los representantes son nombrados por la Cámara Empresarial de Guatemala, quienes representan el sector agrícola, industrial, finanzas, turismo, comercio y cooperativista, este organismo cuenta con la Comisión Nacional Coordinadora de Exportaciones CONACOEX que ejerce como secretaría del Consejo y se crea para la instrumentación y ejecución de políticas y decisiones emanadas del Consejo.

El primer paso cometido por el Estado guatemalteco a partir de 1986 por medio de CONAPEX, fue la reducción de barreras arancelarias y no arancelarias para la importación de productos, generando así la apertura comercial con "...la reducción del 95% de restricciones no arancelarias, tales como: cuotas y permisos de exportación, y se redujeron los niveles arancelarios de un 60% al 11.38%, con un techo del 20% un piso del 1%".(CONAPEX, 1996:14). Esta apertura comercial tuvo falta de reciprocidad de sus socios comerciales a las exportaciones por lo que tuvo la necesidad de tomar acciones imperantes que propiciarán el desarrollo empresarial y económico del país y para esto contar lineamientos en materia de comercio exterior para poder tener mejores condiciones de acceso al mercado internacional, derivado de la falta de competitividad que tenían los productos guatemaltecos en acceso con aranceles

elevados y barreras no arancelarias que ocasionaban el atraso en el intercambio comercial para Guatemala. Por ello, en noviembre de 1996 se aprueba la Política Integrada de Comercio Exterior. En este contexto CONAPEX impulsa la creación de políticas que fomentan la actividad comercial por medio de la Política Integrada de Comercio Exterior, ya que este concepto se deriva de la globalización en la economía a nivel mundial, en tal sentido la Política Integrada de Comercio Exterior se entiende como "...el conjunto de acciones coherentes y armonizadas ejecutadas tanto por el sector público como el privado, destinadas a lograr una inserción exitosa de Guatemala en el comercio internacional". (CONAPEX, 1996:8)

La Política Integrada de Comercio Exterior guatemalteca tiene como objetivo 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 para incrementar el empleo, el ingreso y el bienestar de la población, y para lograr esto la Política Integrada comprende dos áreas específicas: a) Desarrollo de la Competitividad y; b) Negociaciones internacionales y Administración de los Tratados.

De acuerdo a CONAPEX, la competitividad es la primera condición necesaria para lograr la inserción adecuada al mercado internacional, precisamente en la producción y los servicios nacionales, por otra parte la política integrada es la que impulsa el fomento en el comercio e inversiones y busca lograrlo por medio de mejorar el ambiente macroeconómico específicamente manteniendo una tasa estable en el tipo de cambio en forma competitiva de acuerdo a la oferta y la demanda de los mercados internacionales, manteniendo también incentivos fiscales, el uso de los aranceles como forma de negociación con nuevos socios comerciales, modernizar y asegurar el buen funcionamiento de la infraestructura del país, privatización de servicios estatales como aduanas, telecomunicaciones, puertos, aeropuertos etc. En ese sentido busca promocionar la competitividad también por medio de exponer a los socios comerciales sobre la estabilidad en la democracia, seguridad ciudadana, legislación favorable para las exportaciones e importaciones para lo cual realiza la promoción de las

exportaciones por medio de la apertura de nuevos mercados, diversificación de nuevos productos de exportación, el fomento de la Inversión Extranjera Directa, etc.

En cuanto al área de las negociaciones internacionales y administración de los tratados el consejo estima que en economías pequeñas como Guatemala resulta indispensable contar con un entorno económico internacional con un mínimo de certidumbre y se hace por medio de la reducción de la mayor vulnerabilidad de países pequeños ante acciones arbitrarias de países grandes, lo que requiere la aplicación de reglas multilaterales que restrinjan estas posibilidades de acción asimétrica que resulta de distintos grados de poder en las relaciones internacionales. De aquí surge la necesidad de orientar nuestras relaciones comerciales externas al propósito de asegurar el acceso a mercados, capital y tecnología en el contexto internacional, impulsando la aplicación de reglas internacionales aplicables a las relaciones comerciales; además, participando activamente en las negociaciones comerciales multilaterales, regionales y subregionales.

3.1 Política Comercial Externa

La política comercial externa del estado guatemalteco es la compilación de las medidas establecidas a partir de la formulación de CONAPEX, en este sentido la primera medida en Guatemala se debe a la reactivación del Mercado Común Centroamericano (MCCA), este mecanismo fue establecido desde 1960, integrado por Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica y se rige por el Tratado de Managua (1960) y sus protocolos modificatorios, pero se toma como política comercial de Guatemala ya que para 1990 derivado del aumento de la competitividad que exigía la creciente globalización los presidentes centroamericanos acordaron reestructurar, fortalecer y reactivar el proceso de integración, así como sus organismos. En Abril de 1993 los presidentes centroamericanos acordaron fortalecer el proceso de integración en materia comercial por lo que, se llega a un acuerdo de libre comercio conocido como el Mercado Común Centroamericano (MCCA) que tiene como objeto el intercambio de la mayoría de los productos, la liberalización de capitales y la libre movilidad de personas.

De la misma manera CONAPEX impulsa la búsqueda de socios comerciales que como se menciona en el 2.3 los tratados comerciales son una herramienta fundamental para la promoción de la inversión extranjera de manera que Guatemala ha suscrito tratados comerciales con diferentes países del mundo:

El TLC con México suscrito el 29 de junio del 2000 entrando 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 TLC's 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 MINECO son: TLC con Chile que entró en vigencia el 23 de marzo del 2010, el cual se encuentra en pleno desarrollo puesto que las exportaciones a Junio del 2011 ascienden 93.2 millones de dólares; así mismo se cuenta con el TLC con Colombia, el cual entró en vigencia el 12 de noviembre del 2009, y que inicia con el 53% libre de aranceles negociados, el 63% en cinco años y en diez años será del 70% en dicho intercambio de bienes. A estos tratados se debe agregar el Acuerdo de Asociación en negociación con la Unión Europea y los países de Centro América que actualmente se encuentra en la implementación de un comité consultivo que velara por el cumplimiento de la aplicación de los compromisos del mismo, y que estará integrado por representantes de la UE y de Centroamérica, así mismo se prevé que se logre la aprobación para mediados del año 2012; así como también el reflejo del 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, se tiene también el TLC 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. Por otra parte el Estado guatemalteco inicio en 2012 proceso de negociación para un Acuerdo de Alcance Parcial con Trinidad y Tobago.

Aunado a estos, Guatemala cuenta también con una amplia red de Acuerdos de Promoción y Protección Recíprocas de Inversiones (APPRI) 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, entre 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.

La política comercial también contempla la creación de instituciones en la búsqueda del aumento de las exportaciones en forma competitiva, por lo que en el 2004 se conformó la Oficina del Comisionado Presidencial para la Inversión y Competitividad, con dos entidades ejecutoras para alcanzar sus planes en esta materia: el Programa Nacional de Competitividad (PRONACOM) y la Agencia de Promoción de Inversión Extranjera Directa “Invest in Guatemala” en el caso de PRONACOM se establece en 1999 por medio del Acuerdo Gubernativo 942-99, reformado por el Acuerdo Gubernativo 306-2004, entre las atribuciones que menciona el acuerdo en cuanto a las responsabilidades del dicho programa están: impulsar acciones y políticas que tiendan a mejorar las condiciones para la inversión productiva en el país, apoyar la formación de conglomerados productivos y de servicios, identificados como potencialmente competitivos y dar seguimiento para su fortalecimiento y desarrollo, apoyar la formación de Agendas de Desarrollo Competitivo Local, a nivel Municipal o Regional, orientadas a fomentar el desarrollo productivo sostenible. Otra institución importante es “Invest in Guatemala”, puesto que PRONACOM complementa sus funciones con la agencia de atracción de inversiones esta institución, y es la encargada de ofrecer todo el apoyo y soporte necesario a los inversionistas extranjeros en búsqueda de oportunidades en el país, con el objetivo de promocionar Guatemala como el mejor destino de Inversión en los sectores previamente establecidos y atraer inversión extranjera directa que genere nuevos puestos de trabajo y permita a los guatemaltecos mejorar su nivel de vida y Contribuir al desarrollo socioeconómico de Guatemala a través de la exitosa promoción

de inversión extranjera directa orientada, principalmente, a la exportación de bienes y servicios.

Adicional a la base legal del CONAPEX, se encuentra la Política de Gobierno que estableció la UNE, en la cual se definía la Política de Desarrollo Económico, la cual en el numeral 4, busca estimular e incentivar el crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios, a través de "... a) Negociar TLC's con las economías más grandes, buscando las condiciones más favorables para el país.; b) Fortalecer la integración centroamericana.; c) Crear agregados comerciales, en los países con los cuales se firmarán tratados de libre comercio".(UNE, 2007:113).

Cabe resaltar que las novedades que se perfilan en el Gobierno de Otto Perez Molina son las intensiones de lograr la apertura de más mercados en el exterior a través de la búsqueda de "nichos" específicos para productos y servicios que tengan potencial de exportación tal y como lo afirmó el actual Ministro de Economía y así mismo se tiene como novedad actualizar la agenda nacional para mejorar la competitividad. "El tema de competitividad es tarea de todos los guatemaltecos, del sector privado, público y de cada institución" (Diario de Centroamerica, 2012)

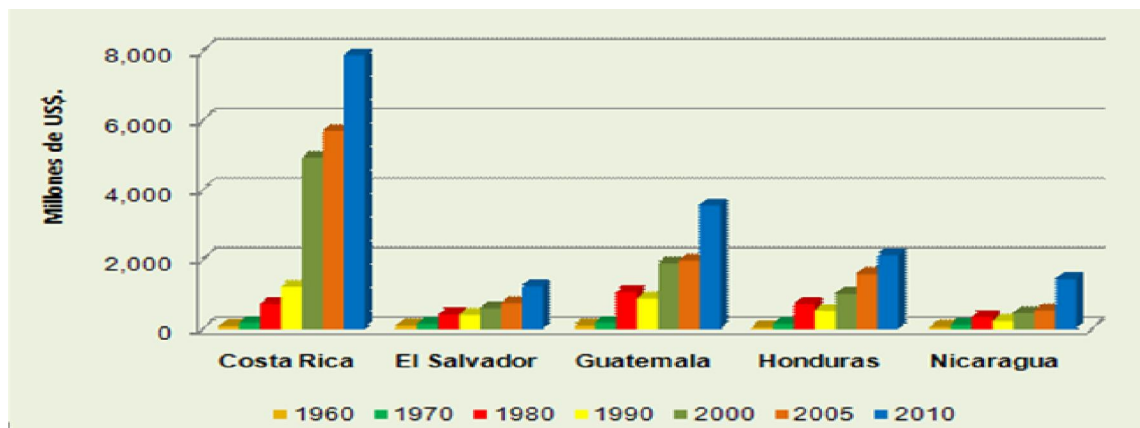
La política comercial es regulada por el MINECO, la cual señala con el Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Economía, según acuerdo gubernativo No. 182 del 12 de mayo de 2000 y sus respectivas adhesiones, en el Capítulo I, Artículo 3, Literal b) que corresponde a éste Ministerio en hacer cumplir el régimen jurídico relativo al desarrollo de las actividades productivas no agropecuarias, del comercio interno y externo, de la protección al consumidor, del fomento a la competencia, así como incluye dentro de sus principales funciones, formular y ejecutar la política de inversión nacional y extranjera de promoción de la competitividad, del desarrollo industrial y comercial y proponer las directrices para su ejecución. Es por esta razón, que CONAPEX es presidido por el MINECO con la participación de diversos actores públicos y privados que juegan un rol importante en el comercio exterior de Guatemala. Los resultados de la política comercial exterior de Guatemala es posible notarlos en el aumento de las

exportaciones por lo que en la gráfica No. 1 muestra como Guatemala y resto de la región experimenta un acelerado crecimiento en esta actividad.

Gráfica No. 1

Centroamérica

Evolución comparativa de las exportaciones con destino al resto del mundo. 1960-2010



Fuente: Centroamérica evolución del comercio SIECA2011

3.2 Promoción de Exportaciones

Simultáneamente a la creación de CONAPEX, se establece la Comisión Nacional Coordinadora de Exportaciones CONACOEX además de secretaría, como organismo coordinador de la Política de Promoción de Exportaciones emitida por el Consejo, cabe resaltar que de acuerdo a esta coordinadora, indica que la efectividad ha variado con el tiempo en función del grado de interés sobre el fomento de las exportaciones que han impulsado los diferentes gobiernos, no obstante, aun cuando el gobierno estableció la promoción de las exportaciones como prioridad dentro de sus planes, la capacidad técnica del sistema fue deficiente para formular planes y programas puesto que no se concretó una estrategia nacional a mediano plazo, pero que el sector privado por su parte apoyo tal proceso con entidades como la Cámara empresarial de Guatemala FUNDESA, la Gremial de Productos No tradicionales AGEXPRONT ahora AGEXPORT

y unidades dentro de las cámaras y asociaciones que contribuyeron con el proceso de superar las fallas asociadas a la comercialización de las exportaciones.

La promoción de las exportaciones se realizó por medio de la creación de la Ley de Zonas Francas y de Maquila (Decreto 65-89) en 1989, dicha ley obedece a que el Estado guatemalteco como miembro de la OMC responde sobre el Acuerdo de Subvenciones y Medidas Compensatorias (1994) que otorga un trato preferencial a los países miembros de tal organización internacional que tienen empresas maquiladoras para fomentar el comercio exterior a través de la manufactura, de manera que las empresas que gozan de este decreto “son exoneradas del Impuesto Sobre la Renta (ISR), Impuesto al Valor Agregado (IVA), de la importación del Bunker, Fuel Oil y gas Propano”.(CIDH, 2006:1)

Las zonas francas es un instrumento utilizado a nivel mundial para promover las exportaciones, atraer la IED y aumentar la oferta exportable, es decir que es un espacio físico donde se ensamblan productos de consumo, en la actualidad Guatemala cuenta con 16 zonas francas y parques industriales. De manera que la grafica No. 2 expone los resultados de las empresas que funcionan bajo este régimen. “Los altos niveles de empleo en Zona Franca, hace un instrumento importante para mantener tasas nacionales de desempleo bajas y para conceder empleos a mano de obra que, de otra manera, probablemente estaría ociosa. Mucha de la inversión extranjera directa que llega a los países, sobre todo en la región de Centroamérica y el Caribe, tiene el objetivo de establecerse en las Zonas Francas como plataformas de exportación hacia los mercados de países más desarrollados”.(Granados, 2003:4)

Cuadro No. 3

**Zonas francas de Guatemala
Enero 2010)**

(Activas a

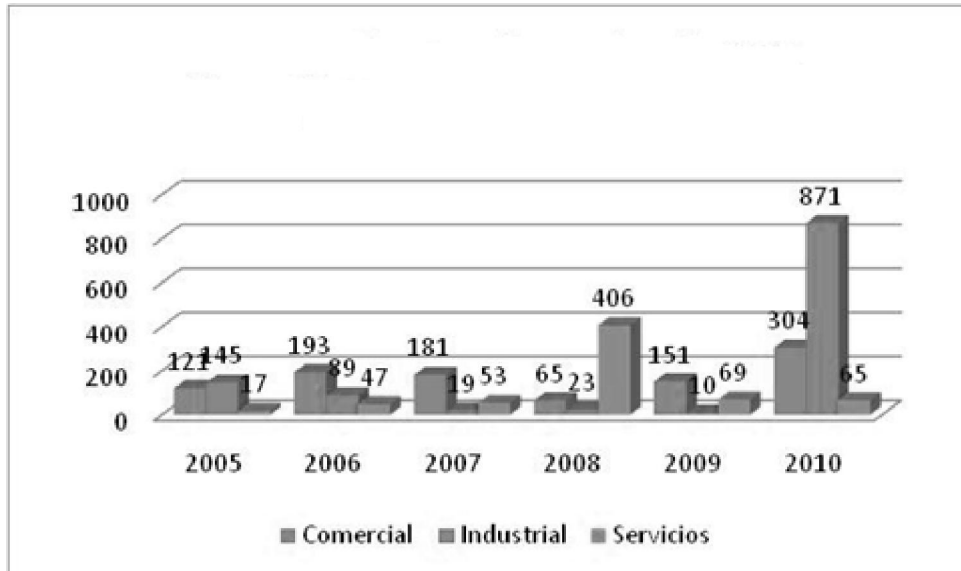
	ZONA FRANCA	COMERCIALES	SERVICIOS	INDUSTRIALES	TOTAL DE USUARIOS
1	CROPA, S.A.	1	1	1	3
2	ZOFRACRO	91	3	5	99
3	Parque Industrial Zeta La Unión	42	5	14	61
4	ZOFRATUSA			1	1
5	Centro Industrial para la Exportación.	9	1	3	13
6	El Cacao	2			2
7	Del Atlántico	2			2
8	Zonas Francas Actuales, Zofracsa	7	1	1	9
9	Zona Franca SADINSA	10	3	3	16
10	Incoinsa	6	1	2	9
11	Zona Franca Inversiones Nuevo siglo INSSA	1		2	3
12	Zona Franca Buenos Aires	1	1	1	3
13	Zona Franca Petapa	2			2
14	Zona Franca Amatitlán	6			6
15	Zona Franca Consigna	1			1
16	Zona Franca Zofrasur	1			1
17	Zona Franca Logística Estratégica Internacional	3			3
	Total de Usuarios				234

Fuente: www.mineco.gob.gt, Reporte de Zonas Francas al 2010

Gráfica No. 2

Desarrollo laboral de las Zonas Francas
2005-2010

Guatemala

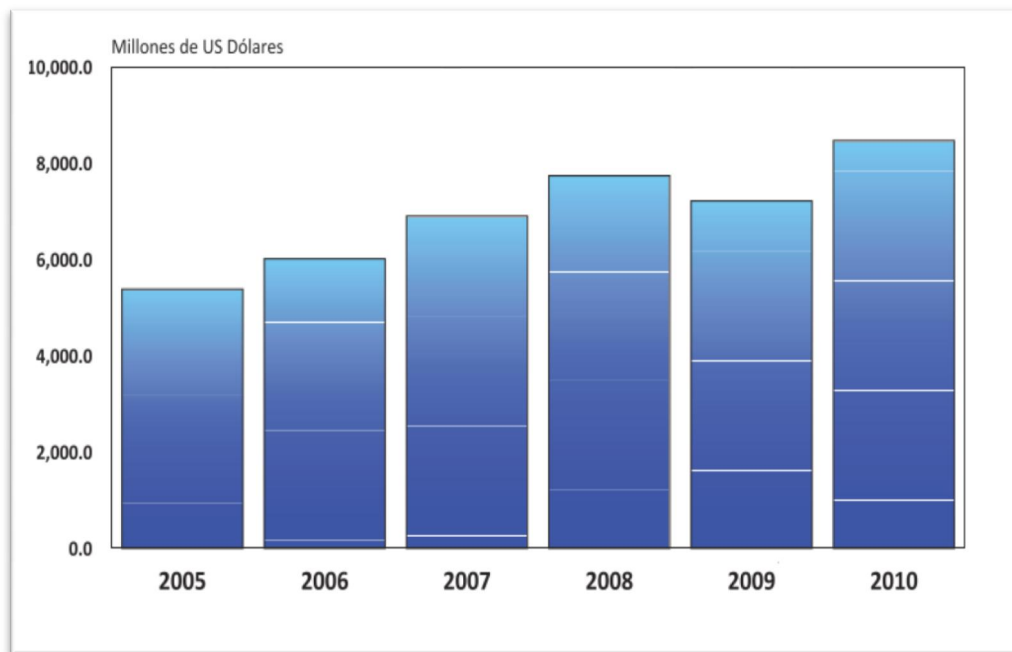


Fuente: Datos de la Política Comercial MINECO.2011

En la actualidad los logros más importantes de CONAPEX pueden ser apreciados por medio de la creación de la Ventanilla Única para las Exportaciones VUPE que centralizó todos los procedimientos de exportación, lo que provocó una reducción importante en los tramites relativos a la exportación, actualmente esta ventanilla a parte de sus oficinas centrales cuenta con delegaciones en el Aeropuerto Internacional La Aurora para ANACAFE y para el Sector Vestuario y Textil. De la misma manera otro logro importante se debe a la formulación del Programa de Agregados Comerciales, Inversión y Turismo PACIT que actualmente cuenta con 5 oficinas en el exterior localizadas en importantes ciudades como en La Haya, Holanda; Los Ángeles, Washington, Nueva York y Miami en Estados Unidos; y en República Dominicana. Estas oficinas realizan una importante labor de promoción de los productos guatemaltecos en el exterior a través de diversos sistemas que van desde la atención de clientes potenciales hasta la promoción directa con posibles compradores. Asimismo, se recibe apoyo de la Agregaduría Comercial de México, la cual se espera en un futuro próximo quede plenamente integrada al Programa y de esta forma se pueda dar un mayor apoyo a los exportadores que permita aprovechar más el TLC con ese país. También con el apoyo

del Consejo entró en funcionamiento el Comité de Operaciones de la Bodega de Carga Aérea –COMBEX- y se instaló en la Ventanilla Única para las Inversiones, con el propósito de facilitar los trámites para el establecimiento de nuevas empresas. CONAPEX ha jugado un rol muy importante en el proceso de negociaciones de los tratados de libre comercio que el país está llevando a cabo y ha creado las instancias para llevar este proceso en una forma coordinada con los sectores interesados, por otra parte ha desarrollado un enfoque integrado para la política de comercio exterior del país que contempla las exportaciones. Derivado de la política integrada de Guatemala, es posible notar los resultados en cuanto a exportaciones en el periodo 2005-2010.

Gráfica No. 3
Exportaciones Totales
Guatemala
Periodo 2005-2010



Fuente: Guatemala en cifras. Banco de Guatemala. Pág. 53.2011

Cuadro No. 4

Proceso

Guatemala: comercio exterior

Monto en Miles US\$, Comercio General, Período 2006 - 2010

25 Principales Socios Comerciales

	EXPORTACIONES					Participación 2010
	2006	2007	2008	2009	2010	
Estados Unidos de América	2,782,791.9	2,909,595.7	3,014,445.1	2,924,367.2	3,258,622.4	38.49%
El Salvador	699,546.6	842,149.6	973,333.5	817,505.6	994,671.1	11.75%
Honduras	481,570.9	593,478.1	737,105.8	606,533.9	700,192.3	8.27%
México	354,708.2	464,108.4	509,218.6	425,685.8	448,492.3	5.30%
Nicaragua	235,260.4	267,610.5	327,611.5	281,819.5	352,701.6	4.17%
Costa Rica	227,854.6	257,839.9	318,875.7	283,746.0	347,059.6	4.10%
Panamá	98,252.9	119,566.9	161,564.6	183,855.4	221,972.6	2.62%
Japón	45,048.8	59,096.1	113,283.1	107,941.7	146,830.4	1.73%
Canadá	99,587.0	111,326.3	110,820.2	110,198.0	135,973.0	1.61%
República Dominicana	78,525.6	91,981.2	113,845.5	107,175.7	134,038.2	1.58%
Arabia Saudita	32,596.7	53,353.6	78,230.1	86,385.9	115,470.0	1.36%
Países Bajos	87,324.8	69,395.6	107,333.9	115,704.1	106,187.9	1.25%
Alemania	75,144.1	85,798.3	77,979.9	73,508.4	94,001.2	1.11%
Chile	7,610.4	43,418.4	97,925.6	95,337.0	91,594.1	1.08%
Perú	25,419.9	38,143.7	53,105.8	27,868.5	79,885.5	0.94%
Corea del Sur	84,154.7	74,771.8	31,763.7	68,029.0	79,324.5	0.94%
España	38,695.6	56,570.7	39,279.0	51,235.7	69,580.3	0.82%
Italia	33,159.0	48,924.4	69,569.1	55,048.0	67,361.4	0.80%
Venezuela	30,913.8	35,570.2	15,743.1	17,127.6	65,409.2	0.77%
Colombia	33,313.3	26,171.7	40,205.3	32,249.2	54,487.0	0.64%
Emiratos Árabes Unidos	6,908.5	18,460.3	19,684.7	46,120.5	54,359.9	0.64%
Bélgica	23,686.6	39,126.5	40,335.1	44,671.7	52,680.3	0.62%
Belice	48,796.3	50,943.1	57,970.8	48,132.7	48,080.2	0.57%
Reino Unido	20,739.8	19,562.5	24,166.5	26,714.2	47,004.5	0.56%
India	2,892.1	7,974.1	12,804.8	18,569.8	44,867.3	0.53%
SUMA 25 PAÍSES	5,654,502.5	6,384,937.6	7,146,201.0	6,655,531.1	7,810,846.8	92.26%
RESTO PAÍSES	370,748	518,296	591,209	558,144	655,360	7.74%
TOTAL PAÍSES	6,025,250.5	6,903,233.4	7,737,409.9	7,213,674.9	8,466,206.4	100.00%

Fuente: Dirección de Análisis Económico Ministerio de Economía y Banco de Guatemala. 2011

Cuadro No. 5

Proceso

Guatemala: comercio exterior

Monto en Miles US\$, Comercio General, Período 2005 - 2010

Principales productos

CONCEPTO	2005	2006	2007	2008	2009 ^{1/}	2010 ^{1/}
Principales Productos	1,232.2	1,294.2	1,620.4	1,920.9	1,994.5	2,316.9
Azúcar	236.6	298.5	358.1	378.1	507.7	726.0
Banano	236.2	215.5	298.8	314.9	411.5	349.5
Café	464.0	463.6	577.3	646.2	579.5	705.6
Cardamomo	70.3	83.4	137.1	208.0	304.1	308.1
Petróleo	225.1	233.2	249.1	373.7	191.7	227.8
Otros Productos	4,148.7	4,718.6	5,277.3	5,816.5	5,219.2	6,149.3
Centroamérica	1,465.5	1,644.2	1,961.0	2,356.9	1,989.6	2,394.6
Resto del Mundo	2,683.2	3,074.4	3,316.3	3,459.6	3,229.6	3,754.7
TOTAL	5,380.9	6,012.8	6,897.7	7,737.4	7,213.7	8,466.2

^{1/} Cifras preliminares.*Fuente: Banco de Guatemala. Principales Estadísticas de Comercio Exterior- 2011*

Tomando en cuenta que Estados Unidos es el socio mayoritario de Guatemala en el aspecto comercial, ya que la información otorgada del BANGUAT hacia el ICC indica que para el 2010 representó el 38.8 % del total de las exportaciones realizadas para el país estadounidense y que ante el desarrollo de la política integrada por parte del sector público y privado desde 1986, se toma como análisis el último quinquenio en cuanto a las exportaciones derivado de los resultados obtenidos en esta materia. En este sentido los resultados para este periodo reflejan el aumento de las exportaciones excepto en el 2009, esto se debe a la crisis financiera suscitada en el 2008 a nivel mundial originada en los Estados Unidos, donde las principales causas se deben al aumento de precios en las materias primas, sobrevalorización del producto, la crisis alimentaria y energética. Esta crisis iniciada en el 2008 ha sido señalada por muchos especialistas foráneos como la “crisis de los países desarrollados”, ya que sus consecuencias se observan fundamentalmente en los países más ricos del mundo, Jesús Huerta de Soto

expresa que "...esta crisis surge de la expansión crediticia ficticia orquestada por los bancos centrales, y que ha motivado que los empresarios invirtieran donde no debían".(Diario Mallorca, 2010:1)

En este entorno es como países en desarrollo dependientes del intercambio bilateral con Estados Unidos inician la búsqueda de nuevos mercados para diversificar sus destinos previniendo futuros quebrantos comerciales, lo cual favorece a la industria interna de estos Estados, como muestra Guatemala en su Política Exterior 2012-2016 busca reactivar relaciones diplomáticas y comerciales con países del Asia y Africa, así como del Caribe.

Otra variable que ha influido en el movimiento comercial son los tratados de libre comercio que tiene vigentes, así como los acuerdos de alcance parcial que pueden definir como un tipo de acuerdo bilateral más básico en materia arancelaria que se concibe como la primera etapa de un proceso de mayor apertura. Así como también la apertura de mercados que los empresarios han incrementado aun cuando no cuentan con beneficios arancelarios, compiten en mercados como China, Japón, Alemania, Holanda, Taiwán, entre otros, lo que ha permitido que el intercambio comercial se incremente. Sumado a la apertura comercial y el posicionamiento creciente que ha tenido en el mercado externo, se debe incluir el incremento en la especialización y diversificación en sectores económicos que ha colaborado con el crecimiento que ha tenido en las exportaciones.

3.3 Oferta Exportable

De acuerdo al MINECO, el Estado guatemalteco tiene encomendada la tarea de el clima de negocios adecuado para promover la oferta exportable por medio del Vice Ministerio de Economía, e indica en su reglamento orgánico en el artículo 7 literal i (Ver anexo 2) que se relaciona con la estrategia del gobierno de turno, puesto que en el medio de comercio internacional, existen diferentes tipos de actividades que fomentan las relaciones comerciales, entre las que se pueden mencionar son:

- Misiones Comerciales de venta o de exploración, estas permiten a los empresarios contactar a los potenciales compradores en el exterior con la posibilidad de establecer negocios, así como conocer el mercado al que desean penetrar, respectivamente; sobre las cuales se puede tomar como ejemplo las misiones comerciales realizadas por el Ministerio de Economía durante el 2009 hacia destinos como: Trinidad y Tobago, Panamá y España, entre otras; en las cuales se les realizó una agenda de citas de negocios en estos países para que pudieran promover sus productos e iniciar negociaciones.
- Ferias Internacionales, las hay de diferentes tipos y pueden ser multisectoriales, donde pueden participar diferentes sectores económicos de los países interesados o bien sectoriales, estas actividades permiten a los exportadores conocer en un mismo lugar y tiempo, la competencia, tendencias y posibilidad de acceso a determinado mercado de interés; otras son las ferias virtuales, las cuales sin necesidad de viajar al país puede exponer por medio de un sitio web su empresa y productos que oferta. Como ejemplo se podría tomar en cuenta la participación del país en la feria Expo ANTAD, es un evento en el aspecto alimentario que reúne a empresarios del mundo, el cual se realizó en Guadalajara, México en el año 2011, evento donde Regina España gerente de promoción comercial del sector agrícola de AGEXPORT, asegura que se lograron negocios para Guatemala por un monto de US\$ 520,000. Así mismo se puede ejemplificar la participación de Guatemala en la Feria Internacional de Café y Té de Taiwán la cual se realizó del 25 al 28 de noviembre del 2011 en el Word Trade Center de Taipei.

En el caso del último periodo de gobierno 2008-2011, con la participación de la política integrada a partir del 2006, con base al Departamento de Promoción del Comercio del Ministerio de Economía de Guatemala, dentro las políticas a seguir se generaron diferentes tipos de programas: en primera instancia se tiene el aprovechamiento de los TLC's que Guatemala tiene vigentes por medio de herramientas de Promoción

Comercial, también el apoyo al gremio empresarial en el crecimiento en el mercado externo, ya que el MINECO implementó un plan de trabajo de promoción de las exportaciones, el cual incluye tres componentes de apoyo para las MIPYMEs otorgándoles subvención económica, considerándolas empresas con potencial exportador pero con pocos recursos para poder invertir en actividades que le permiten internacionalizarse. Los componentes incluidos son: capacitaciones, misiones comerciales de venta y participación en ferias internacionales. El primer componente brinda a los empresarios la oportunidad de conocer el mercado al que se realiza una misión comercial con presentaciones de perfiles de país, acceso al mercado y en el caso exista un Acuerdo o Tratado, explica las condiciones de acceso para los productos guatemaltecos con el uso de éste instrumento. Durante el 2009 el programa del MINECO capacitó a 456 ciudadanos guatemaltecos y empresarios interesados en los temas relativos a la oferta exportable. En el tema de Misiones Comerciales de venta durante el 2009 organizó 6 con la participación aproximada de 44 empresarios guatemaltecos exportadores, a los cuales le otorgaron subvención económica de hasta el 65% del costo de la misión comercial, y apoyo para participación en ferias a 27 empresarios con diferentes tipos de subvenciones desde boleto aéreo hasta el pago del stand país para su exposición. Durante el periodo 2009-2012 las feria internacionales según el MINECO, en las que se participó fueron Fruit Logística 2010 en Berlín, Alemania; Feria IPM 2010 en Alemania; ANUGA 2011 en Colonia, Alemania; y EXPOCOMER 2012 en Panamá; Misiones Comerciales hacia Trinidad y Tobago; y Panamá. Según el MINECO como resultado de estas actividades durante el 2009-2010 se reportaron expectativas de negocios de US\$22,332,200.00, con la obtención de nuevos contratos o incremento en las ordenes de clientes ya establecidos con vínculos comerciales.

Las herramientas incluidas en el programa de trabajo del MINECO, se basan en el aprovechamiento de los TLC's que Guatemala tiene vigentes o bien en los mercados estratégicos que muestren un crecimiento en sus importaciones y en el cual el país puede tener participación, los países que se incluyeron a partir del 2009 en las actividades están: Cuba, República Dominicana, El Salvador, España, Trinidad y

Tobago, Panamá, Francia y Alemania. En la dinámica de participación los sectores económicos más emprendedores que buscan el aprovechamiento de éstas herramientas se pueden encontrar el de alimentos procesados, agrícola, manufactura, servicios, entre otros. Con la realización de misiones comerciales directas y participación en ferias internacionales, durante este periodo se complementó con un programa de capacitación de los mercados a visitar en las misiones comerciales, actualmente se encuentra suspendido; con estas actividades se ha venido cumpliendo con el objetivo del programa lo que fortalece la posición de Guatemala en los mercados internacionales a través de la promoción de su oferta exportable. Es así como con la ejecución de este tipo de instrumentos se logra tener acercamiento con compradores del exterior y presencia de Guatemala en diferentes eventos en países, como China Continental, al cual se realizó una Misión Comercial de venta en el 2007.

3.4 Breve análisis del comercio exterior guatemalteco

La dinámica del Comercio Exterior de Guatemala, se puede observar con el flujo comercial de sus exportaciones y los principales socios comerciales, los cuales juegan un rol importante dentro de la balanza comercial del país, misma que se entiende como la diferencia sobre el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante cierto periodo. Por ello, es importante profundizar como se marca la tendencia comercial con determinado país o región. Las variables determinantes para poder identificar un país como el principal socio comercial son:

a) Posición geográfica, lo que permite que determinado bien o servicio tome menor tiempo en llegar al comprador o consumidor final y permite exportar diferentes tipos de productos, desde perecederos hasta manufacturados, ya sea por vía aérea o terrestre, siendo competitivos con menor costo de transporte y logística; b) cultura, lo que permite que los gustos no sean muy variados de un país a otro; c) lenguaje, beneficia en las negociaciones y en el empaque que desea utilizar d) monto en volumen y monetario de los bienes o servicios comercializados.

De acuerdo al cuadro No. 4 el principal destino de las exportaciones guatemaltecas durante el período 2005-2010 ha sido Estados Unidos de América, con una participación del 38.49% del total de las exportaciones, puesto que desde la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio pasaron de ser de dos millones de dólares a más de tres millones durante el último quinquenio analizado. En lo que respecta al intercambio comercial de Guatemala con la región centroamericana, El Salvador, es su principal socio comercial con una participación del 11.75% del total de exportaciones guatemaltecas, siguiéndolo Honduras con el segundo en la región, con una participación de 8.27% de las exportaciones hacia ese destino del total. Por continente las exportaciones, se puede observar el intercambio comercial con la Unión Europea, formando parte en la 9ª. posición los Países Bajos, con una participación de 1.25%, con tendencia sostenible de crecimiento. En Asia Oriental, el principal socio comercial para Guatemala lo tiene Japón con la posición 8va. dentro de los 25 principales países destino de las exportaciones hasta el 2010, y una participación de 1.73% del total de exportaciones.

En el cuadro No. 6, se puede observar los principales productos que Guatemala exporta al mundo perteneciente a los sectores: Agrícola y Derivados del petróleo, entre otros. En el caso de productos agroindustriales, los que mayor movimiento tienen en la economía del país son: bebidas, alimentos enlatados o en conserva, durante la última década empresas guatemaltecas han innovado en procesos y tecnología permitiendo que se incursione en nuevos productos como lo son deshidratados, snacks, mermeladas, jaleas, aderezos y salsas de todo tipo a base de frutas y vegetales. El crecimiento sostenible que las exportaciones han presentado durante la última década es resultado de la innovación, diversificación y desarrollo empresarial que se ha tenido en Guatemala, así como del aprovechamiento que la apertura comercial a través de Tratados de Libre Comercio y Acuerdos de Alcance Parcial han generado a través del otorgamiento de mejoras arancelarias para la exportación de los productos guatemaltecos, lo cual permite ser más competitivos en el mercado internacional.

Como se ha venido comentando, es posible determinar que Guatemala a través de la adopción e implementación de su política comercial externa respondió a la dinámica de

la Comunidad Internacional al realizar estas iniciativas, lo que le ha permitido generar socios comerciales en el exterior y así ampliar sus destinos de exportación. A pesar de este aspecto positivo, cabe resaltar que el país no se exonera de los desafíos que implica su participación en el comercio externo, ya que por medio de una apertura comercial basada en acuerdos comerciales también se permite el ingreso de competidores al país y surge el elemento conocido como la competitividad, lo que requiere de la especialización en las empresas nacionales, que se constituye en un reto constante de países como Guatemala al involucrarse de lleno al comercio internacional.

Así mismo es de tomar en cuenta que las negociaciones han adquirido carácter regional por medio de bloques, que como se menciona en el capítulo anterior, y de allí que resaltemos que la región centroamericana tiene una integración incompleta debido a intereses particulares de los países que conforman la región, (Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua,) aspecto que ha influido a lo largo de la historia. El sistema internacional en el comercio exterior por medio de las potencias económicas coloca como condicionante que se negocie en bloque, elemento que se percibe como una debilidad a pesar de los diversos intentos que se han realizado.

CAPÍTULO IV

EL MERCADO MUNDIAL DE PRODUCTOS DESHIDRATADOS

4.1 Antecedentes

Desde hace varias décadas se conoce el proceso de secado de alimentos, sus inicios se remontan desde hace 400,000 años en la era paleolítica donde los paleolíticos exponían sus alimentos al sol con el propósito de darles mayor tiempo de conservación para su subsistencia.

En la época reciente la deshidratación se tiene a Li Wei Chung, realizó estudios relativos a la deshidratación de alimentos por más de ocho años y finalmente en 1975 logra deshidratar su primer alimento, posteriormente aseguró la patente y dos años después estableció su compañía llamada Corporación Taiwanesea de bocadillos en este país con el objetivo de exportar estos productos deshidratados, ya que el proceso requiere de rápidas temperaturas y presiones bajas lo que retiene el sabor natural y original así como el color y la nutrición (minerales y fibras), de las frutas y vegetales, también elimina la necesidad de añadir saborizantes y colores artificiales, preservantes, estabilizadores y otros aditivos no naturales. “Debido a sus satisfacciones naturales y de sabor, bajos en grasas, bajos en almidón, los alimentos deshidratados se han convertido en un bocadillo muy popular de consistencia saludable para los consumidores alrededor del mundo, los mercados internacionales más importantes incluyen los Estados Unidos, Europa y Japón”. (TAITRA, 2002:1).

4.2 Principales productos deshidratados y su proceso

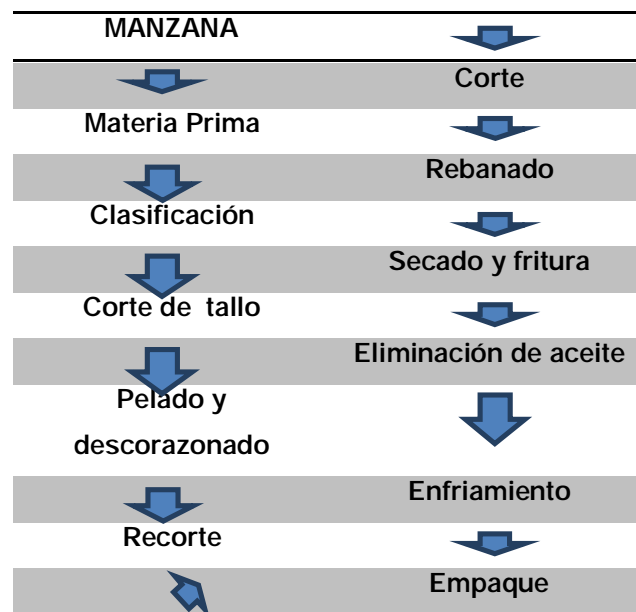
Los países promueven por diferentes vías sus productos de exportación, en este sentido el Consejo de Desarrollo de Comercio Exterior de Taiwán (TAITRA) promociona plantas completas de producción industrial, en donde se puede encontrar propuestas preliminares de plantas industriales, uno de estos es la referente a plantas procesadoras de alimentos deshidratados, puesto que los estándares de calidad en las exportaciones crecen constantemente, así como la necesidad del consumo de

productos naturales por el cuidado de la salud, por lo que la demanda de este tipo de alimentos naturales se incrementa en el mundo y por ende el mercado.

Con base al servicio de investigación económica de los Estados Unidos las principales frutas deshidratadas que se comercian en el mundo en orden de consumo son las pasas, ciruelas, damascos, higos, dátiles, manzanas y duraznos, por parte de Guatemala, según la Asociación Latinoamericana de Exportadores Agrícolas indica que las principales frutas deshidratadas en el país, para consumo humano son fresas, papaya, banano, pera, limón, manzana, banano y piña. El consumo de la fruta deshidratada se puede dar en la preparación de jugos, la elaboración de pasteles, helados, postres, pies, galletas y ensaladas, así mismo sirve como acompañamiento de yogurts, cereales y granolas. En este contexto es necesario comprender el proceso que conlleva tal actividad, para poder insertar el tema en la actividad comercial guatemalteca y su relación con las economías desarrolladas asiáticas, este proceso es posible identificarlo con el ejemplo en la manzana:

Cuadro No. 6
de deshidratación

Proceso



Fuente: TAITRA.2002

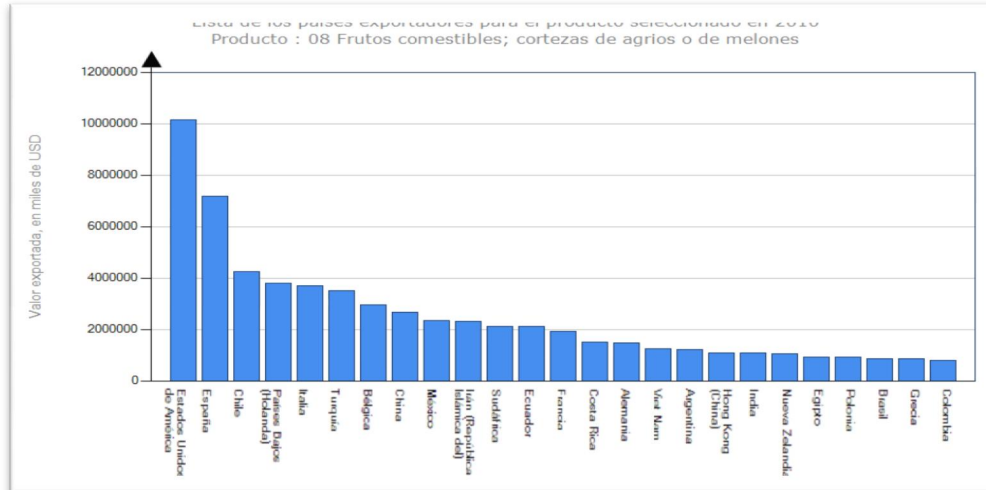
Existen varios tipos de secado de frutas, como el natural a través de la exposición del fruto al sol, llamado comúnmente secado artesanal, el cual permite que las frutas conserven sus propiedades nutricionales, actualmente la liberalización comercial ha permitido que empresas medianas o grandes tengan mayor acceso a tecnología que les permite realizar el proceso de secado o deshidratado de las frutas con altos rangos de productividad. Es así como el desarrollo tecnológico y la optimización de recursos a través de la innovación tecnológica, permite que las empresas cuenten con maquinaria especial que permite el secado en menor tiempo y que de acuerdo a sus especificaciones permite que el producto conserve sus propiedades naturales como el proceso que ofrecen las plantas procesadoras que comercia Taiwán, por lo que en el proceso de secado es necesario enfocarse en la adquisición de la materia prima, es decir la fruta para lo cual se debe analizar a los principales productores de esta materia prima.

4.3 Principales productores en el mercado mundial

Basado en el proceso de deshidratación, en cuanto a la adquisición de la materia prima, siendo esta la fruta, el mercado mundial en este rubro a nivel mundial en la producción es diversificada, en este sentido cabe resaltar que con base a datos del Centro de Comercio Internacional (CCI) de la OMC, el capítulo arancelario “08- Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías ” es el que aglutina al sector agrícola de frutas frescas en 26 dígitos, es decir que son modalidades que se identifican la totalidad de los frutos que se comercian y que es el mismo en el que opera el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) por lo que en este rubro se tiene que dentro de los primeros veinte productores del total de los frutos comestibles en este contexto se tiene que los principales exportadores de frutas son : Estados Unidos, España, Holanda e Italia entre estos también se encuentran países de América Latina como Chile, México, Ecuador, Costa Rica y Argentina, como lo muestra la siguiente gráfica.

Gráfica No. 5

Principales productores mundiales de Frutas 2010



Fuente: Elaboración propia con base a datos del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI).

En este contexto, es posible identificar los principales productores de alimentos deshidratados en el mundo, tal y como lo muestra la gráfica 5, se tiene que para el 2010 los principales productores de alimentos deshidratados son: Estados Unidos, España y Chile, puesto que son los tres primeros puestos que figuran en el ICC, y para identificar a los productos deshidratados, se hace bajo los tres dígitos bajo el código arancelario que concentran este tipo de alimentos (803,805, y 806 ver anexo 3) que es donde se identifican las bananas, las manzanas, damascos, dátiles, higos y duraznos y pasas, además que este código arancelario es el que está identificado bajo el Sistema Armonizado de Aranceles SAC del MCCA. Por lo que Estados Unidos tiene como socio principal en frutos deshidratados a Canadá, Hong Kong y Japón ya que en el 2010 exportó a estos tres países un total de 1, 533,603 miles de US\$, en frutos deshidratados. De la misma manera España tiene como socio principal a Alemania, Francia y Reino Unido con un total de 2,090,647 miles de US\$, y el tercer productor es Chile teniendo como principal sector importador en este rubro a Estados Unidos, Holanda y Reino Unido reportando un total 1,050,574 miles de US\$.

Cuadro No. 7

Principales exportadores mundiales de Frutas deshidratadas frente a Guatemala 2010

País Productor	Socio importador	803*	805**	806***	Total
	Canadá	393,442	275,823	403,091	1,072,356
Estados Unidos	Hong Kong	0	75,784	79,878	155,662
	Japón	13	249,074	56,498	305,585
				total	1,533,603
	Alemania	95	862,256	43,720	906,071
España	Francia	14,070	803,214	4,829	822,113
	Reino Unido	593	271,944	89,926	362,463
				total	2,090,647
	Estados Unidos	0	89,469	742,273	831,742
Chile	Holanda	0	6,137	114,185	120,322
	Reino Unido	26	1,006	97,478	98,510
				total	1,050,574
	Estados Unidos	349,202	3,126	24	352352
Guatemala	El Salvador	11,960	16	153	12,129
	Irán	16323	0	0	16,323
				total	

*803: (Bananas o plátanos, frescos o secos) **805: (Agrios cítricos frescos o secos) 80520 mandarinas
 ***806: (Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas.)

Fuente: Elaboración propia con base a datos del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI).2011

En cuanto a mercado internacional de las frutas deshidratadas, por parte de Guatemala, es posible notar que las exportaciones se dan en menor cantidad, y que sus principales socios son Estados Unidos, El Salvador e Irán con un total de frutas en 380,804 en miles de US\$. De la misma manera en el cuadro No. 1 es posible identificar que los principales importadores son Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia y Países bajos. Cabe resaltar que Japón es el principal importador de pasas en primer lugar desde Estados Unidos y en segundo desde China. “Los Estados Unidos (California) tiene un monopolio virtual sobre las importaciones de Japón de pasas y ciruelas secas. Asociaciones industriales condujeron campañas promocionales muy agresivas en Japón. Los EE.UU. tuvieron un 79.0% de participación en todas las importaciones de

frutas deshidratadas en 2003, con una enorme ventaja sobre el segundo exportador: China. Todos los almondoques secos vienen de China y los plátanos secos principalmente vienen de Ecuador (83.8%). Las importaciones de China crecieron sustancialmente (ciruelas secas), mientras que las importaciones de Sur África (pasas) cayeron dramáticamente. En Albaricoque e Higos, Turquía se mueve por delante de los EE.UU.”(Sección Comercial de la Embajada de Colombia en Tokio, 2005:5)

4.4 Producción y exportación en Guatemala

En Guatemala, no se establece la fecha exacta de los inicios de la producción de deshidratados y del proceso de deshidratación, actualmente, la mayoría de empresas pequeñas y medianas realizan el proceso de forma artesanal a través de la exposición al sol de los frutos o vegetales, el sector se ha expandido a nivel internacional hace más de una década.

Con base a las entrevistas realizadas a Cooperativa El Limón y Alimentos Campestre S.A. se indica que la agro industria de los alimentos deshidratados en Guatemala esta en proceso de maduración pero que cuenta con posibilidades de emerger en el mercado internacional, puesto que en el proceso de deshidratación natural se requiere una altura de 1,500 metros sobre el nivel del mar, requerimiento con el que cuenta el país porque las zonas de producción se encuentran en la Planicie Costera del Pacífico, Meseta Central Zona Cafetalera, Bosque Espinoso Zona oriental y Cuenta de Polochic. En cuanto a la producción específica son ecológicas ya que el proceso de secado es al aire libre en exposición directa hacia el sol y coincide con el proceso de secado que ofrece la empresa ENERSOL S.A. puesto que se identifica como uno de los principales productores de frutas secas al 100% y aplica la técnica de la deshidratación en forma ecológica puesto que indica que “...los deshidratadores solares directos son fabricados con aluminio de grado alimenticio, donde la fruta es expuesta a la radiación solar directa mientras pequeños ventiladores extraen la humedad de las frutas, estas cajas son herméticamente selladas y no permiten el ingreso de suciedad ni insectos y la radiación

ultravioleta del sol desinfecta tanto a las cajas como la fruta y por esta razón es que no se necesita agregar ningún tipo de químico o preservante” (Enersol S.A., 2011:1)

Respecto de los frutos que se producen por parte de las empresas mencionadas, las especificaciones de Cooperativa El Limón su principal producto exportable es el limón deshidratado, teniendo como materia prima el limón persa también llamado citrus latifolia, el consumo de este fruto principalmente radica en el valor nutritivo y medicinal, el cual durante el proceso de secado o deshidratado conserva sus propiedades hasta por un año, de la misma manera Alimentos Campestres S.A. que procesa ponche de frutas, banano, piña y mango, lo que permite identificar que tanto el limón como el banano son productos deshidratados con un alto potencial en el mercado internacional puesto que tomando en cuenta el cuadro No. 4 se identifican los bananos y limones secos son los que tienen mayor valor en la exportación, un tercer productor es ENERSOL que indica que los productos que deshidratan son : banano pasa, manzana seca, piña seca, y cabe resaltar que las tres empresas utilizan el proceso de deshidratación en forma natural por medio de la exposición al Sol. En cuanto a las exportaciones de los productos mencionados el principal destino de exportación del limón seco se tiene a países como Kuwait, Omán y Emiratos Árabes Unidos, este tipo de producto es demandado en grandes cantidades requiriendo determinadas especificaciones técnicas del producto final tales como tamaño, color y empaque a granel o en mitades de limón seco o completo, así como el envío puesto que el limón deshidratado contiene altas propiedades medicinales que requieren los países mencionados. Alimentos Campestre S.A. tiene como socio mayoritario a México por su alta producción en el ponche ya que el insumo principal de esta bebida es la fruta deshidratada, en segundo lugar se tiene a El Salvador, Estados Unidos, luego Canadá, Taiwán y con algunas pruebas hacia Japón. En este sentido, los grupos agro industriales dedicados a la deshidratación de frutas en Guatemala son:

Cuadro No. 8
grupos agro industriales guatemaltecos

Principales

Grupos agro industriales	Frutas que deshidratan
Centro de Desarrollo Marquense CEDEMAR	Deshidratados, Granola y harina de Plátano
Cooperativa El Limón	Limón Deshidratado
Cooperativa Ut'zK'aslemal	Frutos deshidratados
DESHIDRAFRUT Las Manos de Mujer	Frutas deshidratadas para ponche (Manzana, Piña y Papaya) melocotón , mango, banano, fresa
Fruticultores del altiplano	Manzana y Melocotón
Mujeres IXOQUI	Frutos deshidratados en general

Fuente: Elaboración propia con base a datos de Ministerio de Economía, Cooperativa El Limón y Alimentos Campestre.2009-2010

Cabe señalar que derivado de las visitas realizadas, en el caso de Cooperativa el Limón se pudo observar algunas de las deficiencias con las que operan, entre las cuales se pueden mencionar: falta de infraestructura adecuada para el tratamiento de los productos deshidratados, lo cual afecta la productividad debido a que dependen en gran parte del clima, limitación en recurso humano capacitado, falta de estructura organizacional, escasas estrategias de comercialización, entre otras. Por otra parte, el caso no es el mismo en Alimentos Campestre S.A. ya que funciona como una empresa con mayor grado de inversión y organización, teniendo la mayor planta de producción con paneles solares austriacos en Centroamérica ubicados en el Rancho, su capacidad es de aproximadamente 06 toneladas diarias de procesamiento, aun así se observó que algunas de las limitaciones para poder crecer podría ser la falta de asociación, lo cual les permitiría crecer y expandir sus exportaciones con el suministro de materia prima tanto de pequeños productores a nivel nacional como región centroamericana, ya que las escalas de producción agrícola en Guatemala son bajas y afecta en el crecimiento según comentó la representante de la empresa.

En este contexto, otro de los hallazgos es que en el sistema operativo del movimiento comercial en el mundo de la ICC basado en las estadísticas al 2010, se tiene que Guatemala exporta a 35 países del mundo bajo el código 08 de este organismo, es decir las frutas de toda clase y dentro de este se encuentra el código 08030012 para el banano seco, el 08059000 para el limón seco y el 0806 para las pasas. En este contexto se tiene que para el año 2010 que en materia de banano seco exportó 2,000 en miles de US\$ a Canadá, de la misma manera el limón seco fue exportado a Jordania, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Bahréin y El salvador con un total de 4,320 en miles US\$ y exportó en pasas y otros frutos secos bajo el código 08062000 hacia El Salvador Honduras y Nicaragua un total de 7,000 en miles de US\$. Cabe resaltar que en la búsqueda de los productos deshidratados exportados de Guatemala a Japón no se registran datos en el 2010, y si se toma en cuenta que en las declaraciones de Alimentos Campestre, S.A. tienen como clientes potenciales a las empresas manufactureras que requieren de este producto para fabricar postres, pasteles como se indica en el apartado de principales productos deshidratados esta es la razón de la ausencia de registro en este rubro, aun así tienen socios comerciales en el exterior como se indicó anteriormente.

En este sentido cabe mencionar que el encargado de la cooperativa El Limón señaló que un acuerdo comercial con Japón o cualquier otro país no les representa una ventaja tangible, ya que su principal obstáculo obedece a cuestiones organizativas con los demás productores, aun así acepta el hecho que a partir de la entrada en vigencia del DR-CAFTA se tuvo acceso a especializaciones en producción. Por otra parte, la representante de Alimentos Campestre expresó que los tratados de libre comercio son claves, por ejemplo con México el arancel que tienen actualmente para acceso es cero y con Taiwán aranceles preferenciales, lo que permite que sean más competitivos y hace que pueda competir con países como Filipinas y China que a Japón le queda bastante cerca en cuanto a costos de transporte.

Por otra parte, el responsable de cooperativa El Limón señaló que para desarrollar el sector de frutas deshidratadas sería necesario encontrar un “nicho” que consuma este producto, organizarse para aumentar la producción y así mejorar la situación de los productores. Con el argumento anterior el sistema internacional vigente contiene mecanismos para poder encontrar el destino de exportación de frutos deshidratados, como las ferias comerciales, el servicio exterior, los agregados comerciales etc., a partir de la idea de encontrar nuevos destinos de exportación es donde se vincula Japón ya que es un alto consumidor de este producto por lo que a continuación se expone el contexto general de este país, así como sus relaciones bilaterales con Guatemala.

CAPITULO V

RELACIONES COMERCIALES GUATEMALA-JAPÓN

5.1 Breve reseña económica de Asia

Previo a la exposición de las relaciones comerciales Guatemala-Japón, es importante explicar el aspecto económico del continente asiático, de manera que las relaciones inter continentales se encuentran en el marco de la organización internacional “Asociación de Naciones del Sud Este Asiático” (ASEAN) ya que tiene como principales objetivos acelerar el crecimiento económico y fomentar la paz y la estabilidad regionales, para el 2008 se tenía como miembros a 10 países⁶, a Papa Nueva Guinea como un país observador y junto con Japón Corea del Sur y China se forma el foro denominado “ASEAN mas tres”. En este contexto y con base a los datos de dicha organización se conoce que Asia posee el 60% de la población y cerca del 30% de poblaciones emergidas sobre el nivel del mar, es el mayor productor global de alimentos además de ser el mayor consumidor y tiene la mayoría en reservas minerales del planeta. Asia es el continente que concentra el mayor crecimiento económico en un 80%, específicamente por medio de la inversión en ciencia y tecnología además de la educación, aun así muchas zonas de este continente se encuentran económicamente subdesarrolladas, ya que un elevado porcentaje de la población se dedica a la agricultura, para lo cual gran parte de esta actividad se caracteriza por productividad laboral relativamente bajas. “...En conjunto, una minoría de los asiáticos está empleada en actividades de manufactura; en muchas ocasiones los centros urbanos y las industrias no se han integrado adecuadamente con el sector rural. Los sistemas de transporte locales e internacionales de los países asiáticos todavía están poco desarrollados en muchas zonas, pero han mejorado notablemente en los últimos años”. (ASEAN, 2012:1)

Sin embargo hay un número creciente de excepciones puesto Israel, Singapur, Hong Kong y en menor grado Indonesia, Malasia, Tailandia, Turquía y los estados petrolíferos

⁶ En orden de ingreso: Indonesia, Malaysia, Filipinas Singapur, Tailandia, Brunei, Vietnam, Laos, Birmania y Camboya

de la península Arábiga debido a que han logrado tasas de crecimiento económico que superan el 5 % anual, porcentaje que se aleja de su crecimiento demográfico. Aunque los países del suroeste de Asia han hecho progresos, la distribución de los ingresos ha quedado más concentrada que en otros países y se estimula por las inversiones extranjeras a gran escala, la rápida privatización y la industrialización, por ejemplo la República Popular de China consiguió su crecimiento mas rápido de Asia desde 1990, por otra parte Vietnam y Laos, dos de los países más pobres de Asia, están empezando a conseguir un significativo crecimiento económico y a captar un notable nivel de inversión extranjera.

En un aspecto más específico se tiene a China, Corea del Sur y Japón como las economías más desarrolladas, en este sentido en 2005 China se convirtió en la sexta economía mundial con un crecimiento oficial del 9,5% anual, está considerada como la de mayor crecimiento del planeta, y desde 2004 la UE es el principal socio comercial de China, que a su vez es el segundo socio comercial de la organización europea. En cuanto a Japón en lo económico cabe resaltar que “...La cooperación entre el gobierno, las industrias y el dominio de la tecnología han llevado a Japón al éxito económico”. (ASEAN, 2012:1)

5.2 Reseña Económica de Japón

Con base a datos de la Embajada de Japón en Guatemala, este país es la tercera economía mas grande del mundo después de los Estados Unidos y China puesto que tiene un promedio de 4.5 billones de dólares en termino de su PIB nominal y también por su alto poder adquisitivo, en este sentido sus principales industrias son: las telecomunicaciones, bienes raíces, la banca seguros y la venta al por menor y el transporte. Tiene una gran capacidad industrial en cuanto a producción de vehículos, equipos electrónicos, maquinas productoras de herramientas, barcos, productos textiles y alimentos procesados, así como también en la construcción. Todo lo anterior ha elevado la libertad económica debido a la cooperación entre el gobierno y la industria teniendo como denominador a la ciencia y la tecnología basado en la ética de trabajo.

“Características notables de la economía de este país, incluyen una fuerte unidad entre productores, manufactureros y distribuidores, reunidos en grupos conocidos como keiretsu y la relativamente baja competencia internacional en los mercados internos. Existen varias modalidades laborales, tales como la garantía de empleo vitalicio en las grandes corporaciones”. (Estudio Economico de Japón, 2008:1)

Algunas de las compañías más grandes del país incluyen a Mitsubishi Estate, Nippon Oil, Tepco, Toshiba, Panasonic, Sony, Takeda, Pharmaceutical Company, Honda, Canon, Toyota Motor, Nissan Motors y Nintendo. La Bolsa de Valores de Tokio con una capitalización de mercado de más de 549,7 billones de yenes en diciembre del 2006 se erige como la segunda más grande del mundo. En el transporte este país es muy desarrollado puesto que cuenta con 1,177,278 km de carreteras pavimentadas, cuenta con 173 aeropuertos, 23,577 km de ferrocarriles, dentro de sus puertos más importantes están el Yokohama y de Nagoya. La energía se produce por medio del petróleo, gas natural y el carbón, además de la producida por la energía nuclear que cubre la tercera parte de la energía total.

En cuanto al cultivo tiene el 15% de la tierra apta para esta actividad, por lo que cuenta con un sistema de terrazas agrícolas, lo que da lugar a tener altos niveles de rendimiento. Japón importa el 50% de sus necesidades de cereales y otros cultivos y cubre con importaciones el consumo de carne, en la pesca se sitúa en el segundo lugar a nivel mundial puesto que mantiene una flota pesquera más grande del mundo después de China lo que representa el 15% de las capturas pesqueras mundiales.

Cabe señalar que posterior a la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), Japón entró en un periodo de crecimiento constante que le permitió durante cuatro décadas consecutivas desarrollarse en el contexto económico mundial lo que le valió ser la segunda potencia del mundo en términos del PIB por detrás de Estados Unidos. La economía japonesa mantiene un liderazgo por su madurez demográfica, esto se debe a que a pesar de la densidad demográfica que se controla por una de las tasas de natalidad más bajas del mundo solamente un hijo por mujer ocupando el puesto 163 del

mundo en cuanto a la natalidad. Según datos del Banco Mundial revelan que en la orientación tecnológica ocupa los primeros puestos en la penetración del internet.

Sin embargo, luego del Tsunami del 2011 que afectó a gran parte del territorio japonés, su dependencia a la importación de alimentos que durante el 2009 se encontraba aproximadamente en el 60% del total del consumo de productos alimenticios pasó a aproximadamente un 90% de dependencia en las importaciones, según profesor del centro JICA, Osaka.

Los anteriores aspectos y este último ubican al Estado japonés como un socio estratégico a nivel político como comercial, por lo que en el próximo capítulo se refleja cómo han sido las relaciones binacionales.

5.3 Origen de las relaciones comerciales Guatemala-Japón

Las relaciones bilaterales Guatemala-Japón tienen sus inicios en 1935, ya que es en este año que se le encarga al embajador Yoshiatsu Hori de la embajada japonesa en México establecer relaciones concurrentes con el estado Guatemalteco por lo que presenta sus cartas credenciales con el entonces presidente guatemalteco Jorge Ubico el 28 de junio de ese año, las relaciones se dan formalmente, pero fueron interrumpidas por el auge de la Segunda Guerra Mundial, por lo que se restablecen hasta 1954, para 1967 Japón establece su Embajada en Guatemala e inicia su programa de cooperación técnica, cooperación financiera no reembolsable y reembolsable hacia Guatemala, constituyéndose en uno de sus principales cooperantes por medio del acuerdo de cooperación. En septiembre de 1987, el Ministro de Relaciones Exteriores del Japón, Tadashi Kuranari, visitó Guatemala y firmó con el Canciller guatemalteco, Alfonso Cabrera, el Convenio de Envío a Guatemala de Jóvenes Voluntarios del Japón en el Extranjero (JOCV), para contribuir con sus conocimientos y experiencia al mejoramiento del nivel de vida de los guatemaltecos. La primera visita oficial a Japón se realiza en noviembre de 1990 con el canciller guatemalteco Ariel Rivera debido a la ceremonia de entronización del emperador Akihito. Con la firma de la paz de 1996 se intensifica la

ayuda del gobierno japonés para contribuir con el desarrollo económico puesto que por invitación del Presidente, Sr. Álvaro Arzú, realizaron una visita oficial a Guatemala Sus Altezas, los Príncipes Hitachi, convirtiéndose en la primera visita a Centroamérica de miembros de la Casa Imperial del Japón. Sus Altezas entregaron al Presidente Arzú un mensaje de felicitación al Gobierno y al Pueblo de Guatemala por la Firma de los Acuerdos de Paz y también expresaron la voluntad del Gobierno y del Pueblo del Japón para aumentar su ayuda a Guatemala tras la firma de dichos Acuerdos, por otra parte en 2005 enviaron al Diputado Sr. Itsunori Onodera (Viceministro de Asuntos Exteriores) por el Gobierno del Japón, en el año de 70 aniversario del Establecimiento de Relaciones Diplomáticas entre Japón y Guatemala.

A partir del 2001, las relaciones bilaterales se enfocan en la importancia de la cooperación de Japón ya que en el discurso de toma de posesión del presidente Alfonso Portillo hace referencia en esta fuente cooperante por lo que hace una visita oficial en el 2001, desde este entonces las visitas oficiales desde Japón se han incrementado inicialmente en las tomas de posesión presidenciales para Oscar Berger, Álvaro Colom, y Otto Pérez Molina, específicamente con el objetivo del interés de Japón sobre ahondar en la cooperación que tiene con el Estado guatemalteco, también por el 70 aniversario de relaciones bilaterales entre los dos países. De la misma manera de Guatemala hacia Japón las visitas oficiales se abordan en el marco de temas cooperación como la II Cumbre de Observación de la Tierra, VIII Reunión del Foro de Diálogo y Cooperación Japón – Centro América, en el 2006 la Sra. María del Carmen Aceña, la Ministra de Educación, visitó a Japón oficialmente para que asistiera a "Foro STS (Foro Internacional sobre Ciencia, Técnica y Futuro Humano)". Así mismo se realiza una visita oficial a Japón en 2007 por parte del Ministro de Cultura y Deportes Sr. Enrique Matheu Recinos realizó una vista oficial con motivo de conmemorar la exposición "Las tres grandes civilizaciones: Maya, Azteca e Inca". Como se puede observar a partir del 2001 las relaciones entre ambos países se va estrechando en el marco de cooperación internacional que ofrece Japón para Guatemala, lo que permite identificar que este acercamiento podría ahondarse en el marco de un eventual.

5.4 Relaciones Comerciales

Las relaciones comerciales entre ambos países se enmarcan dentro de la política integrada guatemalteca, ya que actualmente AGEXPORT tiene servicios dirigidos al desarrollo empresarial en lo relativo a la asesoría en temas de internacionalización de mercados para promover la apertura comercial, ésta organización ha desarrollado comisiones sectoriales que definen estrategias de penetración a diversos mercados potenciales para las exportaciones guatemaltecas puesto que cuentan con asesores extranjeros que desarrollan estudios de mercado y permiten contar con información de primera mano al exportador. A partir de marzo del 2010, AGEXPORT coordina la exploración de mercados en Asia Oriental, específicamente Japón contando con la asesoría de un experto en el mercado japonés, quien tiene por objetivo identificar los principales productos guatemaltecos con potencial exportador para Japón y buscar la demanda en el mercado japonés para estos productos, muestra de ello es la designación de un agregado comercial en dicho país puesto que a regreso del presidente Álvaro Colom de la gira de trabajo en Japón informo que designara un delegado comercial quien resaltó que este viaje significó mucho para el fortalecimiento de las relaciones comerciales. "... venimos con la intención de fortalecer la representación diplomática nuestra en Japón con un agregado comercial para utilizar a Japón como una puerta de entrada de comercio en la región asiática". (Presidencia de Guatemala, 2010:1)

Desde la perspectiva de Japón ante Guatemala, con base a la información comercial que el país asiático provee, expone que la embajada japonesa en Guatemala no cuenta con una Sección de Asuntos Comerciales, por lo que las personas que tienen interés en importar desde Japón, o bien, de exportar hacia Japón, pueden contactar a empresas en Japón y Guatemala que pudieran estar interesadas en venderles y/o comprarles sus productos para ello tiene a su disposición los siguientes materiales impresos: Directorio de comercio de Japón, Organización Japonesa de Comercio Exterior (por sus siglas en inglés JETRO), El Mercado japonés, la guía del comprador de Tokio y Marcas famosas en Japón. Otra opción para las personas interesadas en hacer negocios con Japón es

comunicarse con alguna asociación o gremial guatemalteca, especializada en la promoción de exportaciones o importaciones, con experiencia en el tema de Asia y Japón, como la Cámara de Industria de Guatemala o la Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT) para el tema de exportación y para importación al a Cámara de Comercio de Guatemala.

En este contexto y con base en los datos expuestos del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI) para el 2010 se pueden identificar los principales mercados de Guatemala para Japón siendo los primeros cinco productos el café, semillas para frutos diversos, frutos comestibles, legumbres y prendas de vestir, y los cinco principales productos que Japón exporta hacia Guatemala son principalmente vehículos de toda clase (automóviles turísticos, tractores, para transporte de mercancías, motocicletas y vehículos blindados) se tiene también el hierro y el acero, reactores nucleares, manufacturas de caucho y maquinas que producen material para la electricidad. En cuanto a destinos de exportación de Guatemala los primeros tres puestos los tienen Estados Unidos, El Salvador y Honduras, Japón figura en la octava posición como destino de sus exportaciones. Japón dentro de sus tres primeros socios comerciales tiene a China, Estados Unidos y Corea del Sur, y en la posición 80, figura Guatemala como destino de exportaciones japonesas.

Como parte de la cooperación que Japón otorga a Guatemala desde 2006 inició un programa de capacitación dirigido a la promoción de exportaciones entre países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, y Nicaragua) y Japón, el cual permitió que el Gobierno de Guatemala enviara a funcionarios vinculados con el tema de promoción de exportaciones a capacitarse sobre las relaciones comerciales entre Guatemala – Japón, lo cual permitió que los participantes realizarán investigaciones de mercado y conocieran las herramientas de promoción in situ que se pueden utilizar para promover los productos guatemaltecos en Japón. Como resultado de la cooperación a través de capacitación durante el 2011 se iniciaron comunicaciones según Ministerio de Economía con empresarios guatemaltecos interesados en promover y exportar sus productos hacia Japón, como resultado de las

consultas internas dos empresas guatemaltecas manifestaron interés de participar en la próxima edición de la capacitación 2012 y a la vez contaron con el financiamiento de JETRO para contar con un espacio físico dentro de la Feria de FOODEX 2012 para exponer sus productos entre estos: camarón y frutas y vegetales. Lo anterior, es muestra de que las posibilidades de que el flujo comercial crezca entre ambos mercados, se puede dar a través de la adecuada promoción comercial y la innovación de productos guatemaltecos que permitan insertarse en el mercado japonés con miras a ser sostenibles en el mercado.

Cabe resaltar que las relaciones bilaterales entre Guatemala y Japón prevalecen en la política del gobierno del Presidente Otto Pérez Molina, ya que con base en el comunicado de prensa del 25 de mayo del presente año refiere la visita que el actual Canciller Dr. Harold Caballeros realizó a Japón, donde entre varios aspectos de interés se encuentran dos temas abordados que conviene señalar en el presente estudio. El primero obedece al tópico que abordó el canciller guatemalteco con su homólogo Koichiro Gemba en relación al financiamiento que otorgara Japón en la complementación de la carretera de la Franja Transversal del Norte. Y el segundo consistió en la reunión que tuvo el Dr. Caballeros con 120 empresarios, a quienes expuso las ventajas competitivas que ofrece Guatemala para la inversión, así como la oferta exportable del país.

5.5 Análisis de la balanza comercial Guatemala – Japón

En 2010 Japón fue el 8vo principal destino de las exportaciones de Guatemala, con US\$146.83 millones, principalmente café, ajonjolí y cardamomo. Asimismo, Japón fue el 10º principal proveedor para Guatemala importando de ese país US\$276.58 millones, entre los que figuran vehículos, láminas de hierro, aparatos mecánicos, neumáticos, etc. Japón no figura como un inversionista principal en Guatemala. A diciembre 2011 Grandes firmas japonesas del sector automotriz vieron frustrados sus esfuerzos por el alto valor del yen, ya que el alza en el precio de dicha moneda ha provocado que las

empresas automotrices busquen otras zonas para invertir tal es el caso de Mazda Motor Corp. Se ha enfocado en las mejoras continuas para hacer su producción más eficiente a través de la obtención de ideas innovadoras de sus propios trabajadores. En la planta de Mazda ubicada en Hiroshima empleados han diseñado y armado manualmente equipo para realizar el ensamble de algunas piezas de los vehículos en forma mas rápida y esto permite recortar un 60% del presupuesto destinado para el equipo y maquinaria y reduce los costos de producción de 11 mil millones de yenes (146 millones de dólares) en comparación al año anterior. Para la compañía mencionada el incremento de un solo yen sobre un dólar representa pérdidas de hasta 2 mil 500 millones de yenes (32.5 millones de dólares) en sus ganancias anuales. En cuanto a las frutas deshidratadas como se indicó en el capítulo anterior no se tienen registros potenciales ya que tienen clientes específicos los cuales exportan en menor cantidad, para lo cual es importante analizar este mercado en Japón.

5.5.1 El mercado de frutas deshidratadas en Japón

De acuerdo al análisis del mercado de frutas secas y frutas deshidratadas en Japón, expuesto por la sección comercial de la embajada de Colombia en Tokio se indica que en Japón, los principales frutos en el mercado de productos deshidratados son las pasas y las ciruelas secas, el consumo aproximado por año es de 57,538 toneladas, las estadísticas mas destacadas para el 2003 reportan un total de importaciones de 30,000 toneladas de pasas, las importaciones por lugar de origen se tiene que los exportadores principales de frutos secos se diferencian por la variedad de los frutos puesto que el exportador líder de un producto en particular maneja la mayoría de las importaciones que hace Japón de dicho producto por lo que Estados Unidos (California) tiene un monopolio virtual sobre las importaciones de Japón de pasas y ciruelas secas puesto que Asociaciones industriales condujeron campañas promocionales muy agresivas en Japón por lo que Estados Unidos tuvo un 79% de participación en todas las importaciones de frutas deshidratadas en 2003, con una enorme ventaja sobre el segundo exportador: China que es el segundo socio comercial de Japón, este país le

exporta principalmente bananos deshidratados y en un segundo lugar vienen de Ecuador (83.8%). Las importaciones de China crecieron sustancialmente (ciruelas secas), mientras que las importaciones de Sur África (pasas) cayeron dramáticamente. En Albaricoque e Higos, Turquía se mueve por delante de Estados Unidos.

Como se menciona en el capítulo II, Guatemala se rige dentro de las barreras no arancelarias que Japón tiene para la fruta deshidratada que se identifica como “alimentos semi procesados” y se tiene la regulación que es la “Ley de Protección de Plantas y saneamiento de alimentos”, este es un procedimiento que el importador debe realizar en el puerto de entrada donde debe presentar a la estación correspondiente una aplicación para la inspección de importación y un certificado fitosanitario junto con la muestra provista por el país de donde importa el producto, cabe resaltar que solamente ciertos puertos japoneses cuentan con equipos de planta con facilidades de cuarentena y que si se detecta una infección, se ordenará al importador descontaminar, descartar o devolver al barco. Las únicas frutas deshidratadas que no se les aplica dicha ley son: Albaricoques, higos, caquis, kiwi, ciruelas, peras, dátiles, cocos, piñas, plátanos, papayas, uvas y melocotones. En este sentido las principales frutas deshidratadas que consume Japón son:

- **Pasas**

Las pasas se hacen de uvas Thompson sin semillas y uvas de Santana, y se producen principalmente en California en los EE.UU. Las pasas americanas tienen la mayor participación del mundo del mercado de pasas, y que son exportadas Japón vienen de los EE.UU. Además, Japón es el socio más grande como mayor importador de los EE.UU en pasas. “Mas del 80% de todas las pasas se usa para hacer pan en Japón. Otro 10% se usa para fabricar galletas, y un 10% se vende directamente a los consumidores”. (Sección Comercial de la Embajada de Colombia en Tokio, 2005:15)

- **Ciruelas o prunes**

Las prunes son ciruelas secas de un tipo que no crece en Japón las ciruelas son altas en hierro y otros minerales, y crece su popularidad como un tipo de comida sana. Las ciruelas se venden tanto con o sin semilla, y las ciruelas con semillas normalmente se importan de esta forma. “El 60% de toda la venta se dirige a los consumidores, mientras que el 40% se usan para extraer su contenido y usarse en alimentos saludables”. (Sección Comercial de la Embajada de Colombia en Tokio, 2005:15)

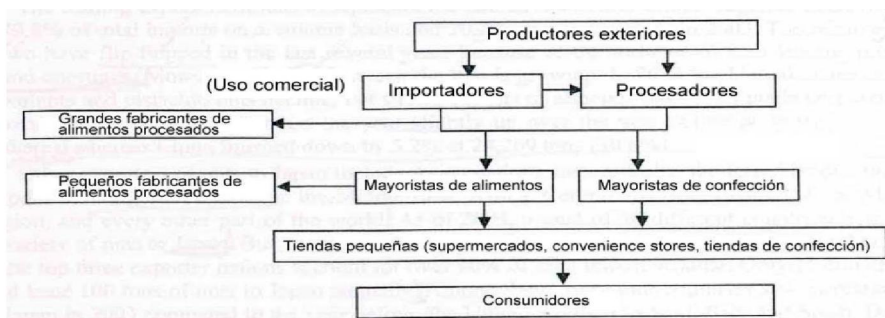
Así mismo con base a datos de la Guía para la exportación a Japón, sobre artículos de frutas deshidratadas 2011 reportó que para el 2010 se tiene un total de 42.71 millones de dolares en importaciones de Japón en ciruelas o prunes.

- **Caqui**

Casi todas importaciones japonesas de caqui vienen de Hobei y de la provincia de Shandong en China. Más del 70% de toda la exportación de caqui chino son dirigidas a Japón.

Gráfica No. 6

Canales para la distribución de frutas deshidratadas en Japón



Fuente: Sistema de Inteligencia de Mercados Embajada de Colombia en Japón Tokio

Dentro de las organizaciones relacionadas están:

- Japan Nut Association (Asociación de frutos secos de Japón)
- Japan Dried Fruits Importers Association (Asociación de Importadores de Frutas Secas de Japón)
- California Walnut Commission
- California Raisin Administrative Committee
- Turkish Hazelnut Promotion Group (Grupo de promoción de avellana turca)

Como se puede observar en el esquema anterior, existe una red de canalización de las importaciones de frutas deshidratadas que puede ser aprovechada por Guatemala en la producción de estos alimentos, lo cual podría lograrse por medio de la integración de productores guatemaltecos por medio de los contactos comerciales que han surgido por medio de la política integrada del Estado guatemalteco, puesto que en el Gobierno del Presidente Álvaro Colom se estableció un agregado comercial con el objetivo de encontrar nuevos mercados en el país asiático como se mencionó anteriormente.

5.6 Consideraciones finales de las exportaciones de frutas deshidratadas de Guatemala a Japón

Con el desarrollo del estudio se ha permitido visualizar el tema en dos aspectos: el interno en Guatemala y el externo en Japón. El primero es un panorama que se presenta como débil o con pocos importadores en el mundo esto es notorio en la indagación de datos que se pretendían analizar. Esto se evidencia en varios aspectos, por ejemplo los productores realizan sus operaciones para clientes específicos que solo piden en escasas cantidades, mismas que no supieron exponer, por otro lado incluso se manifestaba que se mostraba poco interés de ayuda por parte del ente gubernamental con intereses particulares por lo que, prefieren continuar operando de forma directa con el importador en el extranjero. Otro aspecto que fundamenta el débil panorama de la producción de frutas deshidratadas en Guatemala es la escasa información que se

encontraba del mismo, y esto tiene su base en la ausencia de un arancel específico para dicha fruta en el marco del MCCA, puesto que en las exportaciones expuestas se logró notar que este producto lo encajan en “frutos frescos o secos” lo que no permite identificar con cantidades específicas que el país comercia en el exterior. Así mismo cabe resaltar que las empresas carecen de una organización determinada puesto que ofrecen también productos frescos y que mínimamente se ofrece la fruta deshidratada como otra de sus opciones, además de que se comercia para empresas productoras de alimentos que incluyen la fruta deshidratada como materia prima o como parte del producto que se comercia al exterior, esto hace difícil exponer el tema como parte de un potencial mercado.

Por otra parte en el contexto japonés el panorama se ve reflejado de una manera bastante desarrollada pero teniendo como principal socio comercial a Estados Unidos, puesto que existen cantidades en toneladas que Japón importa, mismo que como se menciona anteriormente es el fruto de una fuerte campaña sobre la importancia de la salud a través del consumo de este producto el siguiente cuadro permite identificar el fuerte mercado que figura para Estados Unidos.

Cuadro No. 9
Importaciones de frutos deshidratados.
En toneladas y millones de dólares. Japón. 2006-2010

	Volumen en Toneladas					Valor en millones de dólares				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Bananas	325	253	259	205	516	1,276,315.7	1,065,789.4	921,052.6	842,105.2	1,105,263.1
Higos	1,143	919	765	892	1,108	1,328,947.3	1,197,368.4	1,197,368.4	1,250,000	1,500,000
Pasas	1,536	1,494	1,207	957	1,130	8,631,578.9	9,828,947.3	9,578,947.3	6,526,315.7	7,539,473.6
Piñas	18	31	11	8	11	171,052.6	236,842.1	131,578.9	118,421.0	118,421.0
Mangos	125	97	91	33	39	1,328,947.3	973,684.2	789,473.6	263,157.8	263,157.8
Pasas	29,251	32,038	30,484	27,252	30,470	82,578,947.3	92,776,315.7	88,407,894.7	70,842,105.2	85,052,631.5
Albaricoques	969	882	676	855	704	7,131,578.9	7,355,263.1	5,381,578.9	5,052,631.5	5,039,473.6
Prunes	9,749	10,949	9,350	9,150	11,077	54,473,684.2	55,986,842.1	43,578,947.3	39,394,736.8	42,710,526.3
Manzanas	33	33	27	29	30	421,052.6	447,368.4	421,052.6	276,315.7	250,000.0
Bayas	83	36	31	20	20	2,526,315.7	1,473,684.2	986,842.1	486,842.1	355,263.1
Caquis	2,571	2,378	882	1,645	2,032	7,710,526.3	7,421,052.6	2,671,052.6	3,552,631.5	5,000,000
Secos										
Otros	1,142	1,092	932	1,078	1,003	8,934,210.5	8,750,000	8,421,052.6	7,960,526.3	7,315,789.4
Total	46,944	50,203	44,716	42,124	48,140	161,210,526.3	187,526,315.7	162,473,684.2	136,565,789.4	156,236,842.1

Fuente: Elaboración propia con base a datos de la Guía para la exportación a Japón, sobre artículos de frutas deshidratadas 2011.

La dinámica comercial y de consumo realizada por Japón con sus distintos socios comerciales permite evidenciar el potencial del mercado japonés concentrado en las importaciones, distribución y consumo de frutas deshidratadas, que como se muestra en este capítulo es una estructura que podría ser aprovechada por la industria guatemalteca de este sector.

Como se puede evidenciar en el cuadro No. 9, el consumo de frutas deshidratadas procedentes de importaciones realizadas por Japón ha tenido auge durante el quinquenio analizado. A pesar de la crisis económica del 2008, se puede apreciar una rápida recuperación durante el 2010 con importaciones totales superiores a los 150 millones de dólares, dejando en primera posición el consumo de pasas deshidratadas, como se ha enfatizado en esta investigación las pasas representan el 54.43% del total de importaciones de frutas deshidratadas realizadas durante el 2010 por Japón.

La variación de montos importados durante el periodo 2006-2010 no ha caído considerablemente, indicador de que el consumo de productos deshidratados por el consumidor japonés ha mantenido su importancia por la tendencia de consumo de productos que contengan beneficios para la salud de los japoneses.

Por lo anterior, la oportunidad se puede encontrar en la disminución de la brecha comercial que ya Estados Unidos ha realizado siendo el principal socio comercial de Japón en el sector de deshidratados, lo cual permitirá que países como Guatemala a través de su industria pueda ser un actor económico en una cadena de valor global, a través de alianzas empresariales complementarias que le permita aprovechar sus ventajas competitivas, así como las de Estados Unidos generando alianzas que les permitan tener mayor participación dentro del mercado japonés.

En el contexto nacional fue posible notar que el país con la estructura legal comprendida en el marco de la política integrada para las exportaciones, no así para el sector agro industrial de frutas deshidratadas ya que como se menciona, este es un

grupo reciente y pequeño, por lo que de parte del país exportador en esta área requiere de un desarrollo industrial que necesita ser unificado por parte de los productores de la fruta deshidratada, y que se asocie directamente con alguna institución promotora de exportaciones como AGEXPORT para un contacto directo con Japón como lo indica en su página de información comercial, es decir que debe surgir el desarrollo del sector agro industrial de frutas deshidratadas, posterior a esto enfrentaría un reto importante: la competitividad, ya que al ser Estados Unidos el principal proveedor de Japón en materia comercial y que por otra parte Guatemala se caracterice por tener la ventaja la ubicación geográfica, la cual le permite tener diversidad de climas por región del país, este factor le permite cosechar diversidad de productos agrícolas, ya que de acuerdo al MINECO el avance en buenas prácticas agrícolas que ha tenido Guatemala ha servido para que pueda exportar frutas y vegetales a Estados Unidos, Europa y Asia, siendo altamente competitivos. Esto se debe a las 8,657 fincas, que albergan en total una superficie cultivada de 12,237 manzanas, estas características hacen que Guatemala incremente su participación en el mercado internacional, ya que las exportaciones constituyen un importante aporte a la economía del país, el exportar permite que el país ofrezca a sus consumidores locales e internacionales mejor calidad de productos y que se ubique al país en reconocimiento de la buena producción y diversidad de frutos que se produzcan, por lo que el potencial de Guatemala en materia agrícola es alto, ya que cuenta con los recursos naturales para explotarlos, lo que beneficiaría aún más para que las empresas puedan contar con mayor cantidad de materia prima, sin embargo, actualmente las empresas pueden contar con materia prima constante para la elaboración de productos agroindustriales, tomando en cuenta que la materia prima de un fruto deshidratado es el fruto mismo y que el país produce.

A pesar del lento crecimiento que se ha encontrado y la falta de información por no ser un sector integrado, los productores de deshidratados guatemaltecos se han empeñado por mejorar en sus procesos de producción para poder contar con mayor capacidad exportadora y con sus tipos de empaques que se adapten a las tendencias mundiales según se pudo notar en los nuevos empaques que la empresa Alimentos Campestres utiliza para exportar el producto final para el consumidor final como snack y con el cual

ha incursionado en el mercado japonés quedando pendiente su ampliación de contactos potenciales que les permitan encontrar un nicho de mercado para comercializar los productos. Esto refleja la situación y actitud positiva con la que cuentan los empresarios y lo importante que sería que pudieran contar con mayor apoyo financiero y técnico para desarrollar el sector y que pueda ser sostenible.

En el contexto japonés, el mercado de las frutas deshidratadas es creciente debido a que en décadas anteriores el consumo de fruta deshidratada se usaba en confitería y para hacer pan, la sociedad japonesa no estaba acostumbrado a consumir este producto directamente, sin embargo ha diversificado sus gustos, además de que la imagen de los frutos deshidratado ha cambiado a la idea de un producto saludable y de alta nutrición.

“...el contenido nutricional de los alimentos, y sus habilidades para mantener y mejorar la salud, se ha convertido en un criterio común de selección por parte del consumidor. Programas de información en televisión y artículos de revistas han hecho reportajes específicos sobre valor nutricional de los frutos secos. Estos reportajes describen cómo frutos secos y frutas deshidratadas representan una excelente y equilibrada fuente de proteína vegetal, potasio y fibra natural”(Sección Comercial de la Embajada de Colombia en Tokio, 2005:16) Tal y como lo muestra el cuadro No. 7.

Una razón para posesionarse como exportador de frutas deshidratadas hacia Japón puede ser la campaña que Estados Unidos realiza desde 1998 en Japón ya para impulsar este mercado y que contó con mucho mas que publicidad en medios de comunicación, puesto que se realizaron alianzas con escuelas de cocina y organización productoras de pan desarrollando nuevos menús incorporando frutos secos y pasas, además de seminarios de salud dirigidos a consumidores. Dentro de los canales de distribución no es directamente a los consumidores sino a los distribuidores relacionados con las industrias de cocina, confitería, panes y pastelerías, puesto que los productos son empacados por el importador japonés y distribuidos por medio de mayoristas de alimentos o de confitería. “Los frutos crudos y frutas deshidratadas se

venden para re empacarse en empaques comerciales listos para consumir en pequeños paquetes, y los distribuyen a través de canales de mayoristas de alimentos al mercado minorista”. (Sección Comercial de la Embajada de Colombia en Tokio, 2005:18)

A pesar de que puede considerarse el proceso interno de comercialización japonés complejo, es importante que se realice una investigación de mercado exhaustiva que permita identificar el nicho de mercado para la comercialización de productos de este tipo y otros que tengan oportunidades y que Guatemala oferte.

CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES

Por medio de la presente investigación fue posible contextualizar y definir una explicación en torno al contexto mundial el que ha venido condicionado el desarrollo del Comercio Exterior e Internacional y lo que provocó que gobiernos como el de Guatemala implementarán o elaborarán políticas para afrontar los fenómenos de la globalización impulsadas en el contexto del sistema internacional, por lo que a continuación se presentan las conclusiones derivadas de lo que se visualiza a partir del estudio realizado.

Si bien es cierto, el desarrollo del comercio a lo largo del siglo pasado, ha permitido que el intercambio comercial en el mundo sea considerado una opción para atraer ingresos económicos a los países tanto desarrollados como sub desarrollados, sin embargo previo a darse el aumento de las ventas excedentes de un país productor de cualquier bien, es necesario tener un sector bien organizado, fortalecido y competitivo de acuerdo a las exigencias tanto de los estados importadores como del cliente que lo adquiera por lo que, en el caso del mercado de las frutas deshidratadas en Guatemala es un pequeño grupo que no tiene organización específica o medios de concertación común para poder organizarse, unificarse y concentrar un mercado creciente de este producto.

El consumo de este producto en el continente asiático es muy alto pero también competitivo ya que Estados Unidos es el único país que tiene controlado este mercado y como se expuso en el capítulo V se debe a que han desarrollado fuertes campañas en el consumo de estos frutos, principalmente las pasas y las ciruelas, lo que les ha permitido posicionarse como el principal proveedor para Japón, además el país norteamericano es el principal socio comercial de Japón por este aspecto le es más fácil introducir cualquier tipo de producto o servicio, por ello con base a este argumento probablemente entre las opciones esta canalizar la fruta deshidratada a granel hacia Estados Unidos para que ellos le den valor agregado y continúen el proceso de transformación para su exportación.

A su vez, un Tratado de Libre Comercio con Japón sería ideal para abrir nuevos mercados en el país asiático y poder ser competitivo en cuanto a acceso arancelario y

otras medidas no arancelarias que podrían jugar un rol importante en torno a la producción de deshidratados, lo que beneficiaría en la exportación directa de frutos deshidratados ya que la sociedad Japonesa consume este tipo de producto en grandes cantidades y la demanda ha crecido durante los últimos años, pero previo a ello el sector debe conformarse como tal, ya que actualmente de acuerdo a las entrevistas realizadas las exportaciones que se han realizado y se realizan son directas a cierto cliente a petición especial, no es como el sector agroindustrial azucarero que en comparación produce en forma masiva para un consumidor a nivel mundial, está muy organizado con su propio puerto de exportación, con los productores de caña concentrados en la costa sur y con centro de investigaciones que es CEGLICAÑA, para este sector guatemalteco todo esto les ha valido para ser reconocidos como el segundo productor a nivel centroamericano y el cuarto a nivel mundial, pero principalmente es la organización sectorial su factor clave de éxito.

Una de las principales pruebas de que el mercado de las frutas deshidratadas es un sector en crecimiento, así como que tiene impacto a nivel mundial (excepto por Estados Unidos), se refleja en la poca información disponible que existe sobre este rubro y también las pocas exportaciones que se realizan, ya que no tiene ni si quiera un rubro específico para este producto, puesto que se intentó identificar el producto en el Sistema Arancelario Centroamericano y no se encontró una fracción arancelaria independiente para frutos secos o deshidratados, además a través del sistema de consulta del Centro Internacional de Comercio donde tampoco se llega a determinar, el rubro se identifica como “banano fresco o seco” por lo que no especifica un detalle sobre frutas deshidratadas, escasamente menciona las pasas pero las cantidades son muy bajas o nivel cero, lo que permite concluir que para desarrollar el mercado de las frutas deshidratadas hacia el Japón debe haber un consenso entre los productores guatemaltecos de este alimento a través de la asociatividad, para llegar a las autoridades correspondientes del MINECO con una propuesta de desarrollo empresarial que les permita contar con apoyo técnico y financiero para fortalecer el sector, lo que les podría beneficiar en tener representatividad y contar con apoyo para acceso a créditos que les permita tecnificar sus procesos y capacitar a su recurso

humano en innovación y tecnología, lo cual representaría un sector competitivo a nivel nacional e internacional.

De manera que se recomienda a los productores iniciar comunicaciones con el fin de determinar de qué manera podrían integrarse, para poder compartir experiencias en el desarrollo de sus productos y así realizar un eventual acercamiento al sector público que administra la Política Integrada de Comercio Exterior, y así conjuntamente evaluar un acercamiento en materia de comercio internacional para identificar posibles importadores a nivel de países como los Centroamericanos, por ser el mercado más cercano, Canadá, Omán, Emiratos Árabes Unidos, Alemania y México, ya que este último si importa desde Guatemala pero en las funciones de un estudio de mercado se podría mejorar la oferta a manera de incrementar las exportaciones, así mismo se recomienda determinar cuales son las frutas que más se consumen en el mundo. De manera que se exhorta a realizar tres principales actividades en la búsqueda del desarrollo del sector de frutas deshidratadas que son: organización por parte de los productores, acercamiento por medio de mesas de diálogo con las autoridades responsables de internacionalización en el Estado guatemalteco, y realizar un amplio estudio de mercado actualizado y enfocado en el consumo e importación del producto en el exterior. Así mismo se recomienda a los estudiantes académicos de relaciones internacionales así como de comercio exterior realizar investigaciones relativas al consumo y movimiento de frutas deshidratadas con datos actualizados para promover el interés del potencial que se visualiza a largo plazo que puedan alentar iniciativas que permitan fortalecer dicho sector.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS Y DOCUMENTOS

Adams, I. (2001). *La ideología política hoy en día*. Manchester: Press.

Banco de Guatemala. (2011). *Guatemala en Cifras*. Guatemala: Banguat.

CIDH. (2006). *Ley de Maquilas (Decreto 29-89)*. Guatemala: CIDH.

CONAPEX. (1996). *Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala*. Guatemala: CONAPEX.

Diario Mallorca. (2010). *Entrevista a Jesús Huerta de Soto*. España: Diario Mallorca.

Díaz Mier, M. (1996). *DEL GATT A LA OMC*. Madrid: Universidad de Alcalá .

Diario de Centroamerica. (20 de Febrero de 2012). El país debe diversificar su mercado para potencializar sus productos y servicios. pág. 7.

Estudio Economico de Japón. (2008). *Estudio Economico de Japón*.Tokio: OECD. All rights reserved.

Gómez Castañeda, O. (2005). *Los Templarios: Su influencia económica y financiera* . Venezuela: IUTIRLA.

JETRO. (2011). *Guía para la exportacion a Japón, sobre artículos de frutas deshidratadas*. Japón: JETRO.

Larios Ochaita, C. (2001). *Derecho Internacional Público*. Guatemala: F&G Editores.

Mercado, S. (2000). *Comercio Internacional I: Mercadotecnia Importación-exportación*. México D.F.: LIMUSA.

Padilla, A. (1992). *Teorías de las Relaciones Internacionales La Investigación sobre la Paz y el Conflicto*. Guatemala: IRIPAZ.

Samuelson, P., & William, N. (2006). *Principios de Economía* . Estados Unidos: Mc Graw Hill.

Sanchez, A. (2008). *Historia del Mundo Contemporáneo*. España: Vincens Vives.

Sección Comercial de la Embajada de Colombia en Tokio. (2005). *Análisis del mercado de frutos secos y frutas deshidratadas en Japon*. Tokio Japón: Sección Comercial de la Embajada de Colombia en Tokio.

UNE. (2007). *Plan de Gobierno*. Guatemala: UNE.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

ASEAN. (23 de enero de 2012). *Página Oficial de la Asociación de Naciones del Sureste Asiático*. Recuperado el 27 de Enero de 2012, de <http://www.aseansec.org/>

Enciclopedia Economica. (2009). *VENTAJA COMPARATIVA*. Recuperado el 31 de Enero de 2012, de <http://www.economia48.com/spa/d/ventaja-comparativa/ventaja-comparativa.htm>

Enersol S.A. (2011). *Soluciones con energía solar*. Recuperado el 26 de Enero de 2012, de http://www.enersolgt.com/index_archivos/Page3666.htm

Granados, J. (2003). *Zonas Francas y otros regímenes especiales en un contexto de negociaciones comerciales multilaterales y regionales*. Nueva York, Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.

Iglesias, M. (2003). *Diferencias básicas entre comercio exterior y comercio interior*. Recuperado el 19 de Enero de 2012, de <http://www.primeraexportacion.com.ar/documentos-tecnicos/252-diferencias-basicas-entre-comercio-exterior-y-comercio-interior.html>

Observatorio de Políticas Comunes SICA. (2010). *Observatorio de Políticas Comunes*. Recuperado el 23 de Enero de 2012, de <http://www.opc-sica.org/es/proyecto.html>

Organizacion Mundial de Comercio. (2011). *OMC*. Recuperado el 2 de Agosto de 2011, de http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact5_s.htm

Presidencia de Guatemala. (25 de Octubre de 2010). *Presidencia de Guatemala*. Recuperado el 30 de enero de 2012, de <http://www.guatemala.gob.gt/noticia4.php?codigo=10384&titulo2=Nacionales>

PRONACOM. (2009). *PRONACOM*. Recuperado el 24 de Enero de 2012, de http://www.pronacom.org/web/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=60

SICE. (22 de Marzo de 2011). *SICE*. Recuperado el 11 de Agosto de 2011, de http://www.sice.oas.org/TPD/CACM_EU/Negotiations/2011AACUE_s.pdf

TAITRA. (2002). *Consejo de Desarrollo de Comercio Exterior de Taiwán*. Recuperado el 25 de Enero de 2012, de <http://turnkey.taiwantrade.com.tw/showpage.asp?subid=185&fdname=FOOD+MANUFACTURING&pagename=Planta+de+produccion+de+alimentos+deshidratados>

ANEXOS

Anexo 1

Decreto No. 37-95, artículo 1

NUMERO 57 DIARIO DE CENTRO AMERICA—Junio 2 de 1995

Decreto Número 37-95

El Congreso de la República de Guatemala

CONSIDERANDO:

Que es obligación del Estado, promover el desarrollo económico de la Nación y el desarrollo ordenado y eficiente del comercio interior y exterior del país.

CONSIDERANDO:

Que el Gobierno de la República de Guatemala, suscribió en Marrakech, Marruecos, el 15 de abril de 1994, el "Acta Final en que se incorporan los resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales", cuyo punto dos requiere a sus signatarios someter el Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, a la consideración de sus respectivas autoridades competentes con el fin de recabar de ellas su aprobación, del cual forman parte integrante los acuerdos y los instrumentos jurídicos incluidos en sus Anexos 1, 2, y 3, denominados "Acuerdos Comerciales Multilaterales".

POR TANTO:

Con fundamento en los artículos 1, 2, 118, 119 incisos a), d), k) l), y n) 130 y 149 de la Constitución Política de la República de Guatemala, y en ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo constitucional 171 literales a) y l).

DECRETA:

ARTICULO 1. Se aprueba el "Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio", suscrito en Marrakech, Marruecos el 15 de abril de 1994, al concluir la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales.

Reglamento Interno del Ministerio de Economía, Acuerdo Gubernativo 182-2001,
Artículo 7

VICEMINISTRO DE INTEGRACIÓN Y COMERCIO EXTERIOR

Encargado de promover las relaciones económicas y el desarrollo del comercio exterior; así como impulsar el perfeccionamiento de la integración económica regional. Para el cumplimiento de tales objetivos y, específicamente en lo concerniente a negociación y administración de Acuerdos Comerciales, desarrolla las siguientes funciones:

- a) Diseñar la estrategia de negociación de convenios y tratados de comercio internacional, bi, pluri y multilaterales;
- b) Conducir las negociaciones de los convenios y tratados de comercio internacional bi, pluri y multilaterales;
- c) Administrar los convenios y tratados internacionales de comercio vigentes;
- d) Proteger los derechos que asistan a Guatemala en el marco de convenios y tratados internacionales y vigilar el cumplimiento de los arreglos comerciales negociados;
- e) Conducir las negociaciones de los convenios y tratados de promoción y protección recíproca de inversiones;
- f) Dar seguimiento y mantener información actualizada sobre la evolución de las negociaciones comerciales y económicas bi, pluri o multilaterales;
- g) Establecer sistemas de información y orientación para las acciones de exportación y las condiciones de acceso a mercados;
- h) Impulsar el diseño y desarrollo de una red de inteligencia comercial exterior.

Anexo 3

Tabla de correspondencia para los códigos de productos

Para : 08 - Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones

802 los demás frutos de cascara, frescos o secos, incluso sin cascara

805 Limones Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, fresco

805 Limones Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, fresco

805 los demás agrios, frescos o secos.

810 grosellas , incluido el casis frescos.

810 Duriones, frescos

810 otros frutos frescos.

812 los demás frutos conservados provisionalmente

Anexo 4 - Comunicado 226-2012- Canciller Caballeros concluyó visita oficial a Japón del Ministerio de Relaciones Exteriores



Medio: Cancillería Guatemala
País: Guatemala

El Ministro de Relaciones Exteriores, Embajador Harold Caballeros, concluyó la visita oficial que realizó a Japón, ocasión en la que se reunió con su homólogo japonés, Koichiro Gemba, lo cual les permitió ahondar en las perspectivas de la relación bilateral entre ambos países, en los ámbitos político, económico y de asistencia al desarrollo.

Ambos ministros conversaron sobre temas de interés común en la agenda internacional, incluyendo aquellos temas que atañen al Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, foro en el que Guatemala ocupa un puesto como miembro no permanente. Asimismo, se complacieron por el intercambio de apoyos en diversas candidaturas internacionales que ambos países promueven.

El Ministro Gemba reafirmó su compromiso por continuar apoyando la asistencia al desarrollo en Guatemala, lo cual fue agradecido por el Canciller Caballeros, quien destacó la importancia de la cooperación japonesa en Guatemala.

En el ámbito del financiamiento para la recuperación y construcción de infraestructura en Guatemala, ambas autoridades se refirieron a las acciones que se desarrollarán en sus respectivos países para prorrogar el cumplimiento del Programa ZONA PAZ I, el cual fue aprobado para atender las emergencias provocadas por la tormenta Agatha y la depresión tropical E12. Asimismo, se refirieron a las perspectivas favorables que representa el Proyecto ZONA PAZ II, el cual contribuirá al financiamiento de la carretera que une la Franja Transversal del Norte, y en ese contexto alentaron al Congreso de Guatemala a considerar las ventajas de su pronta aprobación.

Asimismo, se acordó promover mayores intercambios comerciales entre la región centroamericana y Japón, para lo que se aprovechará el Foro de Diálogo Político y de Cooperación Japón-Centroamérica.

El Canciller Caballeros también se desplazó a la ciudad de Sapporo en Hokkaido, en donde tuvo una reunión con 120 empresarios japoneses, a quienes expuso las ventajas competitivas que ofrece Guatemala para la inversión, así como la oferta exportable del país.

Credito de foto: Efe

Anexo 5



MODELO DE ENTREVISTA

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencia Política

Relaciones Internacionales

Tesis:

Exportación de Productos deshidratados guatemaltecos: un potencial en el mercado japonés. Jennifer Mendoza

Entrevista

Boleta No. _____

Objetivo de la entrevista: obtener información directa de los productores/exportadores de frutas deshidratadas de Guatemala, así como los retos y oportunidades de la exportación en este tipo de productos a nivel internacional.

Nombre: _____

Empresa: _____ Cargo _____

1. ¿Qué tipo de frutas procesa su empresa para la deshidratación?
2. ¿Cómo considera usted el consumo de frutas en Guatemala?
3. ¿Hacia que países exporta su empresa?
4. ¿Qué país, según su experiencia es el mayor consumidor de frutas deshidratadas en el mundo?
5. ¿Cuál de todas las frutas deshidratadas es la mas aceptada en el mercado mundial?

6. ¿Cuál es la situación de la exportación de frutas deshidratadas?
7. ¿Cuáles considera usted que han sido los obstáculos para acceder a este tipo de mercado?
8. ¿Han realizado alguna investigación para exportar frutas deshidratadas a países asiáticos?
9. ¿Cuáles considera usted que serían los retos que su empresa enfrentaría para exportar frutas deshidratadas a Japón?
10. ¿Cuáles considera que serían las oportunidades que su empresa tendría al exportar hacia Japón?
11. ¿Considera usted importante negociar un Tratado de libre Comercio entre Guatemala y Japón?