

# Ministerio de Economía



# Manual de Exportaciones



Guatemala, agosto 2019

## INDICE

<b>SIGLAS</b> .....	<b>5</b>
<b>I. PRESENTACIÓN DEL MANUAL</b> .....	<b>7</b>
<b>II. CONTEXTO DEL SECTOR</b> .....	<b>9</b>
2.1 CONCEPTOS DE COMERCIO EXTERIOR .....	9
2.2 SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	10
2.2.1 <i>Importancia y beneficios de los sectores exportadores para Guatemala</i> .....	12
2.3 MARCO LEGAL DE LAS EXPORTACIONES .....	17
<b>III. MÓDULO NO. 1: REGISTRO DE LA EMPRESA</b> .....	<b>21</b>
3.1 REGISTRO DEL CÓDIGO DE EXPORTADOR – VUPE -.....	22
3.1.1 <i>Obtener acceso al sistema SEADEx</i> .....	25
3.1.2 <i>Flujograma del proceso para obtener el código de exportador</i> .....	26
<b>IV. MÓDULO NO. 2: ADAPTACIÓN Y SELECCIÓN DEL PRODUCTO</b> .....	<b>27</b>
4.1 SELECCIÓN DEL PRODUCTO PARA EXPORTAR .....	28
4.2 IDENTIFICAR LA PARTIDA ARANCELARIA DEL PRODUCTO.....	30
4.2.1 <i>Identificación de los productos a través del SAC – Centro América</i> .....	32
4.2.2 <i>Identificación de los productos a través del HTSUS – Sistema Armonizado de Estados Unidos</i> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
4.3 VERIFICAR LAS NORMAS / REGLAMENTOS TÉCNICOS DEL PRODUCTO .....	34
4.3.1 <i>Dirección del Sistema Nacional de la Calidad</i> .....	34
4.4 PROPIEDAD INTELECTUAL DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	36
4.5 SECTOR DE SERVICIOS .....	38
4.6 DESARROLLO DE LA HOJA TÉCNICA DEL PRODUCTO.....	40
<b>V. MÓDULO NO. 3: SELECCIÓN DEL MERCADO POTENCIAL</b> .....	<b>42</b>
5.1 REVISIÓN DE LOS ACUERDOS Y TRATADOS DE LIBRE COMERCIO SUSCRITOS POR GUATEMALA .....	43
5.1.1 <i>Tratados de Libre Comercio Firmados y Ratificados por Guatemala</i> .....	43
5.1.2 <i>Acuerdos de alcance parcial, firmados por Guatemala</i> .....	43
5.1.3 <i>El Sistema de Preferencias Generalizadas – SGP-</i> .....	44
5.2 ANÁLISIS DE LAS ESTADÍSTICAS COMERCIALES.....	45
5.2.1 <i>TradeMap</i> .....	46
5.3 IDENTIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS ARANCELARIOS.....	50
5.3.1 <i>Sistema Arancelario en Centro América</i> .....	51
5.4 IDENTIFICACIÓN DE LAS MEDIDAS O REGULACIONES NO ARANCELARIAS .....	54
5.5 IMPUESTOS ESTATALES Y LOCALES .....	59
5.6 METODOLOGÍA PARA EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DEL MERCADO POTENCIAL .....	60



<b>VI. MÓDULO NO. 4: LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN .....</b>	<b>63</b>
6.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	63
6.1.1 Acceso al mercado internacional de forma directa .....	63
6.1.2 Acceso al mercado internacional de forma indirecta .....	63
6.2 ZONAS DE DESARROLLO ECONÓMICO ESPECIAL PÚBLICAS .....	65
6.3.1 Dimensiones de una estiba o pallet .....	67
6.3.2 Tipos de materiales de estibas - Norma de embalaje NIMF 15 .....	68
6.4 ETIQUETADO DEL PRODUCTO .....	69
6.5 MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO EXTERIOR.....	70
6.6 ENVÍO DE MUESTRAS .....	74
6.7 TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL – INCOTERMS .....	76
6.7.1 Incoterm EXW Ex Works – “en fábrica” .....	76
6.7.2 Incoterm FAS - Free Alongside Ship – “franco al costado del buque” (puerto de carga convenido).....	77
6.7.3 Incoterm FOB - Free On Board “libre a bordo (puerto de carga convenido)” ..	77
6.7.4 Incoterm FCA Free Carrier “franco transportista (lugar convenido)” .....	77
6.7.5 Incoterm CFR Cost and freight “(coste y flete)” .....	77
6.7.6 Incoterm CIF Cost, insurance and freight (Coste seguro y flete).....	78
6.7.7 Incoterm CPT Carriage Paid to (transporte pagado hasta) .....	78
6.7.8 Incoterm CIP Free Carriage and Insurance Paid to (transporte y seguro pagado hasta) .....	78
6.7.9 Incoterm DAT Delivered at Terminal (entregada en terminal) .....	80
6.7.10 Incoterm DAP Delivered at Place (entregado en lugar) .....	80
6.7.11 Incoterm DDP Delivered Duty Paid (entregada derechos pagados) .....	80
6.8 PRECIO DE EXPORTACIÓN .....	84
<b>VII. MÓDULO NO 5. CLIENTES: CÓMO ENCONTRAR CLIENTES POTENCIALES .....</b>	<b>88</b>
7.1 FERIAS INTERNACIONALES.....	88
7.1.1 Antes del evento:.....	89
7.1.2 Durante el evento:.....	91
7.1.3 Después del evento: .....	91
7.2 MISIONES COMERCIALES.....	91
7.3 PROGRAMA DE AGREGADOS COMERCIALES, INVERSIÓN Y TURISMO -PACIT- .....	92
7.4 BÚSQUEDA DE CLIENTES A TRAVÉS DE BASES DE DATOS DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES .....	93
7.5 PROGRAMAS GUBERNAMENTALES .....	96
7.5.1 Ministerio de economía .....	97
7.5.2 Otras instituciones de apoyo.....	97
<b>VIII. MÓDULO NO. 6: PROCESO DE EXPORTACIÓN EN VUPE .....</b>	<b>99</b>

8.1 REGÍMENES ADUANEROS .....	99
8.2 DOCUMENTOS NECESARIOS PARA EXPORTAR .....	100
8.2.1 DEPREX – Declaración para el Registro y Control de las Exportaciones .....	100
8.2.2 DUCA – Declaración Única Centroamericana .....	100
8.2.3 Factura y Declaración Única Centroamericana – FIDUCA- .....	102
8.3 EMISIÓN DE REQUISITOS NO TRIBUTARIOS.....	103
8.4 CERTIFICADOS DE ORIGEN .....	106
8.4.1 Requisitos para calificar con el certificado de origen en Centroamérica.....	107
8.5 DOCUMENTACIÓN DE SOPORTE PARA LA EXPORTACIÓN .....	108
8.6 FLUJOGRAMA DEL PROCESO BÁSICO DE EXPORTACIÓN .....	109
<b>IX. PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTACIONES .....</b>	<b>114</b>
<b>X. KIT DE HERRAMIENTAS Y SITIOS WEB DE APOYO PARA EL EXPORTADOR .....</b>	<b>117</b>
10.1 ENTIDADES GUBERNAMENTALES DEL SECTOR DE COMERCIO EXTERIOR .....	117
10.2 MEDIDAS NO ARANCELARIAS.....	118
10.3 PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL COMERCIO EXTERIOR.....	120
10.4 TEMAS DE IMPUESTOS Y TRAMITES .....	120
10.5 LEYES E INICIATIVAS DE LEY A NIVEL NACIONAL .....	121
10.6 CÁMARAS DE COMERCIO E INDUSTRIA.....	121
10.7 DEFENSA COMERCIAL.....	121
10.8 DATOS ESTADÍSTICOS DE COMERCIO EXTERIOR .....	122
10.9 HERRAMIENTAS PARA ACCESO A MERCADOS / REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS .....	123
10.10 BÚSQUEDA DE CLIENTES POTENCIALES.....	125
10.11 LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN .....	125
10.12 GLOSARIO DE TÉRMINOS DE COMERCIO EXTERIOR .....	125
10.13 PROGRAMAS DE APOYO PARA LAS EXPORTACIONES.....	125
<b>XI. RECOMENDACIONES FINALES PARA INICIARSE EN LAS EXPORTACIONES .....</b>	<b>127</b>
<b>XII. ANEXOS.....</b>	<b>130</b>
12.1 INSCRIPCIÓN ANTE LA SAT .....	130
12.2 INSCRIPCIÓN ANTE EL REGISTRO MERCANTIL.....	131
12.2.1 Inscripción como Comerciante Individual .....	131
12.2.2 Inscripción como Sociedad Anónima .....	133
12.3 ORGANISMOS NORMALIZADORES PERTENECIENTES A LA ISO .....	135
12.4 COMISIONES DE AGEXPORT PARA EL SECTOR DE SERVICIOS DE EXPORTACIÓN .....	137
12.5 ACUERDOS DE ASOCIACIÓN Y TRATADOS DE LIBRE COMERCIO .....	138
12.5.1 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y la República de China (Taiwán) .....	138

12.5.2 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Chile .....	139
12.5.3 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana .....	140
12.5.4 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Colombia .....	141
12.5.5 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y la Unión Europea .....	142
12.5.6 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y México .....	143
12.5.7 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y la República Dominicana ...	144
12.5.8 Tratado de Libre Comercio Entre Guatemala Y Panamá .....	145
12.6 CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE LAS MEDIDAS NO ARANCELARIAS .....	146
12.7 DIRECTORIO DE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS .....	148
<b>XIII. GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS .....</b>	<b>152</b>

## SIGLAS

- ADA - Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea Y Centroamérica
- AGEXPORT - Asociación Guatemalteca de Exportadores
- ASTM – *American Society for Testing and Materials*
- BID – Banco Interamericano de Desarrollo
- CAUCA – Código Aduanero Uniforme Centroamericano
- COMBEX - Asociación para el Desarrollo Económico y Social de Aeropuertos y Puertos.
- CONAPEX – Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones
- CPN - Comisión Portuaria Nacional
- CUI – Código Único de Identificación
- CUTRIGUA - Consejo de Usuarios de Transporte
- DACE - Dirección de Administración del Comercio Exterior
- DEPREX - Declaración para el Registro y Control de Exportación
- DM - Declaración de Mercancías
- DPI – Documento Personal de Identificación
- DUCA - Declaración Única Centroamericana
- DUT - Declaración Única de Mercancías para el Transito Internacional Terrestre
- EPAL – *European Pallet Association*
- FAUCA - Formulario Aduanero Único Centroamericano
- FIDUCA - Factura y Declaración Única Centroamericana
- GTI - Guatemala Trade & Investment
- IBAN – *International Bank Account Number*
- ICC - *International Chamber of Commerce*
- IED - Inversión Extranjera Directa
- ISO – *International Organization for Standardization*
- ITC – *International Trade Centre*
- KPI - *Key Performance Indicator* (Indicador clave en el desempeño)
- MINECO - Ministerio de Economía
- MIPYMES - Micro, Pequeña y Mediana Empresa
- MSF – Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
- NFC - *Near Field Communication* (comunicación de campo cercano)
- NGO - Normas Guatemaltecas Obligatorias
- NIT - Número de Identificación Tributaria
- OEA – Operador Económico Autorizado
- OMC - Organización Mundial del Comercio
- PACIT - Programa de Agregados Comerciales Inversión y Turismo
- PRONACOM - Programa Nacional de la Competitividad
- PYMES - Pequeña y Mediana Empresa
- QR- *Quick Response Code* (código de respuesta rápida)

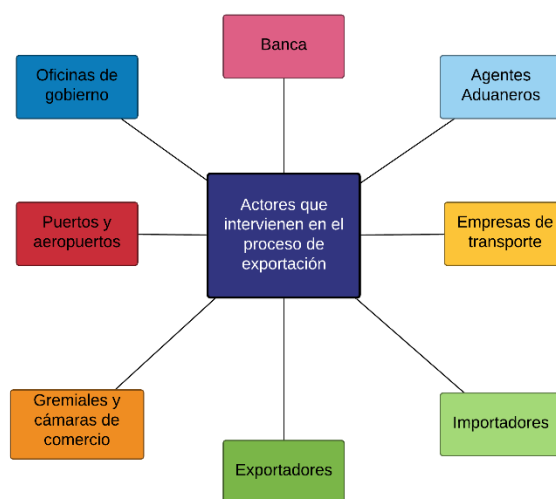
- RPI - Registro de la Propiedad Intelectual
- RTCA - Reglamentos Técnicos Centroamericanos
- RTG - Reglamentos Técnicos Guatemaltecos
- RTU - Registro Tributario Unificado
- SAC – Sistema Arancelario Centroamericano
- SAT - Superintendencia de Administración Tributaria
- SGP -Sistema de Preferencias Generalizadas
- SIECA -Secretaria de Integración Económica Centroamericana
- SWIFT - *Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication*
- TLC – Tratado de Libre Comercio
- URC - *Uniform Rules for Collections*
- USAID –*United States Agency of International Development*
- VESTEX - Asociación De La Industria De Vestuario Y Textiles De Guatemala
- VUPE - Ventanilla Única para las Exportaciones
- ZDEEPS – Zonas de Desarrollo Económico Especial Público
- ZOLIC – Zona Libre de Industria y Comercio de Santo Tomas de Castilla

## I. PRESENTACIÓN DEL MANUAL

El presente manual servirá de guía para que el empresario pueda incursionar en el proceso de exportación, este manual incluye varias secciones, que van desde la constitución de la empresa, obtención de los registros legales, selección del producto a exportar, identificación de los mercados con mayor potencial, hasta las herramientas disponibles de apoyo para el futuro exportador.

Para desarrollar el presente manual, se realizó un sondeo de mercado a través de encuestas digitales y grupos focales a usuarios potenciales (empresarios). La información de estos grupos permitió determinar los principales temas para la estructura del manual de comercio exterior, así mismo se realizaron múltiples entrevistas a actores estratégicos que forman parte directa e indirectamente de los procesos de exportación en Guatemala. La información obtenida durante estas entrevistas brindó la ruta para obtener las fuentes de información necesarias para desarrollar los contenidos del manual y validar la información de los servicios y programas de apoyo a los exportadores, de cada una de las entidades privadas y públicas.

Es importante conocer algunos conceptos y definiciones que se utilizan dentro del comercio exterior, para comprender la forma como se realizan las transacciones comerciales dentro de los mercados internacionales. Por otro lado, el empresario debe identificar a los actores que intervienen de forma directa e indirectamente dentro del proceso de exportación, ya que con estos deberá de interactuar durante el proceso de exportación.



El presente manual fue elaborado a partir de distintos módulos, con el objetivo de guiar al empresario durante todos los procesos de exportación. Los módulos fueron divididos en fases o etapas:



1. La primera etapa se enfoca en comprender el sector del comercio internacional y los requisitos que debe de cumplir una empresa para poderse constituir como exportador.
2. La segunda fase consiste en la selección del producto que se desea exportar y del mercado con el mayor potencial y los requisitos para su internacionalización.
3. La fase de implementación establece la información para la logística de exportación, contacto con clientes potenciales y el proceso de exportación.
4. Por último, se establece la forma para desarrollar un plan de exportación y el kit de herramientas de apoyo para el exportador.

El manual tiene la siguiente estructura: La sección I presentación del manual, sección II contexto del sector, sección III **Módulo 1:** Registro de la Empresa, sección IV **Módulo 2:** Adaptación y Selección de Producto, sección V **Módulo 3:** Selección del Mercado Potencial, Sección VI **Módulo 4:** Logística y Distribución, Sección VII **Módulo 5:** Clientes: Cómo Encontrar Clientes Potenciales, Sección VIII **Módulo 6:** Proceso de Exportación en VUPE, Sección IX: Plan de Negocios para Exportaciones, Sección X: Kit de Herramientas y Sitios Web de Apoyo para el Exportador, Sección XI: Recomendaciones Finales para Iniciarse en las Exportaciones, Sección XII: Anexos XIII: Glosario de Términos Técnicos.

En el siguiente diagrama se establecen los módulos que integran el presente manual, así como el proceso de aprendizaje por el cual pasará el empresario para poder incursionar en los mercados internacionales.



Fuente: Elaboración propia.

Iniciar en el mercado de exportación permite a los empresarios aumentar su productividad ya que no dependerán únicamente de la distribución y venta local de sus productos y disminuir el riesgo de depender de la estabilidad de los mercados locales.

Existen beneficios para los empresarios al incursar en el mercado internacional como:

- **Permite diversificar riesgos frente a mercados internos:** Disminuir los efectos de problemas macroeconómicos nacionales.
- **Aprovechamiento de economías a escala:** Lograr un nivel de producción que implique menores costos unitarios.
- **Posibilitan obtener precios más rentables:** Debido a que el consumidor de mercados externos puede tener un mayor poder adquisitivo, pagará más por el producto, que el consumidor local.
- **Alargan el ciclo de vida de un producto.**

El empresario o emprendedor que desea incursionar en el mercado de las exportaciones, debe tomar en cuenta varios aspectos, tanto **internos** de su organización como: Seleccionar el producto adecuado, cumplir con los requisitos legales para exportar, implementación de controles de calidad para la fabricación de sus productos, implementar una logística de envío, etc. También existen aspectos **externos**, tales como: Regulaciones arancelarias y no arancelarias del mercado seleccionado, búsqueda de clientes potenciales, aspectos culturales del mercado destino, entre otros.

## II. CONTEXTO DEL SECTOR

### 2.1 Conceptos de comercio exterior

**El comercio:** Se puede definir como toda negociación que involucra dos o más personas para la compra, venta o intercambio de productos, bienes o servicios. El comercio es un motor de crecimiento que genera empleos, reduce la pobreza y aumenta las oportunidades económicas. La apertura comercial genera beneficios importantes para las familias de ingresos bajos, al ofrecer a los consumidores bienes y servicios más accesibles, el comercio puede ayudar a reducir el precio de los alimentos para las personas que viven en situación de pobreza extrema y crear empleos. (Mundial, 2019).

**El comercio exterior:** Se puede definir como el intercambio de bienes y servicios entre un país y otro, con el objetivo que estos países puedan cubrir las necesidades de mercados internos y externos. El comercio exterior es una red compleja de

transacciones que abarcan todo el mundo. Por otro lado, el **comercio internacional** hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados a nivel mundial. La diferencia entre estos conceptos es que el comercio internacional incorpora las **transacciones globales** de un producto, mientras que el comercio exterior se establece por las relaciones entre un **país o bloque comercial** con el resto del mundo.(Aduanas, 2012).

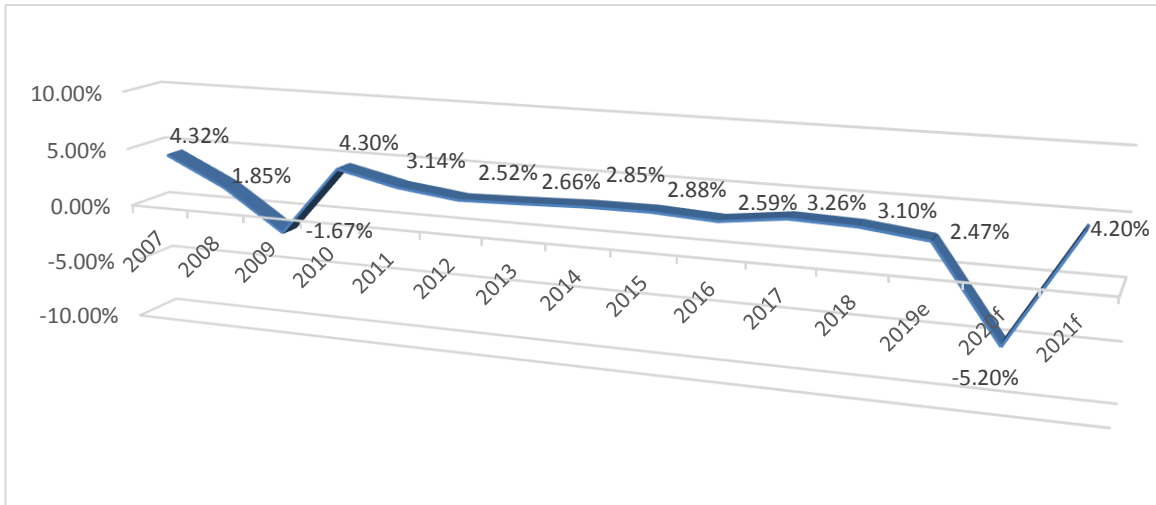
**La exportación:** Es la salida temporal o definitiva de mercancías del territorio nacional, cumpliendo con los requisitos aduaneros. Según el decreto 29-89 “Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportador y Maquila” en el artículo 3 lo define como: “Exportación es la salida del territorio aduanero nacional, cumplidos los trámites legales, de mercancías nacionales o nacionalizadas”.

## 2.2 Situación actual del Comercio Internacional

Según las perspectivas económicas del Banco Mundial la pandemia COVID-19 ha tenido un enorme impacto a nivel mundial y ha causado pronunciadas recesiones en muchos países. Las proyecciones de referencia pronostican una contracción del -5.2 % en el producto interno bruto mundial en 2020, lo que constituye la recesión mundial más profunda que se ha experimentado en décadas. Debido a la pandemia la gran mayoría de los mercados emergentes y de las economías en desarrollo se contraerá, con un daño perdurable en la productividad laboral y el producto potencial.

Sin un global segunda ola de la pandemia, la economía mundial comenzará a recuperarse en 2021, y crece un 4.2%, Sin embargo, los niveles de actividad económica mundial en 2022 seguirá estando alrededor de un 4,4% por debajo del pronóstico anterior a COVID-19. En general, la forma de la recuperación económica depende del camino que tome la pandemia, y persisten importantes incertidumbres con respecto a este

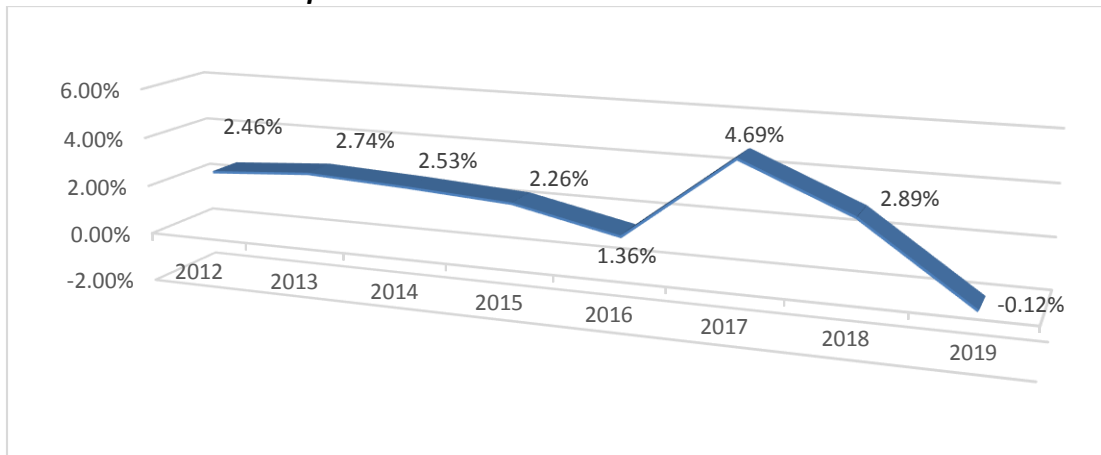
**Gráfica No. 2-1**  
**Crecimiento del PIB mundial (% anual)**



Fuente: Banco Mundial, datos del 2007 al 2021, datos 2019 estimados, 2,020 y 2,021 pronosticos.

Según datos de la OMC, el volumen del comercio mundial de mercancías se redujo en 0.1% en 2019, la primera contracción desde la crisis financiera mundial de 2008-09. Esta baja se debió a las tensiones comerciales y un menor crecimiento del PIB mundial, el cual disminuyó a 2.3% en 2019 desde 2.9% en 2018. Aunque los primeros casos de COVID-19 se registraron a finales 2019, la crisis no contribuyó a la desaceleración del año..

**Gráfica No. 2 - 2**  
**Exportaciones mundiales años 2014 - 2018**



Fuente: Elaboración propia con datos Organización Mundial del Comercio.

Se espera que la pandemia provoque fuertes caídas en comercio y PIB en 2020, a mayo del 2020 el comercio mundial acumula una caída de -17%, para la región latinoamericana la caída es de un -27%, las exportaciones más afectadas son las intrarregionales y las dirigidas a Estados Unidos, los sectores con peor desempeño son manufactura, minería y combustible, según proyecciones de CEPAL el monto de exportaciones de bienes caerá en un -23%, debido a la baja de precios y volumen.

### **2.2.1 Importancia y beneficios de los sectores exportadores para Guatemala**

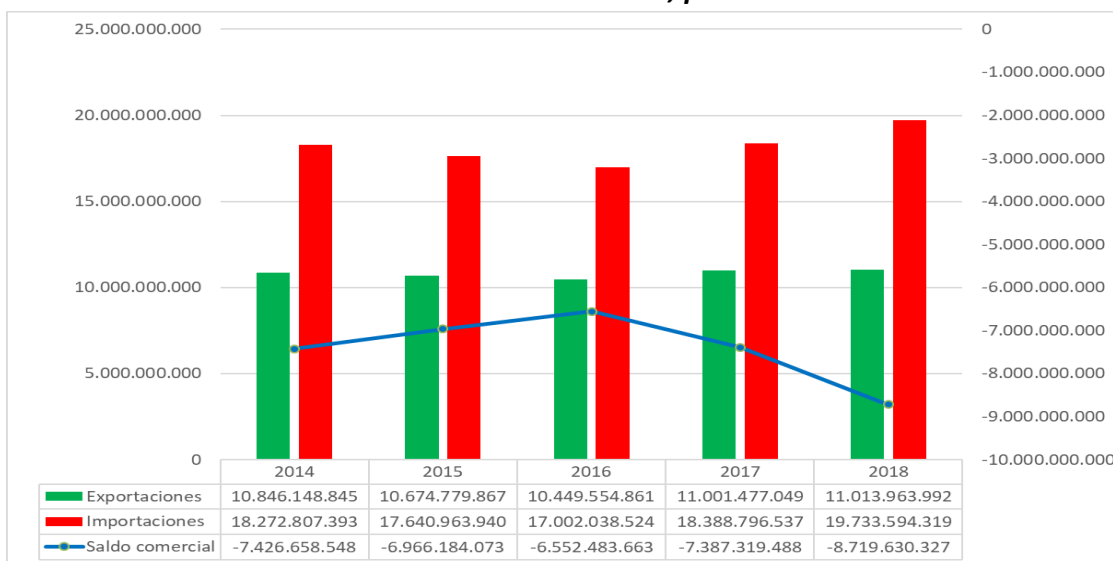
Para el 2019 Guatemala contaba con una población de 16,346,950 de personas y un PIB per cápita de US\$4,727.46. Para el 2017 la economía muestra un nivel alto de empleo informal, compuesto por más de un 71% de la población económicamente activa. Existe un alto nivel de pobreza y un alto porcentaje de la población se encuentra bajo la línea de extrema pobreza.

Según datos de Banco de Guatemala el principal generador de divisas para Guatemala son las exportaciones y después el envío de remesas familiares. El sector exportador del país es uno de los sectores claves para aumentar la tasa de empleo formal y su capacidad de producir bienes y servicios que se demandan en el mercado internacional.

Para el año 2019 las exportaciones totales de Guatemala fueron de US\$11,183.9 millones, un incremento de US\$214.3 millones (1.95%) en relación con el año 2018 que fueron de US\$10,969.6 millones. Las exportaciones tradicionales aumentaron en valor un 11.73%, principalmente por aumento de precio a nivel internacional que tuvo el cardamomo representando un aumento de monto de US\$214.659 millones, mientras que las no tradicionales decrecieron un 1.01%.

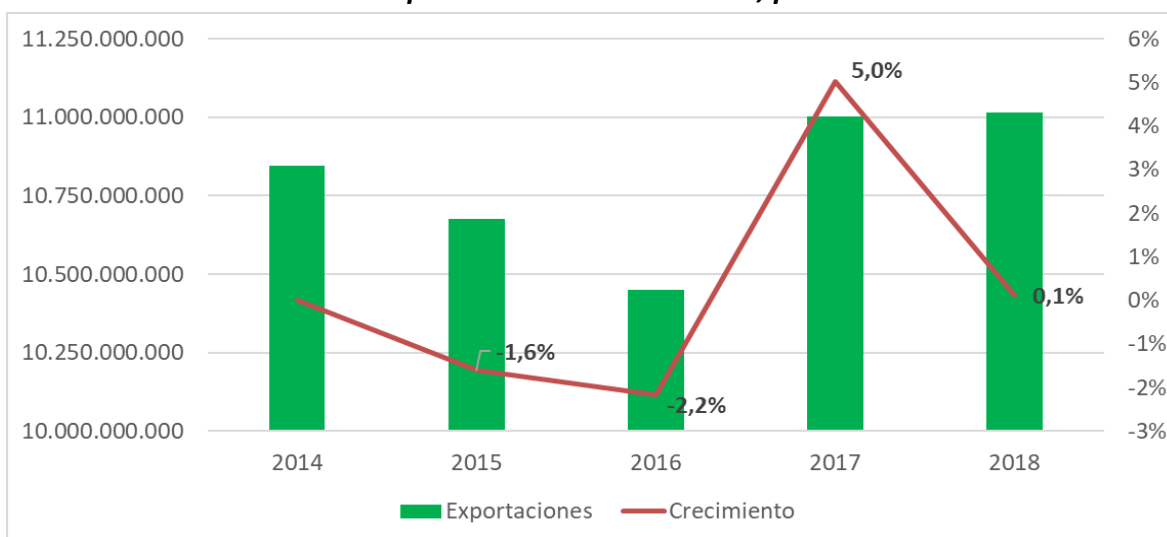


**Gráfica No. 2-3**  
**Balanza comercial de Guatemala, período 2014-2018**



Fuente: Elaboración propia sobre la base del Banco de Guatemala y (Ministerio de Economía, Sistema de información SICOGUATE, 2019).

**Gráfica No. 2-4**  
**Crecimiento de las exportaciones en Guatemala, período 2014 - 2018**

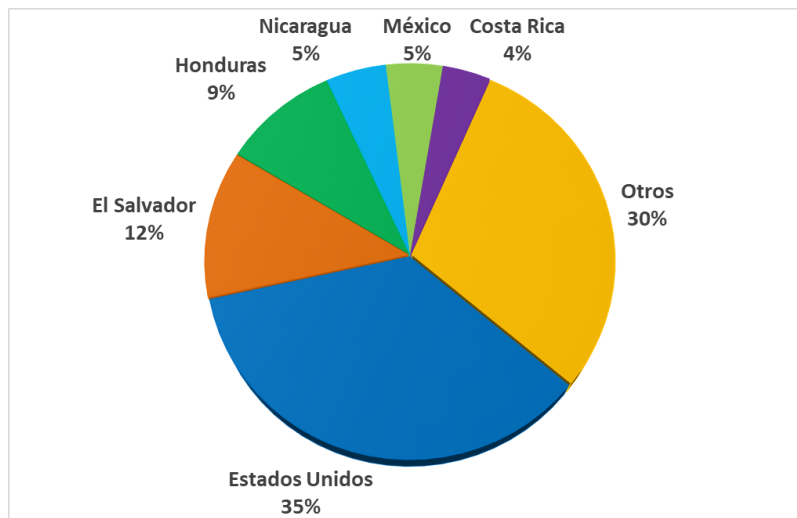


Fuente: Elaboración propia sobre la base del Banco de Guatemala y (Ministerio de Economía, Sistema de información SICOGUATE, 2019).

El destino de las exportaciones guatemaltecas se ha enfocado en dos mercados: El mercado norte constituido por Estados Unidos y México y el mercado regional, enfocado en los países que integran Centro América.

El principal destino de exportación continúa siendo Estados Unidos. Para el 2019 este mercado representó un 32.4% de todas las exportaciones, con un valor de US\$3,625.8 millones. Las exportaciones a este destino crecieron en un 4.51%, del 2017 a 2019. Centroamerica es el el segundo mercado más importante para Guatemala, debido a que se destina un 30.1% de las exportaciones US\$3,364.8 millones, también fue el mercado que más crecimiento tuvo con un 8.86%., Eurozona con US\$893.6 millones un 8.0% y México con US\$551.9 millones un 4.9%.

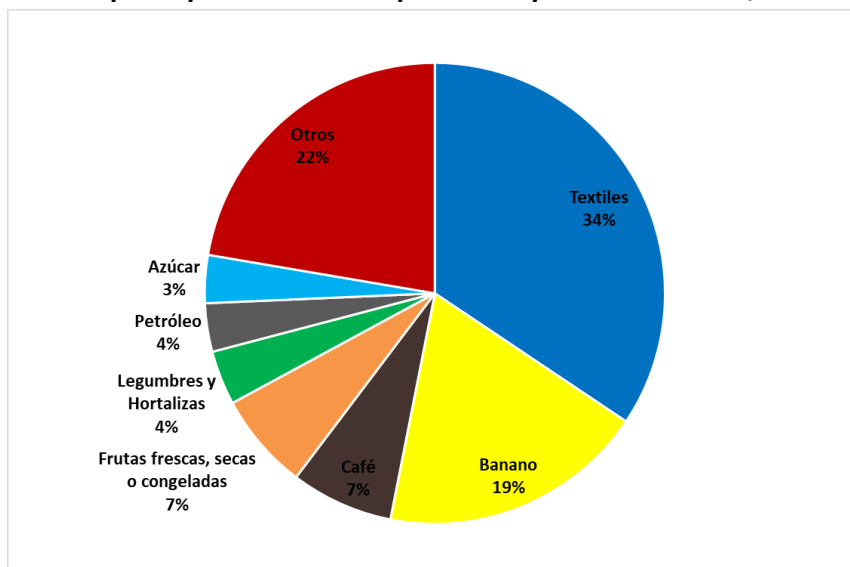
**Gráfica No. 2-5:**  
**Principales destinos de las exportaciones guatemaltecas, 2018**



Fuente: Elaboración propia sobre la base del Banco de Guatemala y (Ministerio de Economía, Sistema de información SICOGUATE, 2019).

Para el 2018, los textiles representaron el principal producto de exportación de Guatemala, con un 12.5% del total exportado y un valor de US\$ 1,397.5millones. Seguido de la exportación Banano con US\$843.6 millones (7.5%); Azúcar con US\$695.1 millones (6.2%); Café con US\$662.4 millones (5.9%); así como Cardamomo con US\$648.1 millones (5.8%).

**Gráfica No. 2-6**  
**Principales productos de exportación para Guatemala, 2018**

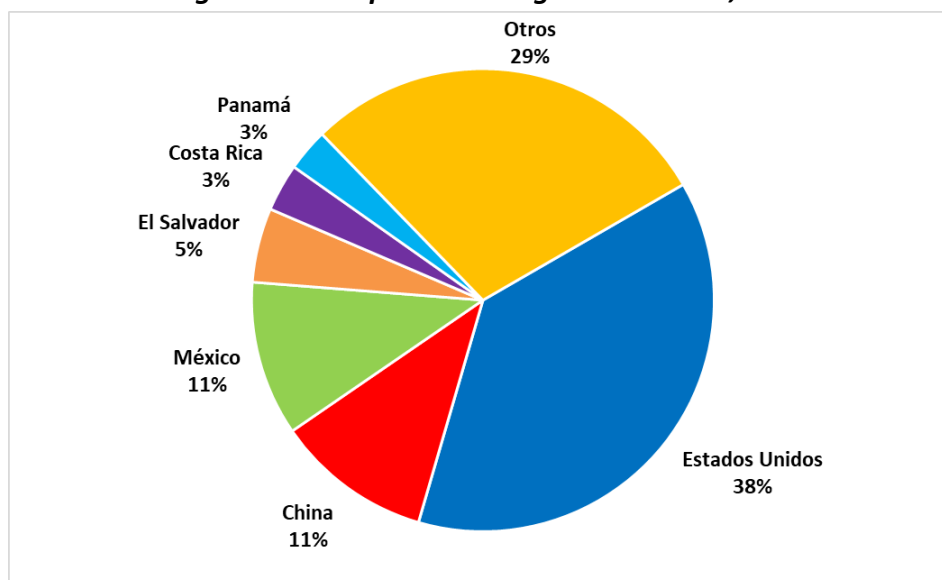


Fuente: Elaboración propia sobre la base del Banco de Guatemala y (Ministerio de Economía, Sistema de información SICOGUATE, 2019).

Por otro lado, las importaciones que realiza Guatemala provienen en su mayoría de Estados Unidos las cuales para el 2018 representaron un 38% de todo lo importado con un valor económico de US\$ 7.4 mil millones de dólares. Seguido de China y México, cada uno con un 11% de participación en el mercado, valorado en US\$ 2.1 mil millones de dólares. A diferencia del sector exportador, las importaciones de Guatemala crecieron en un 6.8% durante el período 2017-2018.

Las importaciones provenientes de Estados Unidos no reportaron el mismo crecimiento que otros años; durante este período solo lograron un crecimiento de 2%. Por otro lado, las importaciones de China y México lograron un crecimiento de 8.7% y 7.9%, lo que puede indicar que los compradores guatemaltecos están remplazando la importación de productos estadounidenses por productos chinos, que tienen un precio más económico. En el caso de México la devaluación de su moneda ante el dólar, ha hecho más atractiva la compra de sus productos.

**Gráfica No. 2-7**  
**Origen de las importaciones guatemaltecas, 2018**



Fuente: Elaboración propia sobre la base del Banco de Guatemala y (Ministerio de Economía, Sistema de información SICOGUATE, 2019).

**El sector agrícola** guatemalteco está compuesto por miles de pequeños productores. La producción de vegetales de exportación beneficia a los productores del área rural y si formasen parte de la cadena exportadora, podrán mejorar sus ingresos hasta seis veces más, en comparación a quienes producen granos básicos para autoconsumo. El agricultor puede destinar su tierra para la producción de granos para autoconsumo y además sembrar frutas, vegetales y otros productos que tienen una alta demanda en el mercado internacional.

Por otro lado, este sector puede tener limitaciones que disminuyen o detienen el crecimiento, tales como: Ausencia de infraestructura productiva, altos costos de transporte, poca diversificación de la oferta de productos y falta de seguros agrícolas para enfrentar crisis generadas por el cambio climático. (AGEXPORT, 2019).

**El sector de manufacturas** tiene su competencia en los diversos mercados mundiales. En este sector se incluyen industrias alimenticias, artesanías, plásticos, cosméticos y una gran variedad de productos manufacturados. Este sector hace posible la creación de fuentes de trabajo formal y es muy importante para la economía del país. Sin embargo, presenta dificultades tales como: Altos costos de financiamiento para mejorar la tecnología actual, lentitud en permisos y licencias sanitarias e infraestructura portuaria deficientes.

**El sector de vestuario y textiles**, actualmente es uno de los principales generadores de divisas por exportación en el país y una de las fuentes más grandes de empleo en Guatemala. Se encuentra altamente desarrollado y es muy competitivo a nivel internacional.

**El sector de *Contact Centers* & BPO** brinda trabajo a más de 42,000 jóvenes guatemaltecos y tiene un alto potencial de crecimiento. Sin embargo, es necesario aplicar normativas para implementar el trabajo a tiempo parcial y mejorar la aplicación de temas tributarios y fiscales acorde a las necesidades del sector. Se calcula que, por cada empleo directo generado se producen 2.5 empleos indirectos y una inversión de US\$ 5,000 dólares. (AGEXPORT, 2019).

**El Sector de Servicios** es uno de los mayores contribuyentes al PIB nacional y fuentes de empleo. Se encuentra diversificado en la industria de software y contenido digital, turismo sostenible, turismo de salud, servicios integrales para exportación y otros. La promoción de las exportaciones de este sector tiene un gran potencial para crear nuevas fuentes de empleos.

**El sector de acuicultura y pesca** mantiene un alto nivel tecnológico y brinda un valor agregado a sus productos. Es responsable de una gran parte de los empleos en el litoral del Pacífico.

La mayoría de los principales sectores exportadores del país están enfrentando un lento crecimiento o disminuciones en los volúmenes de exportaciones, dentro de las razones de éste comportamiento se encuentran: Debilidad institucional para realizar inversión, competitividad y promoción del comercio, altos costos de producción, deficiencia en la infraestructura vial y portuaria, falta de recurso humano capacitado, barreras de acceso a mercados, altos costos de transporte y logística y falta de certeza jurídica.

La mejora de condiciones de infraestructura y facilitación del comercio, impulsarán la competitividad del país, para poder competir de forma más exitosa en los mercados internacionales y activar la economía local. (AGEXPORT, 2019).

### **2.3 Marco Legal de las exportaciones**

En relación al marco jurídico y la regulación de las exportaciones en Guatemala, se pueden establecer las siguientes leyes y normas jurídicas:



**Tabla No. 2-1**  
**Marco legal de las exportaciones en Guatemala**

<b>MARCO LEGAL -EXPORTACIONES-</b>		
<b>LEY</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ENLACE</b>
<b>Constitución Política de la República de Guatemala. (Reformada por Acuerdo legislativo No. 18-93 del 17 de Noviembre de 1993).</b>	Con relación a la regulación de las exportaciones, la base constitucional se encuentra en el artículo 118, la cual establece el Régimen Económico y Social de Guatemala, indicando que éstos se fundan en principios de Justicia Social, en el artículo 119 de la Constitución Política de la República de Guatemala en su inciso A, establece que es obligación del Estado, promover el desarrollo económico de la Nación, estimulando la iniciativa en actividades agrícolas, pecuarias, industriales, turísticas y de otra naturaleza.	<a href="https://www.oas.org/juridico/mla/sp/gt/m/sp_gtm-int-text-const.pdf">https://www.oas.org/juridico/mla/sp/gt/m/sp_gtm-int-text-const.pdf</a>
<b>Código de Comercio de Guatemala, Decreto No. 2-70.</b>	El Código de Comercio de Guatemala, regula lo relacionado a las empresas y sociedades mercantiles, los contratos y demás disposiciones generales y específicas que se relacionan con la actividad comercial en nuestro país y lo relacionado al transporte de mercaderías a nivel internacional, indicando las modalidades de éste, en los Artículos 697, 698 y 699.	<a href="https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/gt/gt010es.pdf">https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/gt/gt010es.pdf</a>
<b>Ley del Impuesto al Valor Agregado IVA, Decreto No. 27-92 del Congreso de la República de Guatemala.</b>	En el caso de la ley del IVA, encontramos lo relacionado a ciertos beneficios fiscales de los cuales gozan las exportaciones guatemaltecas.	<a href="https://asisehace.gt/media/Ley%20IVA.pdf">https://asisehace.gt/media/Ley%20IVA.pdf</a>
<b>Ley de Fomento y Desarrollo de la</b>	Esta ley busca promover, incentivar y desarrollar en el territorio guatemalteco,	<a href="http://www.sice.oas.org/investment/Nat">http://www.sice.oas.org/investment/Nat</a>

<b>Actividad Exportadora y de Maquila, Decreto No. 29 89.</b>	la producción de mercancías con destino a países fuera del área Centroamericana regula el funcionamiento de la actividad exportadora o de maquila de las empresas, con el propósito de fomentar la inversión extranjera en este rubro y generar más fuentes de trabajo.	<a href="#">Leg/GTM/ActExport Maquila s.pdf</a>
<b>REFORMAS: Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila, Decreto No. 29 89.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Decreto Número 26-91, Congreso De La República De Guatemala.</li> </ul>	<a href="https://www.congreso.gob.gt/consulta-legislativa/decreto-detalle/?id=1437">https://www.congreso.gob.gt/consulta-legislativa/decreto-detalle/?id=1437</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Decreto Número 117-97, Congreso De La República De Guatemala.</li> </ul>	<a href="https://srp.gob.gt/wp-content/uploads/2012/04/Ley-de-Supresion-de-Exenciones-Exoneraciones-y-Deducciones-.pdf">https://srp.gob.gt/wp-content/uploads/2012/04/Ley-de-Supresion-de-Exenciones-Exoneraciones-y-Deducciones-.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Decreto Número 9-98, Congreso De La República De Guatemala.</li> </ul>	<a href="https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Integracion%20y%20comercio%20exterior/ley_de_inversion_extranjera.pdf">https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Integracion%20y%20comercio%20exterior/ley_de_inversion_extranjera.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Decreto Número 38-04, Congreso De La República De Guatemala.</li> </ul>	<a href="http://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/pdfs/decreto_38-04_reformas_decreto_29-89_ley_de_maquila_0.pdf">http://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/pdfs/decreto_38-04_reformas_decreto_29-89_ley_de_maquila_0.pdf</a>
<b>Ley de Zonas Francas, Decreto No. 65-89, del congreso de la</b>	Este decreto incentiva y regula el establecimiento en el país de zonas francas, que promuevan el desarrollo nacional a través de las actividades que en	<a href="http://www.sice.oas.org/Investment/NatLeg/GTM/ZFrancas s.pdf">http://www.sice.oas.org/Investment/NatLeg/GTM/ZFrancas s.pdf</a>

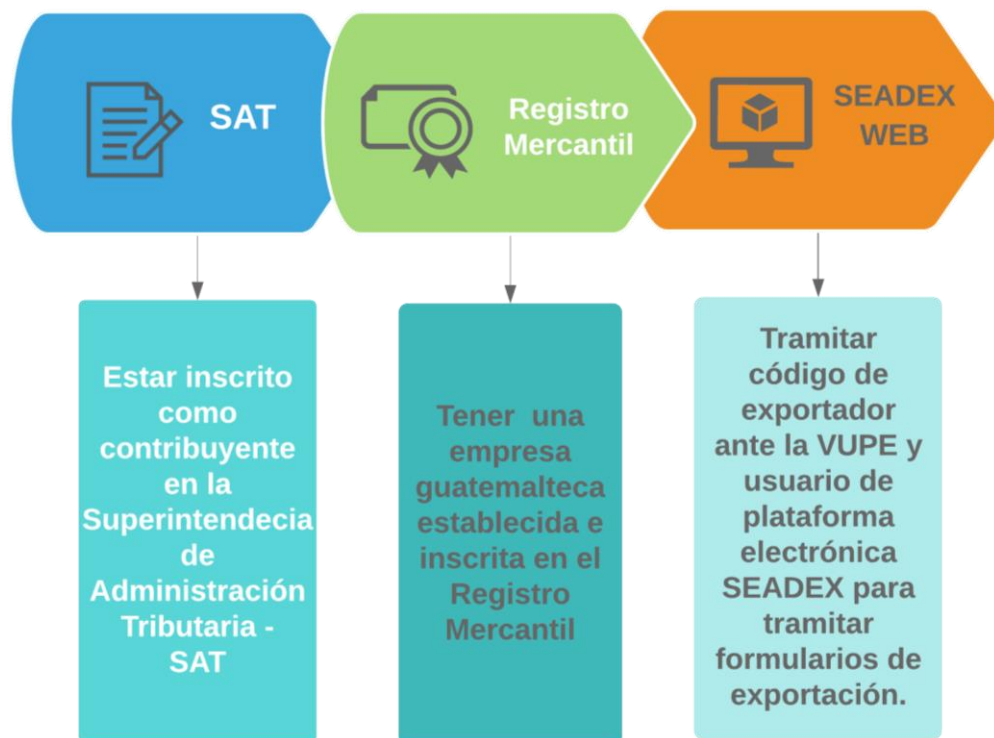
<b>república de Guatemala.</b>	ellas se realicen, particularmente en acciones tendentes al fortalecimiento del comercio exterior, la generación de empleo y la transferencia de tecnología.	
<b>Ley de Inversión Extranjera, Decreto No. 9-98 del Congreso de la República.</b>	Guatemala tiene las puertas abiertas a la inversión extranjera, la cual en general recibe el mismo tratamiento que la inversión nacional y está sujeta a la misma legislación fiscal, ésta fomenta y promueve la inversión extranjera en distintas áreas productivas del país, dada su generación de empleo y apoya al desarrollo y fortalecimiento de la inversión nacional.	<a href="http://www.sice.oas.org/investment/NatLeg/GTM/GuaDc998.s.asp">http://www.sice.oas.org/investment/NatLeg/GTM/GuaDc998.s.asp</a>

Fuente: Elaboración propia.

### III. MÓDULO NO. 1: REGISTRO DE LA EMPRESA

Los procedimientos que debe realizar el empresario para iniciarse como exportador son: Inscripción ante la SAT como contribuyente, tener una empresa guatemalteca establecida e inscrita en el Registro Mercantil y tramitar el código de exportación ante la VUPE (Ventanilla Única para las Exportaciones) y el usuario en el sistema SEADDEX.

**Diagrama No. 3-1**  
**Pasos para registrarse como Exportador**



Fuente: Elaboración propia.

Para la inscripción ante el registro mercantil, dentro de las formas más utilizadas para inscribir una empresa se encuentran:

1. **Persona individual:** Se debe inscribir como comerciante individual.
2. **Persona jurídica:** Debe constituirse una sociedad, la más utilizada comúnmente es la Sociedad Anónima.

La inscripción dentro del Registro Mercantil es uno de los requisitos principales para obtener el código de exportador en la VUPE. En el Anexo no 14.1 y 14.2 se detallan los pasos para la inscripción de la empresa ante la SAT y Registro Mercantil, por otro también puede conseguir información en el sitio de Asisehace.gt y SAT en los siguientes enlaces:

**Solicitud electrónica de NIT ante la SAT:**

- <https://portal.sat.gob.gt/portal/solicitud-electronica-de-nit/>

**Registro como Comerciante Individual:**

- <https://asisehace.gt/menu/257?l=es>

**Registro como persona jurídica o sociedad:**

- <https://asisehace.gt/menu/253?l=es>

### 3.1 Registro del código de exportador – VUPE -

Luego de haber cumplido con los requisitos y adquirir los registros de la empresa ante el Registro Mercantil y la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), el primer paso para iniciar en el proceso de exportación es obtener el código de exportador en la Ventanilla Única para las Exportaciones (VUPE).

La solicitud se debe realizar vía electrónica a través del sistema SEADEx WEB. A continuación, se detallan los pasos a seguir para obtener el código de exportación:

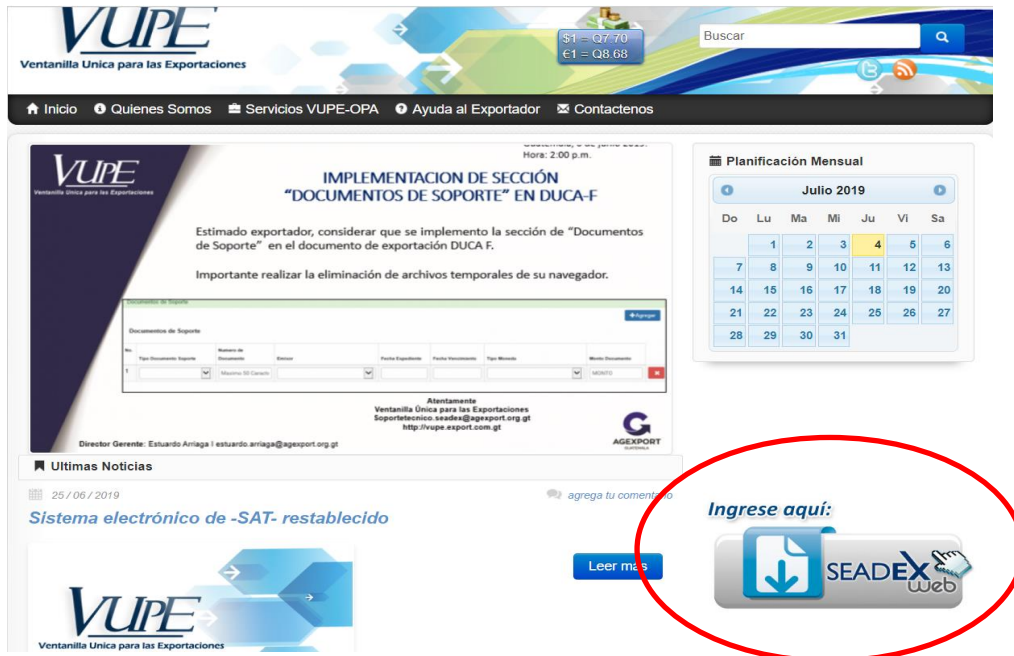
• **Paso 1:**

Ingresa al portal de VUPE, en el siguiente enlace: <http://vupe.export.com.gt/> e ingresa a la pestaña de SEADEx Web. Luego de ingresar a este enlace deberá de seleccionar la opción “Obtener Código de Exportador”.



Imagen No. 3-1

Sitio web VUPE – para obtener el código de exportación



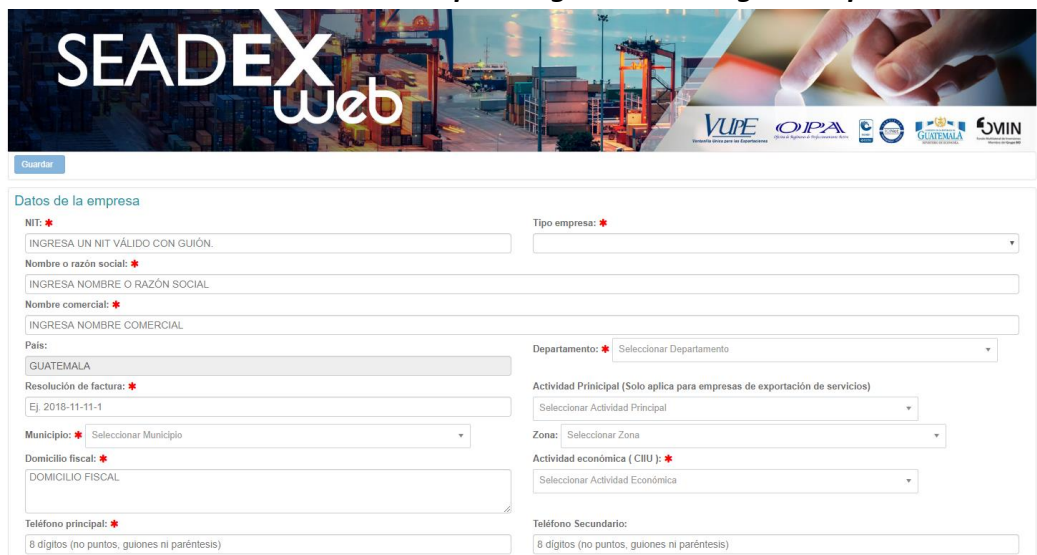
Fuente: Sitio web VUPE, 2019.

• Paso 2:

Llenar los campos solicitados con la información que aparece en el RTU de la empresa o persona individual. Luego el sistema enviará un usuario y contraseña al correo electrónico registrado en la solicitud.

Imagen No. 3-2

Sitio web VUPE – Formulario para registro del código de exportación



Fuente: Sitio web VUPE, 2019.

- **Paso 3:**

Luego de haber ingresado los datos de la empresa, deberá subir los documentos legales requeridos por el sistema web SEADDEX, según el tipo de empresa que se ha registrado, éstos deben ir escaneados y enviados en formato PDF y los archivos deben ir en forma individual.

**Documentos solicitados para Sociedad Anónima:**

- Patente de Comercio.
- Patente de Sociedad.
- Nombramiento de Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil.
- DPI o Documento de identificación del Representante Legal.
- Formato de Registro de Firma y sello. RE-F-005.

**Documentos solicitados para Persona Individual:**

- Patente de Comercio.
- DPI o Documento de Identificación del Representante Legal.
- Formato de Registro de Firma y sello. RE-F-005.

- **Paso 4:**

Al finalizar la carga de documentos, debe enviar la solicitud por medio del sistema SEADDEX, para su revisión y autorización.

- **Paso 5:**

La VUPE (Ventanilla Única de Exportación) por medio del sistema Web SEADDEX recibe la solicitud, luego auditoría realiza verificación de datos ingresados al sistema y los documentos escaneados, seguidamente realiza llamada para confirmar la existencia de la empresa, la solicitud puede ser autorizada o rechazada, según lo siguiente:

- **Solicitud rechazada:** Cuando los datos y documentos ingresados al sistema no son correctos, también puede ser rechazada al confirmar que no existe la empresa.
- **Solicitud autorizada:** Cuando los datos y documentos ingresados al sistema son correctos y al confirmar que sí existe la empresa. El tiempo de revisión promedio es de 2 a 3 horas.

- **Paso 6:**

Cuando la solicitud es rechazada el sistema web SEADDEX mostrará el motivo, por lo que debe proceder a corregir la información incorrecta y enviar de nuevo la solicitud.

- **Paso 7:**

Cuando la solicitud de código de exportación es autorizada, debe realizar el pago de Q.92.00 por el concepto de Sevicios de AGEXPORT/Autorización de exportaciones, en cualquier agencia de Banco Industrial o BANRURAL, o en línea con los dos anteriores, Banco G&T Continental y Banco Reformador, para mayor información de pago y activación del código debe consultar la Guía de Pago.

- **Paso 8:**

Al realizar el pago correspondiente debe ingresar al sistema web SEADEx a finalizar la gestión e imprimir la constancia de código exportador.

Para obtener más información puede ingresar al siguiente enlace: <http://vupe.export.com.gt/> en la sección de “Servicios VUPE-OPA / Código de Exportador” o en la siguiente guía:

- <http://vupe.export.com.gt/wp-content/blogs.dir/8/files/GUIAXDEXELABORACIONXDEXCODIGOSXDEXEXPORTADORXWORDX2019.pdf>

### **3.1.1 Obtener acceso al sistema SEADEx**

- **Paso 1:**

Para adquirir usuario y clave únicamente se debe enviar la “Solicitud de Claves de Acceso” SE-F-001, debidamente llena y escaneada en formato PDF al correo: [seadex@agexport.org.gt](mailto:seadex@agexport.org.gt) por este medio se estarán enviando el usuario y clave asignada, en un tiempo aproximado de una hora.

Formulario SE-F-001: <http://vupe.export.com.gt/ayuda-al-exportador/solicitudes/>

- **Paso 2:**

Enviar a SEADEx un correo electrónico, donde debe adjuntar documentos escaneados al correo: [seadex@agexport.org.gt](mailto:seadex@agexport.org.gt), en formato PDF individual:

- Solicitud, formulario SE-F-001.
- Formato de Registro de Firma y Sello RE-F-005. (Llenado en el proceso de solicitud de Código de Exportador).
- Copia de DPI del Representante Legal.

- **Paso 3:**

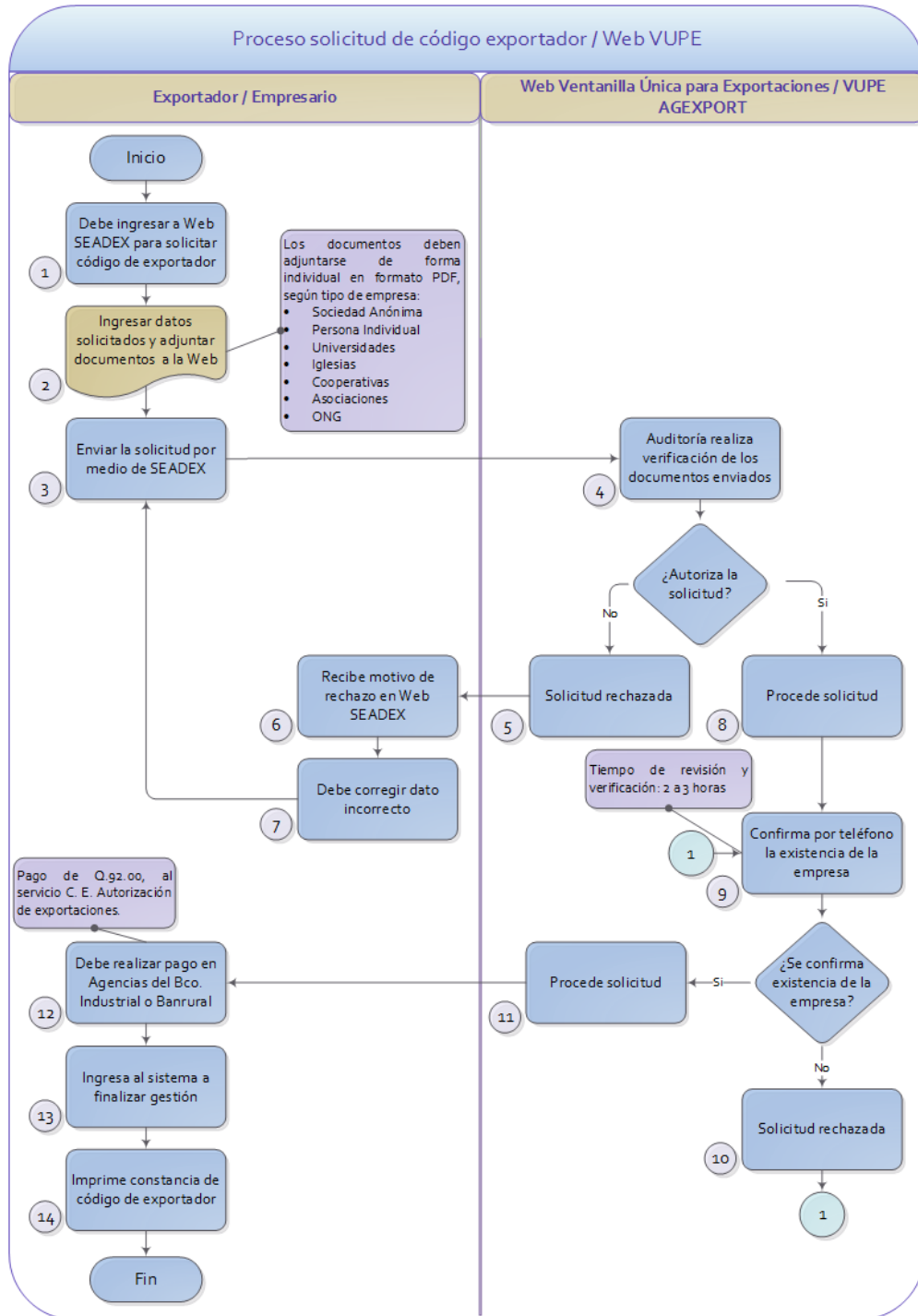
Obtener clave de acceso al sistema SEADEx. Se recibirá por medio del correo electrónico: [seadex@agexport.org.gt](mailto:seadex@agexport.org.gt)

### **3.1.2 Flujoqrama del proceso para obtener el código de exportador**

A continuación, se muestra el flujoqrama del proceso de código exportador / VUPE.

**Diagrama No. 3-2**

**Flujograma del proceso para adquirir el código de exportador**



Fuente: Elaboración propia con datos de la VUPE

**IV. MÓDULO NO. 2: ADAPTACIÓN Y SELECCIÓN DEL PRODUCTO**





#### 4.1 Selección del producto para exportar

La mayoría de las empresas cuentan con varios productos, dentro de su oferta o línea de producción, sin embargo, no todos estos productos tienen la capacidad de cumplir con los requerimientos internacionales, o cuentan con una demanda en el mercado externo. Por ello es importante que las empresas que desean incursionar en el mercado exportador, realicen una correcta selección del producto que estarán ofertando en el mercado externo.

El empresario que desea incursionar sus productos en las exportaciones, debe identificar el producto que tiene mayor potencial para su exportación. Se recomienda que el empresario evalúe los siguientes aspectos:

1. **Capacidad de producción:** Es importante que exista la posibilidad de incrementar las líneas de producción del producto seleccionado, ya que conforme el producto tenga una mayor aceptación por parte de los clientes internacionales, mayor será la demanda del producto y la empresa podría necesitar incrementar las líneas de producción.
2. **Precio Competitivo:** Ofrecer un producto con un precio bajo puede facilitar las negociaciones con los clientes potenciales, sin embargo, el empresario debe evaluar cuál es el correcto equilibrio entre el precio de venta y la utilidad, para

ofrecer un precio competitivo y mantener una operación rentable en las exportaciones.

3. **Calidad:** Seleccionar un producto que cuente con certificaciones de calidad internacionales (ISO) si fueran requeridas, o que pueda adaptarse en un corto plazo a certificarse según los requerimientos del mercado potencial.
4. **Capacidad logística:** Establecer una logística de envío que le permita cumplir con una garantía de tiempo de entrega, acorde a los requerimientos de los clientes potenciales.
5. **Potencial exportador:** El producto que se seleccione es importante que cuente con una demanda en el mercado potencial, para facilitar la búsqueda de un comprador potencial.

La correcta selección del producto dependerá de los factores descritos anteriormente, si el producto cuenta con un precio accesible, capacidad de producción adecuada, cumple con los requisitos técnicos del país importador y existe demanda internacional, tendrá mayor acceso al mercado de destino, si adicional a eso la empresa mantiene una garantía en los tiempos de entrega y altos estándares de calidad en los procesos de producción, se podrá establecer una relación a largo plazo con los clientes potenciales.

En el siguiente diagrama se muestran las características a tomar en cuenta para analizar y seleccionar un producto para exportar.

### Diagrama No. 4-1

#### Revisión y análisis de los productos con potencial para exportación



Fuente: Elaboración propia

## 4.2 Identificar el inciso arancelario del producto

Luego de seleccionar el producto que se desea exportar, es necesario identificar el inciso arancelario del mismo o la clasificación numérica que utiliza a nivel mundial en el "Sistema Armonizado".

La Organización Mundial de Aduanas, con el objetivo de facilitar el comercio internacional, desarrolló el Sistema Armonizado de clasificación de mercancías. Cada producto cuenta con un código compuesto de varios dígitos, lo que facilita su identificación en todos los países del mundo. Además, permite determinar de manera

clara y precisa qué arancel le corresponde pagar a cada producto, así como las regulaciones sanitarias y de etiquetado, entre otros.

El objetivo de codificar los productos a través de este sistema, es brindar un lenguaje universal a los productos, para evitar confusiones, problemas de idiomas y descripciones erróneas de los productos durante el proceso de exportación.

El sistema armonizado asigna a cada producto una subpartida de 6 dígitos llamado código arancelario, que lo identifica a nivel mundial. Cada país agrega otros dígitos a la subpartida, en el caso de Centro América, se le agregan a la partida 4 dígitos más.

Al contar con una clasificación correcta el exportador podrá determinar los siguientes aspectos:

- Identificar los aranceles de exportación e importación que aplican al producto.
- Medidas arancelarias específicas para los productos.
- Determinar si hay exenciones de aranceles, debido a la aplicación de un tratado comercial o acuerdos comerciales
- Medidas sanitarias y fitosanitarias

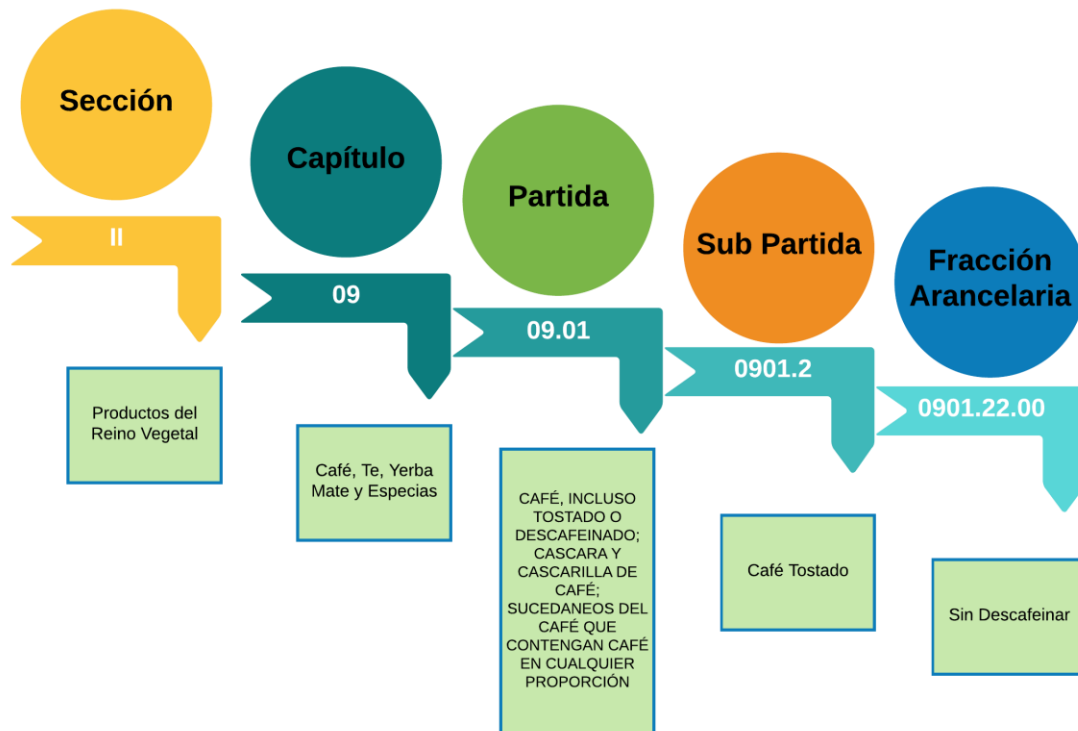
En Centroamérica existe el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC), es un código arancelario que está representado por 10 dígitos, los cuales están identificados de la siguiente manera: “Capítulos”, “Partida”, “Subpartida” e “Inciso Arancelario”. En el caso de Costa Rica se utilizan hasta 12 dígitos. A continuación, se describe la clasificación de cada sección que integran las partidas arancelarias del SAC:

- **HS-2 (Capítulos):** Se subdividen en 97 capítulos y el orden progresivo corresponde al grado de fabricación de las mercancías.
- **Hs-4 (Partidas):** Se subdividen en 1,242 partidas, las cuales van desde lo más simple a lo más complejo.
- **HS-6 (Subpartidas):** Constituyen el máximo nivel de desglose general, los 6 dígitos de las partidas arancelarias se encuentran a nivel global, siendo los mismos que se utilizan en todos los países.

- **HS-7 (Inciso Arancelario):** El inciso arancelario es lo más específico de la partida arancelaria, estos últimos dígitos pueden cambiar para cada país. Ver diagrama No. 4-2

**Diagrama No. 4-2**

**Clasificación de cada sección que integran las partidas arancelarias del SAC**



Fuente: Elaboración propia

#### **4.2.1 Identificación de los productos a través del SAC – Centro América**

Si el empresario no conoce la partida del producto que desea exportar, puede ingresar a través del sitio de la SAT y consultarlo por medio de SAC.

Enlace de SAT:

<https://portal.sat.gob.gt/portal/arancel-integrado/>

Después de haber ingresado al link anterior puede seleccionar la opción “Consultar Arancel Integrado de Guatemala”, en esta pantalla puede colocar el nombre del producto en la casilla de “Descripción de mercadería”. El sistema mostrará todas las

partidas y subpartidas arancelarias de este producto, para seleccionar la que se adapte a la descripción del producto. Ver imagen No. 4-1.

**Imagen No. 4-1**  
**Sitio web SAT – para consultar el Arancel Integrado de Guatemala**

SAT - GUATEMALA
Consultas del arancel integrado

### Consultar Arancel Integrado de Guatemala

Bienvenido a la Consulta del Arancel Integrado. Si es la primera vez que ingresa o desea conocer más información sobre cómo usar esta consulta [haga clic aquí](#).

También puede desplegar todas las consultas del Arancel Integrado en el menú que se encuentra en la parte superior de la pantalla.

Posición arancelaria

Descripción de la mercancía

Consultar información vigente a: 05/06/2019

Buscar
Sistema Arancelario Centroamericano
Reglas generales de interpretación
Limpiar

CONSULTA DEL ARANCEL INTEGRADO - SECCIONES Y CAPÍTULOS

<b>Sección II</b>	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
<b>Capítulo 09</b>	CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

<b>0901</b>	CAFÉ, INCLUSO TOSTADO O DESCAFEINADO; CASCARA Y CASCARILLA DE CAFÉ; SUCEDANEOS DEL CAFÉ QUE CONTENGAN CAFÉ EN CUALQUIER PROPORCIÓN
<b>0901.1</b>	- Café sin tostar:
<b>0901.11</b>	-- Sin descafeinar:
<b>0901.12.00</b>	-- Descafeinado
<b>0901.12.0000</b>	-- Descafeinado
<b>0901.2</b>	- Café tostado:
<b>0901.21.00</b>	-- Sin descafeinar
<b>0901.21.0000</b>	-- Sin descafeinar
<b>0901.22.00</b>	-- Descafeinado
<b>0901.22.0000</b>	-- Descafeinado
<b>0901.90.00</b>	- Los demás
<b>0901.90.0000</b>	- Los demás
<b>0902</b>	TE, INCLUSO AROMATIZADO
<b>0903</b>	YERBA MATE.
<b>0904</b>	PIMIENTA DEL GÉNERO PIPER; FRUTOS DE LOS GÉNEROS CAPSICUM O PIMENTA, SECOS, TRITURADOS O PULVERIZADOS
<b>0905</b>	VAINILLA
<b>0906</b>	CANELA Y FLORES DE CANELERO
<b>0907</b>	CLAVO (FRUTOS ENTEROS, CLAVILLOS Y PEDÚNCULOS)

Fuente: Sitio web de SAT, 2019.

### **4.3 Verificar las Normas / Reglamentos Técnicos del producto**

Los reglamentos técnicos y las normas establecen las características específicas de un producto, por ejemplo el tamaño, la forma, el diseño, las funciones o el rendimiento, o bien la manera en que se etiqueta o embala antes de ponerlo en venta. En algunos casos, la manera en que se elabora un producto puede influir en esas características, en cuyo caso puede ser más oportuno elaborar reglamentos técnicos y normas relativos a los procesos y métodos de producción en lugar de a las propias características.

De acuerdo a la OMC, la diferencia entre un reglamento técnico y una norma reside en la observancia de la misma, un reglamento técnico es de carácter obligatorio, en el caso de un producto importado este debe cumplir con el reglamento para que se ponga a la venta. En el caso de las normas, los productos importados que no estén en conformidad con ellas podrán ponerse en el mercado y será el consumidor el que tome la decisión de comprarlo o no.

Es importante que el exportador investigue cuáles son las normas técnicas solicitadas por el cliente y el mercado destino y los reglamentos técnicos para poder acceder.

#### **4.3.1 Dirección del Sistema Nacional de la Calidad**

En Guatemala la oficina encargada de regular las normas técnicas y brindar asesoría en la aplicación y acreditación de las mismas es la Dirección del Sistema Nacional de la Calidad. La dirección surge en el año 2005 debido a los compromisos adoptados por Guatemala ante la Organización Mundial de Comercio, bajo el decreto 78-2005 de la Ley del Sistema Nacional de la Calidad.

La Organización Mundial de Comercio tiene como objetivo establecer mecanismos para facilitar la información a los sectores productivos y público en general, sobre las normas y procedimientos de acreditación vigentes, así como reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación en Guatemala. Esta entidad cuenta con varias unidades de operación que se encargan de acreditar a las organizaciones conforme a distintas normas internacionales de calidad.

En el siguiente diagrama se establecen cada una de las áreas, sus funciones y el contacto, para los exportadores que deseen obtener más información sobre el sistema nacional de la calidad, las normas técnicas y las instituciones acreditadas.



**Diagrama No. 4-3**  
**Sistema Nacional de la Calidad de Guatemala**

SISTEMA NACIONAL DE LA CALIDAD			
	DESCRIPCIÓN	FUNCIONES	INFORMACIÓN
COGUANOR	Comisión Guatemalteca de Normas. Es el Organismo Nacional encargado de las normas técnicas.	Elaborar, adoptar, comercializar y promover la utilización de normas técnicas nacionales e internacionales.	<p>La Dirección del Sistema Nacional de la Calidad, es la encargada de dirigir, coordinar y unificar las actividades y políticas nacionales en materia de fijación de normas y optimización de acciones orientadas a promover la competitividad en el país.</p> <p>1. Ley del Sistema Nacional de la Calidad Decreto 78-2005 2. Decreto 1523 del Congreso de la República 3. Acuerdo Gubernativo Número 145-2005</p> <p>Sistema Nacional de la Calidad Calzada Atanasio Tzul 27-32, zona 12, Ciudad de Guatemala. PBX (502) 2247-2600 <a href="http://www.coguanor.gob.gt">www.coguanor.gob.gt</a> <a href="http://www.cretec.org.gt">www.cretec.org.gt</a> <a href="http://www.cename.gt">www.cename.gt</a> <a href="http://www.coguanor.gob.gt">www.coguanor.gob.gt</a></p>
CENAME	Centro Nacional de Metrología. Es el laboratorio nacional encargado de promover y realizar actividades de metrología o medición.	Promover la aplicación del Sistema Internacional de Unidades (SI) y la enseñanza de mediciones y sus aplicaciones.	
CETREC	Comisión Nacional de Reglamentación Técnica. Es la entidad encargada de asesorar en temas de reglamentación técnica.	Velar por el cumplimiento de las normas y reglamentos establecidos por la -OMC- en el acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias y Obstáculos Técnicos al Comercio.	
OGA	La Oficina Guatemalteca de Acreditación. Es el ente encargado de evaluar a los Organismos de Evaluación de la Conformidad -OEC- en Guatemala.	Emite la acreditación a un laboratorio u OEC, para certificar sus competencias técnicas en la ejecución de tareas específicas.	

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema Nacional de Calidad.

Es posible que con el producto seleccionado deba realizar ciertas modificaciones y adaptaciones para cumplir con las normas técnicas nacionales e internacionales previo a la exportación del mismo. Debido a que cada país difiere con las normas técnicas, es importante que el empresario identifique las normas que aplican a su producto, tanto locales como para el país de destino.

En el Anexo No. 12.3 se detallan organismos normalizadores pertenecientes a la ISO, según el país al que pertenecen, así como su enlace del sitio web oficial, en donde se puede encontrar más información sobre la entidad. Para la identificación de las normas locales y centroamericanas el empresario puede encontrar información en los siguientes enlaces:

En Centro América se establecieron los Reglamentos Técnicos Centroamericanos (RTCA), las normativas tienen como objetivo integrar las regulaciones no arancelarias de la región. En los siguientes enlaces puede obtener más información:

- <http://cretec.org.gt/reglamentos-tecnicos-centro-americanos-rtca/>
- <https://www.mineco.gob.gt/listado-de-reglamentos-t%C3%A9cnicos-centroamericanos>

Reglamentos técnicos guatemaltecos -RTG- por Ministerio

- <http://cretec.org.gt/reglamentos-tecnicos-guatemaltecosrtg/>

Normas guatemaltecas obligatorias (NGO)

- <http://cretec.org.gt/normas-guatemaltecas-obligatorias-ngo/>

Comisión guatemalteca de normas COGUANOR

- <https://www.mineco.gob.gt/comisi%C3%B3n-guatemalteca-de-normas#que%20es>

#### 4.4 Propiedad Intelectual del producto o servicio

El Registro de la Propiedad Intelectual, es la institución en Guatemala que protege, estimula y fomenta las creaciones del intelecto garantizando la certeza jurídica en el ámbito de la Propiedad Intelectual.

Es importante que, en dicha institución, el empresario y futuro exportador, realice el registro de las marcas, registro de sitios web, nombre de dominio, patentes de invención y derechos de autor para proteger sus productos, servicios o invenciones antes de comercializar y/o exportar.



Se debe tomar en cuenta que, para proteger estos derechos en otros países, es necesario registrarse en los países donde operará la empresa o donde se

comercializarán los productos y/o servicios, abocándose con un profesional especialista en la materia ya que cada país varía en su legislación e instituciones de registro.

El registro de la propiedad intelectual -RPI- se divide de la siguiente forma:

- **Departamento de marcas y derecho de autor:**

El objetivo del departamento de marcas y derecho de autor es garantizar las actividades económicas de la industria y del comercio contra la competencia desleal, otorgando protección a la creatividad y originalidad aplicada para obtener beneficios económicos. La marca permite la distinción entre productos similares y facilita al consumidor el conocimiento sobre la procedencia de los artículos.

- **Departamento de patentes:**

El objetivo del departamento de patentes es proteger legalmente las invenciones y los modelos de utilidad a través de un título o certificado de patentes y a los dibujos y diseños industriales a través de un título o certificado de registro. Esta protección le confiere al inventor o solicitante la exclusividad dentro del territorio nacional, por un tiempo determinado (20 años patentes de invención, 10 años modelos de utilidad y 10 años diseños industriales prorrogables por 5 años una sola vez) sobre la respectiva iniciativa, modelo o diseño; para reproducir, importar, comercializar y utilizar el mismo.

- **Departamento de derecho de autor y derechos conexos:**

La función del departamento de derecho de autor y derechos conexos, es garantizar la seguridad jurídica a los autores, titulares de los derechos conexos y derechos patrimoniales y los sucesores; así como dar la adecuada publicidad a las obras, actos y documentos, a través de su inscripción cuando sea solicitado por los titulares.

**Para mayor información:**

Registro de la propiedad Intelectual  
7 Avenida 7-61 Zona 4. 01004 Guatemala C.A  
Teléfono: (502) 2324-7070  
[soporteIT@rpi.gob.gt](mailto:soporteIT@rpi.gob.gt)

Trámites y servicios

- <https://www.mineco.gob.gt/tr%C3%A1mites-y-servicios-1>

## 4.5 Sector de servicios

En Guatemala el sector servicios ha crecido durante los últimos años, este sector ha apoyado el crecimiento de la economía en el país. La demanda internacional y la búsqueda constante de soluciones que faciliten y mejoren las experiencias de los consumidores de servicios especializados, han generado que los proveedores de servicios nacionales logren un crecimiento importante en la economía nacional. (AGEXPORT, 2019).

Las exportaciones de servicios representan una oportunidad importante para los países en desarrollo como Guatemala, debido a que contribuyen de manera significativa la creación de puestos de trabajo y a mejorar de los niveles económicos y sociales de los guatemaltecos.

El comercio y exportación de servicios se lleva a cabo de manera distinta al comercio tradicional de bienes. La organización Mundial del Comercio (OMC) dejó expresamente establecida esta situación en 1995, cuando dispuso de dos acuerdos multilaterales: El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT en su sigla en inglés), para regular el comercio mundial de mercancías, y el acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS, sigla en inglés), para regir el comercio mundial de servicios. (Piña, Guía para el exportador de servicios creativos, 2017).

La OMC dispuso que, a diferencia del comercio de bienes, el comercio de servicios se materializa en cuatro formas, mediante las cuales es posible proporcionar servicios en un entorno internacional. (Piña, Guía para el exportador de servicios creativos, 2017).

- **Suministro transfronterizo:**

Es el servicio que se presta desde el territorio del proveedor hacia el territorio del consumidor, sin desplazamiento de personas, cruza la frontera sin desplazamiento físico del proveedor y el cliente.

Ejemplos de esta modalidad son: consultorías enviadas por correo electrónico, el software que se envía por internet o los servicios de centro de atención telefónica.

- **Consumo en el extranjero:**  
El consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor, el cliente cruza la frontera temporalmente. Ejemplos de esta modalidad son: Ejecutivos extranjeros que asisten a un seminario de formación que se imparte en un país, turistas extranjeros no residentes que consumen servicios de hospedaje, alimentación y recreación, extranjeros que llegan al país por procedimientos quirúrgicos (Turismo de salud).
- **Presencia comercial en el extranjero:**  
Modo de suministro o comercio de servicios brindado por un proveedor de servicios mediante la presencia comercial en el territorio extranjero, la empresa de servicios establece una oficina o sucursal en el país extranjero.
- **Presencia de personas físicas en el extranjero:**  
Un proveedor de servicios se desplaza física y temporalmente a un país extranjero para suministrar un servicio, miembros de una empresa cruzan la frontera para prestar un servicio en el mercado del cliente. Ejemplos: un docente guatemalteco que se desplaza al exterior para brindar un curso de capacitación por un período limitado de tiempo, un ingeniero guatemalteco especializado en petróleo que viaja a Perú para evaluar el comportamiento de una planta de refinación.

Existe exportación si el pago es efectuado por un residente en otro país, con independencia del lugar en el que se produce, en la práctica, la prestación del servicio.

La Organización Mundial del Comercio -OMC- organiza los principales sectores de servicios de la siguiente manera.

**Tabla No. 4-1**  
**Sectores de Servicios según la OMC**

Servicios prestados a las empresas y servicios profesionales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de contabilidad.</li> <li>• Servicios de publicidad.</li> <li>• Servicios de arquitectura y de ingeniería.</li> <li>• Servicios de informática.</li> </ul>
Conexos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios jurídicos.</li> </ul>

Servicios de comunicaciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios audiovisuales.</li> <li>• Servicios postales y de correos.</li> <li>• Telecomunicaciones.</li> </ul>
Otros servicios
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de construcción y servicios conexos.</li> <li>• Servicios de distribución.</li> <li>• Servicios de enseñanza.</li> <li>• Servicios relacionados con la energía.</li> <li>• Servicios relacionados con el medio ambiente.</li> <li>• Servicios financieros.</li> <li>• Servicios sociales y de salud.</li> <li>• Servicios de turismo.</li> <li>• Servicios de transporte.</li> </ul>

Para obtener más información sobre la exportación de servicios, el empresario puede acudir a la Asociación de Exportadores de Guatemala, la cual cuenta con distintas comisiones de servicios a las que puede pertenecer el empresario, las cuales se detallan en el Anexo No. 12.4.

#### **4.6 Desarrollo de la hoja técnica del producto**

Se recomienda que el empresario desarrolle una hoja técnica del producto que desea exportar, para informar a clientes potenciales y distribuidores sobre las características del producto. El empresario puede colocar datos como: el peso del producto, presentación, empaque, funciones y una descripción del producto.

En el caso de alimentos, la hoja técnica debe llevar toda la información de la fabricación del producto, registros sanitarios, ingredientes, entre otros. Para productos textiles, se puede incluir información sobre el material fabricado, tallas y especificaciones sobre la forma como se debe manejar el producto.

Es importante que la hoja técnica se realice en varios idiomas y de preferencia se pueda elaborar en el idioma de la región al que se destinará el producto. A continuación, se muestra un ejemplo de una ficha técnica de un producto, el empresario puede agregar otra información que considere importante para su producto.

**Imagen No. 4-3**

**Ejemplo de hoja técnica para producto de exportación**

	<b>Codigo:</b> 85216	
	CENTRO AGROPECUARIO "LA FINCA"	
<b>ELABORADOR POR</b>		<b>FECHA:</b>

<b>FICHA TECNICA</b>		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	<b>YOGURT NATURAL</b>	
<b>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</b>	El yogur es un producto lacteo de consistencia generalmente cremosa que se obtiene a partir de la fermentacion de la leche	
<b>INGREDIENTES</b>	Leche fermentada, azucar, almidon modificado y cultivo lacticos	
<b>COMPOSICION NUTRICIONAL DEL PRODUCTO POR CADA 100 GRAMOS</b>	<b>PROTEINAS</b>	11.92 g
	<b>GRASA</b>	3.52 g
	<b>CARBOHIDRATOS</b>	25.98 g
	<b>CALORIAS POR CADA 100 GRAMOS</b>	143 kcal/100g
<b>CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS</b>	<b>OLOR</b>	CARACTERISTICO
	<b>SABOR</b>	ACIDO
	<b>COLOR</b>	BLANCO
	<b>TEXTURA</b>	LIQUIDA
<b>PRESENTACION Y CONTENIDO NETO DEL PRODUCTO</b>	ENVASE DE BOLSAS DE POLIETILENO SEGÚN SU PESO	
<b>CONSERVACION DEL PRODUCTO Y VIDA UTIL</b>	TEMPERATURA DE REFRIGERACION, 30 DIAS	
<b>REQUISITOS Y NORMALIZACION</b>	MPPPS-NORMAS COVENIN	

Fuente: Elaboración propia.



## V. MÓDULO NO. 3: SELECCIÓN DEL MERCADO POTENCIAL



Una vez seleccionado el producto que desea exportar, el siguiente paso es seleccionar el mejor mercado destino al que se puede introducir el producto, para ello es necesario realizar una investigación sobre los mercados potenciales y el acceso a los mismos.

El acceso a nuevos mercados se puede definir como la facilidad que tiene un proveedor o fabricante de ingresar los productos a un mercado extranjero en condiciones favorables. La selección del mercado es uno de los aspectos más importantes en el proceso de exportación, ya que el mercado correcto para el producto adecuado, puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso en una exportación.

Existen diferentes procesos y metodologías para seleccionar un mercado, algunos métodos implican utilizar datos estadísticos sobre importaciones y exportaciones, otros se pueden realizar participando en eventos de promoción comercial, como ferias y misiones comerciales. También se puede abocar a una institución privada o pública para obtener asesoría por parte del personal especialista en inteligencia de mercados. Por último, se pueden realizar visitas de campo a los mercados de interés, para obtener datos primarios como: Información de la industria nacional, precios de venta, canales de distribución, clientes potenciales y otros aspectos.

A continuación, se detallan los aspectos a tomar en cuenta a la hora de seleccionar un mercado meta:

## **5.1 Revisión de los Acuerdos y Tratados de Libre Comercio suscritos por Guatemala**

Es importante verificar los Acuerdos Comerciales y Tratados de Libre Comercio que Guatemala ha suscrito. Estos tratados negociados por Guatemala ofrecen a los productos nacionales reglas de origen flexibles y reducciones en los aranceles de importación. También brindan muchas oportunidades a las empresas guatemaltecas para iniciar con la internacionalización de sus productos.

### **5.1.1 Tratados de Libre Comercio Firmados y Ratificados por Guatemala**

Guatemala se ha suscrito a varios acuerdos comerciales para acordar concesiones arancelarias y reducir las barreras no arancelarias, con el fin de comerciar con bienes y servicios, siendo los siguientes:

- Tratado de Integración Económica Centroamericana.
- Tratado de Libre Comercio entre México y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras.
- Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos DR-CAFTA.
- Tratado de Libre Comercio entre la República de Guatemala y la República de China –Taiwán.
- Tratado de Libre Comercio Chile Guatemala.
- Tratado de Libre Comercio Panamá-Guatemala.
- Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia Y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras.

### **5.1.2 Acuerdos de alcance parcial, firmados por Guatemala**

Los acuerdos de alcance parcial se refieren únicamente a las concesiones otorgadas a determinados miembros de un tratado y que por tanto no alcanzan a la totalidad de signatarios de dicho tratado. Estos se pueden incorporar al mismo, únicamente por adhesión.

- Acuerdo de Alcance Parcial Guatemala – Venezuela.

- Acuerdo de Alcance Parcial Guatemala – Colombia.
- Acuerdo de Alcance Parcial Guatemala – Cuba

En el anexo No. 12.5, se encuentran los resúmenes de cada uno de los tratados y acuerdos de alcance parcial que cuenta Guatemala.

### **5.1.3 El Sistema de Preferencias Generalizadas – SGP-**

El SGP permite el acceso al mercado comunitario con exención total o parcial de los derechos de aduanas a las exportaciones de productos manufacturados y de determinados productos agrícolas procedentes de los países en vías de desarrollo (PVD). El objetivo del SPG, consiste en ayudar a los países en crecimiento a reducir la pobreza incrementando sus ingresos por medio del comercio internacional gracias a preferencias arancelarias.

La característica principal del SGP, es que trata de preferencias unilaterales, es decir, que el país que las otorga no recibe un trato arancelario preferencial en sus exportaciones a la otra parte, por lo anterior, los criterios para su otorgamiento o suspensión es determinada por el país otorgante.

En los siguientes enlaces del Ministerio de Economía, el exportador podrá conseguir más información sobre los requisitos y beneficios en aspectos como: Desgravación arancelaria, acceso a mercados, certificados de origen, medidas sanitarias, entre otros.

**Tabla No. 5-1**  
**Información sobre Tratados de Libre Comercio suscritos por Guatemala**

No.	Acuerdo o Tratado de Libre Comercio	Enlace informativo
1	Tratado de Libre Comercio República Dominicana - Centroamérica - Estados Unidos de América	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/239">https://www.mineco.gob.gt/node/239</a>
2	Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/541">https://www.mineco.gob.gt/node/541</a>
3	Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Chile	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/542">https://www.mineco.gob.gt/node/542</a>
4	Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/538">https://www.mineco.gob.gt/node/538</a>
5	Tratado de Libre Comercio entre los	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/539">https://www.mineco.gob.gt/node/539</a>

	Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua	
6	Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/543">https://www.mineco.gob.gt/node/543</a>
7	Tratado de Libre Comercio entre la República de Guatemala y la República de China (Taiwán)	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/540">https://www.mineco.gob.gt/node/540</a>
8	Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Panamá	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/544">https://www.mineco.gob.gt/node/544</a>
9	Integración Económica Centroamericana	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/235">https://www.mineco.gob.gt/node/235</a>
10	Acuerdo de Alcance Parcial – Guatemala y Ecuador	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/295">https://www.mineco.gob.gt/node/295</a>
11	Acuerdo de Alcance Parcial – Guatemala y Cuba	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/54">https://www.mineco.gob.gt/node/54</a>
12	Acuerdo de Alcance Parcial – Guatemala y Belice	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/53">https://www.mineco.gob.gt/node/53</a>
13	Acuerdo de Alcance Parcial – Guatemala y Venezuela	<a href="https://www.mineco.gob.gt/node/56">https://www.mineco.gob.gt/node/56</a>

Fuente: Elaboración propia con datos del sitio web del MINECO

## 5.2 Análisis de las estadísticas comerciales

Luego de verificar los países con los cuales Guatemala mantiene preferencias de acceso gracias a los tratados comerciales que ha suscrito y haber seleccionado el país o países de interés, el siguiente paso es verificar y analizar los datos estadísticos de estas regiones.

Existen sitios web que brindan información estadística de las actividades comerciales internacionales, estos sitios permiten al empresario recopilar información para poder analizarla en temas como: Estadísticas de comercio, exportaciones, importaciones, crecimiento, balanza comercial, etc. Una de las herramientas en línea que permite obtener esta información, sin ningún costo es *TradeMap*. También existen otras herramientas que el empresario puede utilizar las cuales se mencionan en el Capítulo No. X: Kit de herramientas y sitio web de apoyo para el exportador.

### 5.2.1 TradeMap

*TradeMap* es una herramienta en línea, para el manejo de inteligencia de mercados y selección de mercados potenciales. El sitio le permite al exportador obtener datos, gráficas, tablas, indicadores de desempeño, demandas de productos y un directorio de empresas importadoras y exportadoras. Su cobertura es global con más de 220 países y 5,300 productos del sistema armonizado. Para obtener la información estadística el empresario puede seguir los siguientes pasos:

- **Paso 1: Registro de usuario**

Debe registrar el usuario con el que tendrá acceso al sitio web, para ello debe llenar ciertos datos en el siguiente enlace:

- <https://mas-admintools.intracen.org/accounts/Registration.aspx>

#### **Imagen No. 5-1**

#### **Sitio web - Registro de TradeMap**



#### MARKET ANALYSIS TOOLS ACCOUNT

##### Registration to the ITC Market Analysis Tools:

The [International Trade Centre](#) has developed four [Market Analysis Tools](#) : Trade Map, Market Access Map, Investment Map and Standards Map to enhance the transparency of global trade and market access and to help users in their market analyses.

- Users from [developing countries](#) have full access to the tools free of charge.
- Users from [developed countries](#) have restricted access to the tools free of charge. Users wishing to access the full versions of the tools can consult the [subscription option and fees](#).

Please enter your email address: ■  
An activation email will be sent to this address  
It will be used to login to the ITC Market Analysis Tools

Confirm your email address: ■

Select your country: ■

Continue registration >

##### Market Analysis Tools:

- [Trade Map](#)  
an online tool with monthly, quarterly and yearly international trade data combined with statistical indicators and information on trading companies which helps you prioritize export or import markets.
- [Investment Map](#)  
an online tool that provides the sector breakdown of foreign direct investment (FDI), trade, market access and foreign affiliates information to support strategies of investment attraction and targeting.
- [Market Access Map](#)  
an online tool for analyzing market access conditions worldwide, including applied and bound tariff rates, trade agreements (rules of origin and tariff preferences), export-import statistics and non-tariff measures.
- [Standards Map](#)  
an online tool to analyse and compare voluntary standards promoting sustainable development applied to the production and trade of goods and services.
- [Procurement Map](#)  
an online tool which offers information on public tenders combined with legislation on women vendors and SMEs, and sustainable standards to foster entrepreneurship.

Fuente: Sitio Web, *TradeMap* 2019. (ITC, 2019).

Luego de haber realizado el registro del usuario, el empresario podrá obtener datos de exportaciones e importaciones durante un período de tiempo determinado, ingresando el nombre del producto o partida arancelaria en el siguiente enlace:

<https://www.trademap.org/Index.aspx><sup>1</sup>

<sup>1</sup> Como caso de ejemplo se analizarán los datos estadísticos de la miel natural (040900 – Miel Natural)

Ingresado el producto que se desea analizar, el sistema desplegará varias secciones como: Series anuales, trimestrales, mensuales, indicadores e información de empresas comercializadoras de dicho producto.

### Imagen No. 5-2

#### Sitio web – Sección de datos de exportaciones e importaciones

Trade Map proporciona - en forma de tablas, gráficos y mapas - indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras. Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos del Sistema Armonizado. Los flujos comerciales mensuales, trimestrales y anuales están disponibles desde el nivel más agregado hasta el nivel de línea arancelaria.

Fuente: Sitio Web, TradeMap 2019. (ITC, 2019).

- **Paso 2: Indicadores**

Al ingresar dentro de la sección de “Indicadores”. El sistema desplegará una serie de datos estadísticos de los principales países exportadores e importadores del producto a analizar.

### Imagen No. 5-3

#### Sitio web – TradeMap resultados de datos comerciales

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas del ITC Más Mr. Joseph Molina Español

Producto: 040900 - Miel natural Grupo de productos: Ninguno

Mundo País: Todos Grupo de países: Ninguno

Socio: Todos Grupo de socios: Ninguno

otros criterios Importaciones Indicadores por país

**Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2018**  
Producto : 040900 Miel natural

Tabla Gráfico Mapa Empresas Licitaciones públicas Datos IED Normas voluntarias

Descargar: lines por página: Por defecto (25 por página)

SAB	Importadores	Valor importado en 2018 (miles de USD)*	Saldo comercial 2018 (miles de USD)	Cantidad importada en 2018	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2018 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2014-2018 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2018 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Distancia media de los países proveedores (km)	Concentración de los países proveedores	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
	Mundo	2.239.905	-7.136	680.886	Toneladas	3.290	0	3	-3	100	6.355	0,06	
	Estados Unidos de América	504.153	-478.700	201.577	Toneladas	2.501	-3	5	-11	22,5	9.498	0,12	0,3
	Alemania	305.664	-165.152	85.676	Toneladas	3.568	-2	0	4	13,6	6.679	0,08	5,8
	Japón	145.441	-145.149	44.521	Toneladas	3.267	6	5	2	6,5	6.385	0,3	20,5
	Francia	129.503	-97.450	32.171	Toneladas	4.025	-3	-1	-1	5,8	3.184	0,1	5,8
	Reino Unido	128.288	-94.843	50.597	Toneladas	2.535	-1	6	-2	5,7	9.496	0,2	5,8
	Italia	100.418	-69.890	27.833	Toneladas	3.608	2	6	22	4,5	2.194	0,22	5,8
	Bélgica	72.901	4.759	24.861	Toneladas	2.932	-3	-5	-8	3,3	6.433	0,12	5,8
	China	70.129	179.122	3.824	Toneladas	18.339	6	-9	-23	3,1	9.321	0,54	17,7

Fuente: Sitio Web, TradeMap 2019. (ITC, 2019).



- **Paso 3: Análisis de datos**

El sistema mostrará los principales exportadores (vendedores) y los principales compradores (Importadores). Por ejemplo, al analizar los datos comerciales para el producto de la miel, se puede determinar que los principales países que adquieren el producto a nivel mundial son: Francia, Estados Unidos, Alemania, Japón, Francia, Reino Unido e Italia.

- **Paso 4: Importaciones y exportaciones de Guatemala**

La herramienta también permite analizar los datos de las compras (Importaciones) y ventas (Exportaciones) que ha realizado Guatemala en los últimos años, para obtener un panorama general de los destinos de este producto.

En el caso de la miel, se puede observar que el volumen importado es bajo, lo que indica que la demanda local está siendo satisfecha por los productores locales. Por otro lado, la mayoría de las exportaciones que se realizan se destinan para el mercado alemán.

**Imagen No. 5-4**

**Sitio web – TradeMap datos de exportaciones de miel natural en Guatemala**

Importadores	Valor exportado en 2018 (Miles de USD)	Saldo comercial en 2018 (Miles de USD)	Participación de las exportaciones para Guatemala (%)	Cantidad exportada en 2018	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2014-2018 (% a.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2014-2018 (% a.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2017-2018 (% a.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones del país socio entre 2014-2018 (% a.a.)	Distancia media entre los países socios y todos los mercados arrojados (km)	Concentración de las importaciones de los países socios	Arancel medio (estimado) enfrentado por Guatemala
Total	4.808	4.806	100	1.464	Toneladas	3.284	-13	-8	5		100	0			
Alemania	2.622	2.622	54.5	793	Toneladas	3.306	-16	-13	63	2	13,6	-2	6.679	0,98	0
Suiza	467	467	9,7	125	Toneladas	3.736	16	17	-2	14	1,8	0	4.625	0,18	1,8
Costa Rica	444	444	9,2	146	Toneladas	3.041	19	25	53	0,09	23	718	0,67	0	
Países Bajos	368	368	7,7	107	Toneladas	3.439	-10	-5	193	10	3	9	2.206	0,18	0
Francia	323	323	6,7	110	Toneladas	2.936	10	18	-7	4	5,8	-3	3.184	0,1	0
Italia	315	315	6,6	84	Toneladas	3.750	34	36	17	6	4,5	2	2.194	0,22	0
Japón	102	102	2,1	37	Toneladas	2.757	-9	-4	-26	3	6,5	6	6.365	0,3	25,5
Bélgica	73	73	1,5	20	Toneladas	3.650	-36	-35	-47	7	3,3	-3	6.433	0,12	0
Portugal	44	44	0,9	20	Toneladas	2.200			-76	24	0,7	18	4.196	0,27	0

Fuente: Sitio Web, TradeMap 2019. (ITC, 2019).

**Imagen No. 5-5**

**Sitio web – TradeMap datos de importaciones de miel natural en Guatemala**

Producto: 0409 - Miel natural  
 País: Guatemala  
 Grupo de países: Ninguno  
 Socio: Todos  
 Grupo de socios: Ninguno  
 Criterios: Importaciones | Indicadores | por país | Datos espejo

**Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Guatemala en 2018 (Espejo)**  
 Producto: 0409 Miel natural  
 Las importaciones de Guatemala representan 0% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 183

Gráfico | Mapa | Empresas

líneas por página: Por defecto (25 por página)

Exportadores	Valor importado en 2018 (miles de USD)*	Saldo comercial en 2018 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Guatemala (%)	Cantidad importada en 2018	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2014-2018 (% R.A.)	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2014-2018 (% R.A.)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2017-2018 (% R.A.)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2014-2018 (% R.A.)	Distancia media entre los países socios y todos los mercados importadores (km)	Concentración de las importaciones de los países socios	Arancel medio (estimado) aplicado por Guatemala
Total	3	4 805	100	1	Toneladas	3 000	-48		-84		100	0			
Estados Unidos de América	3	11	100	1	Toneladas	3 000	-22	0	-76	23	1,1	5	7 192	0,19	5
Alemania		2 622								4	6,3	-1	1 997	0,07	15
Suiza		467								37	0,3	0	4 333	0,12	15
Costa Rica		444													0
Países Bajos		368								26	0,8	18	927	0,19	15
Francia		323								19	1,4	1	2 828	0,07	15

Fuente: Sitio Web, TradeMap 2019. (ITC, 2019).

• **Paso 5: Precios del mercado y crecimiento**

Continuando con el ejemplo de la miel, para el análisis de los precios del mercado hay que tomar en cuenta factores como:

1. El precio al que venden la miel los principales exportadores.
2. El precio al que están comprando la miel los principales importadores.
3. El precio de venta de miel en Guatemala.

Se puede observar que los precios de los principales mercados a los que Guatemala le exporta miel son: Alemania (\$US 3,306 Tonelada), Suiza (\$US 3,736), Costa Rica (\$US 3,041), Holanda (\$US 3,439), Francia (\$US 2,936) e Italia (\$US 3,750).

Al analizar el crecimiento de las exportaciones de miel guatemalteca, se puede observar que a nivel general decrecieron en un 13% en su valor y un 8% en la cantidad exportada. Lo cual indica que la exportación de miel guatemalteca se encuentra en una disminución. Los países con el mayor crecimiento fueron Suiza 16% e Italia 34%. Estos mercados representan el mayor crecimiento en la demanda de miel guatemalteca.

**Imagen No. 5-6**

**Sitio web – TradeMap datos de crecimiento y precios del mercado**



**Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Guatemala en 2018 (Espejo) <sup>i</sup>**  
**Producto: 0409 Miel natural**  
Las exportaciones de Guatemala representan **0,2%** de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundia

Tabla   Gráfico   Mapa   Empresas

Descargar: líneas p

Comercio bilateral	Importadores	Seleccione sus indicadores ▼											
		Valor exportado en 2018 (miles de USD) <sup>v</sup>	Saldo comercial en 2018 (miles de USD) <sup>i</sup>	Participación de las exportaciones para Guatemala (%) <sup>i</sup>	Cantidad exportada en 2018	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) <sup>i</sup>	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2014-2018 (% p.a.) <sup>i</sup>	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2014-2018 (% p.a.) <sup>i</sup>	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2017-2018 (% p.a.) <sup>i</sup>	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales <sup>i</sup>	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%) <sup>i</sup>	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2014-2018 (% p.a.) <sup>i</sup>
	Total	4.808	4.805	100	1.464	Toneladas	3.284	-13	-8	5		100	0
<input type="checkbox"/>	Alemania <sup>i</sup>	2.622	2.622	54,5	793	Toneladas	3.306	-16	-13	63	2	13,6	-2
<input type="checkbox"/>	Suiza	467	467	9,7	125	Toneladas	3.736	16	17	-2	14	1,8	0
<input type="checkbox"/>	Costa Rica	444	444	9,2	146	Toneladas	3.041		19	25	53	0,09	23
<input type="checkbox"/>	Países Bajos <sup>i</sup>	368	368	7,7	107	Toneladas	3.439	-10	-5	193	10	3	9
<input type="checkbox"/>	Francia	323	323	6,7	110	Toneladas	2.936	16	18	-7	4	5,8	-3
<input type="checkbox"/>	Italia <sup>i</sup>	315	315	6,6	84	Toneladas	3.750	34	36	17	6	4,5	2
<input type="checkbox"/>	Japón	102	102	2,1	37	Toneladas	2.757	-9	-4	-26	3	6,5	6
<input type="checkbox"/>	Bélgica	73	73	1,5	20	Toneladas	3.650	-36	-35	-47	7	3,3	-3
<input type="checkbox"/>	Portugal	44	44	0,9	20	Toneladas	2.200			-76	24	0,7	18
<input type="checkbox"/>	España <sup>i</sup>	35	35	0,7	20	Toneladas	1.750	-47	-36	-70	9	3	2
	Estados												

Fuente: Sitio Web, TradeMap 2019. (ITC, 2019).

Luego de realizar un análisis de todos datos estadísticos, el empresario podrá seleccionar el mercado que le brinde mejores oportunidades económicas para el ingreso de sus productos.

### 5.3 Identificación de los requisitos arancelarios

Los aranceles son impuestos que se aplican en el comercio exterior, tanto para las importaciones como para las exportaciones, el objetivo es agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino. Se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger los productos similares que se fabrican en el país.

Las mercancías deben clasificarse arancelariamente al pasar por las aduanas, para identificar cuál es la tasa porcentual de arancel que les corresponde pagar de acuerdo al tipo de arancel aplicado.

Los países otorgan diversos tratamientos arancelarios a los productos que ingresan a su mercado, estos pueden ser exentos de aranceles debido a negociaciones o tratados de comercio, en otros casos si la industria requiere del producto también pueden obtener beneficios arancelarios, por otro lado, algunos productos pueden tener mayores porcentajes de arancel si el país desea proteger su industria local.

### **5.3.1 Sistema Arancelario en Centro América**

El Sistema Arancelario Centroamericano o SAC, contiene los aranceles de aduanas aplicados por los países centroamericanos, incluye la nomenclatura para la clasificación oficial de las mercancías, así como los derechos arancelarios a las importaciones. Estos aranceles están basados en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA). Los derechos arancelarios y sus modificaciones son realizados a través del Consejo Arancelario y Aduanero Centroamericano.

Existen distintos sitios web donde el empresario puede identificar la carga arancelaria del producto, dependiendo del mercado al que desea ingresar, a continuación, se detallan algunas:

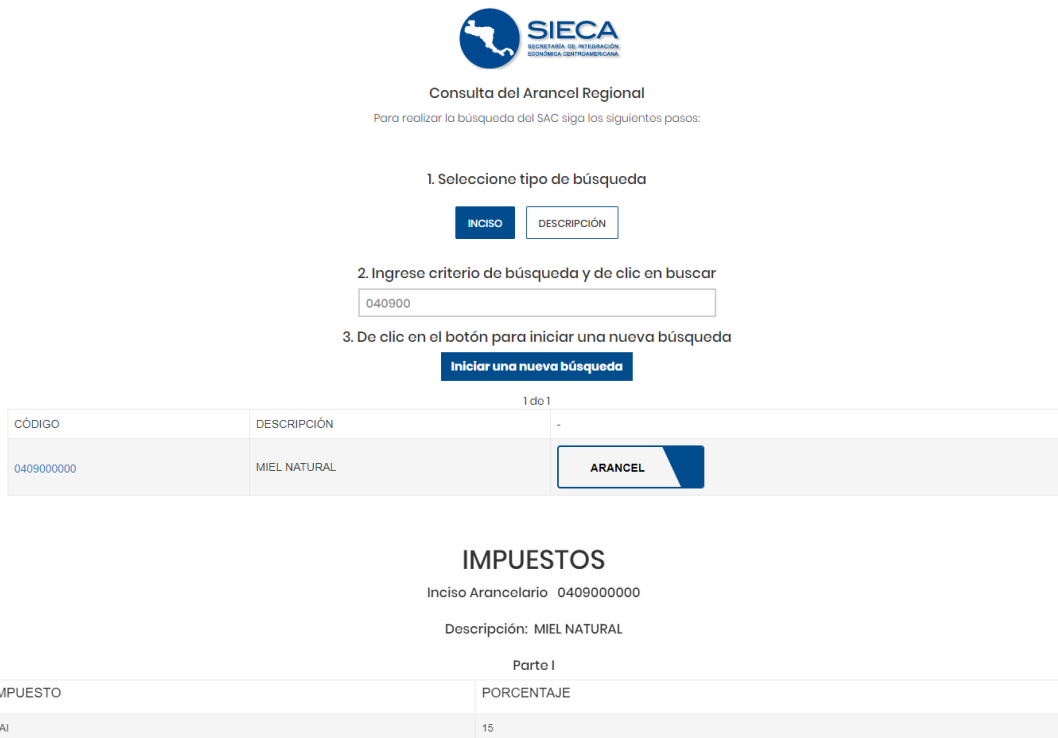
- **Paso 1: Centro América**

Para conocer el valor de arancel que pagan las mercancías en el mercado Centroamericano, se puede consultar el Arancel Informatizado Centroamericano de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), en el siguiente enlace:

- <https://www.aduanas.sieca.int/AIC/ConsultaSacRegional>

**Imagen No. 5-7**

**Sitio web – Consulta del Arancel Regional SIECA**



1. Seleccione tipo de búsqueda

2. Ingrese criterio de búsqueda y de clic en buscar

3. De clic en el botón para iniciar una nueva búsqueda

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
0409000000	MIEL NATURAL

IMPUESTOS

Inciso Arancelario 0409000000

Descripción: MIEL NATURAL

Parte I

IMPUESTO	PORCENTAJE
DAI	15

Fuente: Sitio web SIECA, 2019.

- **Paso 2: Resto del mundo**

Para establecer los requisitos arancelarios de países que no pertenecen a Centro América, se puede utilizar el “Market Access Map” del ITC, ésta herramienta brinda información sobre los aranceles que debe pagar un producto para ingresar a un mercado. Para ello necesita registrar un usuario en el siguiente enlace:

- <https://mas-admintools.intracen.org/accounts/Registration.aspx>

Luego debe ingresar a la herramienta “Market Access Map” o “Condiciones de Acceso a los Mercados”, debe colocar el país exportador (Guatemala) y el país de destino,


para efectos de comparación utilizaremos como país destino a Estados Unidos e Italia, también se debe de colocar los primeros 6 dígitos del producto deseado<sup>2</sup>. El sistema desglosará el arancel aplicado para ingresar el producto, así como todos los requisitos de importación aplicados al producto.

### Imagen No. 5-8

#### Sitio web – Requisitos arancelarios para ingresar al mercado de Estados Unidos

Guatemala Estados Unidos de América 040900 – Miel natural **BUSCAR**

CÓDIGO DE LÍNEA ARANCELARIA NACIONAL DEL PRODUCTO  
040900000 – Natural honey



#### Derechos de aduana

Por producto 040900000 – Natural honey  
Exportado desde Guatemala a Estados Unidos de América  
Año arancelario: 2019 (HS Rev.2017)  
Fuente: ITC (Market Access Map)

Régimen arancelario	Arancel aplicado	EAV	Nota
MFN duties (Applied)	1.9 cents/kg	0.50%	
Preferential tariff for CAFTA countries	0%	0%	Detalles del acuerdo comercial


Fuente: Sitio Web, *Market Access Map* 2019. (ITC, 2019).

### Imagen No. 5-9

#### Sitio web – Consulta de requisitos arancelarios para ingresar la miel al mercado de Italia

Guatemala Italia 040900 – Miel natural **BUSCAR**

CÓDIGO DE LÍNEA ARANCELARIA NACIONAL DEL PRODUCTO  
0409000000 – Natural honey



#### Derechos de aduana

Por producto 0409000000 – Natural honey  
Exportado desde Guatemala a Italia  
Año arancelario: 2019 (HS Rev.2017)  
Fuente: ITC (Market Access Map)

Régimen arancelario	Arancel aplicado	EAV	Nota
MFN duties (Applied)	17.30%	17.30%	
Preferential tariff for Central America countries	0%	0%	Detalles del acuerdo comercial

Fuente: Sitio Web, *Market Access Map* 2019. (ITC, 2019).

<sup>2</sup> Como caso de ejemplo analizaremos los datos estadísticos de la miel natural (040900 – Miel Natural)

En la imagen anterior se puede observar que para el ingreso a Estados Unidos los países que pertenecen al CAFTA están exentos del arancel, así mismo el ingreso al mercado italiano también se encuentra exento de impuestos debido a las medidas preferenciales que tiene Guatemala con la Unión Europea. Sin embargo, para aplicar ambos incentivos es necesario presentar el certificado de origen.

## 5.4 Identificación de las medidas o regulaciones no arancelarias

Las medidas no arancelarias son regulaciones que rigen el ingreso de bienes de importación a un país. Estas medidas les permiten a los gobiernos establecer ciertos requisitos para el acceso de un producto a su territorio nacional, dentro de los objetivos se encuentra la protección de los consumidores, medio ambiente, la sanidad animal y vegetal.

Las medidas no arancelarias son independientes del tipo de arancel que se cobre, las medidas más comunes en el comercio internacional son:

1. **Licencias previas de importación:** Requieren de un permiso del gobierno para autorizar la importación del producto.
2. **Cuotas o contingentes arancelarios:** Restringen la cantidad de productos que pueden ingresar al país.
3. **Barreras técnicas:** Establecen requisitos específicos que deben cumplir los productos para ingresar al país.
4. **Barreras Sanitarias o Fitosanitarias:** Son medidas para regular el ingreso de productos alimenticios para proteger al consumidor y al ecosistema animal y vegetal del país importador de aspectos como plagas y enfermedades.

El empresario debe verificar los requerimientos no arancelarios antes de seleccionar el mercado al que desea ingresar, para analizar si el producto cumple con todas las regulaciones no arancelarias, verificar si es necesario realizar modificaciones o tramitar nuevas licencias. En el anexo No. 12.6 se detallan las medidas no arancelarias según la clasificación de la UNCTAD.

Existen distintos sitios web donde el empresario puede identificar las medidas no arancelarias, dependiendo del mercado al que desea ingresar, a continuación, se detallan algunas:

- **Paso 1: Condiciones de acceso**

Para establecer las medidas no arancelarias debe ingresar al “Market Access Map” del ITC, en la sección de “Condiciones de Acceso a los Mercados”. En el siguiente enlace:

- <https://www.macmap.org/es/>

Debe colocar el país exportador (Guatemala), para efectos de comparación se utilizará como país destino a Estados Unidos e Italia, también se deben colocar los primeros 6 dígitos del producto deseado (040900 – Miel Natural). El sistema desglosará las medidas no arancelarias aplicadas para ingresar el producto.

Con respecto a los requisitos de importación del producto (Miel) se puede observar que para ingresar al mercado estadounidense el producto debe cumplir con 42 requisitos, que incluyen aspectos como: Etiquetado del producto, empaçado, inspecciones, certificaciones, etc. Por otro lado, el mercado italiano solo exige 11 requisitos de importación para el ingreso de este producto.

**Imagen No. 5-10**

**Sitio web – Consulta de requisitos no arancelarios para ingresar la miel al mercado de Estados Unidos**

Por producto 04090000 – Natural honey  
 Exportado desde Guatemala a Estados Unidos de América  
 Revisión del SA: HS Rev.2012  
 Clasificación de MNA: NTM rev. 2012  
 Año de la MNA: 2014  
 Fuente: UNCTAD

Requisitos de importación aplicados a este producto	Total de las medidas
A150 - Registration requirements for importers <sup>①</sup>	1
A190 - Prohibitions/restrictions of imports for SPS reasons not elsewhere specified. <sup>①</sup>	1
A220 - Restricted use of certain substances in foods and feeds and their contact materials <sup>①</sup>	9
A310 - Labelling requirements <sup>①</sup>	3
A320 - Marking requirements <sup>①</sup>	1
A330 - Packaging requirements <sup>①</sup>	3
A410 - Microbiological criteria of the final product <sup>①</sup>	1
A420 - Hygienic practices during production <sup>①</sup>	1
A510 - Cold/heat treatment <sup>①</sup>	2
A530 - Fumigation <sup>①</sup>	3
A630 - Food and feed processing <sup>①</sup>	3
A640 - Storage and transport conditions <sup>①</sup>	1

Fuente: Sitio Web, Market Access Map 2019. (ITC, 2019).

**Imagen No. 5-11**

## Sitio web – Consulta de requisitos no arancelarios para ingresar la miel al mercado de Italia

Por producto 0409000000 – Natural honey  
Exportado desde Guatemala a Italia  
Revisión del SA: HS Rev.2012  
Clasificación de MNA: NTM rev. 2012  
Año de la MNA: 2012  
Fuente: UNCTAD

Requisitos de importación aplicados a este producto	Total de las medidas ^
A120 - Geographical restrictions on eligibility <sup>①</sup>	1 ▼
A140 - Special Authorization requirement for SPS reasons <sup>①</sup>	1 ▼
A210 - Tolerance limits for residues of or contamination by certain (non-microbiological) substances <sup>①</sup>	1 ▼
A310 - Labelling requirements <sup>①</sup>	1 ▼
A400 - Hygienic requirements <sup>①</sup>	1 ▼
A630 - Food and feed processing <sup>①</sup>	1 ▼
A820 - Testing requirement <sup>①</sup>	1 ▼
A830 - Certification requirement <sup>①</sup>	1 ▼
A840 - Inspection requirement <sup>①</sup>	1 ▼
A850 - Traceability requirements <sup>①</sup>	1 ▼
B140 - Authorization requirement for TBT reasons <sup>①</sup>	1 ▼

Fuente: Sitio Web, *Market Access Map* 2019.

- **Paso 2: Requisitos Reglamentarios**

Ésta herramienta brinda información sobre requisitos que debe cumplir un producto en Guatemala para ser exportado, esto se encuentra en la sección de “Requisitos de exportación e importación”. Siguiendo con el ejemplo anterior, para exportar a estos destinos los requisitos solicitados por Guatemala son los mismos.

**Imagen No. 5-12**

## Sitio web – Consulta de requisitos no arancelarios solicitados por Guatemala para el ingreso de la miel al mercado de Estados Unidos e Italia

### Requisitos reglamentarios <sup>①</sup>

Por producto 04090000 – Miel natural  
Exportado desde Guatemala a Italia  
Revisión del SA: HS Rev.2012  
Clasificación de MNA: NTM rev. 2012  
Año de la MNA: 2012  
Fuente: UNCTAD

Requisitos de exportación aplicados a este producto	Total de las medidas <sup>^</sup>
P130 - Licensing or permit requirements to export <sup>①</sup>	1 <sup>▼</sup>
P500 - Export taxes and charges <sup>①</sup>	1 <sup>▼</sup>
P610 - Inspection requirement <sup>①</sup>	1 <sup>▼</sup>
P700 - Export subsidies <sup>①</sup>	2 <sup>▼</sup>
<b>P610 - Inspection requirement <sup>①</sup></b>	<b>1 <sup>▲</sup></b>
<b>Inspection requirement</b>	
<i>Título de la legislación</i> : Acuerdo Ministerial 169-2012.	
<i>Resumen de la legislación</i> : NA	
<i>Autoridad de aplicación</i> : Dirección de Inocuidad del Viceministerio de Sanidad Agropecuaria y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación de Guatemala	
<i>Validez</i> : 10.2012	
<i>Enlace</i>	
<i>Resumen de la legislación</i> : Miel de abejas <span style="float: right;">-</span>	
P700 - Export subsidies <sup>①</sup>	2 <sup>▼</sup>

Fuente: Sitio Web, *Market Access Map* 2019.

### Otras herramientas de acceso a mercados

Para establecer los requisitos arancelarios de los países que integran a la Unión Europea, se puede utilizar la herramienta del “*TARIC*”, esta herramienta es gratuita y brinda información sobre los aranceles que debe pagar un producto para ingresar al mercado europeo, así como los requisitos no arancelarios que solicita el país de destino. Para obtener esta información puede ingresar en el siguiente enlace:

- [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en)

Dentro del sitio de la OMC se pueden encontrar una serie de enlaces referentes a las medidas Sanitarias y Fitosanitarias de algunos de los miembros de esta organización.

- [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/sps\\_s/spslinks\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/spslinks_s.htm)

Es importante que el empresario verifique estos requisitos, con las autoridades gubernamentales correspondientes en Guatemala, para asegurarse que no existan



cambios en los requerimientos de exportación.

Otra herramienta para obtener información sobre el acceso a mercados es: **INTrade**, que fue desarrollada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ofrece datos completos sobre: Acceso a mercados, marcos legales, acuerdos comerciales, reglas de origen, estadísticas detalladas de importaciones y exportaciones e indicadores que miden la estructura y el desempeño del comercio.

- <https://www.intradebid.org/>


Dentro de la sección de “Acceso a mercado” el empresario puede ingresar a la pestaña de “Estándares”, en la que se encuentra una base de datos sobre “Exportaciones Rechazadas” por falta de cumplimiento con Estándares Sanitarios y Fitosanitarios en los Estados Unidos, Europa y Australia, así como las preocupaciones comerciales específicas reportadas al Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) de la OMC.

La información desplegada le puede ayudar al exportador a verificar que el producto que desea exportar cumpla con todos los requerimientos no arancelarios del mercado destino para evitar que éste sea devuelto o rechazado en la aduana.

- <https://www.intradebid.org/acceso-mercados/sps#border-rejections>

### Imagen No. 5-13

#### Sitio web – Consulta de rechazos de la miel al mercado de Estados Unidos



The screenshot shows the INTrade website interface. At the top, there is a navigation bar with the INTrade logo, a language selector (EN / ES), and a user profile section with a 'SALIR' button and a user name 'Bienvenido, Joseph'. Below the navigation bar is a table with the following columns: Origen, Destino, Fecha, Empresa, Producto, Código, Tema, and Explicación. The table contains six rows of data, all with 'Guatemala' as the origin and 'Estados Unidos' as the destination. The products listed are TOMATO CONSOMME AND BOUILLION, DRIED; SOUP, N.E.C.; BEEF SOUP, PLAIN, DRIED; COOKIES (BABY); CHICKEN FLAVOR SOUP; and RICE SOUPS. The reasons for rejection are related to labeling and language requirements.

Origen	Destino	Fecha	Empresa	Producto	Código	Tema	Explicación
Guatemala	Estados Unidos	3/2017	A	TOMATO CONSOMME AND BOUILLION, DRIED	LABELING	Etiquetado	El producto viola el "Fair Packaging and Labeling Act" debido a su localización, forma o contenido
Guatemala	Estados Unidos	7/2016	F	SOUP, N.E.C.	HEALTH C	Etiquetado	La etiqueta informa la existencia de un nutriente no autorizado
Guatemala	Estados Unidos	4/2016		BEEF SOUP, PLAIN, DRIED	NO ENGLISH	Etiquetado	La etiqueta no se encuentra en inglés violando la normativa 21 C.F.R. 201.15(c)(1).
Guatemala	Estados Unidos	2/2014	Y	COOKIES (BABY)	NO ENGLISH	Etiquetado	La etiqueta no se encuentra en inglés violando la normativa 21 C.F.R. 201.15(c)(1).
Guatemala	Estados Unidos	3/2011	A.	CHICKEN FLAVOR SOUP	NO ENGLISH	Etiquetado	La etiqueta no se encuentra en inglés violando la normativa 21 C.F.R. 201.15(c)(1).
Guatemala	Estados Unidos	6/2010	A	RICE SOUPS	NO ENGLISH	Etiquetado	La etiqueta no se encuentra en inglés violando la normativa 21 C.F.R. 201.15(c)(1).

Fuente: Sitio web *Intrade*, 2019.

## 5.5 Impuestos estatales y locales

Es importante que el exportador que desea establecer una oficina comercial en el país de destino para encargarse de la distribución y comercialización de los productos, debe investigar cuáles son los impuestos estatales o locales, para determinar los impuestos que requiere la ley local sobre las transacciones o ventas que realice dentro de esa región.

En Estados Unidos el empresario puede ingresar al siguiente enlace, en donde encontrara información sobre cómo hacer negocios, impuestos y otros enlaces de importancia para cada estado.

- <https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/state-government-websites>

## 5.6 Metodología para evaluación y selección del mercado potencial

Para efectos del presente manual, se elaboró una metodología para que el empresario pueda recopilar información de importancia, que le ayude a seleccionar el mercado que tenga el mayor acceso para sus productos.

El primer paso es realizar un sondeo de mercado de los posibles países donde podría exportar los productos. Luego evaluar aspectos como: acceso al mercado, estadísticas comerciales, tratados de libre comercio, barreras arancelarias y no arancelarias, entre otros, por ultimo puede asignarle una puntuación a cada aspecto, para obtener una calificación de los mercados con mayor potencial para su ingreso. A continuación, se detallan las instrucciones para realizar la evaluación.



### Instrucciones:

1. El primer paso que debe de realizar el empresario es seleccionar a los países de interés que desea evaluar y colocarlos en la casilla de “Mercado Potencial” (Ver tabla 5-2 ejemplo)
2. El siguiente paso será establecer los aspectos que desea evaluar de cada país en el eje horizontal de la tabla, como ejemplo de la guía tomaremos los siguientes aspectos:
  - a. El país cuenta con TLC con Guatemala.
  - b. Estadísticas comerciales.
  - c. Precios del mercado.
  - d. Crecimiento del mercado.
  - e. Requisitos arancelarios.
  - f. Medidas no arancelarias.
3. Luego de establecer los aspectos, el empresario puede asignar un valor a cada aspecto a evaluar, por ejemplo: “El país cuenta con TLC con Guatemala” el empresario puede asignarle un valor “1” a los países con los que se cuente un TLC y un valor “0” a los países que no mantengan un TLC:

<b>El país cuenta con TLC con Guatemala</b>	<b>Calificación</b>
Sí	1
No	0

Para el resto de los aspectos las etapas “Estadísticas Comerciales”, “Crecimiento del mercado” y “Medidas no arancelarias”, debe evaluar y calificar cada país desde “Muy malo” hasta “Muy bueno”.

En el caso de las “Estadísticas Comerciales”, los países con la mayor cantidad de importaciones realizadas del producto que se desea exportar, serán los que mayor puntaje se les pueda colocar. Para ello puede colocar una evaluación de 1 a 5, siendo uno el país con las menores importaciones.

Para el “Crecimiento del mercado” los países que reporten el mayor crecimiento en importaciones de este producto pueden tener la mejor calificación y en el caso de las “Medidas no arancelarias”, los países con la menor cantidad de requisitos, obtendrá la mayor calificación.

<b>Análisis del estudio de mercado</b>	<b>Calificación</b>
<input type="radio"/> Muy malo	1
<input type="radio"/> Malo	2
<input type="radio"/> Regular	3
<input type="radio"/> Bueno	4
<input type="radio"/> Muy bueno	5

- Para la etapa de “Requisitos Arancelarios” debido a que algunos países pueden tener el mismo porcentaje de arancel, se puede colocar la calificación de “1” a los países que estén exentos de aranceles y “0” a los países que mantengan un porcentaje arancelario.

<b>Realiza pagos arancelarios</b>	<b>Calificación</b>
Sí	1
No	0

- Por último, el empresario debe de realizar una suma por país de todas las calificaciones obtenidas y seleccionar el país o países que tiene la mayor puntuación, debido a que será el que tiene mejor acceso de mercado.

En el siguiente ejemplo podemos observar que el “País 3” es el que obtuvo la mayor calificación (20 puntos), por lo que es el país con el mayor acceso al mercado.

**Tabla No. 5-2**  
**Ejemplo de tabla de análisis de mercados potenciales**

Mercado potencial	El país cuenta con TLC con Guatemala	Estadísticas Comerciales	Precios del mercado	Crecimiento del mercado	Requisitos Arancelarios	Medidas no arancelarias	TOTAL
País 1	0	3	2	1	1	5	12
País 2	1	4	3	5	0	3	16
País 3	1	5	5	4	1	4	20
País 4	0	2	1	3	1	1	8
País 5	0	1	4	2	0	2	9

Fuente: Elaboración propia.

Es importante mencionar que el empresario puede sustituir o agregar aspectos que éste considere de importancia para su producto, por ejemplo, si el mercado requiere de algún certificado especial o permiso.

## VI. MÓDULO NO. 4: LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN



### 6.1 Canales de distribución

Es importante que el empresario determine qué canal de distribución va a seleccionar para exportar el producto y cuál será su estrategia de ingreso, para ello puede evaluar aspectos como:

1. Cuál es la capacidad de producción con la que cuenta actualmente.
2. La forma como desea ingresar al mercado internacional directa o indirectamente.
3. El nivel de penetración del mercado deseado.
4. El nivel de control que desee sobre la distribución de su producto.

#### **6.1.1 Acceso al mercado internacional de forma directa**

En esta modalidad el empresario debe buscar vender los productos de forma directa al mercado de destino o comprador directo de sus productos, es decir sin la intervención de algún intermediario para llevar sus productos al mercado destino.

#### **6.1.2 Acceso al mercado internacional de forma indirecta**

Esta modalidad de acceso es más sencilla y la más utilizada por los empresarios, implica la participación de distintos intermediarios que revenderán la mercancía durante el proceso de exportación hasta llegar al cliente final. Dentro de las ventajas de utilizar esta metodología se encuentra la reducción en los riesgos de exportación y el aprovechamiento del conocimiento del intermediario en el mercado destino, por otro

lado, el margen de ganancia de la operación se ve reducido debido a las comisiones de los intermediarios.

Dentro de los canales de distribución indirecta para ingresar al mercado internacional se pueden detallar:

1. **Canal Detallista:** En este canal el fabricante le venderá los productos a un detallista o *retail* de forma directa el cual, a través de sus tiendas, puntos de venta o canal de distribución le hará llegar el producto de forma directa al consumidor final.
2. **Canal Mayorista:** El exportador le vende los productos a un distribuidor o mayorista el cual le revenderá el producto a los detallistas. En la mayoría de los casos el mayorista ya cuenta con una logística implementada de varios canales de ventas, por lo que el volumen de compra puede ser más elevado que otros canales, pero el margen de ganancia puede verse afectado por las comisiones del canal.
3. **Agente detallista / mayorista:** La diferencia de estos canales se encuentra en que el producto será movido a través de un agente o *bróker*, el cual se encargará de distribuir el producto a los mayoristas o detallistas, debido a que la cadena de distribución se verá ampliada con más intermediarios el margen de ganancia disminuirá para el empresario, sin embargo esta modalidad puede ayudar a los empresarios que están iniciando en las exportaciones, ya que el agente o *bróker* le puede brindar apoyo logístico durante el proceso de exportación.

Los tipos de agentes intermediarios que pueden utilizar el empresario en esta modalidad son:

1. **Representantes:** Son empresas o personas que se encargan de realizar las tareas de ventas en un territorio delimitado, representando los productos de la empresa a cambio de una comisión o forma de pago.
2. **Distribuidores:** Estas organizaciones se encargan de distribuir uno o varios productos de proveedores locales e internacionales, cuentan con redes de distribución a través de clientes mayoristas, detallistas y tiendas especializadas.
3. **Detallistas:** Estas empresas se dedican a vender productos de forma directa a los consumidores, como supermercados, tiendas especializadas, delicatessen o cadenas de productos.

En el siguiente diagrama se establecen opciones que puede tener el empresario en la selección de su canal de distribución.

**Diagrama No. 6-1**  
**Canales de distribución utilizados en el comercio exterior**



Fuente: Elaboración propia.

## 6.2 Zonas de desarrollo económico especial públicas

Las zonas de desarrollo económico especial públicas (ZDEEP), son áreas extra aduanales habilitadas por ZOLIC, para funcionar fuera del perímetro de Santo Tomás de Castilla, con el objetivo de promover la inversión y la generación de empleo formal, a través del desarrollo de actividades industriales, comerciales y servicios. Se benefician bajo la ley Zona Libre de Industria y Comercio “Santo Tomás de Castilla”, también conocida como ZOLIC, creada por medio del Decreto 22-73 y sus reformas 30-2008.



Los usuarios de las ZDEEPs, pueden ser cualquier empresa bajo el sector industrial, comercial o de servicios, que cumplan con los requisitos de autorización. A diferencia de ZOLIC que solo se puede ubicar dentro del perímetro del Puerto de Santo Tomas de Castilla, estas pueden ubicarse en cualquier parte del territorio nacional. El empresario puede registrar sus operaciones dentro de estas zonas y adquirir beneficios como:

- Exención del 100% del ISR por 10 años, también aplica a dividendos y utilidades que se distribuyan a usuarios y sus accionistas.
- Suspensión temporal del IVA, derechos arancelarios y demás cargos en la importación de mercancías que ingresen a la zona (materias primas, insumos, materiales, productos intermedios, maquinaria, equipo, repuestos y accesorios) hasta que sea importada la mercancía al Territorio Aduanero Nacional.
- Certificación Operador Económico Autorizado – OEA.
- Conectividad vial, cercanía a principales puertos marítimos del país y de la región
- Exención de timbres fiscales, sobre los documentos que contienen actos o contratos sobre bienes y negocios en la zona.

Dentro de las ZDEEPS los empresarios pueden llevar a cabo varias operaciones comerciales y beneficiarse de las exoneraciones de impuestos, dentro de las operaciones permitidas se encuentran:

- Exportaciones al territorio nacional y al exterior.
- Importaciones al territorio nacional y al exterior.
- Pueden proveer servicios o productos a otros usuarios de las ZDEEPS.
- Traslados a cualquier otro depósito fiscal.
- Traslados hacia otros regímenes, puertos, fronteras y aeropuertos.

Las ZDEEPS pueden beneficiar de gran manera a los empresarios que establezcan las operaciones comerciales dentro de estas zonas, por lo que se recomienda que evalúen los beneficios que pueden obtener y las ventajas de pertenecer a estas zonas de desarrollo.

Más información:

Boulevard Los Próceres 24-69, Zona 10.

Zona Pradera, Torre 4, Nivel 10; Of 1002

Guatemala, Guatemala CA.

Teléfono: (502) 2279-0950

[www.zolicguate.com](http://www.zolicguate.com)

### 6.3 Empaque y embalaje del producto

El empaque y embalaje del producto es un factor muy importante en la actividad exportadora. Los distintos procesos de transporte, almacenamiento y distribución, hacen necesario que el empresario cuente con un sistema de empaque y embalaje eficaz que proteja al producto durante todo el proceso de exportación y que éstos cumplan con los requerimientos del país de destino.

El embalaje tiene como función proteger el producto final durante todas las etapas logísticas de transporte y almacenaje. El envase puede definirse como cualquier material envolvente que protege, conserva y presenta el producto al cliente final, como en el caso de las cajas, frascos, latas, plásticos y otros materiales utilizados para empacar el producto.

Las regulaciones destinadas a los envases se enfocan en los materiales con los que fueron fabricados, sus niveles de resistencia y en el caso de alimentos, que el material utilizado no sea dañino para la salud humana.

Existen normas técnicas internacionales, las cuales son una guía para los proveedores de envases, para que cumplan con los estándares de calidad y ensayos de durabilidad. En el caso de los empresarios que van a adquirir sus envases para los productos, estas normas le permitirán seleccionar un proveedor que cumpla con las condiciones de calidad que deben cumplir en sus procesos de fabricación.

#### Símbolos de manipulación ISO 780:1999

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO), con la norma ISO 780:1999 normalizó los distintos símbolos e indicaciones gráficas, para transmitir las instrucciones del correcto manejo de los embalajes a nivel mundial.



#### 6.3.1 Dimensiones de una estiba o pallet

En el mercado de comercio internacional se utilizan dos tipos de estibas o *pallets*, la *Europallet* y las *ISO*. Es importante que el exportador determine cuál de los dos tipos son los que se exigen en el país de destino.

- a. **ISO:** La Organización Internacional de Normalización (ISO) implantó las normas 6780, en donde se establecen 6 dimensiones de acuerdo a los países de destino.
- b. **Europallet:** La Asociación Europea de Pallets (EPAL), es la encargada de regular todo lo relacionado con los paletizados para el almacenaje y transporte, desde el tipo de clavos hasta la madera que debe utilizarse. En la siguiente tabla se detallan las dimensiones según el tipo de normalización a utilizar.

**Tabla No. 6-1**  
**Dimensiones de la ISO y Europallet**

Norma ISO 6780	Mercado Destino	Largo x ancho (mm)	Largo x ancho (in)
	Norte América	1219 x 1016	48.00 x 40.00
	Europa, Asia	1000 x 1200	39.78 x 47.24
	Australia	1165 x 1165	44.88 x 44.88
	Asia (Japón)	1100 x 1100	43.30 x 43.30
	Europa	800 x 1200	31.50 x 47.24
	Tipo	Largo y Ancho (mm)	Equivalente a la ISO
Europallet	Euro – Euro 1	800 x 1200	ISO 1
	Euro 2	1200 x 1000	ISO 2
	Euro 3	1000 x 1200	
	Euro 6	800 x 600	¼ Eur 1
		600 x 400	¼ Eur 1
		400 x 300	1/8 de Eur 1

### **6.3.2 Tipos de materiales de estibas - Norma de embalaje NIMF 15**

La norma *NIMF 15* se encarga de regular las medidas fitosanitarias, para el embalaje de madera que se utiliza en el comercio internacional. En esta norma se describen las medidas para reducir los riesgos de contaminación de plagas en el embalaje de madera. Se recomienda que el exportador verifique que el embalaje que va a utilizar durante el transporte del producto, cumpla con los requisitos, para evitar complicaciones en los puntos de inspección de la aduana destino.

En los siguientes enlaces podrá encontrar más información sobre las normas de la

Organización Internacional para la Estandarización (ISO) y *American Society for Testing and Materials (ASTM)*, así como una guía de empaque y embalaje para exportación.

ISO

- <https://www.iso.org/standard/7062.html>

ASTM

- <https://www.astm.org/Standards/D638>

Guía de empaques y embalajes para la exportación

- [http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/sites/default/files/documentos/Manual\\_de\\_embalaje\\_para\\_exportacion.pdf](http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/sites/default/files/documentos/Manual_de_embalaje_para_exportacion.pdf)

Norma de embalaje NIMF 15

- <http://www.fao.org/3/a-mb160s.pdf>

## 6.4 Etiquetado del producto

El etiquetado del producto es un aspecto requerido en el proceso de internacionalización, debido a que la etiqueta permite brindar información sobre el origen del producto. Esta debe incluir toda la información que ayude a identificar el producto y su fabricante; como: Marca, nombre del producto, fabricante, país de origen, textos que requieren legalmente el país destino y composición nutricional en el caso de alimentos.

Las normas de etiquetado se encuentran dentro de las principales regulaciones no arancelarias, ya que influyen en la mayoría de los productos que van a ser destinados para la venta al consumidor final. Sin embargo, no existe una regulación que aplique para todos los productos, sino que ésta difiere dependiendo del tipo de producto y mercado al que se va a destinar.

El futuro exportador debe verificar con las autoridades correspondientes del país al que desea exportar los requerimientos de etiqueta. Será responsabilidad de éste que el producto sea etiquetado de acuerdo a las regulaciones del mercado destino. Por ejemplo, en algunos países es obligatorio que la información que se coloque en la etiqueta sea traducida a la lengua o idioma del país destino.

Los intermediarios como mayoristas y minoristas, también pueden etiquetar sus productos con marcas registradas, añadiendo su nombre, razón social, domicilio, entre otros, en el caso que estos sean los responsables del producto.

Para obtener más información sobre estos temas puede revisar en el Capítulo No. X: Kit de herramientas y sitios web de apoyo para exportadores, en la sección de regulaciones no arancelarias.

## 6.5 Medios de pago en el comercio exterior

Una constante preocupación de los exportadores, es lograr un equilibrio entre la seguridad del cobro de la mercadería exportada y la adecuada recepción de los productos del importador. Es por esto que surgen los sistemas de pago internacionales, que son los medios para realizar transacciones económicas en el comercio exterior. En el comercio internacional existen distintas formas de realizar o recibir los pagos de las mercancías enviadas.



La elección del mejor método de pago depende de la evaluación de factores como:

- Conocimiento y confianza mutua entre el comprador y el vendedor.
- Volumen y la frecuencia de las operaciones.
- Las normas legales existentes en los países involucrados en la transacción.
- Costos bancarios generados por la utilización de dichos instrumentos.
- Términos de negociación.

La elección del medio de pago puede modificarse conforme la relación avance entre el comprador y el vendedor y se obtenga una mayor confianza entre ambos. De todas las formas de pago la que mayor seguridad le brinda al exportador es la carta de crédito, ya que este medio garantiza que, si el exportador entrega lo solicitado cumpliendo todos

los requisitos del cliente, éste podrá recibir su pago si en el proceso existe algún impedimento.

A continuación, presentamos un listado con los principales medios internacionales que se utilizan para pago de exportaciones:

### **1. Pago en efectivo**

Los pagos en efectivo usualmente se realizan en eventos, por ejemplo, en ferias internacionales, exposiciones comerciales u otros eventos promocionales. Sin embargo, para este medio de pago el exportador debe verificar que el dinero recibido no sea falso y realizar las declaraciones correspondientes ante las autoridades aduaneras.

### **2. Cheque**

La emisión de cheques se puede realizar en las transacciones comerciales si existe confianza entre ambas partes, sin embargo, en esta modalidad no existen garantías; ya que si el cheque no tiene fondos o la firma es incorrecta a la autorizada, el exportador no podrá retirar los fondos del banco.

### **3. Órdenes de pago o transferencia internacional**

Las órdenes de pago son operaciones de transferencia de fondos, en las que el cliente a través del banco (emisor) adquiere una orden de pago a favor del exportador (receptor) a un banco en el extranjero. El banco emisor cobrará una comisión por el servicio de envío y solicitará los datos de la cuenta del banco receptor, los fondos se envían a través de una transferencia electrónica. Si el envío se realiza a través de varios bancos la comisión de cobro puede aumentar ya que cada intermediario cobra un monto por el servicio.

Para tramitar este tipo de servicios el banco emisor solicitará al cliente los siguientes datos:

- Cantidad a enviar.
- Tipo de divisa utilizada.
- Nombre y domicilio del exportador.
- Número de cuenta y banco receptor.
- País.
- Código SWIFT, IBAN o ABA.

### **4. Giros de pago**

Los giros de pago o “*Money Orders*” son órdenes de pago adquiridas por el cliente a través de empresas como *Western Union*, *MoneyGrann*, etc. Esta modalidad es muy utilizada para el pago de remesas en Guatemala, sin embargo, también- pueden utilizarse en transacciones comerciales.

El proceso de emisión es el siguiente: El cliente adquiere la orden de pago a través de estas empresas, registra los datos del beneficiario (Exportador): Nombre completo, domicilio, identificación oficial y monto que se desea enviar; con esta información la entidad transmite la emisión del pago a la institución local del exportador y éste puede presentarse para retirar el dinero.

### **5. Cobranza bancaria internacional**

La cobranza internacional es un servicio que prestan los bancos, para tramitar pagos en el comercio internacional. Para el manejo de esta modalidad de pago los bancos se basan en las Reglas Uniformes de Cobranza (URC 522) emitidas por la ICC *International Chamber of Commerce* o Cámara Comercio Internacional.

En esta modalidad el exportador acude a un banco de su localidad a solicitar el servicio de cobranza. En este presenta los documentos donde se registra que el pedido ha sido embarcado o despachado en el lugar acordado con el cliente, el banco local envía los documentos al banco extranjero y solicita el cobro del monto pactado, una vez confirmado el pago al banco, éste envía los fondos al banco local.

Representa menos riesgos que los pagos anteriores, debido a que intervienen uno o más bancos, sin embargo, la operación no constituye una garantía en el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de compra-venta acordada entre las partes, si el cliente no paga al banco extranjero, éste no respalda dicha negociación.

Esta modalidad se recomienda, cuando se ha logrado una relación comercial estrecha con el cliente y este cuenta con un buen record de pago en otras operaciones comerciales anteriores. El costo aproximado es de 0.75% sobre el monto facturado en la entidad financiera en Guatemala, más un 0.75% de la entidad financiera en el país destino.

### **6. La carta de crédito**

La carta de crédito es uno de los medios de pago más utilizados en el comercio internacional, ya que brinda mayor seguridad a ambas partes de la negociación. Se

asegura al exportador que recibirá el pago de su venta en el banco local y al importador que recibirá la mercancía en el punto acordado.

La ICC a través de las reglas y usos uniformes relativos de los créditos documentarios o UCP 600, ha establecido las obligaciones entre compradores, vendedores y entidades financieras en relación a los créditos documentarios. Según estas reglas el crédito documentario se define como: Todo acuerdo por el que un banco (Banco Extranjero), a petición de un cliente (Comprador), se obliga a pagar a un tercero (Exportador), contra la entrega de documentos, siempre y cuando éstos cumplan con todos los términos y condiciones del crédito.

La carta de crédito es solicitada por el comprador (importador) en el banco extranjero, el cual establece los requisitos negociados con el exportador, en aspectos como fechas de despacho, documentos comerciales, certificados y otras condiciones requeridas. Estos requisitos son enviados al banco del exportador, luego el banco local envía los documentos al banco extranjero, y éste verifica que se hayan cumplido todos los requerimientos del cliente, y realiza el pago al exportador.

Es importante que el exportador comprenda las condiciones solicitadas por el comprador y verifique que todas sean cumplidas ya que si un requisito no es cumplido a cabalidad no puede ejecutarse la garantía de pago. La carta por lo general contiene:

- Monto.
- Fechas para el despacho de la mercancía.
- Contenido que se estará embargando.
- Monto por pagar.
- Pago al contado o número de días de crédito.

El costo aproximado del servicio es el 1% del monto total de la carta de crédito para cada banco (local y extranjero), siendo un aproximado del 2%, el cual puede ser pagado por las entidades, por mutuo acuerdo.



**Diagrama No. 6-2**

**Medios de pago utilizados en el comercio exterior y su nivel de seguridad**



Fuente: Elaboración propia.

## 6.6 Envío de Muestras

El envío de muestras es necesario para los empresarios que estén interesados en realizar una exportación. Para tal efecto se deben considerar los siguientes pasos:

- a) Si se trata de envío de muestras, publicidad, bonificaciones, etc., se debe solicitar en la Ventanilla Única de Exportación (VUPE) la declaración para registro y control de exportaciones DEPREX, factura comercial en original y copia. Se debe indicar que únicamente se están enviando muestras sin valor comercial.

**Imagen No. 6-1**

**Sistema SEADEx – Tipo de Exportación muestras sin valor comercial**



Fuente: Imagen del sistema Seadex, 2019.

- b) En la factura se debe anotar el valor real en el mercado, aunque esto no indique forzosamente una venta.<sup>3</sup>

A continuación, se describen la regulación legal sobre el envío de muestras al exterior.

#### **Anexo de la Resolución No. 224-2008 (COMIECO-XLIX)**

##### **Reglamento del Código Aduanero Uniforme Centroamericano**

“Artículo 373. Declaración de mercancías elaborada de oficio para la exportación. Los gobiernos o países que participan, podrán prescindir de la presentación de la declaración de mercancías, cuando éstas no excedan de un monto establecido por el Servicio Aduanero mediante disposiciones administrativas y cumplan con las condiciones establecidas por el mismo, en cuyo caso podrá aceptarse para documentar la salida de las mercancías la factura comercial, y la autoridad aduanera emitirá de oficio la declaración de exportación, siempre y cuando se compruebe, en su caso, el cumplimiento de las obligaciones no tributarias.”

##### **Resolución Número SAT-S-201-2011**

“TERCERO: APLICACIÓN EN EL RÉGIMEN DE EXPORTACIÓN DEFINITIVA. De conformidad con el artículo 373 del RECAUCA, la declaración de mercancías se elaborará de oficio por parte de la autoridad aduanera en el régimen de exportación definitiva, cuando se cumplan las condiciones siguientes:

1. Se limitará a las exportaciones que no tengan fines comerciales cuyo monto no exceda de mil pesos centroamericanos (o su equivalente de mil dólares (\$1,000) de los Estados Unidos de América).
2. La exigibilidad de la Declaración para el Registro y Control de Exportaciones - DEPREX-, se regirá de conformidad con las disposiciones legales vigentes.”

---

<sup>3</sup> Esta anotación también debe hacerse en el DEPREX

## 6.7 Términos de negociación internacional – *INCOTERMS*

Los términos de Comercio Internacional fueron establecidos en 1936, por la Cámara de Comercio Internacional con sede en París, a partir de su creación dicho instrumento ha sido objeto de diversas enmiendas y adiciones en diferentes períodos, siendo la última la versión del 2010, dichos cambios han tenido el propósito de actualización en relación con las prácticas comerciales internacionales.



Los *INCOTERMS* tienen por objetivo establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permiten establecer los derechos y obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que su uso es común en los contratos de compraventa con el extranjero.

Estas reglas determinan las responsabilidades del comprador y el vendedor, permiten establecer aspectos como: El alcance del precio, lugar donde se realizará la entrega de las mercancías, cuál de las partes contratará y pagará el transporte y el seguro, así como los documentos que tramitará cada parte y su costo.

El exportador debe negociar hasta qué parte del proceso de exportación se hará responsable, lo cual dependerá del alcance y el control que éste tenga en el transcurso de la exportación. En el caso de las importaciones cuando se está iniciando en el proceso se recomienda utilizar el término CIF (*Cost, insurance and freight*) y en el caso de las exportaciones el término FOB (*Free On Board*).

### **6.7.1 Incoterm EXW Ex Works – “en fábrica”**

Este término puede emplearse en cualquier modo de transporte seleccionado o cuando se emplea más de un modo de transporte.

El vendedor realiza la entrega de la mercancía en sus instalaciones o lugar convenido (taller, fábrica, almacén, etc.). No tiene obligación de cargar la mercancía en el vehículo. Las partes deben especificar el punto del lugar de entrega, ya que podría incurrir en costos innecesarios y riesgos de pérdidas.

#### **6.7.2 Incoterm FAS - Free Alongside Ship – “franco al costado del buque” (puerto de carga convenido)**

Este término se utiliza solo para transporte marítimo o por vías navegables interiores. El vendedor cumple sus obligaciones cuando realiza el despacho de mercancía al costado del buque, sobre el muelle o barcaza, en el puerto de embarque convenido, asumiendo todos los riesgos y gastos hasta ese momento. El vendedor corre con la obligación de despachar en la aduana de exportación. A partir de ese momento, el comprador corre con todos los costes y riesgos de la mercancía.

Cuando las mercancías están en los contenedores y el vendedor realizará la entrega en una terminal de contenedores y no al costado del buque. En esta situación, la norma FAS es inadecuada y se deben usar las reglas de la FCA.

#### **6.7.3 Incoterm FOB - Free On Board “libre a bordo (puerto de carga convenido)”**

El vendedor ha cumplido sus obligaciones cuando la mercancía ha sido puesta a bordo del buque designado, en el puerto de embarque convenido, asumiendo todos los riesgos y gastos hasta ese momento, el comprador asume los costes y riesgos de la mercancía en ese instante. Este término solo puede usarse en transporte marítimo, fluvial o lacustre

FOB puede no ser apropiado cuando los bienes son entregados al transportista antes de que estén a bordo del buque

#### **6.7.4 Incoterm FCA Free Carrier “franco transportista (lugar convenido)”**

Este término indica que la obligación del vendedor termina cuando entrega la mercancía embalada y lista, en el lugar convenido, en fecha y hora convenida, al transportista o persona designada por el comprador.

#### **6.7.5 Incoterm CFR Cost and freight “(coste y flete)”**

El vendedor paga el flete para hacer llegar la mercancía al puerto destino convenido, incluye los gastos de exportación y despacho aduanero. Sin embargo, el riesgo de

pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier otro gasto adicional ocurrido después de que la mercancía se haya depositado a bordo del buque, corren por cuenta del comprador, así mismo este asume los gastos de carga en el puerto de destino.

Este término solo puede usarse en transporte marítimo, fluvial o lacustre.

#### **6.7.6 Incoterm CIF Cost, insurance and freight (Coste seguro y flete)**

El vendedor tiene las mismas obligaciones del término *CFR*, pero además incluye bajo su cargo y responsabilidad la contratación de un seguro de cobertura mínima y el pago de la prima correspondiente durante el transporte de las mercancías.

El riesgo del comprador se determina desde que la mercancía se depositó a bordo del buque, sin embargo, el vendedor tiene la obligación de contratar el seguro y proporcionar al comprador la póliza del seguro y prueba de la cobertura del mismo. Este término solo puede ser usado en transporte marítimo, fluvial o lacustre. Debe indicarse el puerto de destino elegido.

#### **6.7.7 Incoterm CPT Carriage Paid to (transporte pagado hasta)**

El vendedor paga el flete hasta el punto de destino convenido, incluye los gastos, maniobras, licencias y despacho aduanero de exportación. Sin embargo, el riesgo de pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier otro gasto adicional ocurrido después que la mercancía haya sido entregada al transportista, corren por cuenta del comprador.

Puede usarse con cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.

#### **6.7.8 Incoterm CIP Free Carriage and Insurance Paid to (transporte y seguro pagado hasta)**

El vendedor tiene las mismas obligaciones del término *CPT (Carriage Paid to)*, pero además debe realizar la contratación del seguro y el pago de la prima correspondiente durante el transporte de las mercancías. El seguro contratado debe de establecer que el comprador queda facultado para reclamar directamente al asegurador y el vendedor debe de entregar la póliza de seguro al comprador. El riesgo sigue siendo por cuenta del comprador desde que la mercancía es entregada al transportista.

Este término puede utilizarse en cualquier tipo de transporte, incluido el multimodal.



### **6.7.9 Incoterm DAT Delivered at Terminal (entregada en terminal)**

El vendedor entrega la mercancía en la “Terminal” del puerto, aeropuerto, centro multimodal o lugar de destino acordado, este cubre las maniobras de descarga, acarreos, asignación de bodega y posicionamiento de la carga dentro del lugar de entrega, pero en un punto determinado, ya sea la terminal de contenedores, terminal refrigerada, bodega, muelle o patio al aire libre. Es importante que se especifique el lugar de entrega.

El vendedor corre con los gastos y el riesgo hasta el momento de la entrega. Como se observa, este término aplica para cualquier medio de transporte.

### **6.7.10 Incoterm DAP Delivered at Place (entregado en lugar)**

El término DAP obliga al vendedor a entregar la mercancía en el lugar de destino convenido, sin descargarla del último medio de transporte, aplica para cualquier medio de transporte.

El DAP es de utilidad cuando se envían mercancías por mensajería y se paga el flete puerta-puerta, pero los trámites aduanales le corresponden al comprador. El vendedor corre con los gastos y el riesgo hasta el momento de la entrega y el comprador desde la recepción de la mercancía.

### **6.7.11 Incoterm DDP Delivered Duty Paid (entregada derechos pagados)**

El vendedor cumple su obligación de entrega cuando coloca la mercancía en el punto de destino acordado, a disposición del comprador, ya despachada de aduana de exportación e importación y con todos los gastos pagados.

El vendedor corre con los gastos y el riesgo hasta el momento de la entrega, aplica para cualquier medio de transporte elegido. (Incoterms2010, s.f.)

Si desea más información sobre los Incoterms, en el siguiente enlace puede encontrar todo lo relacionado con estos términos de negociación.

- <http://www.incoterms-2010.es/>

**Tabla No. 6-2**  
**Resumen de Incoterms**

Incoterm	Vendedor	Comprador
<b>EXW</b>	El vendedor debe entregar la mercancía en planta, etiquetada, embalada y facturada, en el lugar designado y la fecha estipulada. Éste término representa la menor obligación del vendedor.	El comprador elige el modo de transporte y punto de entrega. Efectúa el despacho de exportación. Corre con todos los riesgos de pérdida o daño desde el momento que hayan sido entregadas.
<b>FCA</b>	El vendedor debe encargar el despacho aduanal de exportación y los documentos para llevarlo a cabo.	El comprador contrata el transporte y se hace responsable de la mercancía hasta el destino, así como de los gastos y documentos de importación
<b>FAS</b>	El vendedor debe entregar la mercancía en el muelle o a un costado del buque y realiza el despacho aduanal de exportación	El comprador contrata a la empresa naviera y se encarga de subirla al buque, efectúa el despacho aduanal de importación y asume los riesgos de la mercancía desde que la recibe
<b>FOB</b>	El vendedor debe entregar la mercancía a bordo del buque y realizar el despacho aduanal de exportación, asume el riesgo y gastos hasta que entrega la mercancía en la borda del buque.	El comprador elige la empresa naviera y reserva el buque, corre con los gastos y riesgos de la mercancía una vez haya traspasado la mercancía la borda del buque.
<b>CPT</b>	El vendedor debe pagar todos los gastos relativos a la mercancía hasta que haya sido entregada al comprador, como: flete interno, gastos por carga de la mercancía al medio de transporte principal, costos de los trámites aduaneros necesarios para la exportación, impuestos y otras cargas fiscales.	El comprador asume los riesgos inherentes a la mercancía desde que el vendedor la entrega al primer transportista, así como cualquier gasto adicional en tránsito (Carga, descarga, daños en tránsito, etc.), también se hace cargo del despacho de importación.
<b>CIP</b>	El vendedor debe efectuar el despacho de exportación, contratar y pagar el transporte principal, así como el seguro hasta el lugar convenido. Facilitar	El comprador asume los riesgos inherentes a la mercancía desde que el vendedor la entrega al primer transportista, así como cualquier gasto adicional en tránsito (Carga,



	al comprador el documento de transporte y seguro.	descarga, daños en tránsito, etc.) y se hace cargo del despacho de importación
<b>CFR</b>	El vendedor debe efectuar el despacho de exportación, contratar el buque, el flete y cargar hasta el puerto de destino. Asume todos los gastos relativos al envío de mercancía incluido transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto de destino. Este debe facilitar al comprador los documentos de transporte.	El comprador asume cualquier gasto adicional y riesgo de pérdida o deterioro, su reclamación y seguimiento desde que la mercancía traspasa la borda del buque en el puerto de embarque.
<b>CIF</b>	El vendedor debe efectuar el despacho de exportación, envía la mercancía hasta el puerto de destino; paga el flete y el seguro que están a nombre del comprador. El vendedor debe pagar todos los gastos relativos a la mercancía hasta que haya sido entregada. Este debe de facilitar al comprador el documento de transporte y seguro.	Aunque el vendedor contrata y realiza pago del seguro, la mercancía viaja a riesgo del comprador, quién es el beneficiario de la póliza por designación directa o por el carácter transferible de la misma. El comprador efectúa el despacho de importación
<b>DAT</b>	El vendedor debe entregar la mercancía al comprador en la terminal de destino, asumiendo todos los gastos y responsabilidades, hasta ese lugar, sin realizar el trámite y pago de gastos de importación.	El comprador asume todo riesgo de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que el vendedor la ha puesto a disposición, en el lugar de entrega convenido.
<b>DAP</b>	El vendedor debe efectuar el despacho aduanero de exportación de la mercancía y la entrega en el punto convenido, pagando el transporte y asumiendo riesgos hasta dicho	A partir del punto de entrega, el comprador asume todo tipo de riesgo y gasto inherente, incluyendo los gastos aduanales e impuestos de importación de la mercancía en el país

	punto.	
<b>DDP</b>	El vendedor debe entregar la mercancía por su cuenta, a disposición del comprador, en el lugar de destino convenido y país del importador, incluidas las maniobras de descarga.	El comprador absorbe los riesgos y gastos que ocurran después de recibida la mercancía en el lugar convenido.

Fuente: Elaboración propia con datos de: (ProMexico, 2015).

**Imagen No. 6-2**  
**Tipos de Incoterms 2010**

Incoterms 2010											
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
	Más info	Más info	Más info	Más info	Más info	Más info	Más info	Más info	Más info	Más info	Más info
<b>EXW</b> Polivalente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>FCA</b> Polivalente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>FCA (En fábrica)</b> Polivalente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>FAS</b> Marítimo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>FOB</b> Marítimo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>CPT</b> Polivalente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>CIP</b> Polivalente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>CFR</b> Marítimo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>CIF</b> Marítimo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>DAP (Point)</b> Polivalente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>DAT</b> Polivalente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>DAP</b> Polivalente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>DDP</b> Polivalente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: Sitio web (Incoterms2010, s.f.).<sup>4</sup>

## 6.8 Precio de exportación

El precio de exportación es necesario para determinar si la operación de exportación será rentable para el empresario, el empresario debe calcular todos los costos o variables que incluyen desde la fabricación del producto hasta la entrega al punto acordado o negociado con su cliente (Incoterm), esta suma de variables se conoce como “Cadena de Precios de Exportación”. Dentro de esta cadena se incluyen los costos de: Seguros, gastos de empaque, embalaje, aranceles, trámites, etc.



Como primer paso para calcular el precio de exportación, es necesario que el empresario determine su costo de producción y precio *EXW* o puesto en la fábrica, posteriormente dependiendo de la negociación realizada con el cliente en el Incoterms utilizados podrá calcular gastos extras.

Para el cálculo del precio *EXW*, el empresario debe de establecer sus costos de producción, determinar sus gastos variables y fijos, así como el margen de ganancia que desea obtener. En el caso que el empresario requiera aumentar el personal actual o adquiera equipo nuevo, estos costos deberá de incluirlos en el cálculo de sus costos de producción.

Según la negociación realizada y el tipo de transporte requerido, el empresario debe de calcular los gastos en los que incurrirá para enviar el producto al mercado de destino, para ello puede utilizar la siguiente tabla:

---

<sup>4</sup> Fuente: Sitio web <http://www.incoterms-2010.es/clasificacion-incoterms-2010>

Tabla No. 6-3

Ejemplo de hoja de cálculo de precios para la exportación por vía marítima

<b>HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VÍA MARITIMA</b>					
CONCEPTO	VALOR EN Q		VALOR EN US\$		Tiempo
	Unidad	Total	Unidad	Total	
<b>PRECIO DE EXPORTACIÓN EN PLANTA (PAÍS ORIGEN)</b>					
Precio de venta local			\$	\$	
Etiquetado, empaque y embalaje para exportación			\$	\$	
Precio puesto en la fábrica - <b>EX WORKS</b>			\$	\$	
<b>RECOLECCIÓN</b>					
Maniobras de carga a la unidad de transporte			\$	\$	
<b>TRAMITACIÓN DE DOCUMENTOS</b>					
Permisos, Certificaciones y Autorizaciones			\$	\$	
<b>DESPACHO ADUANAL</b>					
Documentación, gastos y honorarios			\$	\$	
<b>TRANSPORTE NACIONAL HACIA EL PUERTO DE SALIDA</b>					
Flete nacional hacia el puerto			\$	\$	
Descarga mercancía al costado del buque			\$	\$	
<b>FREE ON BOARD FOB (PUERTO DE EMBARQUE)</b>					
Flete hasta puerto de destino convenido			\$	\$	
<b>FLETE PAGADO (COST AND FREIGHT)</b>					
CFR Puerto de destino asignado			\$	\$	
<b>COSTO SEGURO Y FLETE (COST, INSURANCE Y FREIGHT)</b>					
CIF Puerto de destino asignado			\$	\$	
<b>MANIOBRAS EN TERMINAL DE PUERTO (PAÍS DESTINO)</b>					
Descarga de buque a muelle			\$	\$	
<b>DAT DELIVERED AT TERMINAL</b>					
Entregado en terminal			\$	\$	
<b>TRANSPORTE (PAÍS DESTINO)</b>					
Flete de aduana de importación de destino			\$	\$	
Seguro de transporte hasta lugar destino			\$	\$	

**DAP: DELIVERED AT PLACE (ENTREGADO EN LUGAR ACORDADO)**

Sin impuestos incluidos			\$	\$	
-------------------------	--	--	----	----	--

**TRAMITACIÓN DE DOCUMENTOS (PAIS DESTINO)**

Permisos, Certificaciones y Autorizaciones			\$	\$	
--	--	--	----	----	--

**DESPACHO ADUANAL**

Documentación y gastos de clareado de aduana			\$	\$	
--	--	--	----	----	--

**IMPUESTOS**

Impuestos de importación			\$	\$	
--------------------------	--	--	----	----	--

**OTROS GASTOS**

Causados en país de destino			\$	\$	
-----------------------------	--	--	----	----	--

**DDP: DELIVERD DUTY PAID**

Entregado con impuestos pagados			\$	\$	
---------------------------------	--	--	----	----	--

Fuente: Elaboración propia.

Luego de identificar cada una de estas variables y calcular el precio final, es importante verificar si el producto cuenta con un precio competitivo en el mercado. Para ello el empresario puede investigar el precio de venta de los productos de los competidores (Ver Capítulo No. 5: Módulo No.3 Selección del Mercado Potencial), para asegurarse que el producto que se está ofreciendo cuenta con un precio competitivo.

Determinar de forma correcta el precio de venta para la exportación y el análisis de los precios ofrecidos en el mercado de destino, le permitirá al empresario establecer si su producto ofrece un precio competitivo en el mercado de destino o es necesario realizar cambios.

Para información sobre empresas de transporte y operadores de logística puede visitar los siguientes sitios:

Gremial Logística de Guatemala

Cámara de Industria de Guatemala

Ruta 6, 9-21, zona 4,

Edificio Cámara de Industria Nivel 12

Teléfono: (502) 2380-9000 Ext. 363

<https://cig.industriagate.com/institucional/gremiales/gremial-logistica-de-guatemala/>

Cutrigua / Directorio

Avenida 14-72 z.13, Edificio AGEXPORT, 3er.nivel, 01013, Guatemala, Guatemala

Teléfono: (502) 2422-3450

cutrigua@cutrigua.org.gt

<http://www.cutrigua.org.gt/directorio/>

Agexport / Directorio de empresas y servicios

15 avenida 14-72 zona 13, Ciudad de Guatemala.

Teléfono: (502) 2422 3400

servicioalcliente@agexport.org.gt

<https://export.com.gt/directorio>

## VII. MÓDULO NO 5. CLIENTES: CÓMO ENCONTRAR CLIENTES POTENCIALES

Cuando la empresa ha seleccionado el producto y mercado destino, conoce los requerimientos y normas de acceso, el siguiente paso es encontrar al comprador potencial. Para ello puede considerar varias opciones como: Participar en eventos de promoción comercial (Ferias internacionales, misiones comerciales, ruedas de negocio), contactar a agregados comerciales e investigar en sitios web donde mantengan bases de datos de exportadores e importadores según el producto deseado.



### 7.1 Ferias internacionales

La participación en eventos de promoción comercial como las ferias internacionales, ruedas de negocio o misiones comerciales son una gran herramienta para conocer el mercado al que se desea ingresar, estos eventos brindan una gran oportunidad para que los empresarios puedan establecer contactos comerciales con clientes potenciales. Las ferias pueden ser especializadas en un sector o multisectoriales, algunas incluyen ruedas de negocios o foros temáticos.

Estas permiten a los empresarios llevar sus productos de forma física a los eventos y realizar una demostración a los clientes potenciales. Sin embargo, para que estos eventos tengan un resultado exitoso y permitan establecer el ingreso a este mercado internacional, es necesario que el empresario prepare aspectos como costos de envío precios de venta en el mercado potencial, capacidad de producción, logística y tiempos de entrega, etc. Esta información puede facilitar al empresario cerrar un nuevo negocio.

Las recomendaciones para participar en una feria internacional se dividieron en tres fases: Antes del evento, durante el evento y posterior al evento.

### **7.1.1 Antes del evento:**

Esta se debe planear con suficiente tiempo de anticipación, es importante considerar aspectos como la selección de la feria, establecer los objetivos de participación, desarrollar un presupuesto, seleccionar las muestras y capacitar al personal que estará participando.

Para la selección de la feria adecuada el empresario debe analizar unos de los siguientes puntos:

1. El alcance regional del evento.
2. El mercado meta.
3. Los costos de participación.
4. Los objetivos de participación.
5. Las referencias de asistentes en exposiciones previas.
6. Número de ediciones realizadas.
7. Asistencia total de participantes y visitantes.

Existen varios sitios web donde el empresario puede identificar las principales ferias internacionales, según su especialización y el mercado o país donde se desea llevar a cabo el evento, en estos sitios podrá verificar el enfoque o especialización del evento, así como número de ediciones realizadas, total de asistencias y el contacto para adquirir sus espacios o entradas al evento. A continuación, se muestran algunos sitios informativos:

#### Trade Fair Dates

- <https://www.tradefairdates.com/>

#### N´Ferias

- <https://www.nferias.com>

#### Portal Ferias

- <https://www.portalferias.com>



Dentro de los objetivos de participación el empresario deberá definir cuál es el propósito de asistir al evento:

1. Generar nuevos contactos o clientes potenciales.
2. Identificar nuevos distribuidores.
3. Realizar relaciones públicas con otros socios comerciales.
4. Investigar a la competencia del mercado.
5. Analizar las nuevas tendencias del mercado.

El desarrollar un presupuesto de participación es una parte importante dentro de la planificación de la participación, dentro de los aspectos a tomar en cuenta se encuentran:

1. Boletos aéreos, gastos de hospedaje y viáticos.
2. Gastos de comunicación.
3. Material promocional.
4. Costo del stand.
5. Logística de traslados.
6. Muestras.
7. Gastos del staff participante.

La selección del personal apropiado para participar en el evento, debe basarse tanto en su calificación profesional como en sus cualidades personales. El participante debe de tener buena expresión oral, habilidad para tratar con personas, comportamiento profesional y conocimiento del idioma donde se realizará el evento. También deben conocer aspectos del producto como:

1. Especificaciones técnicas de los productos
2. Precios de venta en el mercado destino
3. Condiciones de pago y entrega
4. Mercado meta al que va dirigido el producto
5. Información de los competidores y sus productos.

Por último, es importante que el empresario lleve las muestras de sus productos, para que los clientes potenciales puedan apreciar los productos en sus especificaciones reales. Las muestras deben contener las mismas especificaciones técnicas y físicas del producto a comercializar, tales como: Tamaño, colores, material de elaboración, etiquetas, empaques, etc. También se recomienda llevar catálogos impresos,

presentaciones digitales, *lookbooks* o portafolio de fotos y órdenes de compra, en caso que se realice una venta durante el evento.

Las muestras pueden enviarse a través de un *Courier* o si el volumen es pequeño se pueden transportar en las maletas de los participantes.

### **7.1.2 Durante el evento:**

El período de exposición del evento es el más importante de todo el proceso de organización, ya que durante este tiempo se culminará todo el proceso de planificación que se ha realizado y el cumplimiento de los objetivos de participación.

Durante esta etapa el empresario puede recopilar información sobre los mercados, competidores y tendencias, lo puede realizar a través de visitas a los demás expositores y retroalimentarse de los precios y productos que se ofrecen en el mercado. Es importante que se recopile información de los clientes potenciales, a través de un registro de los visitantes al *stand*, con el objetivo de brindarles un seguimiento al finalizar el evento.

### **7.1.3 Después del evento:**

El éxito de toda feria internacional se encuentra en el adecuado seguimiento, para ello es necesario que la empresa contacte a los clientes potenciales que visitaron el *stand* y les envíe la información solicitada, dentro de los primeros días de haber finalizado el evento.

Se recomienda al empresario que evalúe el número de ventas nuevas o negocios cerrados que se originaron en el evento, para comparar el costo de participación versus los negocios cerrados, de esta manera el empresario podrá considerar si es rentable volver a participar en el evento.

## **7.2 Misiones Comerciales**

Las misiones comerciales son herramientas que permiten a los empresarios sostener citas de negocios con clientes potenciales en el país destino. Una de las principales ventajas de participar en las misiones comerciales, es que se obtiene una agenda de citas de negocios personalizada, la cual se formula con base a la oferta del exportador y a las demandas del cliente potencial.

Existen distintas modalidades en las que el empresario puede participar como: Visitas a las instalaciones del importador, ruedas de negocio en donde se reúnen compradores del país destino y exportadores.

Dentro de las ventajas de participar en las misiones comerciales se pueden citar: Agenda de citas de negocios personalizada, asesoría sobre el acceso al mercado destino y visitas de campo.

### **7.3 Programa de agregados comerciales, inversión y turismo -PACIT-**

El programa de agregados comerciales se encarga de establecer contactos comerciales en el exterior del país. Dentro de sus funciones se encuentra el de promover las exportaciones guatemaltecas, apertura de nuevos mercados y atraer compradores internacionales para incrementar las oportunidades de exportaciones de Guatemala.

Este programa es una herramienta importante para que los futuros exportadores puedan establecer contactos con clientes potenciales, obtener información sobre nuevos mercados, requisitos de accesibilidad al mercado potencial y otra información para realizar con éxito sus exportaciones.

Actualmente existen 7 agregados comerciales en distintas regiones, los cuales se detallan a continuación con sus contactos respectivos:

**Tabla No. 7-1**  
**Área de cobertura de los agregados comerciales del PACIT**

<b>Oficina</b>	<b>Área de Cobertura</b>	<b>Correo Electrónico</b>
Holanda	Países Bajos (Holanda), Bélgica, Alemania, Reino Unido.	holanda@pacitgt.org, gtiholanda@gmail.com
Miami	Florida, Georgia, Carolina del Sur, Carolina del Norte, Tennessee, Luisiana, Texas compartida con Los Ángeles, Puerto Rico	miami@pacitgt.org, gtimiami1@gmail.com
Washington	Maryland, Virginia, West Virginia y Washington DC	washington@pacitgt.org, gtiwashington@gmail.com

Nueva York	Noreste EEUU, Pennsylvania, New Jersey, New York, Connecticut, Rhode Island, Massachusetts, New Hampshire, Illinois, Toronto, Ottawa, Montreal	newyork@pacitgt.org, gtinewyork@gmail.com
Los Ángeles	Vancouver, Calgary, Seattle, Salt Lake City, Portland, Las Vegas, San Francisco, Reno, Denver, Boise, Albuquerque, Phoenix, Tucson, San Antonio, El Paso, Santa Fe, San Diego, Honolulu, Los Ángeles.	losangeles@pacitgt.org, gtilosangeles@gmail.com
México	Centro y sur de México	mexico@pacitgt.org, gtimexico@gmail.com
República Dominicana	Haití, Islas del Caribe principalmente las de habla inglesa.	republicadominicana@pacitgt.org,
Guatemala	Ministerio de Economía 8a. Avenida 10-43 zona 1 Ciudad de Guatemala Teléfono: (502) 2412-0200 Ext. 4205	guatemala@pacitgt.org

Fuente: Elaboración propia

Para obtener más información sobre el programa puede ingresar al siguiente sitio:

- <https://www.mineco.gob.gt/pacit>

## 7.4 Búsqueda de clientes a través de bases de datos de importadores y exportadores

Los clientes potenciales se pueden contactar a través de sitios web que manejan datos de empresas exportadoras e importadoras, algunos de estos sitios requieren del pago de una cuota para obtener estos contactos, como en el caso de: *Datamyne* / <https://www.datamyne.com/>

Mientras que otros sitios como *Trademap* y *Kompass International*, ofrecen información sin ningún costo, para ingresar a estos sitios puede realizar los siguientes pasos:

## Trademap<sup>5</sup>

Debe ingresar al sitio *TradeMap*, y colocar el producto de interés, por ejemplo “Miel Natural”, luego en la sección de “Empresas” encontrara una base de datos de empresas importadoras y exportadoras del producto.

- <https://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c0409%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c3%7c1%7c2%7c1%7c1>

### Imagen No. 7-1

#### Trade Map – Clasificación del directorio de productos



The screenshot shows the TradeMap website interface. At the top, there is a navigation bar with the ITC logo and the text "TRADE MAP Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas". Below this, there are search filters for "Producto" (0409 - Miel natural), "Grupo de productos" (Ningu), "Mundo" (selected), "Pais" (Todos), "Grupo de países" (Ningu), "Socio" (Todos), "Grupo de socios" (Ningu), and "otros criterios" (Importaciones, Empresas). The main content area displays the title "Número de empresas importadoras desglosadas por categorías de productos para el siguiente Producto : 0409 Natural honey" and a table with two columns: "Categoría de productos" and "Número de empresas importadoras disponibles en Trade Map". A blue arrow points to the "Miel ecológica" row.

Categoría de productos	Número de empresas importadoras disponibles en Trade Map
<a href="#">Alimentos, bebidas y tabaco (al por mayor)</a>	1.495
<a href="#">Crema</a>	169
<a href="#">Especialidades animales .ncop</a>	214
<a href="#">Huevos</a>	65
<a href="#">Leches</a>	384
<a href="#">Mantequilla</a>	241
<a href="#">Miel</a>	123
<a href="#">Miel ecológica</a>	1
<a href="#">Ovoproductos</a>	55
<a href="#">Queso</a>	591

Fuente: Sitio Web, *TradeMap* 2019. (ITC, 2019).

El sistema desplegará una lista de todos los importadores de miel que tiene registrado a nivel mundial. Al seleccionar la empresa de interés el sitio desplegará los datos de contacto, los cuales puede utilizar el empresario para contactar al cliente potencial.

### Imagen No. 7-2

#### Trade Map – Base de datos de importadores de miel

<sup>5</sup> Para efectos de la presente sección se utilizará como ejemplo la miel natural, partida 0409.

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas del ITC Más Mr. Joseph Molina - Español

Producto ... 0409 - Miel natural Grupo de productos Ninguno  
 Mundo País Alemania Grupo de países Ninguno  
 Socio Todos Grupo de socios Ninguno  
 otros criterios Importaciones Empresas

**Lista de las empresas importadoras en Alemania para el siguiente categoría de productos**  
 Categoría de producto : Miel

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar: linesas por página: Por defecto (25 por página)

Nombre de la empresa*	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
<a href="#">ANDU-PEZ Lebensmittel GmbH</a>	30	0-9	Alemania	Berlin	<a href="http://www.andupez.de">http://www.andupez.de</a>
<a href="#">Argentinien Import AG</a>	12	10-19	Alemania	Rosenheim	<a href="http://www.argentinienweine.de">http://www.argentinienweine.de</a>
<a href="#">F.A.I.R.E. Warenhandels eG</a>	20	10-19	Alemania	Dresden	<a href="http://www.faire.de">http://www.faire.de</a>
<a href="#">Honig Mehler Holding S.à.r.l. &amp; Co. KG</a>	4	0-9	Alemania	Neichen	<a href="http://www.honigmehler.de">http://www.honigmehler.de</a>
<a href="#">Joh. Gottfr. Schütte GmbH &amp; Co. KG</a>	11	10-19	Alemania	Bremen	<a href="http://www.jgs.de">http://www.jgs.de</a>
<a href="#">NOREVO GmbH</a>	11	20-49	Alemania	Hamburg	<a href="http://www.norevo.de">http://www.norevo.de</a>
<a href="#">RILA Feinkost-Importe GmbH &amp; Co. KG</a>	45	100-249	Alemania	Sternwede-Levern	<a href="http://www.rila.de">http://www.rila.de</a>
<a href="#">Sonnentracht GmbH</a>	4	10-19	Alemania	Bremen	<a href="http://www.sonnentracht.bio">http://www.sonnentracht.bio</a>

https://www.trademapp.org/CompaniesList.aspx?nvp=3%7c276%7c%7c%7c0409%7c%7c4%7c1%7c1%7c3%7c1%7c2%7c1%7c1

**ITC TRADE MAP**

**Perfil de la empresa**

**NOREVO GmbH**

Ubicación  
 País : Alemania  
 Ciudad : Hamburg

Contacto  
 Sitio web : <http://www.norevo.de>  
 Teléfono : +49 40 5379790  
 Fax :  
 Ejecutivos : Lampe Hartmut (CEO - Chief Executive Officer)

Información suplementaria  
 Volumen de negocios :  
 Número de empleados : 20-49

Categoría de productos o de servicios comercializados por la empresa  
 (D=distribuidor / P=productor / S=proveedor de servicios / I=importaciones / E=exportaciones)

<a href="#">Esencias y extractos para la industria de la alimentación y de las bebidas</a>	D/I/E	
<a href="#">Goma arábiga</a>	D/E	
<a href="#">Gomas naturales</a>	D/E	<a href="http://www.arg">http://www.arg</a>
<a href="#">Miel</a>	P/I/E	<a href="http://www.fair">http://www.fair</a>
<a href="#">Productos de miel</a>	P/I/E	<a href="http://www.hor">http://www.hor</a>
<a href="#">Regaliz</a>	P/I/E	<a href="http://www.jgs">http://www.jgs</a>
<a href="#">Tubérculos</a>	P/I/E	<a href="http://www.nor">http://www.nor</a>

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas del ITC Más Mr. Joseph Molina - Español

Producto ... 0409 - Miel natural Grupo de productos Ninguno  
 Mundo País Alemania Grupo de países Ninguno  
 Socio Todos Grupo de socios Ninguno  
 otros criterios Importaciones Empresas

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar: linesas por página: Por defecto (25 por página)

**Nombre de la empresa\***

[ANDU-PEZ Lebensmittel GmbH](#)  
[Argentinien Import AG](#)  
[F.A.I.R.E. Warenhandels eG](#)  
[Honig Mehler Holding S.à.r.l. & Co. KG](#)  
[Joh. Gottfr. Schütte GmbH & Co. KG](#)  
[NOREVO GmbH](#)

Grupo de productos Ninguno  
 Grupo de países Ninguno  
 Grupo de socios Ninguno

**categoría de producto**

Fuente: Sitio Web, TradeMap 2019. (ITC, 2019).

### Kompass International<sup>6</sup>

Es uno de los principales directorios a nivel mundial de productores y fabricantes, la información está clasificada por productos y servicios en más de 70 países. La herramienta es útil cuando se están buscando importadores que van a utilizar el producto en sus procesos de producción. También permite buscar los productos sin contar con la partida arancelaria.

<sup>6</sup> Para la presente sección se utilizará como ejemplo el producto de Café

El empresario puede realizar la búsqueda de empresas importadoras, por ejemplo, en el caso del café para el país de Alemania, el sitio web muestra una lista de 595 empresas importadoras y exportadoras registradas en esta región. Del listado de empresas importadoras, el exportador puede obtener un perfil más detallado de cada organización al seleccionar cada una.

**Imagen No. 7-3**  
**Kompass International – Base de datos de importadores**

The screenshot shows the Kompass International website interface. At the top, there is a search bar with the text "Who? Company, SIREN, SIRET..." and a search button. Below the search bar, there are filters for "coffee" and "Germany". The main content area displays search results for "coffee + Germany", showing 595 companies and 12 products and services. A detailed profile for "Dethlefsen & Balk GmbH" is shown, including its address in Hamburg, Germany, and a description of its activities: "Import und Export sowie Vertrieb von Tee und Kaffee." The profile also lists general information such as the year established (1970), legal form (Gesellschaft mit beschränkter Haftung), and website (http://www.dethlefsen-balk.de). A sidebar on the right offers a "B2B PROSPECTING SUCCESS" guide for free, and a "FIND PROSPECTS EASILY" section with a "View the file" button. At the bottom, there are icons for "Call", "Website", "Share", and "Favourite", and a section for "Upcoming events".

Fuente: Sitio web Kompass International, 2019.

## 7.5 Programas Gubernamentales

### **7.5.1 Ministerio de economía**

Instituciones públicas como el Ministerio de Economía, por medio del Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, ofrece distintos servicios de apoyo a los exportadores, como manejo de información comercial, capacitaciones, estudios de mercado a través de la Dirección de Administración del Comercio Exterior DACE y la Dirección de Análisis Económico DAE.

La Unidad de Inteligencia de Mercados tiene como función desarrollar informes técnicos y suministrar datos estadísticos sobre mercados internacionales y productos con potencial de exportación, para fomentar el crecimiento del sector exportador en Guatemala. La unidad ofrece estudios de mercados, fichas de mercados, información estadística de exportaciones e importaciones a los empresarios y personas individuales que lo soliciten sin ningún costo.

El Área de Promoción Comercial tiene como objetivo principal promover el comercio para potencializar las exportaciones de Guatemala. Es responsable de apoyar y coordinar con los entes y sector público-privado involucrados, principalmente en las actividades relacionadas con el fortalecimiento de la capacidad técnica para la promoción de exportaciones del país.

Dentro del programa se encuentra el objetivo de fomentar la internacionalización de las empresas guatemaltecas, por medio de la participación en misiones comerciales directas e inversas, así como en ferias internacionales, tanto las realizadas en el exterior, como las realizadas en Guatemala (MINECO, 2019)

Ministerio de Economía  
8ª. Avenida 10-43 zona 1, ciudad de Guatemala  
Teléfono: (502) 2412 – 0200

Sitio web

- <https://www.mineco.gob.gt/>

Promoción Comercial  
Teléfono: (502) 2412-0200 Ext. 4224, 4305 y 4315

### **7.5.2 Otras instituciones de apoyo**



Instituciones como el Ministerio de Relaciones Exteriores a través de sus embajadas y consulados, brindan apoyo a los empresarios en la adquisición de contactos empresariales con compradores potenciales, así como eventos de promoción comercial (Ferias y Misiones) que se desarrollen en el territorio de su cobertura.

Ministerio de Relaciones Exteriores  
2 av. 4-17 zona 10, ciudad de Guatemala  
Código Postal 01010  
Teléfono (502) 2410-000

Sitio web:

- <http://www.minex.gob.gt>

Directorio de embajadas

- [http://www.minex.gob.gt/Visor\\_Pagina.aspx?PaginalD=1199](http://www.minex.gob.gt/Visor_Pagina.aspx?PaginalD=1199)

Directorio de Consulados

- [http://www.minex.gob.gt/Visor\\_Pagina.aspx?PaginalD=1200](http://www.minex.gob.gt/Visor_Pagina.aspx?PaginalD=1200)

## VIII. MÓDULO NO. 6: PROCESO DE EXPORTACIÓN EN VUPE



### 8.1 Regímenes Aduaneros

Son todas las diferentes modalidades por las que entra o sale la mercancía del territorio nacional. Dependiendo del régimen que se utilice, así serán los requisitos y procedimientos a los que estarán sujetas las mercancías. El empresario deberá analizar cuál será la modalidad que utilizará para exportar su mercadería. En el caso de esta sección, se enfocarán en los regímenes definitivos.

- **Régimen Definitivo:** Estos regímenes establecen que no se realizará ninguna devolución del producto, el producto permanecerá en el país de destino, ya sea en el caso de la exportación definitiva (ED) o importación definitiva (ID).
- **Régimen Suspensivo:** Se utiliza cuando se van a suspender los impuestos a las mercancías, ya sea porque éstas se encuentran en tránsito o cruzando un país, así como cuando se dirigen a un depósito fiscal temporal o para el perfeccionamiento en el caso del 29-89 de las maquilas.
- **Régimen Temporal:** En este caso es necesario solicitar un permiso ante la SAT, para realizar la exportación o importación con el retorno del producto en el

mismo estado. Se debe brindar a la SAT una descripción completa del producto que va a ingresar y luego salir del país, esto se realiza para evitar que se modifique el producto. Este régimen se utiliza mucho cuando se envían productos o mobiliarios para ferias internacionales o eventos.

- **Régimen Liberatorio:** Dentro de este régimen se encuentran las zonas francas, reexportaciones y reimportaciones.

## **8.2 Documentos necesarios para exportar**

Por cada exportación que se realice el empresario debe de emitir los documentos correspondientes, existen diferentes tipos y dependen del país de origen, destino y medio de transporte que se va a utilizar. A continuación, se muestran el resto de los documentos que se utilizan en el proceso de exportación.

### **8.2.1 DEPREX – Declaración para el Registro y Control de las Exportaciones**

El acuerdo Gubernativo No. 142-2001 Artículo 1<sup>7</sup>, establece que se debe de emitir la declaración para el registro y control de las exportaciones (DEPREX) previo a toda exportación de mercancías fuera del área centroamericana. Este documento aplica cuando:

- El país de origen de la mercancía no pertenece al área centroamericana.
- El destino puede ser algún país Centroamericano o del resto del mundo.

La DEPREX siempre debe de ir acompañada de una DUCA – D, la clase dependerá del medio de transporte. El documento tiene una vigencia de 5 días calendario.

### **8.2.2 DUCA – Declaración Única Centroamericana**

La DUCA es el formulario de Declaración Única Centroamericana, aprobado por el Consejo de Ministros de Integración Económica, según la resolución No. 409-2018, que entró en vigencia a partir del 1 de abril del 2019. Surge de los compromisos adquiridos en el Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica – ADA.

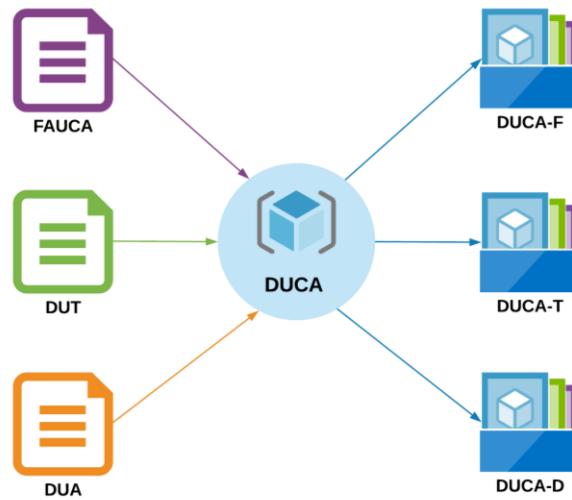
---

<sup>7</sup> Fuente: <https://asisehace.gt/media/INFILE%20-%20ACUERDO%20GUBERNATIVO%20142-2001.pdf>

La Declaración Única Centroamericana (DUCA), integra las tres principales declaraciones aduaneras que ampara el comercio de mercancías en Centroamérica:

FAUCA (Formulario Aduanero Único Centroamericano) utilizado para el comercio intrarregional de mercancías originarias, DUT (Declaración Única de Mercancías para el Tránsito Aduanero Internacional Terrestre) empleada para el tránsito internacional

terrestre de las mercancías en Centroamérica y la Declaración de Mercancías, también conocida como DUA o DM, utilizada para el comercio con terceros países fuera de la región. Convirtiéndose en el único documento para las exportaciones entre los países de Centro América.



La DUCA-F se deberá emplear para el comercio de mercancías originarias de la región centroamericana (sustituyendo al FAUCA). Esté se utiliza cuando:

- El origen del producto es de Guatemala o Centroamericano.
- El país destino de la exportación es Centroamericano.
- En el caso que se quiera acogerse al Tratado de Integración Económica Centroamericana.

La DUCA-D se debe emplear para la importación o exportación de mercancías con terceros países fuera de la región centroamericana (sustituyendo a la DUA), también se utiliza cuando el destino es centroamericano pero el producto no es originario de la región centroamericana. Dependiendo del medio de transporte y tipo de exportación se puede manejar cualquiera de las siguientes DUCAS – D:

### Transporte Marítimo / Aéreo

- DUCA – D Simplificada / Clase 11: Se utiliza para las exportaciones vía marítima o aérea, se emite previo a la exportación.

- DUCA – D complementaria / Clase 37: Se emite luego de haber realizado la exportación, vía marítima o aérea, para liquidar la exportación ante la SAT.

#### **Transporte Terrestre**

- DUCA – D Normal/ Clase 10: Se utiliza para las exportaciones vía terrestre, se puede realizar para las exportaciones definitivas o para las amparadas bajo el Decreto 29-89.

#### **Rectificaciones**

- DUCA – D Ratificatoria / Clase 36: Se utiliza para rectificar los datos consignados en una DUCA – D Normal/ Clase 10 o DUCA Complementaria/ Clase 37.

#### **A granel bajo el Decreto 29-89**

- DUCA – D Provisional / Clase 54: Se usa para exportaciones a granel amparadas bajo el Decreto 29-89.

La DUCA-T se debe emplear para el traslado de mercancías bajo el régimen de tránsito internacional terrestre (sustituyendo la DUT).

La DUCA es una medida de facilitación del comercio, resultado del esfuerzo del trabajo de los servicios aduaneros de la región, así como del Consejo de Ministros de Integración Económica; y constituye un paso firme hacia el fortalecimiento del proceso de la integración económica centroamericana. (SIECA, 2019).

Para mayor información el exportador puede ingresar al siguiente enlace:

- <http://vupe.export.com.gt>

#### **8.2.3 Factura y Declaración Única Centroamericana – FIDUCA-**

Este documento electrónico se utiliza para registrar las transferencias y adquisiciones de las mercancías con libre circulación que se comercializan entre los contribuyentes del IVA de Guatemala y el impuesto sobre ventas ISV de Honduras. Este documento se utiliza para declarar las exportaciones dentro de la Unión Aduanera de Honduras y Guatemala. (SIECA, 2019).

Para mayor información puede ingresar a los siguientes enlaces:

**SAT de Guatemala**

- <http://portal.sat.gob.gt/sitio/index.php/esat/servicios-electronicos/sat-en-linea-ingreso.html>

**SAR de Honduras**

- <http://www.sar.gob.hn/fyduca/>

### 8.3 Emisión de requisitos no tributarios

A diferencia de las barreras arancelarias, éstas no tienen un carácter tributario, ya que no cobran un impuesto a los productos, pero los regulan a través de licencias, permisos, certificados y autorizaciones. Son exigidas por la legislación nacional de los países o a través de convenios internacionales para el ingreso o salida de las mercancías.

Estos documentos son emitidos por distintas entidades privadas y públicas en Guatemala, en algunos casos la emisión de estos documentos implica una serie de inspecciones previas por las autoridades correspondientes, lo cual puede alargar el proceso de certificación. Por esta razón es importante que el exportador acuda con un tiempo de anticipación a cada una de las instituciones a las que les corresponde emitir el certificado y soliciten a esta institución más información sobre los permisos especiales para su exportación.

En la siguiente tabla se detallan las instituciones encargadas y los contactos de las mismas, que podrían requerir permisos de exportación a ciertos productos.

**Tabla No. 8-1**

**Entidades Nacionales encargadas de emitir requisitos no tributarios**

<b>Instituto Nacional de Bosques –INAB</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Permiso o licencia</b>	<b>Dirección</b>	<b>Contacto</b>
Los productos de madera o que contengan madera deben de cumplir con los requisitos establecidos por el INAB	<b>Certificado INAB</b>	7ma Avenida 12-90 Zona 13 Guatemala.	Delegado de INAB Teléfono: (502) 2422-3545 / 2321-2626 <a href="mailto:jose.ovalle@agexport.org.gt">jose.ovalle@agexport.org.gt</a> <a href="http://www.inab.gob.gt/">http://www.inab.gob.gt/</a>
<b>ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE VESTUARIO Y TEXTILES DE GUATEMALA -VESTEX-</b>			
Los productos de materia textil o que contengan material textil deben cumplir con los requisitos que solicita la Comisión de Vestuario y Textil para obtener el documento Extex.	<b>Documento Extex</b>	15 ave. 14-72 zona 13. Edificio Agexport 2º Nivel, Guatemala.	Teléfono: (502) 2410-8323 Ext.: 315 y 317 <a href="mailto:jmontenegro@oec.org.gt">jmontenegro@oec.org.gt</a> <a href="mailto:cwinter@oec.org.gt">cwinter@oec.org.gt</a> <a href="http://vestex.com.gt">http://vestex.com.gt</a>
<b>Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación -MAGA-</b>			
Los productos de origen vegetal, si el país importador lo solicita, la empresa deberá de obtener un certificado fitosanitario cumpliendo los requisitos del MAGA.	<b>Certificado Fitosanitario</b>	7a. Avenida 12-90 zona 13, edificio Monja Blanca	<a href="mailto:vupe.fito@agexport.org.gt">vupe.fito@agexport.org.gt</a> Teléfono: (502) 2422-3544
Los productos de origen animal, si el país importador lo solicita, la empresa deberá obtener un certificado zoosanitario cumpliendo los requisitos del MAGA.	<b>Certificado Zoosanitario</b>	7a. Avenida 12-90 zona 13, edificio Monja Blanca	Delegado MAGA Teléfono: (502) 2422-3547 <a href="mailto:carlos.molina@agexport.org.gt">carlos.molina@agexport.org.gt</a> <a href="https://www.maga.gob.gt">https://www.maga.gob.gt</a>
<b>Cámara de Comercio De Guatemala</b>			
Si el país importador lo solicita, la empresa debe tramitar el certificado de origen a la delegación de la cámara de Comercio de	<b>Certificado de Origen de Cámara de Comercio</b>	10 a Calle 3-80, zona 1, Ciudad de Guatemala	Delegada de VUPE Teléfono: (502) 4216-0265 / 2417-2700 <a href="mailto:ventanilla@camaradecomercio.org.gt">ventanilla@camaradecomercio.org.gt</a>

Guatemala			<a href="mailto:vupe@ccg.gt">vupe@ccg.gt</a> <a href="http://ccg.com.gt">http://ccg.com.gt</a>
<b>Ministerio de Economía- Dirección de Administración del Comercio Exterior –DACE-</b>			
Si el producto a exportar califica bajo el esquema SGP deberá emitir el Certificado Forma A.	<b>Certificado de Origen SGP</b>	8a. Avenida 10-43 Zona 1 Ciudad de Guatemala Guatemala, CA	Dirección de Administración del Comercio Exterior DACE - MINECO-  Teléfono: (502) 2412-0200 <a href="https://www.mineco.go.b.g/certificado-de-origen">https://www.mineco.go.b.g/certificado-de-origen</a>  <a href="https://www.mineco.go.b.g">https://www.mineco.go.b.g</a>
Si el producto a exportar califica bajo el esquema del ADA con la Unión Europea, deberá de emitir el Certificado de Circulación de Mercancías EUR-1.	<b>Certificado de Circulación de Mercancías EUR-1</b>		
<b>Ministerio de Energía Y Minas (MEM)</b>			
Aplica a todos los productos mineros, el exportador deberá contar con una licencia de Explotación.	<b>Credencial e Exportación</b>	Diagonal 17, 29-78 zona 11, Las Charcas.	Teléfono: (502) 2419 6464 Ext: 1209 <a href="http://www.mem.gob.gt">http://www.mem.gob.gt</a>
<b>Licencia de Productos de Café -ANACAFE-</b>			
Si se desea exportar café deberá inscribirse en ANACAFE	<b>Licencia de producto CAFE</b>	Calle del Café, 5ta calle 0-50 zona 14, Guatemala	<a href="mailto:info@anacafe.org">info@anacafe.org</a> Teléfono: (502) 2311-1969 / 2421-3700 <a href="https://www.anacafe.org/">https://www.anacafe.org/</a>
<b>Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales -MARN-</b>			
Si el producto está clasificado con el inciso arancelario clasificado en Productos de Desechos Peligrosos dentro del convenio Basilea	<b>Permiso de Exportación de Desechos Peligrosos</b>	7 avenida 03-67, zona 13, Ciudad Guatemala	<a href="mailto:ivillatoro@marn.gob.gt">ivillatoro@marn.gob.gt</a> Teléfono: (502) 2423-0500 Ext. 2635 <a href="http://www.marn.gob.gt">http://www.marn.gob.gt</a>

Fuente: Elaboración propia.



## 8.4 Certificados de Origen

El certificado de origen es el documento por el cual el exportador puede declarar que un bien o producto que será destinado para la exportación, es obtenido, producido, manufacturado o procesado en un país específico, es decir el país de origen del producto.

Este documento es emitido usualmente <sup>8</sup> por el exportador y declara ante la autoridad del país importador que las mercancías son originarias del país emisor y permite gozar de preferencias arancelarias establecidas en el acuerdo o tratado de libre comercio. (MINECO, 2019).

Al momento de firmar un acuerdo comercial entre 2 o más países, se emiten ciertas preferencias arancelarias para los productos fabricados dentro de los países que son parte en el acuerdo comercial. Para regular a los productos beneficiados, se crearon las reglas de origen las cuales establecen la originalidad de un producto. El objetivo de estas regulaciones es evitar la triangulación de un producto, es decir que las mercancías que provienen de otros países excluidos de los acuerdos comerciales, no gocen de las presencias arancelarias del tratado.

La verificación de origen es un procedimiento que se realiza por la autoridad competente del país importador, para determinar que un producto que ha sido importado a su territorio cumple con la normativa de origen. Por otro lado, el responsable de demostrar el origen del producto es el importador, por esta razón es importante que el exportador brinde el certificado de origen del producto, así como toda información sobre producción que el importador requiera.

Para mayor información sobre los certificados de origen, la forma como estos deben de ser llenados y los formatos según el acuerdo o tratado al que apliquen pueden encontrarse en el siguiente enlace:

- <https://www.mineco.gob.gt/node/514>

---

<sup>8</sup> En el CAFTA-DR el certificado de origen puede ser emitido por el exportador, productor o importador

#### **8.4.1 Requisitos para calificar con el certificado de origen en Centroamérica**

Para los países que integran el mercado común centroamericano, el **Reglamento Centroamericano sobre el Origen de las Mercancías**, es el encargado de establecer los requisitos y regulaciones para la emisión de los certificados de origen. Si el producto a ser exportado cumple con estos requisitos, los exportadores podrán contar con varios beneficios fiscales y no fiscales durante la exportación de sus productos.

Según el Ministerio de Economía de Guatemala, para que una mercancía sea considerada originaria debe cumplir con alguno de estos requisitos.

- a. Mercancía obtenida en su totalidad o producida enteramente en territorio de una o más partes, según se define en el Artículo 4.
- b. Producida en territorio de una o más partes a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios de una o más partes.
- c. Producida en territorio de una o más partes utilizando materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria, un valor de contenido regional, una combinación de ambos u otros requisitos.
- d. Producida en territorio de una o más partes, aunque uno o más de los materiales no originarios utilizados en la producción de la mercancía no cumplan con un cambio de clasificación arancelaria establecida.
  - i. La mercancía se ha importado a territorio de una parte sin ensamblar, y ha sido clasificada como una mercancía ensamblada de conformidad con la regla 2 a) de las Reglas Generales para la Interpretación del SAC.
  - ii. La mercancía y sus partes estén clasificadas bajo la misma partida y la describan específicamente, siempre que ésta no se divida en subpartida.
    - i. La mercancía y sus partes estén clasificadas bajo la misma subpartida y ésta las describa específicamente.

- e. Siempre que el valor de contenido regional de la mercancía, determinado de acuerdo con el Artículo 10, no sea inferior al treinta por ciento (30%).
- f. Para efectos de este reglamento, la producción de una mercancía a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, según se especifica en el anexo de reglas de origen específicas, deberá hacerse en su totalidad en una o más partes y todo valor de contenido regional de una mercancía deberá satisfacer en su totalidad en una o más partes<sup>9</sup>.

## 8.5 Documentación de soporte para la exportación

- a. **Factura comercial:** Para todas las exportaciones se requiere presentar una copia legible de la factura comercial. Se recomienda que sea impresa en español e inglés para facilitar los trámites de importación. La factura debe de incluir la siguiente información<sup>10</sup>:
  - i. Nombre y domicilio del vendedor.
  - ii. Lugar y fecha de expedición.
  - iii. Nombre y domicilio del comprador de la mercancía.
  - iv. Descripción detallada de la mercancía, por marca, modelo o estilo.
  - v. Cantidad de la mercancía.
  - vi. Valor unitario y total de la mercancía.
  - vii. Términos pactados con el vendedor.
- b. **Documentos de transporte:** Este documento se emite al momento de realizar la exportación por la empresa de carga o transporte, en donde indica el embarque y destino del producto, así como las condiciones de la mercadería. Dependiendo del tipo de transporte este puede ser:
  - Guía Aérea (*Air Waybill*) – Transporte Aéreo
  - Conocimiento de embarque (*Bill of landing*) – Transporte Marítimo
  - Carta de porte – Transporte Terrestre

---

<sup>9</sup> Fuente: [https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/reglamento-ca-sobre-el-origen-de-las-mercancias\\_0.pdf](https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/reglamento-ca-sobre-el-origen-de-las-mercancias_0.pdf)

<sup>10</sup> El artículo 321 del Reglamento del Código Aduanero Uniforme Centroamericano, establece los documentos que sustentan la declaración de mercancías para las exportaciones.

- c. **Lista de empaque:** Con este documento se determina el contenido de lo que se está exportando.
- d. **Certificado de origen** de las mercancías (Si procede).
- e. **Licencias, permisos, certificados** u otros documentos referidos al cumplimiento de las restricciones y regulaciones no arancelarias a que estén sujetas las mercancías y demás autorizaciones.

## 8.6 Flujograma del proceso básico de exportación

A continuación, se describe el proceso básico de exportación que debe realizar el empresario, cada vez que desee realizar una exportación.

Previo a realizar el proceso de exportación, el empresario debe contar con el código de exportador para poder ingresar al sistema, el mismo código le será de utilidad cada vez que realice una exportación. Ver **“Registro del código exportador - VUPE”**, Sección III. módulo no. 6: Proceso De Exportación En VUPE.

- **Paso 1:**

El usuario/empresario debe ingresar a la página web SEADDEX, por cada exportación que realice. Debe ingresar los datos requeridos por el sistema SEADDEX, tales como:

- Tipo de exportación.
- Medio de transporte.
- Forma y medio de pago.
- Aduanas.
- País destino y cliente a quien le vende.
- Detalle de factura.

- **Paso 2:**

En el sistema SEADDEX debe ingresar los requisitos no tributarios, debido a que hay productos que requieren permisos especiales para su exportación, los permisos o licencias según el producto a exportar, pueden ser:

- Productos de madera.
- Productos textiles.

- Productos de origen vegetal.
- Productos de origen animal.
- Certificado de origen – Cámara de Comercio.
- Certificado de origen SGP.
- Certificado de circulación de Mercancías EUR, acuerdo de Asociación ADA, con la Unión Europea.
- Credencial de Exportación MEM.
- Licencia de productos de Café – Anacafé.
- Permisos de exportación de desechos peligrosos.

- **Paso 3:**

En el sistema SEADDEX permite ingresar datos de la exportación, según destino y origen del producto, para generar la DUCA-D o DUCA-F, según lo siguiente:

- **DUCA-D:** Aplica para la importación o exportación de mercancías con terceros países fuera de la región de Centroamérica. Debe solicitar DEPREX en SEADDEX Web.
- **DUCA-F:** Aplica para el comercio de mercancías originarias de la región centroamericana.

- **Paso 4:**

Luego de completar la información en el sistema, éste realiza las validaciones pertinentes y si la información es correcta automáticamente autoriza la solicitud y el usuario puede generar la DUCA solicitada.

- **Paso 5:**

El usuario/exportador se debe presentar a la aduana con los documentos para exportar, siendo los siguientes:

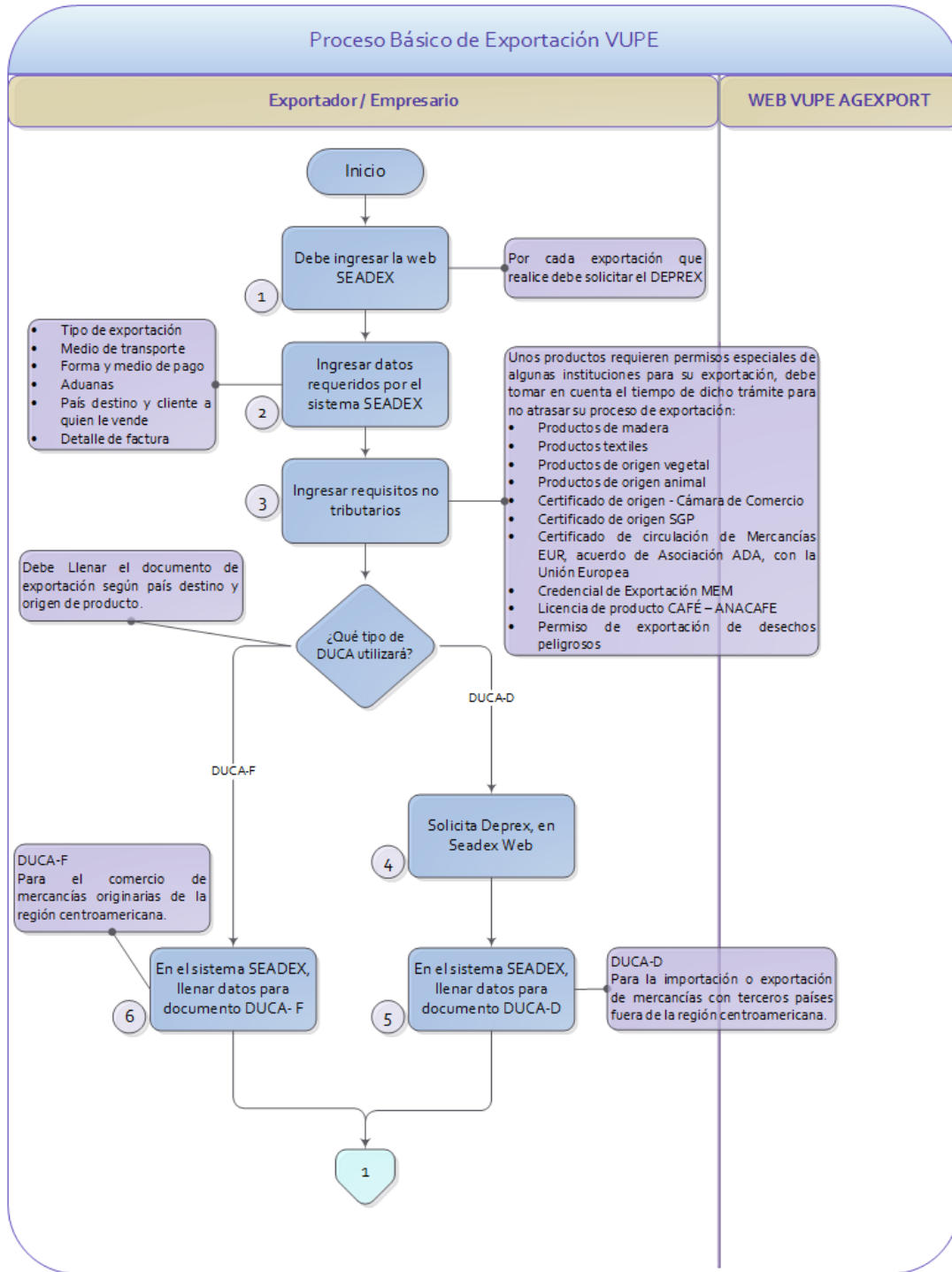
- Licencias, permisos especiales y/o certificados.
- DEPREX (cuando aplica).
- Certificado de origen.
- Factura comercial.
- DUCA F, T o D.
- Documentos de transporte: Conocimiento de embarque, carta de porte, guía aérea u otro documento equivalente.

- **Paso 6:**

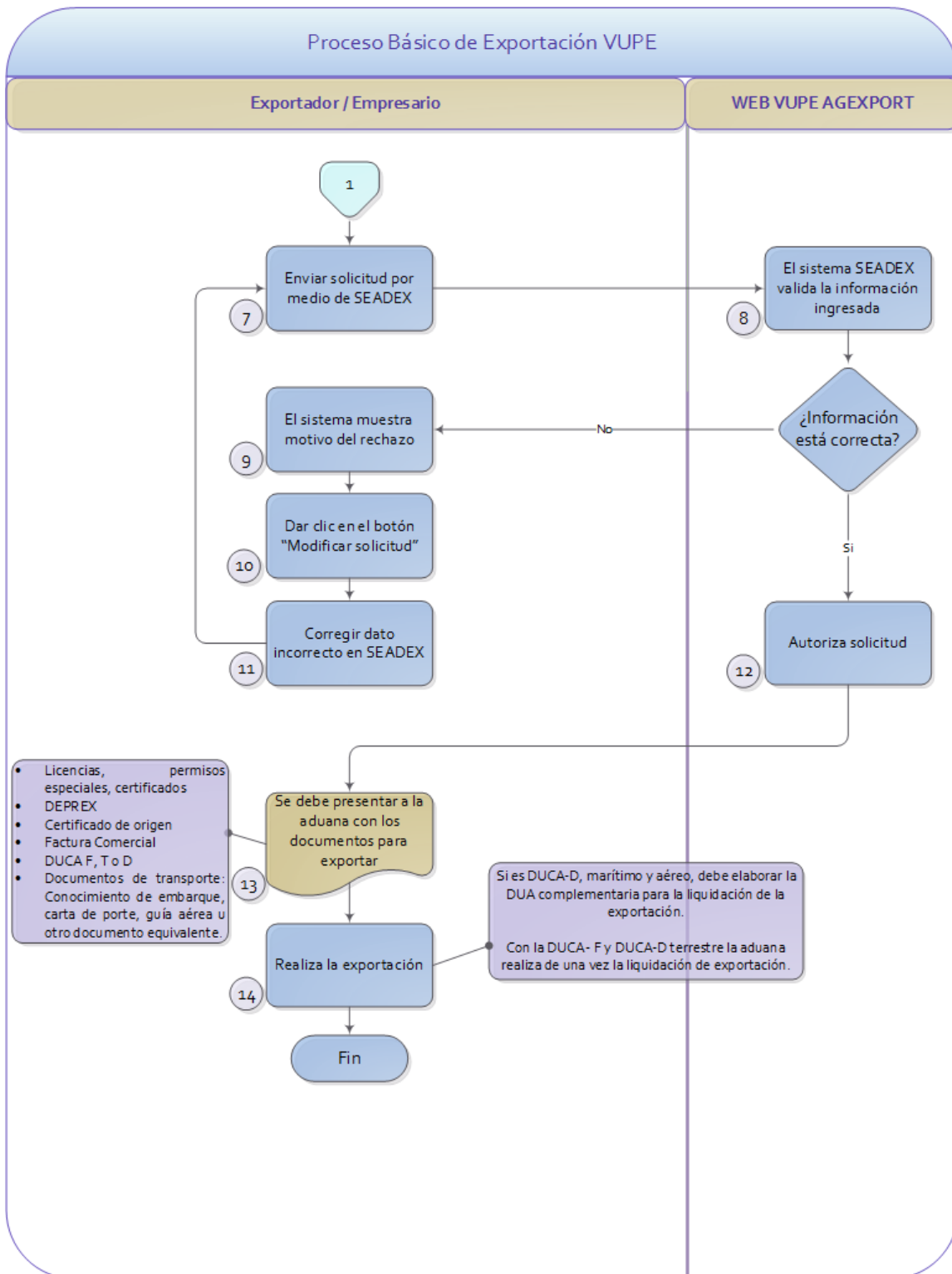
Luego de realizar la exportación, si fue gestionada con la DUCA –D marítimo o aéreo, es necesario elaborar la DUA complementaria para la liquidación de la exportación. Por otro lado, la aduana realiza la liquidación de exportación cuando se realiza la DUCA-F y/o DUCA-D terrestre.

A continuación, se muestra el flujograma del proceso básico de exportación / VUPE.

**Diagrama No. 8-1**  
**Flujograma del proceso para exportar en la VUPE**



Fuente: Elaboración propia con datos de la VUPE.



Fuente: Elaboración propia con datos de la VUPE.



## IX. PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTACIONES

El **plan de exportaciones** es una herramienta que le servirá al futuro exportador para determinar cómo se encuentra situada la empresa, previa al ingreso al mercado internacional, el plan será una guía para dirigir sus objetivos empresariales y realizar las modificaciones necesarias en las áreas administrativas, financieras, mercadeo y de producción necesarias para competir y cumplir con los requisitos de ingreso al mercado internacional.



El contenido del plan debe adecuarse a cada empresa, se determinará en función a la situación actual de la organización. El plan de negocios le permite al empresario organizar sus tareas productivas, para adaptar las características del producto y las funciones de la empresa, a los requerimientos del mercado internacional.

Para realizar el plan de exportación, el empresario puede seguir la siguiente estructura:

1. **Resumen Ejecutivo:** Debe incluir la información de la empresa y el resumen de los datos importantes del plan de exportación.
2. **Perfil de la empresa:** Debe realizar una descripción interna de la organización, su estructura, mercados actuales, áreas de cobertura, entre otros.
  - a. Antecedentes de la empresa.
  - b. Misión y visión de la organización.
  - c. Estructura organizacional interna.
  - d. Descripción general de los productos que ofrece.
  - e. En que mercados participa o cuenta con cobertura comercial.

- f. Fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades (FODA) de la organización.

### **3. Definición de la capacidad exportadora:**

- a. Productos con potencial de exportación: Identificar cuáles son los productos que tienen el mayor potencial para ser exportados.
- b. Objetivos: Establecer los objetivos que el empresario desea llevar a cabo con la exportación.

### **4. Análisis del producto:**

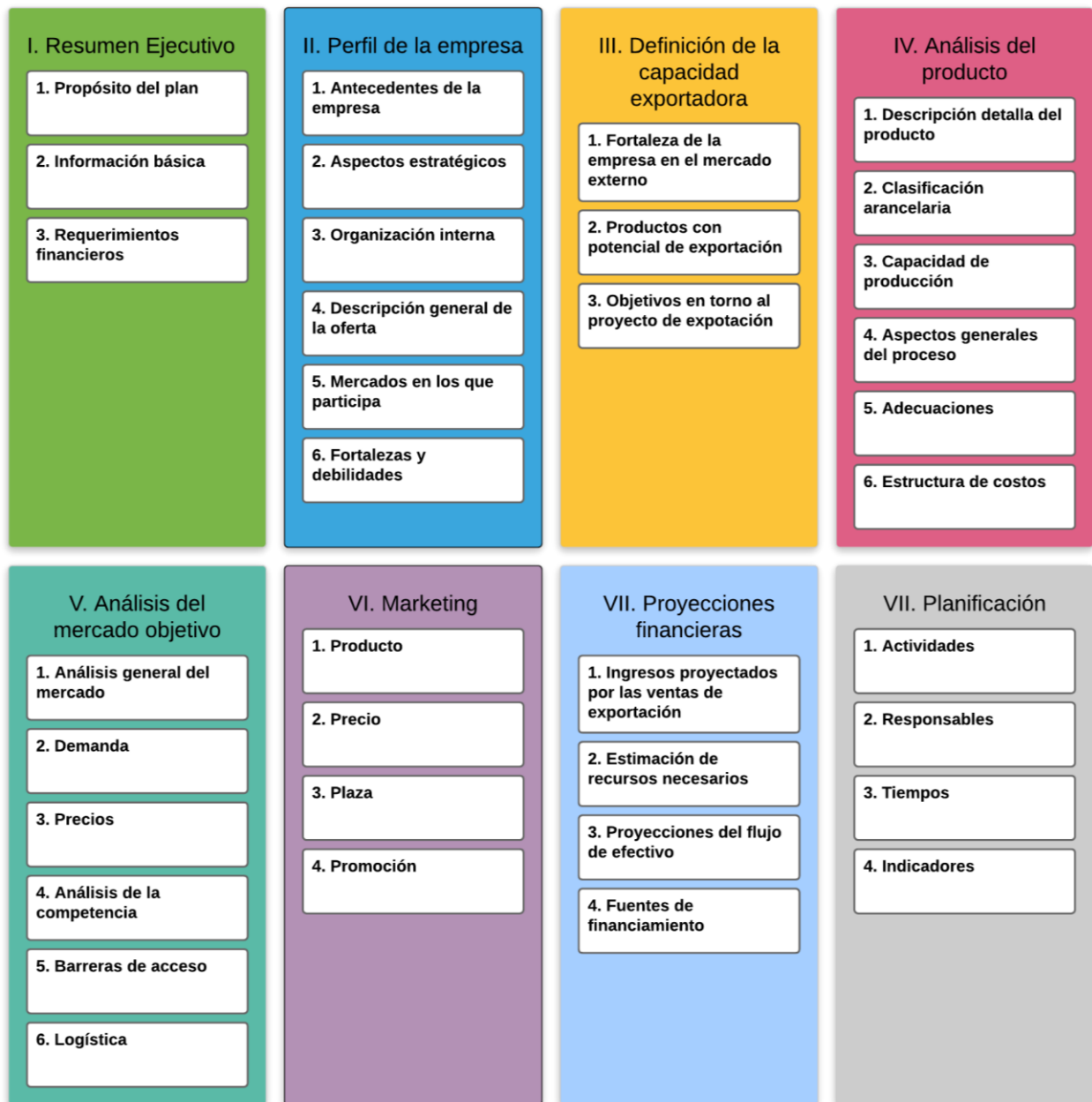
- a. Descripción detallada del producto.
- b. Clasificación arancelaria.
- c. Capacidad de producción.
- d. Adecuaciones para el mercado de destino.
- e. Estructura de costos con la que el producto llegará al mercado de destino.

### **5. Análisis del mercado objetivo:** Se realiza un análisis general del mercado seleccionado, así como la demanda del producto, competencia, barreras de ingreso y precios.

- a. Análisis general del mercado seleccionado.
- b. Demanda del producto.
- c. Clientes potenciales o mercado meta.
- d. Precios del producto en el mercado.
- e. Canales de distribución.
- f. Análisis detallado de la competencia.
- g. Barreras de acceso.
- h. Logística de envío.

### **6. Marketing Mix:** Se establecerán las estrategias de mercadeo enfocadas en las 4ps (producto, precio, plaza y promoción) del producto que se desea exportar.


**Diagrama No. 9-1**  
**Estructura del plan de exportaciones**



Fuente: Elaboración propia con datos de (PROESA, 2016).

## X. KIT DE HERRAMIENTAS Y SITIOS WEB DE APOYO PARA EL EXPORTADOR






### 10.1 Entidades gubernamentales del sector de comercio exterior

Entidad	Enlaces y herramientas
 <p>Ministerio de Economía</p>	<p>Dentro del Ministerio de Economía podrá encontrar información sobre los tratados de libre comercio, estudios de mercado, estadísticas de comercio exterior, eventos de promoción comercial, entre otros.</p> <p>Sitio oficial:  <a href="https://www.mineco.gob.gt/">https://www.mineco.gob.gt/</a></p> <p>Estudios de mercado  <a href="https://www.mineco.gob.gt/estudios-de-mercado">https://www.mineco.gob.gt/estudios-de-mercado</a></p> <p>Tratados y acuerdos comerciales  <a href="https://www.mineco.gob.gt/tratados">https://www.mineco.gob.gt/tratados</a></p> <p>Guías de exportación  <a href="https://www.mineco.gob.gt/gu%C3%ADas-de-exportaci%C3%B3n">https://www.mineco.gob.gt/gu%C3%ADas-de-exportaci%C3%B3n</a></p> <p>Análisis económico y comercial  <a href="https://www.mineco.gob.gt/dae-an%C3%A1lisis-econ%C3%B3mico-y-comercial">https://www.mineco.gob.gt/dae-an%C3%A1lisis-econ%C3%B3mico-y-comercial</a></p> <p>Comisión Guatemalteca de Normas COGUANOR:            Su función es desarrollar actividades de Normalización que contribuyan a mejorar la competitividad de las empresas nacionales y elevar la calidad de los productos y servicios que se ofertan en el mercado nacional e internacional.  <a href="https://www.mineco.gob.gt/comisi%C3%B3n-guatemalteca-de-normas#que%20es">https://www.mineco.gob.gt/comisi%C3%B3n-guatemalteca-de-normas#que%20es</a></p>



 <p>GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE <b>GUATEMALA</b> MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES</p>	<p>El Ministerio de Relaciones Exteriores dentro de sus funciones tiene el de impulsar, coordinar y dar seguimiento a las acciones de promoción para la integración económica y el comercio exterior.</p> <p><a href="http://www.minex.gob.gt/">http://www.minex.gob.gt/</a></p>
 <p><b>RM</b> Registro MERCANTIL</p>	<p>Institución que registra y certifica los actos mercantiles, las sociedades nacionales y extranjeras, empresas mercantiles, los comerciantes individuales y todas sus modificaciones en Guatemala, dando certeza y seguridad jurídica.</p> <p><a href="http://www.registromercantil.gob.gt">http://www.registromercantil.gob.gt</a></p>
 <p><b>INGUAT</b> Instituto Guatemalteco de Turismo</p>	<p>Es la entidad encargada de del sector turístico de Guatemala, rige y controla la promoción, fomento y desarrollo sostenible de la industria turística.</p> <p><a href="http://www.inguat.gob.gt/inicio.php">http://www.inguat.gob.gt/inicio.php</a></p>

## 10.2 Medidas No Arancelarias



 <p>GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE <b>GUATEMALA</b> MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN</p>	<p>El ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación de Guatemala. Es la institución encargada del sector agropecuario, forestal e hidrobiológico. También se encarga en emitir los permisos de exportación sanitarios y fitosanitarios</p> <p>Sitio oficial <a href="https://www.maga.gob.gt">https://www.maga.gob.gt</a></p> <p>Viceministerio de Sanidad Agropecuaria y Regulaciones <a href="https://visar.maga.gob.gt/">https://visar.maga.gob.gt/</a></p> <p>Requisitos Fitosanitarios para ingresar a los EEUU <a href="https://visar.maga.gob.gt/visar/2017/18/regEEUU17jl.pdf">https://visar.maga.gob.gt/visar/2017/18/regEEUU17jl.pdf</a></p>
 <p>GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE <b>GUATEMALA</b>   MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL</p>	<p>El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, es el ente encargado de emitir las licencias Sanitarias en Guatemala, en el siguiente enlace puede obtener más información sobre los requisitos y procedimientos.</p>

	<p><a href="https://www.mspas.gob.gt/index.php/servicios/draces/procedimiento-para-la-obtencion-de-licencia-sanitaria">https://www.mspas.gob.gt/index.php/servicios/draces/procedimiento-para-la-obtencion-de-licencia-sanitaria</a></p>
 <p>GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE <b>GUATEMALA</b> MINISTERIO DE AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES</p>	<p>Entidad pública encargada de velar en materia ambiental y de bienes y servicios naturales. En el siguiente link puede encontrar información sobre los permisos y requisitos para obtener las licencias ambientales.</p> <p><a href="http://www.marn.gob.gt/paginas/Licencias_Ambientales">http://www.marn.gob.gt/paginas/Licencias Ambientales</a></p>
 <p>GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE <b>GUATEMALA</b> MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS</p>	<p>Entidad pública encargada en rectar a los sectores energéticos y mineros de Guatemala.</p> <p><a href="http://www.mem.gob.gt/">http://www.mem.gob.gt/</a></p>
	<p>El INAB es una institución estatal encargada de supervisar y regular el sector forestal de Guatemala.</p> <p><a href="http://inab.gob.gt/">http://inab.gob.gt/</a></p>
 <p><b>Anacafé</b><sup>®</sup> ASOCIACION NACIONAL DEL CAFE</p>	<p>La Asociación Nacional del Café, tiene como principal objetivo fortalecer la economía nacional a través de la producción y exportación de café.</p> <p>Dentro de sus funciones se encuentran la realización de capacitaciones, talleres, emisión de la licencia de exportación, certificaciones, etc.</p> <p>En el siguiente enlace puede encontrar información sobre los requisitos para obtener las licencias de exportación de café.</p> <p><a href="https://www.anacafe.org">https://www.anacafe.org</a></p>
 <p><b>VESTEX</b> Asociación de la Industria del Vestuario y Textiles</p>	<p>La Asociación del Vestuario y Textiles de Guatemala (VESTEX), es una entidad representativa del sector que trabaja en conjunto para promover las exportaciones de la industria textil.</p> <p><a href="http://vestex.com.gt">http://vestex.com.gt</a></p>


### 10.3 Propiedad Intelectual en el Comercio Exterior

	<p>La organización mundial del comercio, es la única organización internacional encargada de establecer y regular las normas que rigen el comercio entre los países. Dentro del sitio se encuentra información sobre temas comerciales, estadísticas, estudios y análisis económicos, medidas regulatorias, entre otros.</p> <p><a href="https://www.wto.org">https://www.wto.org</a></p> <p>Derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio</p> <p><a href="https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/trips_s.htm#issues">https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/trips_s.htm#issues</a></p>
	<p>Institución registral, que protege, estimula y fomenta las creaciones del intelecto garantizando la certeza jurídica en el ámbito de la Propiedad Intelectual.</p> <p><a href="https://rpi.gob.gt/portalrpi/">https://rpi.gob.gt/portalrpi/</a></p>

### 10.4 Temas de impuestos y tramites

	<p>La Superintendencia de Administración Tributaria –SAT– es la entidad encargada de ejercer las funciones de administración tributarias en todo el territorio nacional. Dentro del sitio podrá encontrar información sobre trámites aduanales, documentos de exportación, facilitación al comercio, entre otros.</p> <p><a href="https://portal.sat.gob.gt/">https://portal.sat.gob.gt/</a></p>
	<p>Plataforma que contiene guías de procedimientos en temas comerciales, registros de empresas, exportaciones, importaciones, entre otros.</p> <p><a href="https://asisehace.gt/">https://asisehace.gt/</a></p>


## 10.5 Leyes e iniciativas de ley a nivel nacional

 <p>CONGRESO DE LA REPÚBLICA</p>	<p>Dentro del sitio del Congreso de la República, podrá encontrar información sobre leyes e iniciativas de ley, que pueden tener un impacto en el comercio exterior de Guatemala.</p> <p><a href="https://www.congreso.gob.gt/iniciativa-de-ley-general/">https://www.congreso.gob.gt/iniciativa-de-ley-general/</a></p>
---	--

## 10.6 Cámaras de comercio e industria

	<p>Dentro del sitio de la Cámara de Comercio de Guatemala, puede encontrar información sobre el certificado de origen no preferencial emitido por la misma.</p> <p><a href="http://ccg.com.gt/">http://ccg.com.gt/</a></p>
	<p>Dentro del sitio de la Cámara de Industria de Guatemala, puede encontrar información sobre el certificado de origen no preferencial emitido por la misma, así como información sobre capacitaciones y talleres sobre temas de exportación.</p> <p><a href="https://cig.industriagate.com">https://cig.industriagate.com</a></p>
	<p>Dentro de los objetivos de la Asociación de Exportadores de Guatemala, se encuentra la promoción y el crecimiento de las exportaciones guatemaltecas. Brindan cursos y asistencia técnica a los empresarios que deseen ingresar al sector exportador.</p> <p><a href="https://www.export.com.gt/">https://www.export.com.gt/</a></p>

## 10.7 Defensa Comercial

	<p>El CIADI es una organización mundial que se enfoca al arreglo de diferencias en temas de inversiones internacionales.</p> <p><a href="https://icsid.worldbank.org/sp/Pages/about/default.aspx">https://icsid.worldbank.org/sp/Pages/about/default.aspx</a></p>
---	---



## 10.8 Datos estadísticos de comercio exterior

	<p><b>Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA)</b> Sistema de estadísticas de comercio exterior de Centroamérica. <a href="http://estadistica.sieca.org/">http://estadistica.sieca.org/</a></p>
	<p>División de estadística de las Naciones Unidas, dentro de este sitio podrá encontrar información a nivel mundial sobre exportaciones, importaciones, datos socioeconómicos, demográficos y otros temas comerciales. <a href="https://unstats.un.org/home/">https://unstats.un.org/home/</a></p>
	<p><b>Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE)</b> Información sobre los acuerdos comerciales vigentes. <a href="http://www.sice.oas.org/countries_s.asp">http://www.sice.oas.org/countries_s.asp</a></p>
	<p><b>United States International Trade Commission (USITC)</b> Estadísticas de comercio exterior y aranceles de Estados Unidos. <a href="http://dataweb.ustic.gov">http://dataweb.ustic.gov</a></p>
	<p><b>Fondo Monetario Internacional World Economic Outlook Database</b> Información económica y social: estadísticas del PIB, PIB per cápita, inflación, población y otros datos a nivel internacional <a href="http://www.imf.org/external/index.htm">http://www.imf.org/external/index.htm</a></p>

## 10.9 Herramientas para acceso a mercados / regulaciones arancelarias y no arancelarias



	<p><b>Export Helpdesk - Unión Europea</b> Aranceles, requisitos, contingentes y estadísticas de la Unión Europea. <a href="https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/">https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/</a></p>
	<p><b>Trademap</b> Estadísticas del comercio exterior a nivel internacional: importaciones y exportaciones por país, región y producto. <a href="http://www.trademap.org">http://www.trademap.org</a></p> <p><b>Market Access Map</b> Información sobre acceso de mercados, regulaciones no arancelarias y estadísticas de comercio. <a href="http://www.macmap.org">http://www.macmap.org</a></p>
	<p><b>CBI de Holanda</b> Sitio web especializados en investigación de mercados para los países de la Unión Europea. También cuenta con información comercial, logística, programas de capacitaciones, etc. <a href="https://www.cbi.eu">https://www.cbi.eu</a></p>
	<p><b>Euromonitor International</b> Dentro de este sitio podrá encontrar a la venta, una amplia variedad de estudios de mercado. <a href="https://www.euromonitor.com">https://www.euromonitor.com</a></p>
	<p><b>La oficina de Censo de los Estados Unidos:</b> Brinda una amplia cantidad de información estadística de cada estado, permite obtener datos sobre cantidad de población, demografía, vivienda, etc. que le permitirá al empresario establecer una región y seleccionar un perfil del consumidor, que puedan tener la mayor aceptación para sus productos. <a href="https://www.census.gov/data.html">https://www.census.gov/data.html</a></p>
	<p><b>La herramienta de TARIC</b> le brinda toda la información sobre los aranceles y las regulaciones no arancelarias que debe cumplir producto para ingresar al mercado</p>

	<p> europeo</p> <p><a href="https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es">https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es</a></p>
	<p><b>La herramienta <i>INTrade BID</i></b> ofrece datos completos sobre: Acceso a mercados, marcos legales, acuerdos comerciales, reglas de origen, estadísticas detalladas de importaciones y exportaciones e indicadores que miden la estructura y el desempeño del comercio.</p> <p><a href="https://www.intradebid.org/">https://www.intradebid.org/</a></p>
	<p><b>Food and Drug Administration (FDA)</b></p> <p><a href="https://www.fda.gov">https://www.fda.gov</a></p>
	<p><b>La oficina de Textiles y Confecciones de Estados Unidos:</b> brinda toda la información sobre los requisitos para ingresar productos textiles al mercado estadounidense.</p> <p><a href="https://otexa.trade.gov/">https://otexa.trade.gov/</a></p>
	<p>Enlaces de los sitios web de los miembros referentes a las medidas Sanitarias y Fitosanitarias</p> <p><a href="https://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/spslinks_s.htm">https://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/spslinks_s.htm</a></p>
	<p>En el siguiente enlace de la Organización Mundial de Sanidad Animal, se encuentra el código sanitario para los animales terrestres y acuáticos.</p> <p><a href="http://www.oie.int/es/normas/codigo-terrestre/acceso-en-linea/">http://www.oie.int/es/normas/codigo-terrestre/acceso-en-linea/</a></p> <p><a href="http://www.oie.int/es/normas/codigo-acuatico/acceso-en-linea/">http://www.oie.int/es/normas/codigo-acuatico/acceso-en-linea/</a></p>


## 10.10 Búsqueda de clientes potenciales

	<p><b>Kompass International</b></p> <p>Sitio web donde puede conseguir un amplio listado de empresas internacionales de todos los sectores comerciales.</p> <p><a href="https://us.kompass.com/">https://us.kompass.com/</a></p>
	<p><b>Trademap</b></p> <p>Estadísticas del comercio exterior a nivel internacional: importaciones y exportaciones por país, región y producto.</p> <p><a href="http://www.trademap.org">http://www.trademap.org</a></p>


## 10.11 Logística de exportación

	<p>Consejo de Usuarios del Transporte Internacional de Guatemala – CUTRIGUA –</p> <p><a href="http://www.cutrigua.org.gt/directorio/">http://www.cutrigua.org.gt/directorio/</a></p>
	<p>COMBEX-IM es uno de los principales operadores logísticos de Guatemala, se encarga de realizar operaciones de exportaciones e importaciones aéreas. Brinda los servicios de manejo y almacenaje de carga, cuartos fríos, zonas climatizadas, etc.</p> <p><a href="https://www.combexim.com.gt">https://www.combexim.com.gt</a></p>

## 10.12 Glosario de términos de comercio exterior

	<p>Glosario de términos realizado por la OMC</p> <p><a href="https://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/glossar_s.htm">https://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/glossar_s.htm</a></p>
---	---

## 10.13 Programas de Apoyo para las Exportaciones

	<p><b>Tejiendo Alimentos:</b></p> <p>El programa es una iniciativa del Ministerio de Economía y PRONACOM, este apoya a poblaciones artesanales, a través</p>
---	--

<p>Programa Nacional de Competitividad de Guatemala</p>	<p>de una estrategia de encadenamientos productivos.  <a href="http://zh.mineco.gob.gt">http://zh.mineco.gob.gt</a></p> <p><b>Emprendamos Guate:</b>  El programa tiene como objetivo formar, asesorar y acompañar a los emprendedores para que éstos a través de mitologías y asesoría técnica, puedan aumentar la tasa de éxito de sus emprendimientos.  <a href="https://www.emprendamosguate.com">https://www.emprendamosguate.com</a></p>
 <p><b>AGEXPORT</b>  <small>GUATEMALA</small></p> <p>Asociación de Exportadores Guatemaltecos</p>	<p><b>Al Invest 5.0</b></p> <p>El programa brinda asistencia técnica, formación y capacitaciones a Mipymes para generar mayores competencias que le permita exportar sus productos hacia los mercados internacionales de Centroamérica y Estados Unidos.  <a href="https://export.com.gt/detalle-servicios/servicio/Al-Invest-5.0">https://export.com.gt/detalle-servicios/servicio/Al-Invest-5.0</a></p>

## XI. RECOMENDACIONES FINALES PARA INICIARSE EN LAS EXPORTACIONES

Las exportaciones pueden ofrecer ventajas a los empresarios tales como: Mejorar la capacidad instalada de la producción, reducir costos debido a las economías de escala, aumentar las ventas, disminuir los riesgos de las economías locales, entre otros. Sin embargo, para lograr obtener éxito en los mercados internacionales, es necesario que el empresario esté dispuesto a realizar ciertos compromisos para investigar y analizar los mercados que le ofrecen la mejor opción para sus



productos, establecer modificaciones a sus productos para que éstos se adapten al mercado de destino y puedan cumplir con los requisitos de ingreso, realizar una estrategia de incursión al nuevo mercado que le permita promocionar sus productos y establecer una relación comercial con los clientes potenciales. A continuación, se describen algunas recomendaciones para el futuro exportador:

1. **Planificar la estrategia para ingresar al mercado:** Es importante que el empresario planifique y desarrolle una estrategia para dirigir sus objetivos empresariales y establecer las adecuaciones administrativas, financieras y de producción necesarias para competir y cumplir con los requisitos de ingreso al mercado internacional.

Dentro de los aspectos que el empresario debe desarrollar se encuentran: a) Qué producto se va a comercializar, b) El esquema de comercialización del producto, c) Información de los principales competidores de la región, d) Selección del mercado meta, e) Requisitos de ingreso, f) Estructura de precios, y establecer una planificación del tiempo que llevará cada uno de estos aspectos.

2. **Adaptar los productos al mercado internacional:** Es importante realizar todas las adaptaciones requeridas al producto, para que pueda cumplir con los requisitos del mercado de destino y el consumidor final.
3. **Analizar la producción:** Es importante que el futuro exportador establezca su máxima capacidad de producción, para evitar el incumplimiento de pedidos que puedan surgir a nuevos clientes, ya que esto puede afectar negativamente la relación con el cliente, o incluso llegar a terminarla. El análisis deberá determinar si la organización dispone de la capacidad de producción necesaria para ingresar a un mercado internacional, o si antes necesita incrementarla, contratar más personal o mejorar sus procesos de producción.
4. **Capacitar al recurso humano:** Se recomienda que el personal de la organización sea capacitado en el proceso de exportación y conozca los requisitos, normativas, acuerdos y otros temas comerciales.
5. **Analizar los aspectos financieros de la organización:** Es importante que la organización realice un análisis de la situación financiera, previo a ingresar al mercado internacional. Se debe determinar con qué recursos económicos cuenta para ingresar o si es necesario buscar fuentes de financiamiento externas, como préstamos bancarios o fuentes internas (a través de sus socios).
6. **Selección del mercado meta o mercado al que desea ingresar:** Se debe seleccionar el mercado correcto y con pocos requisitos para acceso del producto, esto incrementara la probabilidad de éxito.
7. **Acuerdos y tratados de libre comercio:** Se recomienda que el exportador aproveche las ventas y oportunidades de estos acuerdos al momento de seleccionar el mercado al que desea ingresar sus productos.
8. **Participación en eventos de promoción comercial:** Es recomendable que previo a la exportación, el emprendedor o empresario, participe en eventos de promoción comercial, tales como ferias internacionales, misiones comerciales y ruedas de negocios. Estos eventos brindan oportunidades para localizar clientes potenciales y conocer el mercado al que se desea ingresar.

El empresario o futuro exportador también puede considerar las siguientes recomendaciones:

- Mantener una negociación clara y sin confusiones con sus clientes potenciales.
- Cumplir con exactitud todo lo que se ofrezca a los clientes en materia de precios, producto, garantía, tiempo de entrega, entre otros.
- Mantener una comunicación constante con los clientes.
- Involucrar a todos los integrantes de la organización en el proceso de exportación.
- Cumplir con todos los requisitos del mercado, certificaciones y permisos.
- Buscar una mejora constante en los procesos logísticos.
- Elaborar esquemas de promoción enfocados en el mercado meta.
- Desarrollar herramientas de mercadeo para informar sobre los productos ofertados, como sitio web, aplicaciones, redes sociales, entre otros, en varios idiomas.
- Innovar a través del comercio electrónico.
- Utilizar los términos de negociación y medios de pago utilizados en el comercio exterior.

Cuando el empresario haya logrado internacionalizar sus productos en otros mercados, este debe mantener una constante supervisión de los cambios externos que puedan surgir dentro de estos mercados, ya que estos se encuentran en un constante cambio, ya sea por factores como: surgimiento de nuevas tecnologías, cambios en los precios de las materias primas, nuevas regulaciones para ingresar al mercado, ingreso de nuevos competidores, entre otros. El empresario debe monitorear los cambios y adaptarse a los mismos.



## XII. ANEXOS

### 12.1 Inscripción ante la SAT

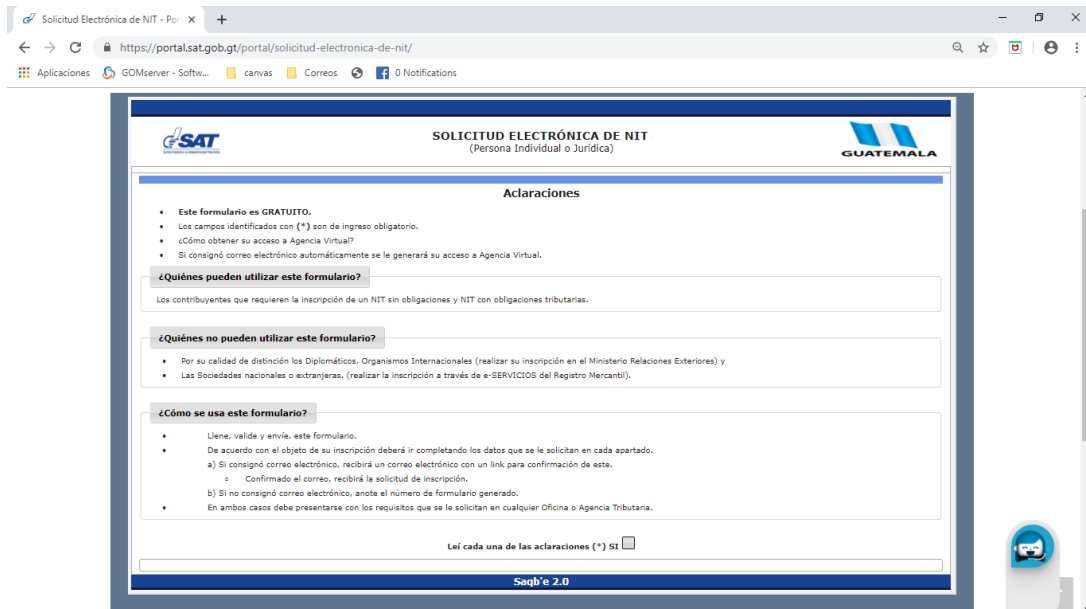
#### Trámite de NIT

- **Paso 1:**

Ingresar al Portal SAT - “Solicitud electrónica de NIT”, leer las aclaraciones y marcar la casilla “SI” para continuar. Enlace: <https://portal.sat.gob.gt/portal/solicitud-electronica-de-nit/>,

#### Imagen No. 14-1

#### Sitio web SAT – Ejemplo de solicitud electrónica de NIT



Fuente: Sitio web SAT, 2019.

- **Paso 2:**

El sistema mostrará 5 pestañas: “Tipo de persona y gestión”, “Actividad económica”, “Domicilio fiscal y teléfono”, “Correo electrónico (opcional)” y “Fin de solicitud”. Debe agregar la información solicitada en cada casilla, luego de haber completado la información el sistema le desplegará su constancia de NIT.

## Imagen No. 14-2

### Sitio web SAT – Información solicitada para emisión de NIT

Leí cada una de las aclaraciones (\*) SI

1 TIPO DE PERSONA Y GESTIÓN 2 ACTIVIDAD ECONÓMICA 3 DOMICILIO FISCAL Y TELÉFONO 4 CORREO ELECTRÓNICO (OPCIONAL) 5 FIN DE LA SOLICITUD

1) IDENTIFICACIÓN DEL TIPO DE PERSONA Y GESTIÓN

Tipo de persona (\*)  INDIVIDUAL  JURÍDICA

Tipo de NIT (\*)  SIN OBLIGACIONES  CON OBLIGACIONES

Persona Diplomática / Organismo Internacional (\*)  SI  NO

¿Quién realizará la inscripción? (\*)

Saqb'e 2.0

Misión  
Recaudar con transparencia y efectividad los recursos para el Estado, brindando servicios que faciliten el cumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras, con apego al marco legal vigente.

Visión  
Ser en el 2023 una Administración Tributaria renovada, efectiva y automatizada, a la vanguardia de las mejores prácticas de administración de tributos internos y los que gravan el comercio exterior.

Boletines BancaSAT Webmail

Fuente: Sitio web SAT, 2019.

## 12.2 Inscripción ante el Registro Mercantil

### 12.2.1 Inscripción como Comerciante Individual

#### Inscribir empresa como Comerciante Individual

- **Paso 1:**

Ingresar a la página del Registro Mercantil para descargar el formulario “Solicitud de inscripción de comerciantes individuales y empresas mercantiles ante la Superintendencia de Administración Tributaria y Registro Mercantil” y llene el formulario de solicitud.

- Enlace: <https://www.registromercantil.gob.gt/formularios/empresas.pdf>

- **Paso 2:**

Pagar el arancel de inscripción de Q.200.00 en agencias de Banrural o bien puede realizar el pago en línea.

- **Paso 3:**

Solicitar inscripción de Comerciante Individual y Empresa en ventanilla de recepción y entrega de documentos en Registro Mercantil General de la República (7a. avenida 7-61, zona 4, Ciudad de Guatemala, Teléfono: +502 2317 3434).

- **Paso 4:**

Descargar e imprimir patente de empresa en ventanilla de recepción y entrega de documentos en Registro Mercantil General de la República.

- **Paso 6:**

Solicitar autorización de libros en la ventanilla de autorización de libros y pague la autorización de libros en la misma ventanilla. Debe pagar Q.0.20 centavos por cada hoja autorizada. Este pago debe realizarlo en agencias de Banrural.

- **Paso 7:**

Retirar autorización de libros contables en el Registro Mercantil General de la República.

- **Paso 8:**

Solicitar actualización de datos, habilitación de libros y acreditación de imprenta en agencia física de Superintendencia de Administración Tributaria -SAT- y pague la habilitación de libros a razón de Q.0.50 centavos por cada hoja habilitada en bancos del sistema. La SAT asigna el NIT de empresa.

- **Paso 9:**

Retirar solicitud de autorización de libros contables y obtenga calcomanía de habilitación de libros en agencia física de Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-.

- **Paso 10:**

Obtener facturas en imprentas registradas ante la SAT.

Para mayor información puede revisar las guías de Asisehace.gt

<https://asisehace.gt/menu/257?l=es>

## 12.2.2 Inscripción como Sociedad Anónima

### Inscripción de Sociedad Anónima

- **Paso 1:**

Ingresar a la página E-Consultas del Registro Mercantil y crear usuario para tener acceso y realizar búsqueda de denominación y nombre comercial, para confirmar que la no empresa no existe actualmente.

Enlace: <http://econsultas.registromercantil.gob.gt>

- **Paso 2:**

Solicitar documentos ante Notario Público; primer testimonio de la Escritura Pública de constitución y Acta Notarial de nombramiento de Representante Legal.

- **Paso 3:**

Pagar costos arancelarios por inscripción. Este pago puede hacerse en línea o en agencias de Banrural.

- **Paso 4:**

Solicitar inscripción de sociedad en plataforma del Registro Mercantil.

Enlace: <https://minegocio.gt/>.

### *Imagen No. 14-3*

#### *Sitio web Registro Mercantil – Guía para registro de su sociedad*

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://minegocio.gt/>. The page header features the 'RM Registro MERCANTIL' logo and a user profile for 'NOTARIO ALEJANDRO JOSÉ CALDERÓN AVILA'. Below the header is a navigation bar with buttons for 'Notario', 'Solicitud', 'Documentos', 'Pague', and 'Envie'. The main content area is titled 'GUÍA PARA REGISTRO DE SU SOCIEDAD' and includes a sub-header 'Preguntas previas' and a 'Datos generales' section. The 'Tipo de sociedad' dropdown menu is set to 'Sociedad Anónima'.

Fuente: Sitio web Registro Mercantil, 2019.

- **Paso 5:**

Obtener y descargar Inscripción de Sociedad, Nombramiento de Representante Legal, Patentes y Calcomanía de Libros.

Para mayor información puede revisar las guías de Asisehace.gt

<https://asisehace.gt/menu/257?l=es>

### 12.3 Organismos normalizadores pertenecientes a la ISO

País	Organismo Normalizador	Página Web del Organismo
<b>Alemania</b>	<i>Deutsches Institut für Normung - DIN</i>	<a href="http://www.din.de">www.din.de</a>
<b>Argentina</b>	Instituto argentino de Normalización - IRAM	<a href="http://www.iram.com.ar">www.iram.com.ar</a>
<b>Australia</b>	<i>Standard Australian Association (SAT)</i>	<a href="http://www.standards.org.au">www.standards.org.au</a>
<b>Austria</b>	<i>Österreichisches Normungsinstitut (OENORM)</i>	<a href="http://www.on-norm.at">www.on-norm.at</a>
<b>Bolivia</b>	Instituto Boliviano de Normalización y Calidad - IBNORCA	<a href="http://www.ibnorca.org">www.ibnorca.org</a>
<b>Chile</b>	Instituto Nacional de Normalización - INN	<a href="http://www.inn.cl">www.inn.cl</a>
<b>Colombia</b>	Instituto Colombiano de Normas Técnicas - ICONTEC	<a href="http://www.icontec.org.co">http://www.icontec.org.co</a>
<b>Costa Rica</b>	Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica - INTECO	<a href="http://www.inteco.or.cr">http://www.inteco.or.cr</a>
<b>Cuba</b>	Oficina Nacional de Normalización - NC	<a href="http://www.nc.cubaindustria.cu">http://www.nc.cubaindustria.cu</a>
<b>Ecuador</b>	Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN	<a href="http://www.ecua.net.ec/inen">http://www.ecua.net.ec/inen</a>
<b>El Salvador</b>	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología - CONACYT	<a href="http://www.conacyt.gob.sv">http://www.conacyt.gob.sv</a>
<b>España</b>	Asociación Española de Normalización y Certificación – AENOR	<a href="http://www.aenor.es">http://www.aenor.es</a>
<b>Estados Unidos</b>	<i>American National Standards Institute - ANSI</i>	<a href="http://www.ansi.org">http://www.ansi.org</a>
<b>Filipinas</b>	<i>Bureau of Product Standards – BPS</i>	<a href="http://www.bps.dti.gov.ph">http://www.bps.dti.gov.ph</a>
<b>Finlandia</b>	<i>Suomen Standardisoimisliitto RV</i>	<a href="http://www.sfs.fi">http://www.sfs.fi</a>

<b>Francia</b>	<i>Association Française de Normalisation - AFNOR</i>	<a href="http://www.afnor.org">http://www.afnor.org</a>
<b>Guatemala</b>	Comisión Guatemalteca de Normas - COGUANOR	<a href="http://www.mineco.gob.gt">http://www.mineco.gob.gt</a>
<b>Italia</b>	<i>Ente Nazionale Italiano Di Unificazione</i>	<a href="http://www.uni.com">http://www.uni.com</a>
<b>Japón</b>	<i>Japan Industry Standards</i>	<a href="https://www.jisc.go.jp/eng">https://www.jisc.go.jp/eng</a>
<b>México</b>	Dirección General de Normas – DGN	<a href="http://www.economia-normas.gob.mx/">http://www.economia-normas.gob.mx/</a>
<b>Nicaragua</b>	Dirección de Tecnología, Normalización y Metrología – DTNM	<a href="http://www.mific.gob.ni">http://www.mific.gob.ni</a>
<b>Panamá</b>	Comisión Panameña de Normas Industriales y Técnicas – COPANIT	<a href="http://www.mici.gob.pa">http://www.mici.gob.pa</a>
<b>Paraguay</b>	Instituto Nacional de Tecnología y Normalización - INTN	<a href="http://www.intn.gov.py">http://www.intn.gov.py</a>
<b>Perú</b>	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI	<a href="http://www.indecopi.gob.pe">http://www.indecopi.gob.pe</a>
<b>Reino Unido</b>	<i>British Standards Institute - BS</i>	<a href="http://www.bsi-global.com/index.xalter">http://www.bsi-global.com/index.xalter</a>
<b>República Dominicana</b>	Instituto Dominicano para la calidad –INDOCAL	<a href="http://www.indocal.gob.do">http://www.indocal.gob.do</a>
<b>Rusia</b>	Agencia Federal para la Regulación Técnica y la <i>Metrología</i> - GOST	<a href="http://www.gost.ru/wps/portal">http://www.gost.ru/wps/portal</a>
<b>Suiza</b>	<i>Swiss Association for Standardization - SNV</i>	<a href="http://www.snv.ch">http://www.snv.ch</a>
<b>Uruguay</b>	Instituto Uruguayo de Normas Técnicas – UNIT	<a href="http://www.unit.org.uy">http://www.unit.org.uy</a>
<b>Venezuela</b>	Fondo para la Normalización y Certificación de la Calidad - FONDONORMA	<a href="http://www.fondonorma.org.ve">http://www.fondonorma.org.ve</a>

Fuente: Elaboración propia.

## 12.4 Comisiones de AGEXPORT para el sector de servicios de exportación

	COMISIÓN	DESCRIPCIÓN
	<b>Turismo Sostenible</b>	Está integrada por empresas privadas, prestadoras de servicios turísticos como tour operadores, líneas aéreas, hoteles, restaurantes, destinos turísticos y empresas consultoras de turismo, entre otros.
	<b>Turismo de Salud y Bienestar</b>	A esta comisión lo integran instituciones, empresas y profesionales en distintas especialidades que prestan servicios de salud y bienestar a visitantes y pacientes locales e internacionales que buscan cubrir necesidades de esta índole.
	<b>Laboratorios</b>	En esta se encuentra una amplia variedad de empresas que prestan servicios desde medición de impactos ambientales, calidad de agua, control de calidad de materias primas, procesos o productos terminados o servicios médicos.
	<b>Servicios Integrales para la Exportación</b>	Está integrada por más de 100 empresas proveedoras de servicios logísticos y de asesorías profesionales en diversas áreas de práctica. Algunas de las empresas que forman parte de <i>SIEX</i> han sido habilitadas como Operadores Económicos Autorizados (OEA-GT).
	<b>Industrias Creativas</b>	Esta se crea con el objetivo de consolidar a las empresas de industrias creativas guatemaltecas, coordinando iniciativas entre el sector privado, público y académico para potencializar así el talento creativo a escala internacional y con ello desarrollar el clúster de la Industria Creativa del país.
	<b>Software de Exportación y Contenidos Digitales</b>	La Comisión de Software de Exportación y Contenidos Digitales es la gremial que promueve y exporta productos y servicios de la tecnología de la información.

Fuente: Elaboración propia (AGEXPORT, 2019).



## 12.5 Acuerdos de Asociación y Tratados de Libre Comercio

### ***12.5.1 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y la República de China (Taiwán)***

<b>VIGENCIA DEL ACUERDO</b>
El 1 de julio del 2015 se cumplen diez años de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio firmado entre las Repúblicas de Guatemala y la República de Taiwán. Dicho tratado fue aprobado por el Congreso de la República con Decreto No. 5-2006, el 02 de marzo del 2006 y entró en vigor el 01 de julio del mismo año.
<b>COMO SOCIO COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Taiwán para Guatemala, ocupó durante el año 2015, como socio comercial de las exportaciones la posición número 31 y de las importaciones el número 18.</li><li>• Mientras que Guatemala para Taiwán, ocupó el número 58 para las exportaciones y el número 71 para las importaciones.</li></ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL</b>
Después del Tratado de Libre Comercio, la balanza comercial de Guatemala con Taiwán presenta un crecimiento promedio anual significativo en las exportaciones del año 2006 a 2015 en 14.2% como resultado del aumento de US\$13.6 millones a US\$44.8 millones; las importaciones en 0.3% con un leve aumento de US\$141.6 millones a US\$146.0 millones; el intercambio comercial 2.3% aumentando de US\$155.2 millones a US\$190.8 millones y el saldo (déficit) ha disminuido en 2.6% como resultado de US\$128 millones en el 2006 a US\$101.3 millones en 2015.
<b>TAMAÑO DE MERCADO</b>
Para Guatemala, Taiwán representa un mercado potencial de 23,415,126 de consumidores aproximadamente, con ingreso per cápita de US\$49,096.
<b>QUE EXPORTAMOS</b>
Luego de la entrada en vigencia del tratado de libre comercio a partir del año 2006 al año 2015, entre los principales productos exportados sobresalen los siguientes: El azúcar con 67% de participación, café 19% de participación, el camarón y langosta 2%, frutas frescas, secas o congeladas 1%, cobre y sus manufacturas 1% de y el resto de productos representa el 1% de participación.
<b>QUE IMPORTAMOS</b>
El principal producto que Guatemala importa de Taiwán lo constituyen: Materiales plásticos y sus manufacturas 17% de participación, productos diversos de la industria química 15% de participación, derivados de petróleo 15%, Vehículos y material de transporte 14%, máquinas y aparatos mecánicos para usos electrotécnicos: 8% y materiales textiles 4% de participación.

Fuente: MINECO, Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, División Análisis Económico, mayo, 2016.

### **12.5.2 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Chile**

<b>VIGENCIA DEL ACUERDO</b>
El 23 de marzo del 2010, entró en vigencia del Tratado de Libre Comercio firmado entre las Repúblicas de Guatemala y República de Chile. Dicho tratado fue aprobado por el Congreso de la República con Decreto No. 37-2009, el 16 de noviembre de 2009 y entró en vigor el 23 de marzo del siguiente año.
<b>COMO SOCIO COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Durante el año 2018, Chile para Guatemala ocupó la posición número 14 para las exportaciones y 20 para las importaciones, como socio comercial tanto en las exportaciones como importaciones respectivamente.</li><li>• Mientras que Guatemala para Chile ocupó las posiciones número 38 y 42, como socio comercial en las exportaciones e importaciones respectivamente.</li></ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL</b>
La balanza comercial de Guatemala con Chile en el período 2009 al 2018 ha sido deficitaria para Guatemala, debido a que Chile ha sido un importante proveedor de diversos productos manufacturados de consumo para Guatemala.  Desde la entrada en vigencia del Tratado en el año 2010 al 2018, las exportaciones mostraron una tendencia positiva (3.4% promedio anual), pasando de US\$91.6 millones a US\$119.7 millones en 2018. Respecto a las importaciones bajo el Tratado, éstas muestran una tasa de variación de 4.2% promedio anual, como resultado del incremento en las importaciones que en 2010 ascendían a US\$93.9 millones y en 2018 US\$131.0 millones.
<b>TAMAÑO DE MERCADO</b>
Para Guatemala, Chile representa un mercado potencial de 18.1 millones de consumidores aproximadamente, con ingreso per cápita de US\$15,346.4.
<b>QUE EXPORTAMOS</b>
Para el año 2018, los principales productos que Guatemala exportó hacia Chile, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos exportados, son los siguientes: <b>Artículos de vestuario</b> 13.2% de participación, <b>Banano</b> 7.4%, <b>Café</b> 6.2%, <b>Azúcar</b> 5.7%, <b>Grasas y aceites comestibles</b> 5.1% y <b>Cardamomo</b> 3.9%.
<b>QUE IMPORTAMOS</b>
Para el año 2018, los principales productos que Guatemala importó desde Chile, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos importados son los siguientes: <b>Vehículos y material de transporte</b> 8.2% de participación, <b>Máquinas y aparatos mecánicos</b> 7.0%, <b>Materiales plásticos y sus manufacturas</b> 5.9%, <b>Gasolina</b> 5.8% y <b>Diésel</b> 5.2%.

Fuente: MINECO, Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, División Análisis Económico, marzo, 2019.

### **12.5.3 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana**

<b>VIGENCIA DEL ACUERDO</b>
El 1 de julio del 2018 se cumplen doce años de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos de América -CAFTA DR-. El Tratado, fue aprobado por el Congreso de la República por medio del Decreto No 31-2005, el 10 de marzo del 2005 y reformado por el Decreto No 11-2006 y entró en vigor el 01 de julio del 2006.
<b>COMO SOCIO COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estados Unidos para Guatemala, ocupó durante el año 2017, como socio comercial de las exportaciones e importaciones el número 1.</li><li>• Mientras que Guatemala para Estados Unidos, ocupó el número 35 para las exportaciones y el número 52 para las importaciones.</li></ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL</b>
El saldo comercial es deficitario y la brecha se ha ido incrementando del período 2006 a 2017, mostrando una variación anual promedio de 8.8%, como resultado que el monto importado es mayor al monto exportado, presentando un déficit de US\$3,592 millones.
<b>TAMAÑO DE MERCADO</b>
Para Guatemala, Taiwán representa un mercado potencial de 326,625,791 de consumidores aproximadamente, con ingreso per cápita de US\$5,501
<b>QUE EXPORTAMOS</b>
Los principales productos que Guatemala exportó hacia Estados Unidos, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos exportados en el año 2017, son los siguientes: Artículos de vestuario 33% de participación, Banano por 19%, Café 8%, Frutas frescas, secas o congeladas 7%, Legumbres y hortalizas 3% y Petróleo 3%.
<b>QUE IMPORTAMOS</b>
Los principales productos que Guatemala importó de Estados Unidos, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro de total de productos importados en el año 2017, son los siguientes: Vehículos y material de 10% de participación, Máquinas y aparatos mecánicos para usos electrotécnicos 7%, Aparatos transmisores y receptores 6%, Materiales plásticos y sus manufacturas 5% y Papel y cartón por 4%.

Fuente: MINECO, Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, División Análisis Económico, junio, 2018.

#### **12.5.4 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Colombia**

<b>VIGENCIA DEL ACUERDO</b>
El 12 de noviembre del 2018, se cumplen nueve años de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio firmado entre las Repúblicas de Guatemala y la República de Colombia. Dicho tratado fue aprobado por el Congreso de la República con Decreto No. 10-2009, el 10 de marzo del 2009 y entró en vigor el 12 de noviembre del mismo año.
<b>COMO SOCIO COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Durante el año 2017, Colombia para Guatemala ocupó las posiciones número 26 y 7, como socio comercial en las exportaciones e importaciones respectivamente.</li><li>• Mientras que Guatemala para Colombia ocupó las posiciones número 28 y 46, como socio comercial en las exportaciones e importaciones respectivamente.</li></ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL</b>
La balanza comercial de Guatemala con Colombia en el período 2009 al 2017 ha sido deficitaria para Guatemala, debido a que Colombia ha sido un importante proveedor de diversos productos manufacturados de consumo para Guatemala.  Desde antes de la entrada en vigencia del Tratado en el año 2009 al 2017, las exportaciones mostraron una tendencia positiva (8.6% promedio anual), pasando de US\$32.2 millones a US\$62.2 millones en 2017. Al mes de agosto 2018 las exportaciones ascienden a US\$24.3 millones.
<b>TAMAÑO DE MERCADO</b>
Para Guatemala, Colombia representa un mercado potencial de 49.0 millones de consumidores aproximadamente, con ingreso per cápita de US\$6,301.6.
<b>QUE EXPORTAMOS</b>
Guatemala exportó hacia Colombia, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos exportados, son los siguientes: Productos diversos de la industria química 36% de participación, Caucho natural (hule) 21% de participación, Insecticidas, fungicidas y desinfectantes 13% de participación y Azúcar 9% de participación
<b>QUE IMPORTAMOS</b>
Para el año 2017, los principales productos que Guatemala importó desde Colombia, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos importados en el año 2017, son los siguientes: Productos minerales diversos 32% de participación, Materiales plásticos y sus manufacturas 11%, Productos farmacéuticos 6%, Insecticidas, fungicidas y desinfectantes 6%, y Productos de perfumería, tocador y cosméticos 5%.

Fuente: MINECO, Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, División Análisis Económico, noviembre, 2018.

### **12.5.5 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y la Unión Europea**

<b>VIGENCIA DEL ACUERDO</b>
El 01 de diciembre de 2018, se cumplieron 5 años de la entrada en vigencia del Acuerdo de Asociación -Ada- firmado entre la Unión Europea y la República de Guatemala. Dicho Acuerdo fue suscrito el 29 de junio de 2012 en la Ciudad de Tegucigalpa, Honduras, ratificado el 27 de junio de 2013, publicado el 02 de diciembre de 2013, aprobado por el Congreso de la República con Decreto No. 2-2013, entrando en vigencia el 01 de diciembre de 2013. El Acuerdo de Asociación -ADA- es un instrumento comercial que está enfocado a la ampliación y mejoramiento del comercio de Centroamérica entre los países que integran la Unión Europea (28 países incluido Croacia) y la República de Guatemala.
<b>COMO SOCIO COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Durante el año 2018, Unión Europea como bloque para Guatemala ocupó la posición número 3 como socio comercial de las exportaciones y posición número 5 para las importaciones respectivamente.</li><li>• Mientras que Guatemala para Unión Europea ocupó las posiciones número 116 como socio comercial de las exportaciones y número 104 para las importaciones respectivamente.</li></ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL</b>
La balanza comercial de Guatemala con Unión Europea en el período 2009 al 2018 ha sido deficitaria para Guatemala, debido a que Unión Europea ha sido un importante proveedor de diversos productos que compra Guatemala.
<b>TAMAÑO DE MERCADO</b>
Para Guatemala, Unión Europea representa un mercado potencial de 511.4 millones de consumidores aproximadamente, con ingreso per cápita de US\$33,723.3.
<b>QUE EXPORTAMOS</b>
Para el año 2018, los principales productos que Guatemala exportó hacia Unión Europea, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos exportados, son los siguientes: <b>Grasas y aceites comestibles</b> por US\$277.1 28%, <b>Café</b> 16%, <b>Hierro y acero</b> 10%, <b>Banano</b> 6%, <b>Bebidas líquidos alcohólicos y vinagres</b> 6% y <b>Preparados de carne, pescado, crustáceos y moluscos</b> 3%.
<b>QUE IMPORTAMOS</b>
Para el año 2018, los principales productos que Guatemala importó desde Unión Europea, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos importados en el año 2018, son los siguientes: <b>Máquinas y aparatos mecánicos para usos electrotécnicos</b> 16%, <b>Productos diversos de la industria química</b> 9%, <b>Productos farmacéuticos</b> 8%, <b>Abonos y fertilizantes</b> 7% y <b>Vehículos y material de transporte</b> 6%.

Fuente: MINECO, Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, División Análisis Económico, abril, 2019.

### **12.5.6 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y México**

<b>VIGENCIA DEL ACUERDO</b>
Vigente desde el 01 de septiembre de 2013.
<b>COMO SOCIO COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Durante el año 2017, México para Guatemala ocupó las posiciones número 05 y 03, como socio comercial en las exportaciones e importaciones respectivamente.</li><li>• Mientras que Guatemala para México ocupó las posiciones número 16 y 38, como socio comercial en las exportaciones e importaciones respectivamente.</li></ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL</b>
La balanza comercial de Guatemala con México del período 2001 al 2017 ha sido deficitaria para Guatemala, debido a que México ha sido un importante proveedor de diversos productos manufacturados de consumo para Guatemala. Desde la entrada en vigencia del Tratado Triángulo Norte (Honduras, El Salvador, Guatemala y México) en el año 2001 al 2012, las exportaciones mostraron una tendencia positiva (19% promedio anual), pasando de US\$79.1 millones en 2001 a US\$550.1 millones en 2012. A partir del 2013 que entró en vigencia el Tratado de Convergencia (Honduras, El Salvador, Guatemala, Costa Rica y Nicaragua), las exportaciones mostraron una tendencia positiva (2% promedio anual), pasando de US\$469.6 millones en 2013 a US\$510.6 millones en 2017. Al mes de mayo 2018 las exportaciones ascienden a US\$209.0 millones.
<b>TAMAÑO DE MERCADO</b>
Para Guatemala, México representa un mercado potencial de 129.2 millones de consumidores aproximadamente, con ingreso per cápita de US\$8,902.8.
<b>QUE EXPORTAMOS</b>
Los principales productos que Guatemala exportó hacia México, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos exportados en el año 2017, son los siguientes: <b>Grasas y aceites comestibles</b> 32% de participación, <b>Caucho natural</b> (hule) 13%, <b>Manufacturas de papel y cartón</b> 5%, <b>Artículos de vestuario</b> 5%, <b>Bebidas líquidos alcohólicos y vinagres</b> 4%, <b>Camarón y langosta</b> 4% de participación y <b>Materiales textiles</b> (tejidos o telas) 4%.
<b>QUE IMPORTAMOS</b>
Los principales productos que Guatemala importó desde México, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos importados en el año 2017, son los siguientes: <b>Materiales plásticos y sus manufacturas</b> 7% de participación, <b>Máquinas y aparatos mecánicos para usos electrotécnicos</b> 7% de participación, <b>Productos diversos de la industria química</b> 7% y <b>Productos de perfumería, tocador y cosméticos</b> 6%.

Fuente: MINECO, Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, División Análisis Económico, septiembre, 2018.

### **12.5.7 Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y la República Dominicana**

<b>VIGENCIA DEL ACUERDO</b>
El Tratado entró en vigencia para Guatemala el 15 de octubre de 2001; posteriormente entró en vigencia para los demás países centroamericanos, para El Salvador el 4 de octubre del 2001, para Honduras el 19 de diciembre de 2001, para Costa Rica el 7 de marzo 2002 y finalmente para Nicaragua el 3 de septiembre de 2002.
<b>COMO SOCIO COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Durante el año 2017, República Dominicana para Guatemala ocupó las posiciones número 12 y 43, como socio comercial en las exportaciones e importaciones respectivamente.</li><li>• Mientras que Guatemala para República Dominicana ocupó las posiciones número 29 y 17, como socio comercial en las exportaciones e importaciones respectivamente.</li></ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL</b>
La balanza comercial de Guatemala con República Dominicana en el período 2001 al 2017 ha sido superavitaria para Guatemala, debido a que República Dominicana ha sido un importante comprador de diversos productos manufacturados de consumo para Guatemala. Desde la entrada en vigencia del Tratado en el año 2001 al 2017, las exportaciones mostraron una tendencia positiva (13.2% promedio anual), pasando de US\$19.9 millones a US\$143.7 millones en 2017. Al mes de julio 2018 las exportaciones ascienden a US\$99.6 millones.
<b>TAMAÑO DE MERCADO</b>
Para Guatemala, República Dominicana representa un mercado potencial de 10.8 millones de consumidores aproximadamente, con ingreso per cápita de US\$7,052.3
<b>QUE EXPORTAMOS</b>
Para el año 2017, los principales productos que Guatemala exportó hacia República Dominicana, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos exportados, son los siguientes: Detergentes y jabones 13% de participación, Preparados a base de cereales 9% de participación, Productos farmacéuticos 8%, Insecticidas, fungicidas y desinfectantes 8%, Azúcares y artículos de confitería por 7% Azúcar 6%, Productos de perfumería, tocador y cosméticos 5%, Vidrio y sus manufacturas por US\$7.4 millones y 5% de participación.
<b>QUE IMPORTAMOS</b>
Para el año 2017, los principales productos que Guatemala importó desde República Dominicana, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos importados en el año 2017, son los siguientes: Preparados a base cereales 34% de participación, Materiales plásticos y sus manufacturas 30%, Productos farmacéuticos 7%, Productos diversos de la industria química 6%, Manufacturas de papel y cartón 6%, Máquinas y aparatos mecánicos 3%.

Fuente: MINECO, Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, División Análisis Económico, octubre, 2018.

### **12.5.8 Tratado de Libre Comercio Entre Guatemala Y Panamá**

<b>VIGENCIA DEL ACUERDO</b>
Vigente desde el 20 de junio de 2009. La integración de Panamá a la Región Centroamericana se realiza para darle un plus a la región. El bloque integrado por los seis países <sup>1</sup> es considerado un mercado potencial para expandirse comercialmente a otras regiones y consolidarse. Sin embargo, a pesar de haberse firmado el protocolo de adhesión en junio de 2012, tanto el Tratado de Libre Comercio suscrito entre Guatemala y Panamá, así como la adhesión al Sistema de Integración Económica Centroamericana siguen funcionando paralelamente en la actualidad. La razón se debe a que el Tratado aún no ha sido denunciado y aún se encuentran temas pendientes de asumir para normarse.
<b>COMO SOCIO COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Panamá para Guatemala, ocupó durante el año 2017, como socio comercial de las exportaciones el número 8 y respecto a las importaciones el número 6.</li><li>• Mientras que Guatemala para Panamá, ocupó el número 3 para las exportaciones y el número 15 para las importaciones.</li></ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE LA BALANZA COMERCIAL</b>
La balanza comercial de Guatemala con Panamá del período 2009 al 2017 ha sido deficitaria para Guatemala, debido a que Panamá ha sido un importante proveedor de diversos productos manufacturados de consumo para Guatemala. Desde la entrada en vigencia del Tratado en el año 2009 hasta el año 2017, las exportaciones mostraron una tendencia positiva (6% promedio anual), pasando de US\$183.9 millones en 2009 a US\$288.8 millones en 2017. Al mes de abril 2018 las exportaciones ascienden a US\$76.3 millones.
<b>TAMAÑO DE MERCADO</b>
Panamá para Guatemala representa un mercado potencial de 4,034,119 consumidores aproximadamente, con ingreso per cápita de US\$13,680.2.
<b>QUE EXPORTAMOS</b>
Los principales productos que Guatemala exportó hacia Panamá, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos exportados en el año 2017, son los siguientes: <b>Máquinas y aparatos mecánicos para usos electrotécnicos</b> 23% de participación, <b>Productos farmacéuticos</b> 14%, <b>Preparados a base de cereales</b> 7%, <b>Bebidas líquidos alcohólicos y vinagres</b> 5% y <b>Detergentes y jabones</b> 4%.
<b>QUE IMPORTAMOS</b>
Los principales productos que Guatemala importó desde Panamá, con su monto en dólares y su respectiva participación dentro del total de productos importados en el año 2017, son los siguientes: <b>Productos farmacéuticos</b> 42% de participación, <b>Máquinas y aparatos mecánicos</b> 8%, <b>Calzado</b> 6%, <b>Artículos de vestuario</b> 5, <b>Otros derivados de petróleo</b> 4%, <b>Vehículos y material de transporte</b> 4% y <b>Pescado y moluscos</b> 3%.

Fuente: MINECO, Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, División Análisis Económico, junio, 2018.



## 12.6 Clasificación internacional de las medidas no arancelarias

Medidas Técnicas	Medidas Sanitarias o Fitosanitarias (MSF)	Son regulaciones que se aplican con el objetivo de proteger la vida de los consumidores humanos de riesgos ocasionados por contaminantes, toxinas u organismos patógenos en los productos alimenticios. También tienen como objetivo proteger la vida de los animales y vegetales de plagas y enfermedades.
	Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC)	Son las medidas regulatorias establecidas mediante reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad con los reglamentos técnicos y las normas, estos no incluyen las medidas sanitarias o fitosanitarias.
	Inspección previa a la expedición y otras formalidades	Son las inspecciones realizadas por el país exportador previas al despacho de la mercancía, se enfocan en aspectos de control obligatorio como: calidad, cantidad y precio de bienes. Estas son realizadas por un organismo independiente de la inspección por encargo de las autoridades del país importador.
Medidas no Técnicas	Medidas especiales de protección al comercio	Estas medidas se utilizan para contrarrestar efectos negativos de las importaciones en el mercado del país importador, como las prácticas desleales de comercio. Dentro de estas se encuentran las medidas <i>antidumping</i> , compensatorias y salvaguarda
	Licencias no automáticas, contingentes prohibiciones y medidas de control de la cantidad <sup>11</sup>	Medidas de control para limitar la cantidad de bienes que se pueden importar, sin importar si estos proceden de distintas fuentes o de una sola fuente.
	Medidas de control de precios incluidos cargas e impuestos adicionales.	Son las medidas aplicadas para controlar los precios en las importaciones, para sostener el precio interno de algún producto, cuando el precio de importación es inferior al precio del producto nacional.

<sup>11</sup> No incluidos MSF y OTC

	Medidas Financieras	Estas medidas se utilizan para regular el acceso a divisas para operaciones de importación, sus costos condiciones de pago.
	Medidas que afectan a la competencia	Estas medidas se enfocan en brindar preferencias o privilegios exclusivos a un operador económico o un grupo de ellos.
	Medidas en materia de inversiones relacionadas con el comercio	Estas medidas suponen una obligación de comprar o utilizar un mínimo de materia prima para la fabricación de un producto. Por ejemplo, en la fabricación de un producto se solicita que este sea fabricado con un 50% de componentes nacionales.
	Restricciones a la distribución	Esta medida restringe la distribución de bienes en el interior del país importador o limitarlo mediante requisitos adicionales como licencias o certificaciones.
	Restricciones relacionadas con los servicios de postventa	Establecen medidas que los fabricantes de bienes exportados le deben de prestar servicios de posventa al país importador
	Subvenciones	Son las contribuciones financieras que ofrece un gobierno u organismo público a una entidad privada, a través de donaciones, prestamos, aportaciones de capital, entre otras.
	Restricciones a la contratación pública	Medidas de control de la compra de bienes por parte de organismos oficiales, generalmente para dar preferencia a proveedores nacionales
	Propiedad Intelectual	Medidas relacionadas con los derechos de propiedad intelectual en el comercio.
	Normas de Origen	Son las leyes, reglamentos y decisiones administrativas aplicadas por las autoridades del país importador, para determinar el país de origen de los bienes.
<b>Exportaciones</b>	Medidas relacionadas con las exportaciones	Son las medidas aplicadas por el país exportador a los bienes exportados.

Fuente: Elaboración propia con datos de: (UNCTAD, 2015).

## 12.7 Directorio de Entidades Públicas y Privadas

<b>Directorio de Entidades Públicas y Privadas</b>	
<b>Ministerio de Economía</b>	
Ministerio de Economía	8a. Avenida 10-43 Zona 1 Ciudad de Guatemala Teléfono: (502) 2412-0200, <a href="http://www.mineco.gob.gt">www.mineco.gob.gt</a> Correo: comunicacionsocial@mineco.gob.gt
Dirección de Administración del Comercio Exterior DACE	8a. Avenida 10-43 4to. Nivel, Zona 1 Ciudad de Guatemala Teléfono: (502) 2412-0200, <a href="http://www.mineco.gob.gt">www.mineco.gob.gt</a> Correo: comunicacionsocial@mineco.gob.gt
Promoción Comercial	8a. Avenida 10-43 4to. Nivel, Zona 1 Ciudad de Guatemala Teléfono: (502) 2412-0200, <a href="http://www.mineco.gob.gt">www.mineco.gob.gt</a> Correo: comunicacionsocial@mineco.gob.gt
Dirección de Política de Comercio Exterior	8a. Avenida 10-43 4to. Nivel, Zona 1 Ciudad de Guatemala Teléfono: (502) 2412-0200, <a href="http://www.mineco.gob.gt">www.mineco.gob.gt</a> Correo: comunicacionsocial@mineco.gob.gt
Dirección de Servicio al Comercio y la Inversión	8a. Avenida 10-43 Zona 1 Ciudad de Guatemala Teléfono: (502) 2412-0200, <a href="http://www.mineco.gob.gt">www.mineco.gob.gt</a> Correo: comunicacionsocial@mineco.gob.gt
Registro de Propiedad Intelectual – RPI-	7a. Av. 7-61 Zona 4. 01004 Guatemala, C.A. Teléfono: (502) 2317 3434 <a href="https://rpi.gob.gt/">https://rpi.gob.gt/</a> Correo: info@rpi.gob.gt
Registro Mercantil	7a. Ave. 7-61, zona 4, Guatemala Teléfono: (502) 2317-3434 <a href="http://www.registromercantil.gob.gt">www.registromercantil.gob.gt</a>
<b>Programa Nacional de Competitividad - PRONACOM</b>	
Programa Nacional de Competitividad - PRONACOM	13 calle 3-40 zona 10. Edificio Atlantis, tercer nivel, oficina 302 Teléfono: (502) 2421-2464 <a href="http://www.pronacom.org">www.pronacom.org</a> Correo: comunicacion@pronacom.org

<b>Superintendencia de Administración Tributaria – SAT-</b>	
Superintendencia de Administración Tributaria – SAT-	7a. Av. 3-73, Zona 9, Edificio Torre SAT Guatemala, Guatemala Teléfono: (502) 2329 7070 <a href="https://portal.sat.gob.gt/portal/">https://portal.sat.gob.gt/portal/</a> Correo: info@sat.gob.gt
<b>Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación – MAGA</b>	
Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación – MAGA	7a. Avenida 12-90 zona 13, edificio Monja Blanca Teléfono: (502) 2413 7000 <a href="http://www.maga.gob.gt">www.maga.gob.gt</a> Correo: info@maga.gob.gt
Viceministerio de Seguridad Agropecuaria y Regulaciones	7a. Avenida 12-90 zona 13, edificio Monja Blanca Teléfono: (502) 2413 7000 <a href="https://visar.maga.gob.gt/">https://visar.maga.gob.gt/</a>
Viceministerio de Seguridad Alimentaria y Nutricional	7a. Avenida 12-90 zona 13, edificio Monja Blanca Teléfono: (502) 2413 7000 <a href="https://www.maga.gob.gt/sitios/visan/">https://www.maga.gob.gt/sitios/visan/</a>
Viceministerio de Desarrollo Económico Rural	7a. Avenida 12-90 zona 13, edificio Monja Blanca Teléfono: (502) 2413 7000 <a href="https://www.maga.gob.gt/infovider/">https://www.maga.gob.gt/infovider/</a>
Viceministerio Encargado de Asuntos de Petén	7a. Avenida 12-90 zona 13, edificio Monja Blanca Teléfono: (502) 2413 7000 <a href="https://www.maga.gob.gt/infopeten/">https://www.maga.gob.gt/infopeten/</a>
<b>Ministerio de Relaciones Exteriores – MINEX-</b>	
Ministerio de Relaciones Exteriores – MINEX-	2 av. 4-17 zona 10, ciudad de Guatemala Teléfono: (502) 2410 0000 <a href="http://www.minex.gob.gt">www.minex.gob.gt</a> Correo: info@minex.gob.gt
<b>Ministerio de Energía y Minas – MEM</b>	
Ministerio de Energía y Minas – MEM	Diagonal 17, 29-78 zona 11, Las Charcas Teléfono: (502) 2419 6464 <a href="http://www.mem.gob.gt">www.mem.gob.gt</a> Correo: info@mem.gob.gt
<b>Cámara de Comercio de Guatemala</b>	
Cámara de Comercio de Guatemala	10 calle 3-80, Zona 1. 01001, Guatemala, C. A Teléfono: (502) 2417-2700 <a href="http://ccg.com.gt">http://ccg.com.gt</a> Correo: info@ccg.com.gt

<b>Cámara de Industria de Guatemala</b>	
Cámara de Industria de Guatemala	Ruta 6, 9-21, zona 4, Nivel 12 Teléfono: (502) 2380 9000 <a href="https://cig.industriaguatemala.com/">https://cig.industriaguatemala.com/</a> Correo: info@industriaguatemala.com
<b>Asociación Guatemalteca de Exportadores – AGEXPORT</b>	
Asociación Guatemalteca de Exportadores – AGEXPORT	15 avenida 14-72 zona 13, Ciudad de Guatemala, Guatemala Teléfono: (502) 2422 3400 <a href="http://www.export.com.gt">www.export.com.gt</a> Correo: info@export.com.gt
<b>Asociación Nacional del Café – ANACAFE</b>	
Asociación Nacional del Café – ANACAFE	Calle del Café, 5a calle 0-50 zona 14, Guatemala, Centro América Teléfono: (502) 2421 3700 <a href="http://www.anacafe.org">www.anacafe.org</a> info@anacafe.org
Asociación de Exportadores de Café - ADEC	Europlaza, Torre II, Nivel 16 oficina 16-01 5 avenida 5-55 zona 14 Guatemala, Guatemala, 01014 Teléfono: (502) 2366 3039, (502) 2366-3040 <a href="http://adecgt.com/">http://adecgt.com/</a> Corro: info@adecgt.com
<b>Asociación de la Industria de Vestuario y Textiles de Guatemala - VESTEX</b>	
Asociación de la Industria de Vestuario y Textiles de Guatemala - VESTEX	15 ave. 14-72 zona 13. Edificio AGEXPORT 2º Nivel, Guatemala Teléfono: (502) 2410 8323 <a href="http://vestex.com.gt">http://vestex.com.gt</a> Correo: vestex@apparel.com.gt
<b>Cámara de Turismo de Guatemala – CAMTUR</b>	
Cámara de Turismo de Guatemala – CAMTUR	7a Avenida 19-38, Zona 11. Colonia Mariscal Teléfono: (502) 2294 7444 <a href="http://www.camtur.org">www.camtur.org</a> Correo: info@camtur.org
<b>Asociación para el Desarrollo Económico y Social De Aeropuertos y Puertos COMBEX-IM</b>	
Asociación para el Desarrollo Económico y Social De Aeropuertos y Puertos COMBEX-IM	Express Aéreo Aeropuerto Internacional la Aurora, Zona 13, Guatemala, Guatemala, C.A. Teléfono: (502) 2387 4800, (502) 2387 4801 <a href="http://www.combexim.com.gt">www.combexim.com.gt</a> Correo: <a href="mailto:info@combexim.com.gt">info@combexim.com.gt</a>

<b>Comisión Portuaria Nacional de Guatemala</b>	
Comisión Portuaria Nacional de Guatemala	6ª Avenida 8-66, Guatemala Teléfono: (502) 2419 4800 <a href="https://cpn.gob.gt">https://cpn.gob.gt</a> info@cpn.gob.gt
<b>Instituto Guatemalteco de Turismo - INGUAT</b>	
Instituto Guatemalteco de Turismo - INGUAT	7a. avenida 1-17 zona 4, Centro Cívico Teléfono: (502) 22902800 <a href="http://www.inguat.gob.gt">www.inguat.gob.gt</a> Correo: info@inguat.gob.gt

Fuente: Elaboración propia.

### XIII. GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS

Es necesario que los empresarios que desean iniciarse en las exportaciones, conozcan los términos técnicos utilizados dentro de las actividades del comercio exterior. El siguiente glosario ayudara a conocer los términos más utilizados en el comercio exterior.

#### A

- **Abandono:** Es la renuncia expresa o tácita del derecho de propiedad sobre la mercancía que tiene dueño, consignatario o persona que tenga su libre disposición.
- **Acuerdo preferencial:** Pacto entre naciones en virtud del cual las partes firmantes se conceden mutuamente beneficios favorables en materia comercial y aduanera.
- **Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT):** Acuerdo establecido en Ginebra en 1947, que regula las relaciones comerciales entre los países miembros, siendo su finalidad principal la liberación del comercio internacional. Actualmente se denomina Organización Mundial del Comercio (OMC).
- **Aduanas:** Son los lugares autorizados para la entrada o salida del territorio nacional de mercancías y los medios en que se transportan o conducen.
- **AD valorem:** Gravamen expresado como porcentaje fijo del valor del bien importado. Se emplea en la mayoría de las tarifas de importación y se expresa en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía, este impuesto de importación se calcula con base en el valor de la factura, el cual debe determinarse conforme a las normas internacionales previstas en el artículo VII del Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio OMC, este artículo define que el valor de aduana es el valor de un bien objeto de transacción comercial, por lo que la base gravable para el cobro del impuesto de importación es el precio pagado o por pagar que se consignan en la factura, siempre y cuando se cumpla con lo establecido en el propio artículo.
- **Agente aduanal:** Es la persona física autorizada para realizar el despacho de las mercancías en los diferentes regímenes aduaneros.
- **Agente de carga:** Persona que presta servicios en materia de planeación, coordinación, control y dirección de las operaciones de transportación nacional o internacional.
- **Arancel:** Impuesto sobre los bienes importados, relacionado con la lista de gravámenes.

## B

- **Barreras o medidas no arancelarias:** Existe una gran diversidad de estas barreras al comercio exterior, aunque las más utilizadas son las sanitarias fitosanitarias, zoonosanitarias, etiquetado, calidad, ecológicas y seguridad.
- **Bien originario:** Es el bien que cumple con las reglas de origen establecidas en el capítulo correspondiente de un tratado de libre comercio.
- **Bill of Lading (Manifiesto de carga o conocimiento de embarque):** Equivale a la carta de porte en vía terrestre; por vía aérea es AWB. Es un recibo dado al embarcador por las mercancías entregadas. Demuestra la existencia de un contrato de transporte marítimo y otorga derechos sobre la mercancía.
- **Broker:** Es un mercado organizado, es el agente que sirve como intermediario entre el comprador y el vendedor de una mercancía o servicio.

## C

- **Carta de crédito:** Instrumento emitido por un banco a favor del exportador (beneficiario), mediante el cual dicho banco se compromete a pagar al beneficiario una suma de dinero previamente establecida, a cambio de que éste haga entrega de los documentos de embarque en un período de tiempo determinado.
- **Carta de porte:** Documento que entrega el transportista al remitente de la carga, que ampara la carga transportada por tierra.
- **Certificado de calidad:** Documento que expiden empresas certificadoras o las autoridades competentes, para dar fe de la esmerada sección, preparación y presentación de los productos nacionales del exportador.
- **Certificado de origen:** Formato oficial mediante el cual el exportador de un bien o una autoridad, certificada que este es originario de la región por haber cumplido con las reglas de origen establecidas.
- **Certificado sanitario:** Documento que certifica que un producto está elaborado bajo buenas prácticas de manufactura, establecidas por las autoridades oficiales de sanidad de los países importadores, que asegura que los productos no representan algún riesgo para la salud humana.
- **Clasificación arancelaria:** Es la clasificación de las mercancías objeto de la operación de comercio exterior que deben presentar los importadores, exportadores y agentes, previamente a la operación de comercio exterior que pretendan realizar.



- **Conocimiento de embarque:** Documento que justifica el contrato de transporte por mar de una mercancía y que permite al tenedor reclamar la entrega de la misma.
- **Consignación:** Entrega de mercancía del exportador (consignador) a un agente (consignatario) con el acuerdo de que el agente la venda por cuenta del exportador.
- **Contribuyente:** Persona física o moral sujeta a impuestos por la actividad que realiza, con la finalidad de contribuir al gasto público.

## D

- **Declaración de mercancías:** Acto efectuado en la forma prescrita por la autoridad aduanera, por el cual se indica el régimen aduanero que se aplicará.
- **Derechos de aduana:** Cargos aplicados a las importaciones e incluidos en los programas arancelarios nacionales. Pueden ser específicos, ad valorem o una combinación de ambas modalidades (derecho ad valorem con un mínimo específico, o el mayor de ambos
- **Dumping (discriminación de precios):** Práctica comercial consistente en vender un producto en el mercado extranjero a un precio menor que el que tiene en el mercado interior (vender el producto por abajo del costo producción).

## E

- **Embalaje:** Todo aquello que envuelve, contiene y protege los productos envasados y que facilita las operaciones de transporte y manejo de las mercancías.
- **Embarque:** Carga en un vehículo o nave.
- **Envase:** Recipiente adecuado para proteger y conservar el producto
- **Estiba:** Forma de colocar las cajas una sobre otra en un acomodo alineado; acomodación de las mercancías en las bodegas de un buque.
- **Etiqueta:** Es todo rótulo, inscripción, marca, imagen y otra materia descriptiva o gráfica, ya sea que esté inscrita, impresa, marcada, grabada en relieve, huecograbado o adherida a un envase, que identifica al producto y sus características.
- **Exportación:** Es la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva.
- **Exportación definitiva:** Salida de una mercancía de un territorio aduanero y que no regresará al mismo.

## F

- **Factura comercial:** Documento en el que se fija el importe de la mercancía vendida, se señalan las partes compradoras y vendedoras, e incluye la cantidad y descripción de los productos de acuerdo con lo convenido entre las partes.
- **Fracción arancelaria:** Descripción numérica o desglose de un código de clasificación de una mercancía que otorga el Sistema Armonizado.

## G

- **Gravamen:** Es un impuesto aduanero o cualquier otro recargo de efecto equivalente, sea de carácter fiscal, monetario o cambiario, que incide sobre las importaciones.
- **Guía aérea:** Documento que ampara un embarque que se transporta por vía aérea y se conoce más por su nombre en inglés: *Airway Bill*.

## I

- **Importación definitiva:** Se refiere a la entrada de mercancías de procedencia extranjera para consumo en un territorio aduanero.
- **Importación temporal:** La entrada a un territorio aduanero de mercancías para permanecer en el por tiempo limitado y con una finalidad específica, siempre que retornen al extranjero después de cumplir con su finalidad y dentro del plazo determinado en el momento de efectúa la importación.
- **Impuesto ad valorem:** Derechos arancelarios que se determinan mediante una tasa porcentual que se aplica sobre el valor de una mercancía.
- **Impuestos:** Son las contribuciones establecidas en las leyes, que deben pagar las personas físicas y jurídicas.
- **INCOTERMS:** Conjunto de términos y sus reglas aprobadas por la Cámara de Comercio Internacional de París, que establece las condiciones de compraventa internacional.
- **Insumos:** Materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales o mercancías de origen extranjero o nacional incorporadas a mercancías de exportación según la terminología usada en los programas de fomento a las exportaciones.
- **IVA:** Impuesto al valor agregado.

## M

- **Medidas de salvaguardia:** Protección de emergencia para salvaguardar a los productores nacionales de determinado producto de un aumento imprevisto de

las importaciones (Artículo XIX del GATT), proteger su posición financiera externa o su balanza de pagos (Artículos XII y XVIII Sección B del GATT), o dar protección a un sector económico incipiente en un país en desarrollo (Artículo XVIII Sección A o Sección C del GATT). Véase también cláusula de salvaguardia.

- **Medidas no arancelarias:** Toda medida gubernamental que pueda afectar el valor, el volumen o la dirección del comercio. Véase también Obstáculos no arancelarios.
- **Medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF):** Requisitos técnicos en que se especifican criterios para garantizar la seguridad de los alimentos y la salud animal y vegetal. Muchos estándares internacionales de MSF son establecidos por la Organización de las Naciones unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS).
- **Medidas de control del comercio:** Véase Medidas no arancelarias.
- **MSF:** Véase Medidas sanitarias y fitosanitarias.

## N

- **Nación más favorecida (NMF):** Expresión que designa al arancel 'normal', no discriminatorio, que se aplica a las importaciones de un determinado producto. En un contexto de diplomacia comercial, los exportadores buscan recibir el trato NMF, que es la promesa de que serán tratados de la misma forma que los exportadores más favorecidos. En Estados Unidos, se denomina Relaciones comerciales normales.
- **Nomenclatura:** Es un sistema para clasificar productos de acuerdo con criterios definidos, con determinados detalles y en cierto orden, asociando a cada grupo de productos una cifra que deben utilizar todas las partes que adopten la nomenclatura.
- **Nomenclatura derivada:** Nomenclatura alternativa usada para presentar información a través de un cuadro de concordancia entre la nomenclatura nativa y la derivada.
- **Nomenclatura nativa:** Nomenclatura inicialmente usada por un país para declarar información. En WITS, la información puede ser convertida en otra nomenclatura disponible (derivada).
- **Normas de origen:** Reglamentos de acuerdo a los cuales se determina el país de origen de un producto en el comercio internacional. Un país debe cumplir estas normas para ser considerado como país de origen de los productos a fin de obtener el trato NMF o el trato preferencial.

## O

- **Obstáculos técnicos al comercio:** Término que se refiere al hecho de impedir que se adopten reglamentos técnicos o normas, tales como procedimientos de prueba, requisitos de etiquetado, requisitos de embalaje, normas de comercialización, requisitos de certificación, requisitos de las marcas de origen, reglamentos de salud y seguridad, y reglamentos sanitarios y fitosanitarios.
- **OMC:** Organización Mundial del Comercio.
- **Obstáculos no arancelarios (ONA):** Frase genérica que describe las barreras al comercio internacional no consistentes en aranceles, por ejemplo: cuotas, licencias o limitaciones voluntarias de las exportaciones.

## P

- **Partida:** Subcategoría de segundo nivel (código de 4 dígitos) usada en la nomenclatura del Sistema Armonizado (SA).
- **Precio de referencia:** Véase Sistema de precios máximos/mínimos.
- **Preferencia o trato preferencial:** En el marco de la OMC, este término entraña una derogación, en el sentido de permitir un trato más favorable, del principio del trato de nación más favorecida (NMF).
- **Progresividad arancelaria:** Tiene lugar cuando el arancel se incrementa a medida que aumenta el nivel de procesamiento del producto.
- **Protección contingente:** Obstáculos al comercio que se imponen si se dan ciertas circunstancias (contingencias). Algunos ejemplos son los derechos antidumping o los derechos compensatorios (se aplican para compensar las subvenciones), y las salvaguardias. Recibe también el nombre de protección administrada.
- **Protocolo de adhesión:** Documento jurídico en que constan las condiciones en que un país se adhiere a un acuerdo u organismo internacional, así como las obligaciones correspondientes.

## R

- **Reexportación:** Consiste en la exportación de bienes importados sin un valor agregado apreciable. Se usa principalmente cuando se trata de bienes que se transportan a través de un tercer país antes de llegar a su destino final.
- **Reglamentación técnica:** Requisito o norma obligatoria en que se especifican las características que debe cumplir un producto importado. En general está destinado a proteger la salud o la seguridad del público. Véase Obstáculos técnicos al comercio.

- **Reglamento fitosanitario:** Relativo a la salud de las plantas. Véase Medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF).
- **Restricciones cuantitativas (RC):** Restricciones que limitan la cantidad o el valor de productos que se pueden importar o exportar durante un período determinado.
- **Restricción cuantitativa o cuota:** Medida orientada a limitar la cantidad de un producto importado (o exportado). Las restricciones cuantitativas comprenden las cuotas, el régimen de licencias no automáticas, las limitaciones voluntarias de las exportaciones y las prohibiciones o los embargos.
  - **Cuota global:** Especifica el volumen o el valor total del producto que se importará (exportará), sin considerar el país o los países de origen (o de destino) del producto.
  - **Cuota bilateral:** Se aplica a las importaciones de un país específico (o a las exportaciones a dicho país).
  - **Cuota por países:** No solo especifica el volumen o valor total del producto que se importará (exportará), sino que también establece la distribución de ese comercio entre los diversos países de origen (o de destino).

## S

- **Salvaguardia especial:** Una medida proteccionista que puede ser activada automáticamente por una caída de los precios o un aumento de las importaciones, en virtud del Acuerdo sobre la Agricultura de la OMC.
- **Sección:** Subcategoría de primer nivel (código de 1 dígito) usada en la nomenclatura de la CUCI.
- **Sistema armonizado (SA):** “Sistema Armonizado de Descripción y Codificación de Mercancías”. Nomenclatura preparada por la Organización Mundial de Aduanas para los aranceles aduaneros y las estadísticas del comercio internacional a fin de organizar los productos en categorías jerárquicas.
- **Sistema Generalizado de Preferencias (SGP):** Sistema en virtud del cual los países desarrollados conceden acceso preferencial a sus mercados a los países en desarrollo. Recibe también el nombre de Sistema Generalizado de Preferencias Comerciales.
- **Subgrupo:** Subcategoría de cuarto nivel (código de 4 dígitos) usada en la nomenclatura de la CUCI.
- **Subvención:** Asistencia otorgada por el Gobierno a la producción, manufactura o exportación de determinados bienes, y toma la forma ya sea de pagos directos, tales como donaciones o préstamos (Véase también Regalos) o de medidas que

tengan un efecto equivalente, tales como garantías, servicios de apoyo u operaciones o instalaciones, e incentivos fiscales.

- **Subpartida:** Subcategoría de tercer nivel y más detallada (código de 6 dígitos) usada en la nomenclatura del Sistema Armonizado (SA).

## T

- **Trato especial y diferenciado:** Principio de la OMC conforme al cual deben concederse a los países en desarrollo privilegios especiales, ya sea eximiéndolos del cumplimiento de algunas reglas de la OMC u otorgándoles un trato preferencial en la aplicación de dichas reglas.
- **Trato nacional:** Principio según el cual los productos, servicios y personas (inversionistas) extranjeros, una vez que han ingresado en el país y cumplido las formalidades requeridas, reciben el mismo trato que los productos, servicios y personas nacionales. En particular, ellos enfrentan los mismos impuestos internos y no son objeto de restricciones adicionales.

## U

- **UNCTAD:** Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.
- **Unidad de cantidad:** El volumen de las importaciones se registra en el archivo estadístico. La unidad usada para expresar los volúmenes de las importaciones varía según el producto y el declarante, por lo cual la unidad de cantidad utilizada se adjunta a datos cuantitativos provenientes de las estadísticas de las importaciones. La unidad de cantidad se utiliza también en el código normalizado para derechos específicos.
- **Unión aduanera:** Grupo de países que constituyen un territorio aduanero único en que: 1) se han eliminado los aranceles y otros obstáculos aduaneros aplicados a una proporción sustancial de la totalidad del comercio entre los países que lo componen para productos originados en esos países, y 2) existe una política de comercio exterior común (arancel exterior común) que se aplica a los países que no sean miembros de la unión aduanera.

## V

- **Valor consolidado corriente:** Valor corriente del arancel consolidado para un determinado año. Las concesiones ofrecidas en negociaciones del GATT a veces se escalonan a lo largo de varios años antes de que se apliquen las concesiones.

Hasta entonces puede haber un valor consolidado corriente (usado como tope máximo del arancel NMF aplicado) superior al valor consolidado final (compromiso final).

- **Valor consolidado final:** El valor del arancel consolidado al final del período de aplicación. Las concesiones ofrecidas en negociaciones del GATT a veces se escalonan a lo largo de varios años antes de que se apliquen las concesiones. Hasta entonces puede haber un valor consolidado corriente (usado como tope máximo del arancel NMF aplicado) superior al valor consolidado final (compromiso final).
- **Valoración en aduana:** Determinación, con arreglo a criterios claramente definidos, del valor de los productos a los efectos de aplicar derechos de aduana ad valorem sobre su importación.

## Z

- **Zona de libre comercio:** Grupo de países en que se eliminan los aranceles u otros obstáculos a una parte sustancial del intercambio comercial existente entre los países miembros. Cada país miembro mantiene su propia política de comercio exterior con respecto a los países que no son miembros del grupo. (Promexico, 2015).