CONAPEX

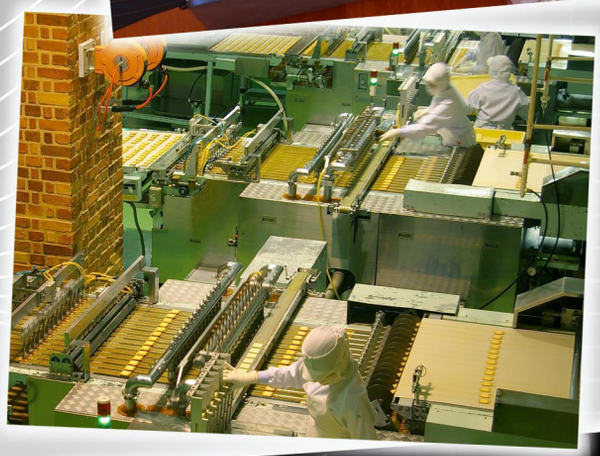
Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones

Competitividad

Oferta Exportable

Acceso a Mercados

Promoción Comercial



Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones de Guatemala

Cerrar Documento

CONSEJO NACIONAL DE PROMOCION DE EXPORTACIONES
-CONAPEX-

Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones de Guatemala

Guatemala, febrero 2012

Cerrar Documento

- La elaboración de esta Política estuvo a cargo de la Comisión Nacional Coordinadora de Exportaciones -CONACOEX-, y aprobada por el Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones -CONAPEX-.

- En la elaboración de este documento, se contó con el apoyo del Proyecto "Fortalecimiento de la Posición de Guatemala en los Mercados Internacionales", del Ministerio de Economía y la Unión Europea.

- La elaboración del diseño e impresión de este documento ha sido posible gracias al apoyo del pueblo de los Estados Unidos de América a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Los puntos de vista/opiniones de este documento son responsabilidad del Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones y no reflejan necesariamente los de USAID o los del Gobierno de los Estados Unidos.

CONTENIDO

Presentación 5

1. Resumen Ejecutivo 6

2. Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones 7
2.1 Retos de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones 7
2.2 Principios de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones 8
2.3 Objetivos de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones 9
2.3.1 Objetivo General 9
2.3.2 Objetivos Específicos 10
2.4 Áreas Estratégicas de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones 10
2.4.1 Mejora de la competitividad 10
2.4.2 Ampliación y diversificación de la oferta exportable 11
2.4.3 Consolidación del acceso a los mercados 11
2.4.4 Promoción del comercio exterior y de la inversión extranjera directa (IED) 11
2.5 Eje Transversal: Marco Jurídico - Institucional 12
2.6 Líneas de Acción para la Estrategia de Implementación de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones 12
2.7 La Institucionalidad de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones 17
2.8 Monitoreo, Seguimiento y Evaluación de la Política 19

Siglas 20
Listado de Cuadros 21
Listado de Gráficos 21
Listado de Figuras 21

ANEXO 1: Evolución del comercio, las inversiones y las condiciones de competitividad en Guatemala 22

ANEXO 2: Antecedentes 37
Referencias 44

Cerrar Documento

PRESENTACIÓN

Con el propósito de contribuir al crecimiento y desarrollo económico del país a través de la generación de empleos, Guatemala requiere adaptar a las nuevas tendencias mundiales, las políticas públicas que permitan al país participar exitosamente de los flujos de comercio e inversión; contribuyendo así a la reducción de la pobreza.

El presente documento contiene la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones de Guatemala la cual a través de un proceso de socialización con los distintos sectores, tanto públicos como privados, ha recogido no solo las nuevas tendencias, sino también nuevas necesidades resultantes de los avances que el país ha tenido en su progresiva participación del comercio mundial, regional y nacional.

Guatemala tiene el mayor nivel de diversificación de la economía y el mercado más grande de la región Centroamericana, con una población cercana a los 14 millones de habitantes y una fuerza laboral estimada en 4.1 millones[1], la cual requiere de más oportunidades de empleo formal, en especial para los jóvenes que cada año se incorporan al mercado laboral. Estas oportunidades se generan en la medida en que se incrementa la inversión extranjera directa, la inversión nacional y la participación exitosa del país en el comercio.

El modelo de desarrollo económico que ha seguido el país, ha estado sustentado en una política de apertura comercial llevada a la práctica a través de la adhesión del país a la Organización Mundial del Comercio, los acuerdos de la integración regional y los tratados comerciales tanto de carácter regional como bilaterales.

No obstante el potencial del país, su desempeño en la atracción de inversiones ha sido limitado comparado con otros países de Latinoamérica. Los indicadores de competitividad muestran retos importantes que el país tiene que superar para aprovechar mejor los beneficios de la apertura y de la participación en el comercio global.

El presente documento contiene la nueva Política de Comercio Exterior del país la cual mantiene los principios que fueron desarrollados en la Política de Comercio Exterior de 1997, y se basa en la premisa que el comercio exterior contribuye al desarrollo económico de los países mediante el estímulo a la producción, la generación de empleos y el aumento del ingreso para la población. Asimismo persigue el ingreso exitoso de la producción guatemalteca, tanto de bienes como de servicios, en los mercados internacionales y competir, a su vez, en el mercado local, con las producciones de otros países. Se sustenta en la mejora de la competitividad y productividad.

Los resultados obtenidos con la política anterior son importantes en materia del crecimiento de las exportaciones, el cambio de la estructura productiva del país por la diversificación de productos y diversificación de mercados. Sin embargo, la necesidad de crear más empleos, producto de la participación en la economía mundial, requiere de la incorporación de elementos nuevos que vayan en concordancia con las nuevas tendencias de la competitividad, tales como la innovación, el uso de la tecnología, incorporación a las cadenas globales de valor, aumento de los estándares de calidad, así como optimizar los beneficios de los acuerdos comerciales y de inversión negociados por Guatemala durante los últimos quince años.

La Política será complementada con una estrategia de implementación, que incluirá planes de acción de corto, mediano y largo plazo; los cuales estarán basados en metas e indicadores clave, que permitan avanzar en los esfuerzos del Gobierno y del sector productivo, para mejorar la posición de Guatemala en el comercio exterior y la atracción de inversiones. La estrategia contempla además, el desarrollo de una estructura institucional para la ejecución y seguimiento de la Política, basada en la alianza entre los actores públicos y privados, bajo el liderazgo del CONAPEX.

Guatemala, febrero del 2012

1. UNCTAD, Análisis de la Política de Inversión de Guatemala, 2011.

Cerrar Documento

1. RESUMEN EJECUTIVO

Hoy, por hoy Guatemala tiene aún desafíos pendientes en materia de competitividad y desarrollo institucional, que permitan la creación de un clima favorable para la atracción de inversiones productivas, la generación de empleos y el incremento y diversificación del comercio exterior.

En ese sentido, la nueva "Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones", busca superar los retos actuales del país en torno a la atracción de inversiones productivas, incremento y diversificación del comercio; aumento de la participación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el comercio exterior, a través de su internacionalización; optimización de los acuerdos comerciales y de inversión negociados, a través de su correcta aplicación y administración; promoción de la oferta exportable del país, para diversificar y ampliar el comercio; así como para adaptarla a las nuevas tendencias internacionales de los mercados.

Su principal fundamento establece que el incremento del comercio exterior del país es producto de la competitividad, la diversificación y promoción de la oferta exportable de mercancías y servicios y la creación de un clima de negocios favorable a la inversión.

Como objetivo, la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones busca contribuir al desarrollo económico sostenido, la generación de empleos y el bienestar de la población; mediante la participación exitosa de la producción nacional de bienes y servicios, tanto en el mercado nacional como extranjero, así como la promoción y la atracción de inversiones al país.

Presenta cuatro grandes áreas estratégicas:

Mejora de la competitividad; ampliación y diversificación de la oferta exportable; consolidación del acceso a los mercados; y promoción del comercio exterior y de la inversión extranjera directa (IED).

Una parte muy importante es su institucionalidad, la cual será ejercida a través de la alianza entre los actores públicos y privados, en el marco del Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones (CONAPEX).

2. POLÍTICA INTEGRADA DE COMERCIO EXTERIOR, COMPETITIVIDAD E INVERSIONES

En los últimos 15 años han surgido nuevas tendencias en el comercio global, producto de la dinámica internacional, a las cuales Guatemala tiene que adaptarse para participar exitosamente de los flujos de comercio e inversión; como vía para lograr un mayor crecimiento y desarrollo económico, que permita la generación de empleos y la reducción de la pobreza.

Estas nuevas tendencias pueden resumirse en:

- Aceleración de la innovación y los cambios tecnológicos, que han llevado a nuevos conocimientos a la producción, el comercio y los negocios.
- Creación de Cadenas Globales de Valor (CGV), que abren las perspectivas para el desarrollo de las PYMES productoras de bienes y servicios.
- Nuevos temas de la agenda global, tales como normas de seguridad, calidad e inocuidad, responsabilidad social y ambiental.
- Surgimiento de grandes mercados emergentes que están cambiando la orientación de los flujos del comercio mundial.
- La era de las telecomunicaciones e información ha derrumbado las fronteras físicas abriendo oportunidades de comercio a través de las redes informáticas.
- El surgimiento de las redes sociales está cambiando los paradigmas de la forma de promover los negocios.
- Espacios de cooperación e integración regional: facilitar el comercio, innovación y el progreso tecnológico, desarrollo de cadenas regionales de valor y flujo de inversiones.
- La tendencia mundial a una vida sana y saludable es cada vez más fuerte, abriendo oportunidades a los productos alimenticios de alta calidad, el entretenimiento y el turismo.

2.1 Retos de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones

El principal reto de esta política consiste en aumentar el comercio exterior a través de mejorar la competitividad del país, la ampliación de los mercados, la atracción de inversiones, el aumento de la productividad y la calidad de los bienes y servicios nacionales y, aprovechar los tratados de libre comercio para que Guatemala participe exitosamente en los mercados internacionales, a la vez que compite en el mercado local.

Para ello, es necesario:

- Contar con una Agenda Nacional de Competitividad que aborde las áreas del país que requieren mejorar sus niveles de eficiencia.
- Contar con una oferta de bienes y servicios de calidad y alto valor agregado, que compitan en el mercado interno y externo.
- Aumentar la participación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el comercio exterior, a través de su internacionalización.
- Optimizar los acuerdos comerciales y de inversión, a través de su correcta implementación y administración.
- Promover al país como un centro de atracción de inversiones.
- Promover la oferta exportable del país en el exterior.
- Fortalecer la institucionalidad del comercio exterior encargada de llevar a cabo las tareas, a través de las alianzas público-privadas.

Cerrar Documento

2.2 Principios de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones

- Visión de largo plazo: Es una política de Estado y de país, que trasciende los períodos de Gobierno.

- Flexibilidad en la implementación: La política establece las prioridades del país en materia de comercio exterior y atracción de inversiones. Para su implementación, se desarrollarán estrategias y planes de acción de corto y mediano plazo; los cuales serán revisados y actualizados, de acuerdo a la dinámica nacional e internacional, y según los resultados alcanzados.

- Continuidad de las acciones: Las acciones emprendidas para la consecución de los objetivos planteados en la Política, tendrán una continuidad más allá de los Gobiernos de turno. La política será revisada en un período de 5 años, para adaptarla a las tendencias vigentes del comercio exterior e inversiones; y las modificaciones serán validadas por el CONAPEX.

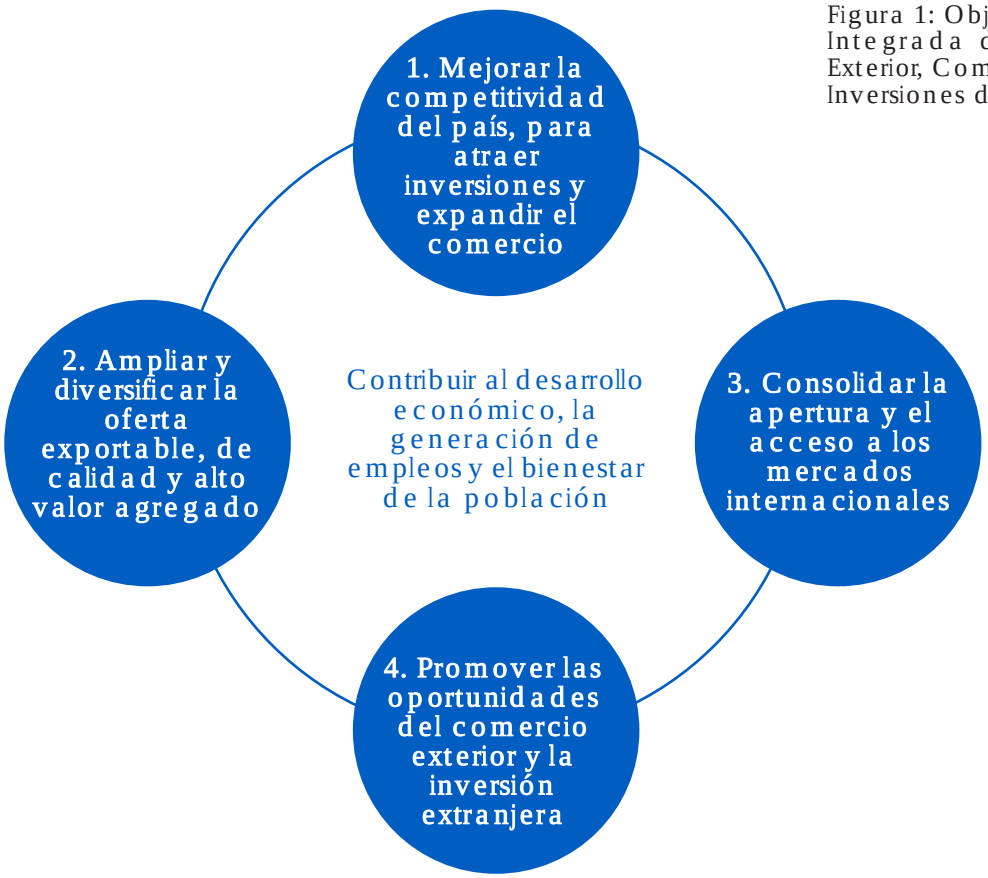
- Participación y Coordinación Público-Privada: La implementación de la Política será coordinada en el marco del Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones (CONAPEX), presidido por el Ministro de Economía; e integrado al más alto nivel por las instituciones del sector público y organizaciones privadas. La aplicación e implementación de las acciones, se realizará por las instituciones públicas y/o privadas, de acuerdo a sus respectivos ámbitos de competencia.

- Implementación Integral: La Política será implementada de forma integral en todas sus áreas estratégicas; a efectos de alcanzar sus objetivos. La Comisión Nacional Coordinadora de Exportaciones (CONACOEX) informará al CONAPEX sobre los resultados que se vayan alcanzando y apoyará en el seguimiento de las acciones establecidas en la estrategia de implementación y los planes de trabajo.

- Fortalecimiento institucional: Las instituciones públicas responsables de cada una de las áreas de la Política, así como las entidades del sector privado, procurarán los recursos humanos, técnicos, tecnológicos y financieros, para la implementación y seguimiento de las acciones de la Política.

2.3 Objetivos de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones

Figura 1: Objetivos Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones de Guatemala



2.3.1 Objetivo General

Contribuir al desarrollo económico sostenido, la generación de empleos y el bienestar de la población; mediante la participación exitosa de la producción nacional de bienes y servicios, tanto en el mercado nacional como extranjero, así como la promoción y la atracción de inversiones al país.

Cerrar Documento

2.3.2 Objetivos Específicos

- Mejorar la competitividad del país, para aumentar los niveles de inversión productiva y favorecer la expansión y diversificación del comercio.
- Ampliar y diversificar la oferta exportable, a través de la modernización productiva sostenible; para contar con bienes y servicios de calidad internacional y alto valor agregado, que se encuentren en condiciones competitivas en el mercado interno y externo.
- Consolidar la apertura y el acceso a los mercados internacionales; así como implementar y administrar de forma eficiente los instrumentos comerciales vigentes, garantizando la competencia leal entre bienes y servicios nacionales e importados.
- Promover las oportunidades de comercio exterior, así como diversificar los mercados de destino, a través de estrategias de promoción de la oferta exportable y la inversión extranjera directa.

2.4 Áreas estratégicas de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones

La Política está dividida en cuatro áreas estratégicas, que responden a cada uno de los objetivos específicos.

2.4.1 Mejora de la competitividad

Para que Guatemala se beneficie del comercio exterior, se deberán crear las condiciones que disminuyan los obstáculos para que las empresas, tanto nacionales como extranjeras, inviertan en el país. En ese sentido, la política incluye un conjunto amplio de factores, que hacen posible la atracción de inversiones, el impulso a la producción nacional y el desarrollo del comercio exterior.

A partir de 1996, Guatemala ha tenido resultados positivos en materia del manejo de su macroeconomía. Sin embargo, para que el país mejore sus niveles de competitividad para atraer las inversiones necesarias para impulsar mayor producción, que será canalizada a través del comercio exterior, se requiere de otros elementos que contribuyen a la mejora del clima de negocios, por lo que se priorizará la identificación y mejora de los índices de medición internacional tales como: gobernabilidad, seguridad, formación de capital humano, innovación y calidad, infraestructura productiva, reducción de costos de la logística, de la energía y uso de las telecomunicaciones, apertura de negocios, procesos aduaneros, entre otros.

También se impulsará la modernización del marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces y eficientes, así como la facilitación de procesos para la atracción de inversiones y la facilitación del comercio exterior; y, se promoverá el uso de las tecnologías de la información y comunicación.

2.4.2 Ampliación y diversificación de la oferta exportable:

Esta área estratégica busca el desarrollo de una oferta diversificada que reduzca la vulnerabilidad del país al depender de pocos productos, agregar valor a la producción, aumento de los volúmenes, incorporación de las regiones del interior del país de acuerdo al potencial y condiciones de cada una de ellas. Para ello, se desarrollará una estrategia de incentivos que promuevan la producción, la productividad y la atracción de inversiones hacia los sectores productivos del país que ofrecen mayor potencial. Se impulsará el desarrollo científico-tecnológico, la innovación, la calidad y el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TICs); y se fortalecerá el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Esta área afrontará los cuellos de botella relacionados con la producción e impulsará las soluciones en forma coordinada entre dependencias públicas o privadas.

2.4.3 Consolidación del acceso a los mercados

La apertura comercial y el acceso a los mercados internacionales, desempeñan un importante papel en la política comercial de Guatemala. Esta área estratégica persigue mejorar las condiciones de acceso de las exportaciones de bienes y servicios de Guatemala a los mercados externos, proporcionando a los actores económicos reglas claras del comercio que den certeza jurídica a sus inversiones. Asimismo velará porque la apertura brinde condiciones similares de competencia a la producción nacional.

La prioridad en materia de acceso a mercados es la optimización de los acuerdos, a través de su correcta implementación y administración, garantizando la competencia leal entre productos nacionales e importados; así como la consolidación de la Unión Aduanera Centroamericana, a través de la eliminación de los obstáculos que limitan la libre circulación.

En materia de negociaciones comerciales, se diseñará una estrategia de negociación que ofrezca las mejores posibilidades para la atracción de las inversiones, y la participación en nichos de mercado para los productos y servicios con potencial de exportación.

2.4.4 Promoción del comercio exterior y de la inversión extranjera directa (IED):

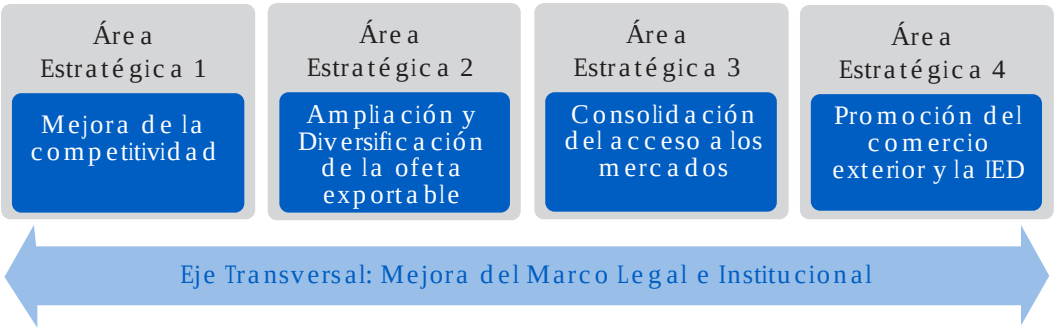
El desarrollo de esta área estratégica estará vinculado a la optimización de los instrumentos comerciales vigentes; y a la identificación de los mercados prioritarios en el marco de la estrategia de negociación de acuerdos comerciales.

Con su implementación, se buscará diversificar y consolidar la presencia de las empresas, con énfasis en las PYMES; así como los productos y servicios guatemaltecos en los mercados internacionales. La prioridad será unificar los esfuerzos de los programas de promoción del comercio y las inversiones realizadas por el sector público y el sector privado, así como las acciones de la estrategia de imagen país. Se promoverá a Guatemala como un centro de inversiones y se dará a conocer la oferta exportable y potencial de bienes y servicios. La estrategia se basará en una diferenciación de mercados, priorizados de acuerdo al potencial que representen.

2.5 Eje Transversal: Marco Jurídico - Institucional

Para el óptimo funcionamiento de la política y su implementación, se debe promover la creación y aplicación de un Marco Legal e Institucional, que coadyuve a la generación de empleos y a fortalecer la confianza de los inversionistas respecto a la seguridad y certeza jurídica en el clima de negocios. Lo anterior, desarrollado en un marco de estrecha colaboración entre instituciones públicas y privadas.

Figura 2: Áreas Estratégicas Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones



2.6 Líneas de Acción para la Estrategia de Implementación de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones

La implementación de la Política, se llevará a cabo mediante una estrategia de largo plazo en cada una de las cuatro áreas estratégicas, y contendrá planes de acción de corto y mediano plazo, los cuales estarán basados en metas específicas, medibles, mediante indicadores a ser cumplidos, tanto por las instituciones públicas como las organizaciones empresariales, de acuerdo a los ámbitos de sus competencias. El diseño y seguimiento de la estrategia de implementación y los planes de acción, estará basado en las siguientes líneas:

2.6.1 Área Estratégica 1: Mejora de la competitividad

Esta área está dividida en siete líneas de acción:

1. Actualizar la Agenda Nacional de Competitividad, la cual está basada en seis ejes estratégicos: (i) sociedad sana, educada, capacitada e incluyente; (ii) modernización y fortalecimiento institucional; (iii) balance y sostenibilidad ambiental; (iv) descentralización y desarrollo local; (v) fortalecimiento de infraestructura productiva y tecnológica; y, (vi) fortalecimiento del aparato productivo.

2. Mejorar los índices de competitividad del país, diferenciando los relacionados con la atracción de inversiones, el desarrollo e incremento de la producción y el comercio exterior.

3. Promover un ambiente macroeconómico, que fomente la estabilidad y la certidumbre para la inversión.

4. Mejorar la Infraestructura productiva; como la infraestructura de transporte (carreteras, puertos, aeropuertos).

5. Facilitar el acceso a los servicios de logística y transporte, energía y telecomunicaciones.

6. Mejorar el marco general de inversiones y del comercio exterior (clima de negocios):

a. Programas de fomento al desarrollo de actividades productivas y la inversión.

b. Certeza en el régimen fiscal.

c. Capacidad institucional de las agencias gubernamentales, incluyendo las administraciones aduaneras.

d. Modernización y facilitación de trámites y eficiencia administrativa; incluidas las aduanas.

e. Coordinación con políticas relacionadas: Política laboral, política de competencia, política ambiental, propiedad intelectual, sanidad agropecuaria.

7. Promover el desarrollo de la competitividad y la productividad de los productos nacionales, a través de la innovación, la calidad y el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TICs).

a. Promover la creación de un Sistema Nacional de Innovación (SIN), integrado por el Gobierno, sector privado y la academia (universidades, centros de investigación). Fomentar la inversión en investigación aplicada y desarrollo, e innovación, en estrecha coordinación con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONCYT).

b. Promover la implementación, el desarrollo y la utilización de las tecnologías de la información y comunicación (TICs) en el desarrollo de los negocios y en las empresas, para aumentar sus niveles de productividad.

c. Fortalecer el funcionamiento del Sistema Nacional de la Calidad (SNC) y sus instituciones, para que contribuyan en su rol y fomentar la calidad de los bienes y servicios nacionales, tanto en el mercado interno como a nivel internacional.

2.6.2 Área Estratégica 2: Ampliación y diversificación de la oferta exportable.

Esta área está dividida en cuatro líneas de acción:

1. Desarrollar una estrategia de incentivos para promover la producción, la productividad y la atracción de inversiones; impulsando el desarrollo de oferta exportable del país, a través de la creación de incentivos de nueva generación acordes a las tendencias actuales de fomento a la inversión, la innovación y el empleo.

2. Promover el desarrollo de sectores con potencial: agrícola, pecuario, forestal, hidrobiológico, agroindustria, industria manufacturera, artesanías, industria extractiva y el comercio de servicios. Para la identificación de los sectores potenciales, se coordinará con iniciativas encaminadas por diversos sectores o instituciones, tales como la Iniciativa Guatemaltecos Mejoremos Guatemala, en donde se priorizan 26 sectores estratégicos para el desarrollo económico en el país

3. Desarrollar, implementar y fortalecer los sistemas sanitarios, fitosanitarios e inocuidad que permitan a los sectores cumplir con los estándares internacionales para ampliar la oferta exportable.

Cerrar Documento

4. Fortalecer el sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, para que esté en condiciones de competir en el mercado interno y externo.

a. Promover el acceso y consolidación de los mercados (internacionalización).

b. Facilitar el acceso a Servicios Financieros y de Desarrollo Empresarial.

c. Promover el emprendimiento.

d. Desarrollar encadenamientos empresariales productivos y sistemas locales; incluyendo encadenamientos empresariales de segundo nivel, tales como manufactura ligera, agroindustria, servicios empresariales, entre otros.

e. Proveer asistencia técnica y programas de apoyo para PYMES en materia de buenas prácticas agrícolas, buenas prácticas de manufacturas, certificaciones de empresas, infraestructura productiva, transferencia de tecnología, etc.

f. Promover la capacitación y formación del recurso humano, para contar con recurso humano capacitado, de acuerdo a los requerimientos del mercado.

g. Apoyar en el cumplimiento de estándares en los mercados de exportación prioritarios (Global Gap, producción ambientalmente sostenible, responsabilidad social empresarial, productos verdes, comercio justo, entre otros).

2.6.3 Área Estratégica 3: Consolidación del acceso a los mercados.

Esta área será desarrollada con base en cuatro líneas de acción:

1. Optimizar la utilización de los instrumentos comerciales vigentes, a través de su correcta implementación y administración; en coordinación con los actores públicos y privados involucrados.

a. Implementar una estrategia de administración de los acuerdos, que tome en cuenta los compromisos adquiridos y la coordinación interinstitucional público-privada, para su implementación y seguimiento. Asimismo, fortalecer las instituciones y los equipos técnicos responsables del seguimiento a la implementación de los compromisos derivados de los acuerdos.

b. Desarrollar la normativa que permita cumplir con los compromisos contractuales en el marco multilateral, regional y bilateral; incluyendo la normativa técnica y de calidad que fomente el comercio leal en el mercado interno.

c. Implementar un sistema permanente de información de las oportunidades de comercio e inversión, derivadas de los acuerdos vigentes, así como los compromisos establecidos en los mismos.

d. Establecer un sistema moderno de defensa de la producción nacional, para garantizar la competencia leal entre productos nacionales e importados.

e. Establecer una unidad administrativa de solución de diferencias en el Ministerio de Economía y en la Procuraduría General de la Nación, para contribuir con la producción nacional en los casos de conflictos comerciales y de inversiones.

2. Profundizar en el proceso de integración económica centroamericana, a través de promover el avance y consolidación de la Unión Aduanera Centroamericana (UAC).

a. Promover la puesta en vigencia, y el desarrollo del Convenio Marco de la Unión Aduanera Centroamericana, suscrito en diciembre de 2007; que contempla tres etapas: Promoción de la libre circulación de bienes y servicios, facilitación del comercio; modernización y convergencia normativa; y, desarrollo institucional.

b. Impulsar el desarrollo de la normativa en materia aduanera y tributaria, sanitaria y la armonización de registros y reglamentos técnicos; para promover la libre circulación y la facilitación del comercio.

c. Dar seguimiento a la implementación de las Resoluciones de COMIECO, mediante el fortalecimiento de la "Comisión Interinstitucional para Vigilancia del Cumplimiento de las Resoluciones de COMIECO", la cual desarrolla funciones bajo la coordinación del Viceministerio de Integración y Comercio Exterior del Ministerio de Economía.

d. Negociar el proceso de adhesión de Panamá, al Subsistema de Integración Económica Centroamericana.

3. Desarrollar una estrategia para la participación de Guatemala en el ámbito multilateral en la Organización Mundial del Comercio, coordinada entre el sector público y privado, que identifique las prioridades y desarrolle las acciones, de acuerdo a los intereses nacionales.

4. Implementar una estrategia de negociaciones de acuerdos comerciales, priorizando la atracción de las inversiones y la búsqueda de nichos específicos de mercado para los productos y servicios con potencial de exportación; tomando en cuenta la complementariedad de las economías y la atracción de inversiones.

a. Concluir la negociación, puesta en vigencia e implementación de las negociaciones actualmente en curso o finalizadas, tomando como base los intereses comerciales de la producción nacional y los beneficios para el país.

b. Actualizar, conjuntamente entre el sector público y privado, la priorización de frentes de negociación o renegociación; que priorice la diversificación y ampliación de los mercados y productos exportados; estableciendo parámetros, de acuerdo a los intereses comerciales y los beneficios para el país.

c. Definir conjuntamente entre el sector público y privado, una estrategia para el desarrollo de la normativa de los acuerdos comerciales, que permita utilizarlos para atraer IED al país y facilitar el comercio.

2.6.4 Área Estratégica 4: Promoción del comercio exterior y de la IED.

Esta área será desarrollada con base en cinco líneas de acción:

1. Diseñar, desarrollar y promover una imagen país; que promueva a Guatemala como un centro de inversiones para dar a conocer la oferta exportable del país.

Cerrar Documento

2. Identificar los mercados prioritarios; tanto en materia de promoción de exportaciones como de inversiones. En el caso de la promoción de exportaciones, se realizará en coordinación con la estrategia de optimización de los instrumentos comerciales vigentes. La promoción de las inversiones se coordinará con la identificación de los mercados prioritarios a desarrollar en la estrategia de negociación de acuerdos comerciales y de inversión.

3. Fortalecer la promoción del comercio y las inversiones, a través de las oficinas comerciales en el exterior. En esta área, se priorizará la diversificación de los mercados de destino; de acuerdo a la identificación de la oferta exportable y los mercados prioritarios.

4. Desarrollar una estrategia de promoción comercial que incluya, entre otros, los siguientes elementos:

a. Identificar la oferta exportable y la oferta con potencial de exportación de Guatemala, que incluya bienes y servicios, especialmente para desarrollar pequeñas y medianas empresas exportadoras.

b. Identificar los mercados prioritarios para los bienes y servicios que integran la oferta exportable.

c. Organizar la participación en ferias y convenciones internacionales.

d. Organizar ferias y convenciones internacionales en Guatemala.

e. Desarrollar un sistema de información comercial e inteligencia de mercados.

f. Organizar misiones comerciales en mercados prioritarios y misiones inversas para atraer compradores al país.

g. Desarrollar instrumentos y programas de formación y capacitación, especialmente orientados hacia el aumento de las pequeñas y medianas empresas exportadoras.

5. Desarrollar una estrategia de promoción de la IED que incluya:

a. Definición y desarrollo de sectores prioritarios, para atraer Inversión Extranjera Directa.

b. Promover la suscripción y el aprovechamiento de los Acuerdos de Promoción y protección Recíproca de las Inversiones.

c. Desarrollar programas de promoción de la IED, tales como, preparación de proyectos de investigación, mercadeo y promoción, entrada temporal de personas de negocios, servicios al inversionista (facilitación de trámites, aspectos legales, enlaces empresariales).

Figura 3: Líneas de Acción de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitiividad e Inversiones.

Mejora de la Competitividad	Ampliación y Diversificación de la Oferta Exportable	Consolidación del accesos a los mercados	Promoción del comercio exterior y la IED
• Actualizar la Agenda Nacional de Competitividad • Mejorar los índices de competitividad • Promover un ambiente macroeconómico • Mejorar la infraestructura productiva • Facilitar el acceso a los servicios de logística y transporte, energía y telecomunicaciones • Mejorar el marco general de inversiones y del comercio exterior • Promover el desarrollo y la productividad de los productos nacionales.	• Desarrollar una estrategia de incentivos para promover la producción, la productividad y la atracción de inversiones • Promover el desarrollo de sectores con potencial • Desarrollar, implementar y fortalecer los sistemas sanitarios, fitosanitarios e inocuidad • Fortalecer el sector de la micro, pequeña y mediana empresa.	• Optimizar la utilización de los instrumentos vigentes • Promover el avance y consolidación de la Unión Aduanera Centroamericana • Desarrollar una estrategia para participación de Guatemala en el ámbito multilateral de la OMC • Implementar una estrategia de negociaciones de acuerdos comerciales.	• Diseñar, desarrollar y promover una imagen del país • Identificar los mercados prioritarios, tanto en exportaciones como inversiones • Fortalecer la promoción del comercio y las inversiones • Desarrollar una estrategia de promoción comercial • Desarrollar una estrategia de promoción de la IED.

2.7 La Institucionalidad de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones de Guatemala

La instrumentalización y el seguimiento de la Política y sus áreas estratégicas, estará apoyada en una estrecha coordinación, alianza y cooperación entre el sector público y el sector privado; en el marco del Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones (CONAPEX) y su órgano técnico la Comisión Nacional Coordinadora de Exportaciones (CONACOEX).
Para el óptimo funcionamiento del marco institucional de la Política, en la estrategia de implementación se contemplarán acciones para el fortalecimiento de las siguientes instituciones:

2.7.1 El Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones (CONAPEX)

Es el órgano asesor del Presidente de la República en materia de competitividad, comercio exterior e inversiones. Está presidido por el Ministro de Economía, e integrado por los Ministros o autoridades máximas de las instituciones del sector público y los Presidentes de las distintas Cámaras y Asociaciones empresariales.

En el marco de la estrategia de implementación de la Política, se revisará el marco normativo del CONAPEX; para actualizar sus funciones, sus integrantes y, establecer un mecanismo de trabajo y seguimiento.

Asimismo, para lograr la viabilidad en la ejecución de las acciones para la implementación de la Política, se deberá fortalecer la Secretaría Técnica, la cual deberá estar representada por los dos sectores, público y privado. Para ello, el MINECO deber nombrar a un ejecutivo de buen nivel para constituirse en el enlace dentro las instancias del Estado, de forma que pueda interactuar con las diferentes dependencias encargadas de ejecutar las tareas de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones, en sus cuatro áreas: Mejora de la competitividad, ampliación y diversificación de la oferta exportable, consolidación del acceso a mercados, y, promoción del comercio exterior y la IED.

Cerrar Documento

2.7.2 La Comisión Nacional Coordinadora de Exportaciones (CONACOEX)

Es el órgano técnico que coordina el seguimiento e implementación de las decisiones del CONAPEX, en el marco de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones. Está integrado por representantes de alto nivel de las instituciones representadas en CONAPEX.

El funcionamiento, conformación y mecanismos de trabajo de CONACOEX serán revisados, a efecto de garantizar el seguimiento a la implementación de la Política.

2.7.3 El Ministerio de Economía (MINECO)

De acuerdo a la Ley del Organismo Ejecutivo, Decreto 114-97 del Congreso de la República, el Ministerio de Economía, tiene la responsabilidad de hacer cumplir el régimen jurídico relativo al desarrollo del comercio exterior, la promoción de la competitividad y la inversión nacional y extranjera. Para el cumplimiento de sus funciones en el marco de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones, deberán fortalecerse técnica y financieramente los tres Viceministerios responsables: Inversión y Competencia; Integración y Comercio Exterior, y Desarrollo de la MIPYME.

Asimismo, el MINECO deberá coordinar interinstitucionalmente con los otros Ministerios de Estado relacionados con los temas de CONAPEX.

2.7.4 El Programa Nacional de Competitividad (PRONACOM)

Es el órgano asesor en materia de competitividad. Es el responsable de darle seguimiento al área de competitividad. El PRONACOM deberá ser fortalecido técnica y financieramente, para lo cual se creará un instrumento legal que permita su institucionalización.

2.7.5 El Consejo Nacional para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial

Este Consejo fue creado en el marco de la Política Nacional para el Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en el año 2007. El Consejo está presidido por el Viceministerio de Desarrollo de la MIPYME, con una integración del sector público, privado, y de la cooperación internacional.

Deberá revisarse la viabilidad de su funcionamiento, a efecto de fortalecer el área de ampliación y diversificación de la oferta exportable.

2.7.6 El Sistema Nacional de la Calidad (SNC)

Tiene como objetivo promover la adopción de prácticas de gestión de la calidad de las empresas que conforman el sector productivo del país, para fomentar la calidad de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado nacional e internacional. Fue establecido con base en el Decreto No. 78-2005, del Congreso de la República. Para el logro de sus objetivos en el marco de la Política, es necesario vincularlo al CONAPEX, así como fortalecerlo técnica y financieramente.

2.7.7 Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONCYT)

Para mejorar el rol de la innovación en el proceso de implementación de la Política, se debe fortalecer el funcionamiento del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología; incrementando la participación del sector privado y fortaleciendo la vinculación entre el sector público, la academia y la empresa.

2.7.8 Creación de la Agencia de Promoción del Comercio y la Inversiones

En el marco de esta Agencia, deberán unificarse los esfuerzos de los programas de promoción del comercio y las inversiones: Programa de Agregados Comerciales, Inversión y Turismo

(PACIT), la Agencia de Promoción de las Inversiones (Invest in Guatemala), y el Departamento de Promoción Comercial del Ministerio de Economía. Será creada en el marco de la Política como una agencia de carácter público-privada.

2.7.9 La Comisión Nacional para las Negociaciones y la Administración de los Acuerdos Internacionales

Es la responsable del desarrollo y seguimiento a los procesos de negociaciones en el marco multilateral, regional y bilateral; así como de la administración de los acuerdos vigentes. Está coordinada por el Ministerio de Economía, a través del Viceministerio de Integración y Comercio Exterior, e integrada por un equipo multidisciplinario de las organizaciones del sector público y del sector privado.

En el marco de la Política, deberán fortalecerse técnica y financieramente, las direcciones técnicas vinculadas con las negociaciones comerciales, la administración del comercio exterior y la integración económica.

2.7.10 Fortalecimiento de las Autoridades Competentes:

- Institucionalidad encargada de mejorar, desarrollar e implementar normas sanitarias e inocuidad que permitan a los productos agrícolas, procesados y pecuarios e hidrobiológicos, cumplir con los estándares internacionales para participar en el comercio internacional.
- Incorporación en el marco del CONAPEX a la Agencia Nacional de Alianzas para el Desarrollo de Infraestructura Económica (ANADIE), institución especializada del Estado responsable del cumplimiento de la Ley de Alianzas para el Desarrollo de Infraestructura Económica y su reglamento.
- Fortalecimiento de la autoridad competente en materia de puertos.
- Otras.

2.8 Monitoreo, Seguimiento y Evaluación de la Política

El monitoreo, seguimiento y evaluación de esta Política serán desarrollados por el Ministerio de Economía.

Cerrar Documento

SIGLAS

ADA	Acuerdo de Asociación Centroamérica-Unión Europea
APPRI	Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones
CA	Centroamérica
CONACOEX	Comisión Nacional Coordinadora de Exportaciones
CONAPEX	Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones
CENCIT	Comisión Empresarial de Negociaciones Comerciales Internacionales
COMIECO	Consejo de Ministros responsables de la Integración Económica
CONEI	Comisión Nacional de Negociaciones Internacionales
EUA	Estados Unidos de América
FOGUAMI	Programa Fortalecimiento de la Posición de Guatemala en los Mercados Internacionales
FMI	Fondo Monetario Internacional
ICG	Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial
IED	Inversión Extranjera Directa
IFC	Índice de Facilitación del Comercio del Foro Económico Mundial
MIPYME	Micro, pequeña y mediana empresa
OMC	Organización Mundial del Comercio
PIB	Producto Interno Bruto
PRONACOM	Programa Nacional de Competitividad
SIECA	Secretaría de Integración Económica Centroamericana
SNC	Sistema Nacional de la Calidad
SNI	Sistema Nacional de Innovación
TICs	Tecnologías de la Información y Comunicación
UAC	Unión Aduanera Centroamericana
UE	Unión Europea
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

LISTADO DE CUADROS

Cuadro 1.	Productos exportados hacia los principales Socios Comerciales de Guatemala (2010). En millones de US$
Cuadro 2.	GUATEMALA: Comercio Exterior de Servicios (2007 - 2009)
Cuadro 3.	Índice de la Competitividad de los países Centroamericanos
Cuadro 4.	Índice de la Competitividad Global de Guatemala
Cuadro 5.	Índice Facilitación del Comercio de los países de Centroamérica
Cuadro 6.	Índice de Facilitación del Comercio de Guatemala
Cuadro 7.	GUATEMALA: Comercio abarcado con países/regiones con Acuerdos Comerciales vigentes, suscritos o en negociación (Año 2010)
Cuadro 8.	GUATEMALA: Acuerdos de Inversiones Suscritos y en Vigencia

LISTADO DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Comercio Exterior de Guatemala (1994 - 2001)
Gráfico 2.	Comercio Exterior de Guatemala (2002 - 2010)
Gráfico 3.	Crecimiento Comercio Exterior de Guatemala (1995 - 2001)
Gráfico 4.	Crecimiento Comercio Exterior de Guatemala (2003 - 2010)
Gráfico 5.	GUATEMALA: Volumen de las Exportaciones 1994-2010. Productos Agropecuarios* y Agroindustriales.
Gráfico 6.	Guatemala: Destino de las Exportaciones (2010)
Gráfico 7.	Guatemala: Origen de las Importaciones (2010)
Gráfico 8.	Guatemala: Evolución de las Exportaciones 1994 - 2010
Gráfico 9.	Guatemala: Estructura de las Exportaciones (2010)
Gráfico 10.	Guatemala: Exportaciones por Tipo de Régimen (2002-2010)
Gráfico 11.	Exportaciones Mundiales de Servicios (2000 - 2009)
Gráfico 12.	Comercio Exterior de Servicios de Guatemala (2001 - 2010)
Gráfico 13.	GUATEMALA: Inversión Extranjera Directa 2003-2011
Gráfico 14.	Promedios de flujos de Inversión Extranjera Directa 1991-2009

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1.	Objetivos Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones de Guatemala
Figura 2.	Áreas Estratégicas Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones
Figura 3.	Líneas de Acción de la Política Integrada de Comercio Exterior, Competitividad e Inversiones

ANEXO 1.
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO, LAS INVERSIONES Y LAS CONDICIONES DE COMPETITIVIDAD EN GUATEMALA

1. Evolución del Comercio Exterior

1.1 Comercio de Bienes

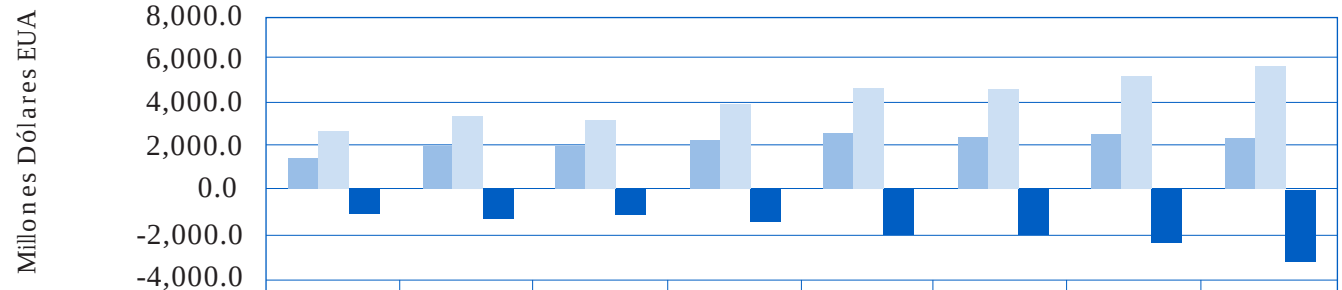
Aunque en el 2009, el comercio guatemalteco tuvo un retroceso por factores como la crisis financiera internacional, durante los últimos ocho años, el valor de las exportaciones se duplicaron; pasando de US$ 4,162.8 millones en el año 2002 a una cifra record de US$ 8,466.2 millones en el 2010 (Ver Gráfico 2). Las importaciones crecieron en el mismo período el 80%, pasando de US$ 7,658.8 en 2002 a US$ 13,836.3 en 2010.

Cifras preliminares del Banco de Guatemala, indican que, al mes de noviembre de 2011 las exportaciones guatemaltecas crecieron 25.2%, con respecto al mismo mes del año anterior, alcanzando un monto de US$9,478 millones. Las exportaciones tradicionales crecieron 27.1%, las exportaciones a Centroamérica 18% y las exportaciones no tradicionales al resto del mundo, crecieron 28.6%.

Por su parte, las importaciones crecieron 21.9%, llegando a un monto de US$ 15,306.8 millones a noviembre de 2011. El crecimiento se dio principalmente en las importaciones de combustibles y lubricantes (37.7%); materias primas y productos Intermedios para la Industria (19.8%); y los bienes de capital para la industria, telecomunicaciones y construcción (21.1%).

Para evaluar el comportamiento del comercio exterior en los últimos 15 años, se presentan los siguientes gráficos con la dinámica del comercio exterior a partir de 1994. En el gráfico 1 se muestra el comercio del territorio aduanero hasta el año 2001; el cual no incluye las exportaciones amparadas por la Ley de Zonas Francas y la Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila. A partir del año 2002, el Banco de Guatemala registra el comercio total, incluido el amparado por ambos regímenes de incentivos (gráfico 2).

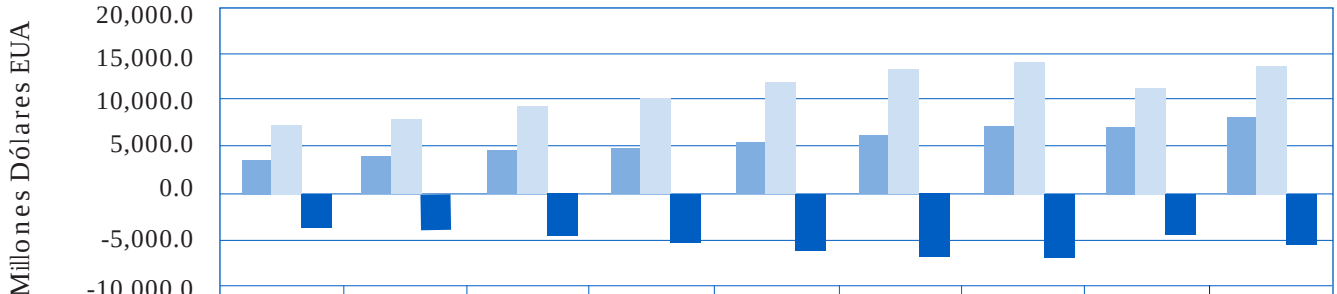
Gráfico 1. Comercio Exterior de Guatemala (1994 - 2001)



	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Exportaciones	1,502.6	1,935.5	2,030.7	2,344.1	2,581.7	2,460.4	2,699.0	2,411.7
Importaciones	2,647.6	3,292.5	3,146.2	3,852.0	4,650.9	4,560.0	5,171.4	5,606.6
Saldo Comercial	-1,145.1	-1,356.9	-1,115.5	-1,507.9	-2,069.3	-2,099.5	-2,472.4	-3,194.9

Comercio Territorio Aduanero. FUENTE: Elaboración propia con cifras del Banco de Guatemala

Gráfico 2. Comercio Exterior de Guatemala (2002 - 2010)

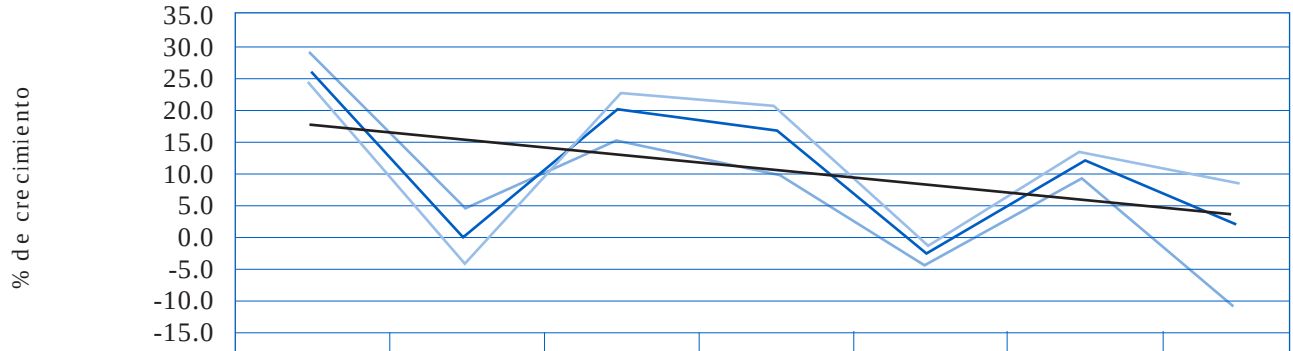


	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Exportaciones	4,162.1	4,459.4	5,036.4	5,380.8	6,025.2	6,897.7	7,764.9	7,231.3	8,466.2
Importaciones	7,658.8	8,126.9	9,474.5	10,492.6	11,918.9	13,575.7	14,545.0	11,525.6	13,836.3
Saldo Comercial	-3,496.7	-3,667.5	-4,438.1	-5,111.7	-5,893.7	-6,678.0	-6,780.1	-4,294.3	-5,270.1

Comercio General. FUENTE: Elaboración propia con cifras del Banco de Guatemala

En los gráficos anteriores se observa que, con ciertas excepciones, el comercio exterior de Guatemala a partir de la aprobación de la Política Integrada de Comercio Exterior de 1997, ha mantenido una tendencia de crecimiento. No obstante, los niveles de crecimiento no han sido constantes. Tanto durante el período 1994-2001 como el período 2002-2010, los porcentajes de crecimiento han sido variables (gráficos 3 y 4), con una tendencia hacia la baja. Sin embargo, ésta es menos pronunciada durante el segundo período señalado, aún cuando en el 2009, el comercio se redujo significativamente, principalmente por la baja de las importaciones en un 20%. Como ya se señaló, en el 2010 se dio una la recuperación del comercio exterior, principalmente de las exportaciones; y durante el 2011, las cifras muestran que se mantendrá una tendencia al crecimiento positivo.

Gráfico 3. Crecimiento Comercio Exterior de Guatemala (1995 - 2001)

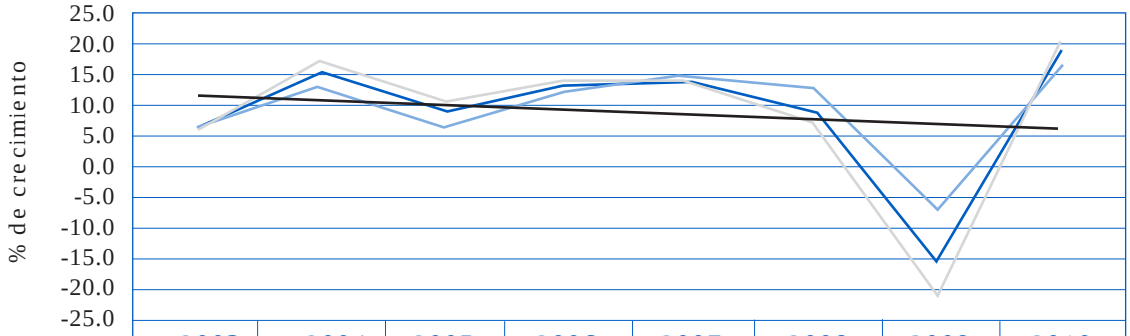


	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Exportaciones	28.8	4.9	15.4	10.1	-4.7	9.7	-10.6
Importaciones	24.4	-4.4	22.4	20.7	-2.0	13.4	8.4
Saldo Comercial	26.0	-1.0	19.7	16.7	-2.9	12.1	1.9

Comercio Territorio Aduanero. FUENTE: Elaboración propia con cifras del Banco de Guatemala

Cerrar Documento

Gráfico 4. Crecimiento Comercio Exterior de Guatemala (2003 - 2010)

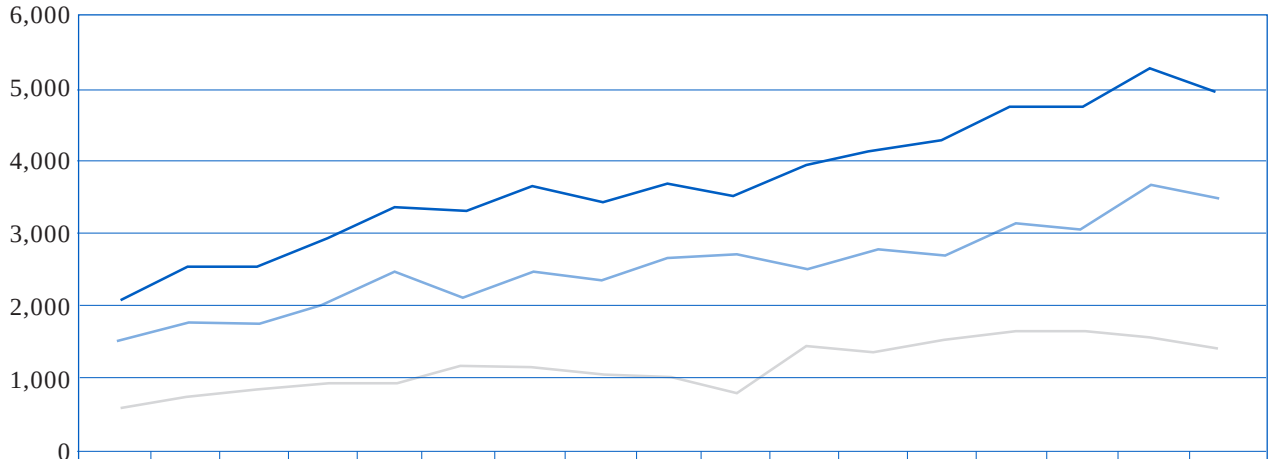


	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Exportaciones	7.1	12.9	6.8	12.0	14.5	12.6	-6.9	17.1
Importaciones	6.1	16.6	10.7	13.6	13.9	7.1	-20.8	20.0
Comercio Total	6.5	15.3	9.4	13.0	14.1	9.0	-15.9	18.9

Comercio General. FUENTE: Elaboración propia con cifras del Banco de Guatemala.
El crecimiento se muestra a partir del año 2003, debido a que antes del 2002 el BANGUAT no registra el comercio bajo los regímenes de incentivos (29-89 y 65-89)

Con relación al volumen de las exportaciones, el siguiente gráfico muestra la evolución que han registrado las exportaciones guatemaltecas de productos agropecuarios y agroindustriales, incluidos los productos alimenticios. Puede observarse que en 15 años, el volumen de las exportaciones de este tipo de productos se ha duplicado. Sin embargo, a los largo de los años se han registrado períodos de crecimiento negativo, tanto en los productos tradicionales (café, azúcar, banano y cardamomo), como en los productos no tradicionales.

Gráfico 5. GUATEMALA: Volumen de las Exportaciones 1994-2010.
Productos Agropecuarios* y Agroindustriales.

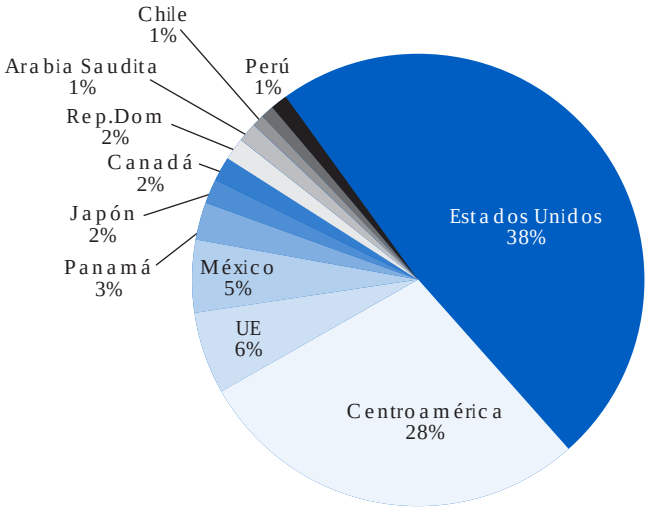


	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Tradicionales	1,471	1,753	1,729	1,909	2,408	2,123	2,447	2,375	2,666	2,695	2,516	2,751	2,708	3,087	3,058	3,646	3,480
No Tradicionales	607.2	770.8	844.8	907.1	903.0	1169.7	1172.5	1063.1	999.7	799.9	1428.3	1356.3	1556.4	1631.1	1691.4	1553.6	1435.9
Total	2,078	2,524	2,574	2,896	3,311	3,293	3,619	3,438	3,665	3,495	3,945	4,108	4,264	4,718	4,749	5,200	4,915

* Excluye animales vivos. ** Tradicionales: Café, azúcar, banano, cardamomo. FUENTE: SIECA

Con respecto a los socios comerciales de Guatemala, el 77% de las exportaciones tienen como destino cuatro mercados principales: Estados Unidos, Centroamérica, los países de la Unión Europea y México. El 13% se exporta a Panamá, Japón, Canadá, República Dominicana, Arabia Saudita, Chile, Perú y Corea. El 10% restante se envía a otros países (ver gráfico 6).

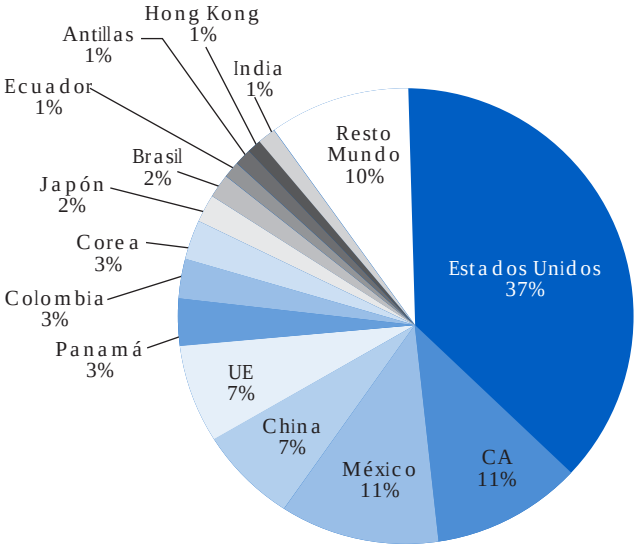
Gráfico 6. Guatemala: Destino de las Exportaciones (2010)



FUENTE: Elaboración propia con cifras del Banco de Guatemala.

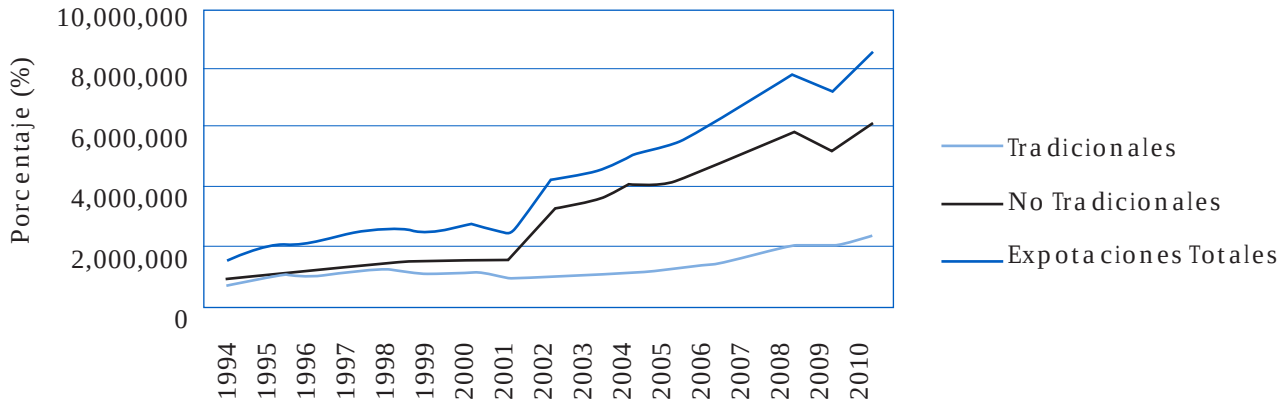
Por su parte, el 73% de las importaciones provienen de los siguientes orígenes: Estados Unidos, Centroamérica, México, la República Popular de China y los países de la Unión Europea. El 15% provienen de Panamá, Colombia, Corea, Japón, Brasil, Ecuador, Antillas Holandesas, Hong Kong e India. El 12% restante se importa de otros países (gráfico 7).

Gráfico 7. Guatemala: Origen de las Importaciones (2010)



Al analizar la oferta exportable de Guatemala, ésta también se ha diversificado. En el siguiente gráfico se muestran los niveles de crecimiento que han tenido las exportaciones no tradicionales, con relación a las exportaciones tradicionales. Mientras que en 1995 el 51% fueron exportaciones tradicionales (café, azúcar, banano, petróleo y cardamomo), en el 2001 el porcentaje se redujo al 37% y, a partir del 2002, se han mantenido en el rango del 20 % al 27%.

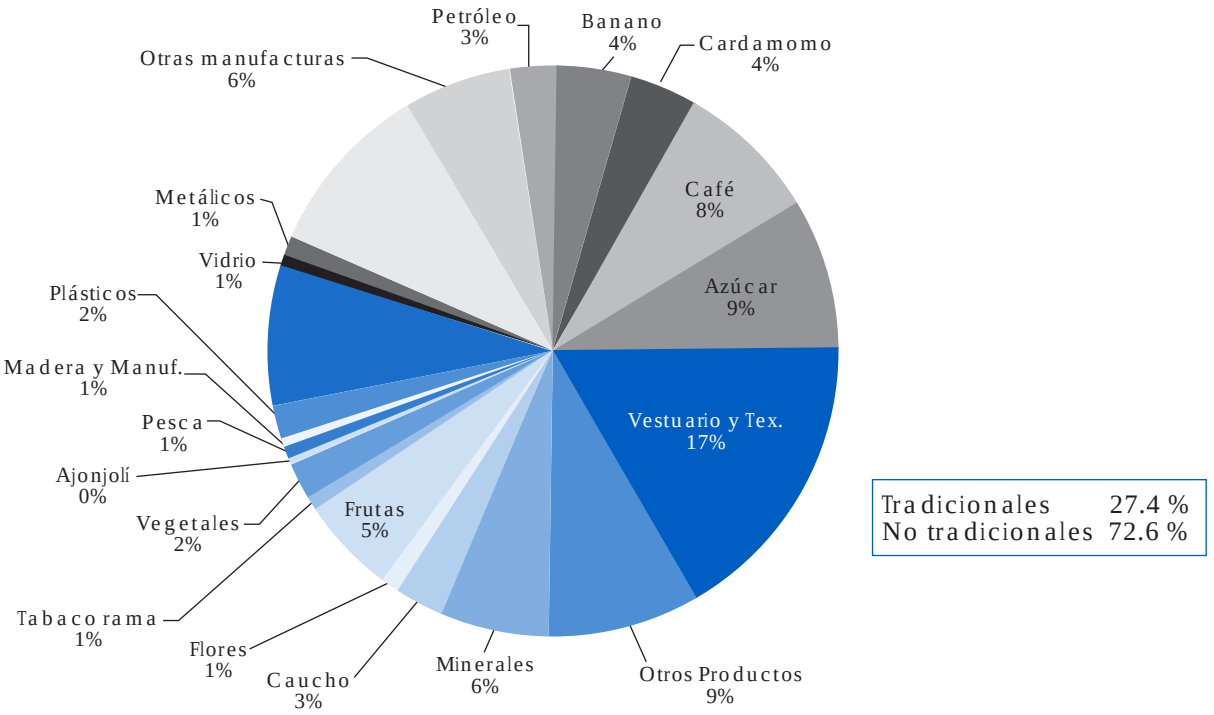
Gráfico 8. Guatemala: Evolución de las Exportaciones 1994 - 2010



1994-2001 Comercio Territorio Aduanero. 2002-2010 Comercio General. FUENTE: Elaborado con cifras del BANGUAT.

Actualmente, los productos tradicionales de exportación: azúcar, café, banano, cardamomo y petróleo, constituyen el 27% de las exportaciones del país. Mientras que el 73% de las exportaciones guatemaltecas son productos no tradicionales como vestuario y textiles, que durante 2010, representaron el 17% de las exportaciones; productos químicos, el 10%; productos alimenticios, el 8%; minerales, el 6% y frutas, el 5%. Otros productos son vegetales, flores, caucho, productos plásticos, productos de madera, pesca y acuicultura, tabaco y manufacturas diversas (ver gráfico 9).

Gráfico 9. Guatemala: Estructura de las Exportaciones (2010)



FUENTE: Asociación Guatemalteca de Exportadores, con cifras del Banco de Guatemala.

Cerrar Documento

En el siguiente cuadro se muestran los productos exportados hacia los principales socios comerciales de Guatemala: Estados Unidos, Centroamérica, la Unión Europea y México. Como puede observarse, los primeros productos exportados hacia Estados Unidos son vestuario, minerales de plata y productos agrícolas tradicionales. Por su parte, el mayor porcentaje de exportaciones hacia la Unión Europea se concentra en café. Mientras tanto, la estructura de las exportaciones a Centroamérica es mucho más diversificada, donde sobresalen las mercancías manufacturadas y algunos productos de la agroindustria.

Cuadro 1. Productos exportados hacia los principales Socios Comerciales de Guatemala (2010). En millones de US$

Estados Unidos		Centroamérica		Unión Europea		México	
3,258.62	38.49%	2,394.62	28.28%	491,95	5.81%	448,49	5.3%
• Prendas y complementos de vestir, de punto. • Minerales de plata. • Banano • Café oro. • Cardamomo. • Petróleo. • Prendas de vestir, excepto las de punto. • Azúcar de caña y melaza • Otros frutos comestibles (melones, mangos, piñas, nueces de macadamia, berries, limones). • Legumbres y hortalizas (arvejas, hortalizas en vaina, frijoles, coles y brócoli, coles de bruselas, pimientos, tomates, puerros, cebollas, lechugas y escarolas, mezclas). • Cajas de papel y cartón. • Artículos de joyería. • Caucho natural. • Plantas, flores y follajes. • Tabaco. • Químicos orgánicos. • Productos de cuero (cintos y cinturones). • Preparaciones alimenticias. • Semillas y frutos oleaginosos. • Preparaciones de frutas y hortalizas. • Productos plásticos. • Camarones y langostinos, pescado. • Madera y productos de madera.		• Productos plásticos. • Productos de la fundición, hierro y acero. • Productos de belleza, perfumería y tocador. • Derivados de petróleo; energía eléctrica. • Jabones, preparaciones tensoactivas. • Medicamentos. • Insecticidas, fungicidas y herbicidas. • Panadería, pastelería y galletería; preparaciones alimenticias, salsas y preparaciones, mostaza, helados; extractos, esencias y concentrados a base de café; levaduras. • Agua, incluida la mineral. • Alcohol etílico. • Cerveza de malta. • Productos de papel y cartón. • Manufacturas de fundición, hierro y acero. • Materiales y aparatos eléctricos. • Legumbres y hortalizas (papas, coles, coliflores y brócolis, tomates, zanahorias y remolachas, pimientos, cebollas, lechugas). • Otros: Manufacturas de aluminio, productos cerámicos, motocicletas y triciclos, preparaciones de legumbres y hortalizas, muebles, etc.)		• Café sin tostar. • Atunes en conserva. • Alcohol etílico. • Tabaco. • Cardamomos. • Melaza de caña de azúcar. • Partes de plantas. • Guisantes o arvejas. • Jaleas y mermeladas. • Camarones y langostinos. • Ron. • Esquejes e injertos. • Ajonjolí. • Semillas de legumbres y hortalizas. • Camisas de algodón. • Aceite de palma en bruto. • Manufacturas de madera. • Follajes. • Aceites esenciales. • Pantalones de algodón. • Alubias. • Suéteres, jerséis, pullovers.		• Caucho natural. • Aceite de palma y de almendra de palma. • Azúcar de caña. • Alcohol etílico. • Cerveza de malta. • Camarones y langostinos. • Pescado seco. • Tejidos de algodón. • Preparaciones alimenticias. • Productos de papel y cartón. • Productos plásticos. • Hortalizas de vaina, arvejas, coles de bruselas. • Pilas y baterías. • Prendas de vestir, de punto. • Tejidos de filamentos sintéticos. • Productos farmacéuticos (medicamentos). • Productos de panadería y pastelería. • Pastas alimenticias. • Cepillos de dientes, brochas y pinceles. • Aparatos y artefactos mecánicos. • Preparaciones de legumbres y hortalizas.	

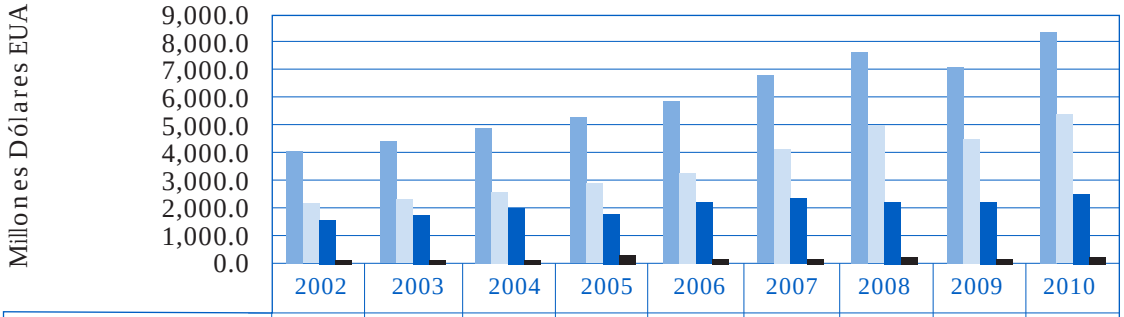
FUENTE: Trade Map (CCI - International Trade Centre)

Cerrar Documento

La diversificación de la oferta exportable del país, particularmente con el crecimiento de la participación de los productos no tradicionales, ha sido incentivada en buena medida por los regímenes de incentivos vigentes en Guatemala:

La Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila (Decreto 29-89) y la Ley de Zonas Francas (Decreto 65-89). Ver el gráfico 10.

Gráfico 10. Guatemala: Exportaciones por Tipo de Régimen (2002-2010)



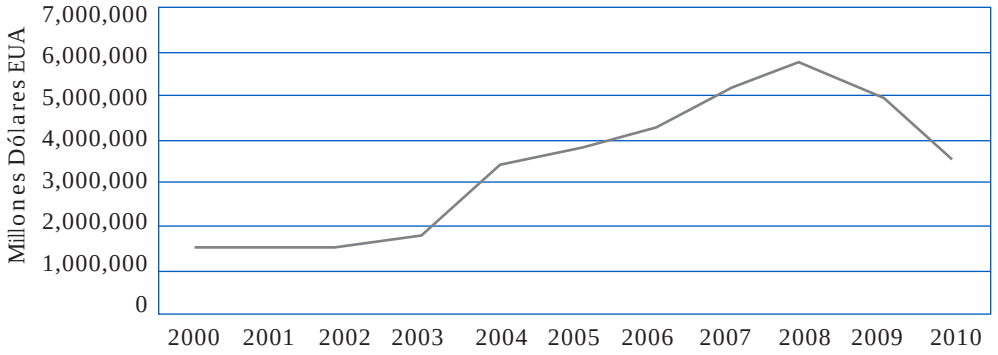
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Comercio General	4,162.1	4,459.4	5,036.4	5,380.8	6,025.2	6,897.7	7,764.9	7,213.7	8,466.2
Territorio Aduanero	2,275.8	2,412.7	2,663.8	3,026.1	3,424.1	4,202.6	5,046.7	4,627.1	5,476.9
29-89	1,700.5	1,824.7	2,104.6	2,002.4	2,309.2	2,377.7	2,363.0	2,293.3	2,653.9
Zonas Francas	185.7	222.0	267.9	353.4	291.9	317.4	355.3	293.3	335.4

FUENTE: Elaboración propia con cifras del Banco de Guatemala.

1.2 Comercio de Servicios

Las exportaciones mundiales de servicios han tenido una tendencia al crecimiento durante la última década, llegando a superar los US$ 5,700 millardos en el año 2008 (Gráfico 11). Esta tendencia se ha visto interrumpida a partir del 2009, debido principalmente a la crisis económica, como consecuencia de la crisis financiera internacional.

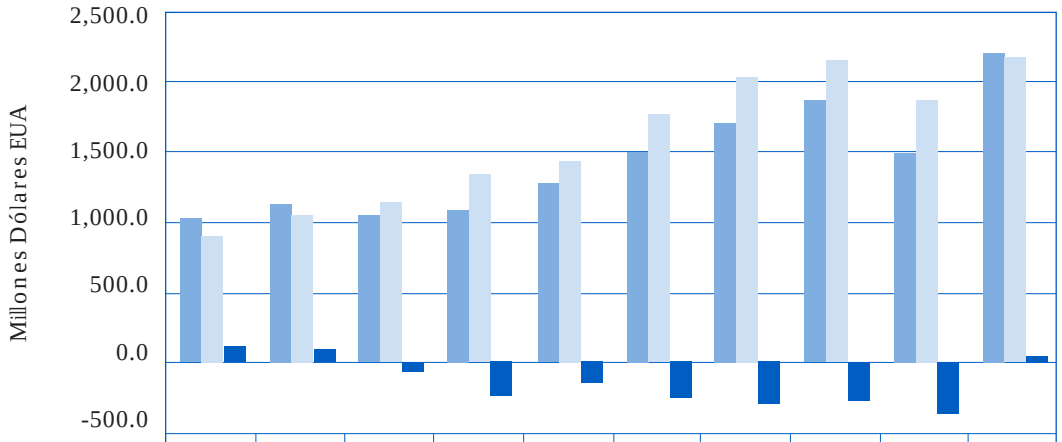
Gráfico 11. Exportaciones Mundiales de Servicios (2000 - 2009)



Fuente: Trade Map. Cálculos del CCI basados en estadísticas de Eurostat, OMC, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), División de Estadísticas de Naciones Unidas, Fondo Monetario Internacional

En el caso de Guatemala, el país ha mostrado una tendencia al alza en el comercio de servicios, del orden del 23% de crecimiento anual, a partir del año 2001 (gráfico 12). Ante la crisis económica mundial a partir del 2008, las exportaciones guatemaltecas de este rubro disminuyeron en el 2009, pero en el año 2010 se recuperaron, alcanzando una cifra récord superior a los dos millardos de dólares de los EUA.

Gráfico 12. Comercio Exterior de Servicios de Guatemala (2001 - 2010)



	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Exportaciones	1,044.8	1,145.4	1,058.8	1,100.5	1,307.9	1,518.8	1,731.2	1,872.9	1,512.5	2,215.9
Importaciones	927.9	1,066.1	1,126.1	1,344.4	1,449.7	1,778.4	2,041.2	2,149.0	1,882.6	2,197.6
Saldo Comercial	317.0	79.3	-67.3	-243.9	-141.8	-259.6	-310.0	-276.1	-370.1	18.3

División de Estadísticas de Naciones Unidas, Organización Mundial del Comercio, Fondo Monetario Internacional.

Cerrar Documento

Como se observa en el cuadro 2, el rubro más importante de la exportación de servicios es turismo y viajes de negocios, seguido por transportes y comunicaciones, principalmente los relacionados con las telecomunicaciones. También se aprecia una importancia de otros servicios empresariales, que incluyen los servicios profesionales y técnicos y los relacionados con el comercio; así como los de seguros y financieros.

Entre los sectores prometedores, en vista de su potencial de crecimiento durante los últimos años, resaltan los relacionados con los servicios de informática y de información; particularmente la industria del software, contact centers y BPO y desarrollo de aplicaciones digitales; asimismo el turismo sostenible, turismo de salud y bienestar y los servicios de laboratorio.

Cuadro 2. GUATEMALA: Comercio Exterior de Servicios (2007 - 2009)

Descripción del servicio	Exportaciones (Miles US$)			Importaciones (Miles US$)		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Total servicios	1,731,200	1,872,900	1,512,500	2,041,200	2,149,000	1,882,600
Transportes	187,900	254,500	215,100	1,073,100	1,146,700	934,800
Viajes y turismo	1,054,600	1,068,300	819,600	597,000	606,000	538,800
Servicios de comunicaciones	265,000	273,100	224,700	32,100	32,400	37,100
Servicios de construcción	--	100	2,100	--	200	400
Servicios de seguros	20,600	21,900	19,000	201,800	203,900	198,400
Servicios financieros	14,800	5,800	10,000	8,200	11,100	3,100
Servicios de informática y de información	10,900	11,000	11,800	9,400	8,400	10,000
Regalías y derechos de licencia	10,800	11,900	11,600	72,200	62,100	92,700
Otros servicios empresariales	54,800	84,900	94,400	18,900	40,500	38,400
Servicios personales, culturales y recreativos	--	--	--	4,300	4,400	3,900
Servicios del gobierno, n.i.o.p.	111,800	141,400	106,300	24,100	33,300	25,300

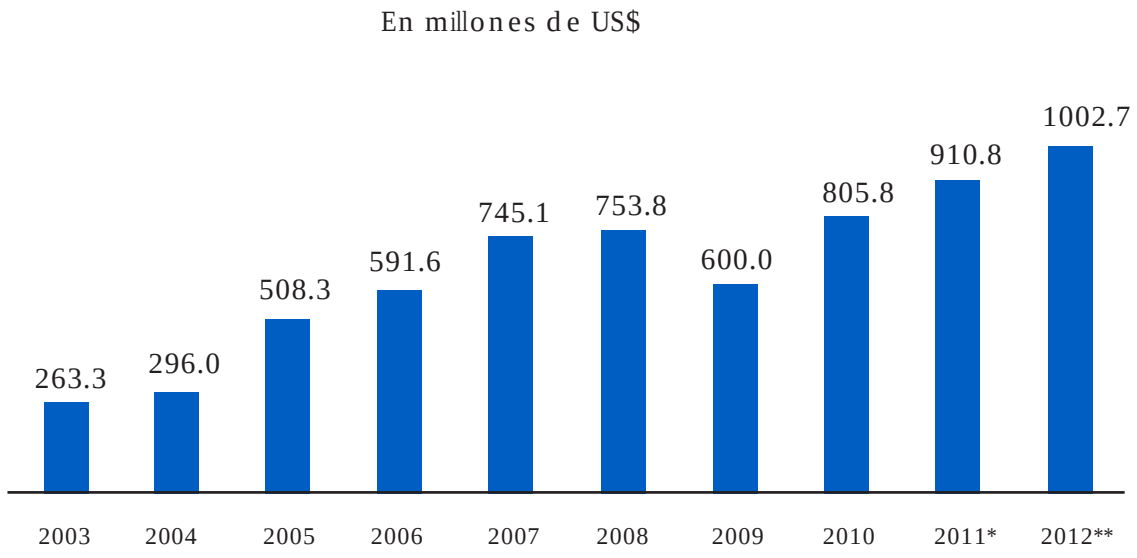
Fuente: Trade Map. Cálculos del CCI basados en estadísticas de División de Estadísticas de Naciones Unidas, Organización Mundial del Comercio, Fondo Monetario Internacional.

2. Inversión Extranjera Directa - IED

El Análisis de la Política de Inversión de Guatemala, realizado por la UNCTAD (2011), señala que dada su posición geográfica, y por ser el mayor mercado de la región, con una población cercana a las 14 millones, Guatemala tiene potencial para atraer más IED para desarrollar al país como centro regional de negocios que exporte a Centroamérica y el sur de México. Guatemala también tiene la mayor fuerza laboral de Centroamérica, estimada en 4.1 millones, con una cifra anual de graduados universitarios de 176 mil[2]. Otros factores favorables son el estable manejo macroeconómico desde 1996 y que Guatemala ofrece una economía bastante diversificada.

En el gráfico 13, se muestra la tendencia de crecimiento de la IED en Guatemala, a partir del 2003 y una proyección de la Agencia Invest In Guatemala para el 2011 y 2012. De acuerdo al Análisis de UNCTAD, la IED en Guatemala se ha diversificado durante los últimos años. Sin embargo, para el período 2007-2009, la inversión de Estados Unidos se mantiene en 33%; el 10% provino de México, el 9% del Reino Unido, el 8% de Canadá y el 8% de España. El 18% restante provino de otros países.

Gráfico 13. GUATEMALA: Inversión Extranjera Directa 2003-2011



*Estimado
**Proyectado
Fuente: BANGUAT

2. UNCTAD, Análisis de la Política de Inversión (Guatemala). Nueva York y Ginebra, 2011.

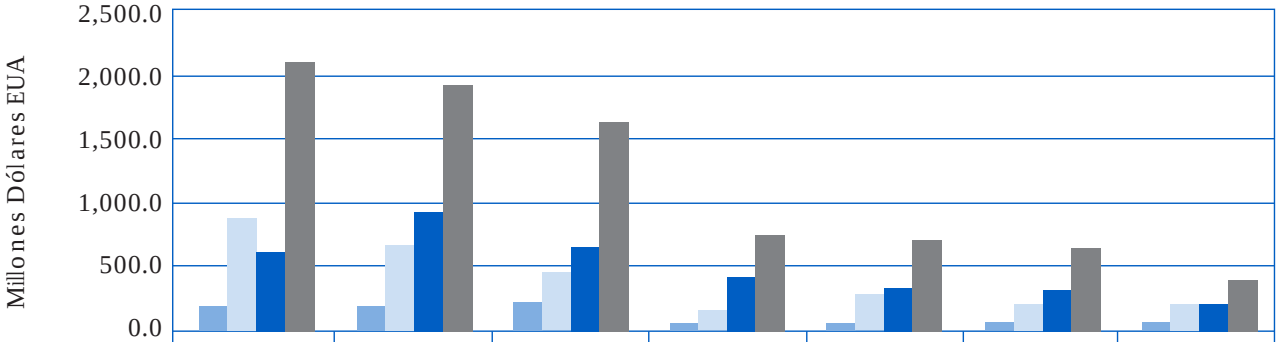
Cerrar Documento

Los principales sectores que atraen IED son manufacturas, banca y finanzas, electricidad, telecomunicaciones, minería y petróleo, y agricultura. Otros sectores, principalmente en servicios, como centros de atención al cliente, BPO y turismo, tienen un potencial de crecimiento en IED. También hay sectores que han generado inversiones como alimentos y bebidas, textiles y comercio minorista. Con respecto a inversión extranjera en infraestructura de transporte, ésta ha sido limitada; pero se espera que esta área mejore con la reciente aprobación de la Ley de Alianzas para el Desarrollo de Infraestructura Económica en 2010 y su respectivo reglamento en el 2011.

No obstante el potencial del país para atraer IED y el crecimiento durante los últimos años, el análisis de la UNCTAD muestra que Guatemala ha tenido un desempeño menor que los países vecinos en atracción de IED y tiene el ingreso de IED más bajo en la región, que para el período 2006-2009, fue menor a US$ 50 por persona. En el gráfico 14, se aprecian los promedios de flujos de Inversión Extranjera Directa en el país, desde 1991 hasta 2009, comparado con el resto de países de Centroamérica, Panamá y la República Dominicana.

Entre los factores que señala el informe como limitantes de un mejor desempeño en atracción de IED, están los altos niveles de crimen e inseguridad, la grave desigualdad de los ingresos, un sistema educativo débil, que limita la disponibilidad de mano de obra calificada y una baja inversión en infraestructura económica y social.

Gráfico 14. Promedios de flujos de Inversión Extranjera Directa 1991-2009



	Panamá	Rep.Dom	Costa Rica	Honduras	El Salvador	Guatemala	Nicaragua
1991-1995	209.4	227.0	257.1	52.5	19.4	93.5	47.9
1996-2000	896.5	701.5	494.7	187.1	309.4	243.7	206.1
2001-2005	643.9	928.1	669.9	425.7	353.0	354.3	209.3
2006-2009	2,112.2	1,944.1	1,677.2	749.3	741.1	664.1	432.2

FUENTE: UNCTAD, Análisis de las Política de Inversión de Guatemala, 2011.

3. Competitividad Internacional y facilitación del comercio

3.1 Competitividad

De acuerdo al último informe sobre la Competitividad Global - ICG (2011-2012), que el Foro Económico Mundial elabora desde 1979, Guatemala ocupó el lugar 84 de 142 países analizados; lo cual significó una baja de 6 puestos, con respecto al informe 2010-2011, cuando se ubicó en el puesto 78 de 139 países. (Ver cuadro 3). El Foro define la competitividad como el "conjunto de factores, políticas e instituciones, que determinan el nivel de productividad en un país". El Informe presenta un estudio comparativo entre los países analizados, sobre los factores que inciden en la competitividad y el crecimiento económico.

Cuadro 3. Índice de la Competitividad de los países Centroamericanos
Medición de 142 países.

	ICG 2011-2012		ICG 2011-2012		Variación 2009-2010	ICG 2009	Variación 2009-2010
País	Posición	Calificación	Posición	Calificación		Posición	
Panamá	49	4.35	53	4.33	4	59	4
Costa Rica	61	4.27	56	4.31	-5	55	-5
Guatemala	84	4.00	78	4.04	-6	80	-6
Honduras	86	3.98	91	3.89	5	89	5
El Salvador	91	3.89	82	3.99	-9	77	-9
Nicaragua	115	3.61	112	3.57	-3	115	-3

FUENTE: World Economic Forum. Reporte de la Competitividad Global.

De acuerdo a informes anteriores, Guatemala había tenido algunas mejoras en su índice de competitividad. Sin embargo, en el último período analizado, los principales factores que incidieron en la baja fueron los problemas de seguridad, la falta de certeza jurídica, las deficiencias en la calidad de la educación y en la calidad de las instituciones de investigación, así como las dificultades con la propiedad intelectual. Como ventajas competitivas, Guatemala obtuvo un buen desempeño en disponibilidad de servicios financieros, acceso al crédito, disponibilidad y utilización de las tecnologías, y disponibilidad y calidad de los proveedores locales.

En el siguiente cuadro, se muestran los 12 pilares del Informe, en el que se analizan 113 variables; basándose principalmente en información estadística y encuestas a instituciones y empresarios.

Cerrar Documento

Cuadro 4. Índice de la Competitividad Global de Guatemala

Índice de competitividad global	Rango (de 142)	Calificación (1-7)
ICG 2011-2012	84	4.0
ICG 2010-2011 (de 139)	78	4.0
ICG 2009-2010 (de 133)	80	4.0
Requerimientos básicos (42.2%)	93	4.2
1. Instituciones	129	3.1
2. Infraestructura	70	3.9
3. Estabilidad macroeconómica	76	4.7
4. Salud y educación primaria	100	5.3
Potenciadores de la eficiencia (48.3%)	81	3.9
5. Educación superior y capacitación	100	3.5
6. Eficiencia del mercado de bienes	65	4.2
7. Eficiencia del mercado laboral	98	4.0
8. Desarrollo del mercado financiero	46	4.4
9. Preparación tecnológica	80	3.5
10. Tamaño del mercado	76	3.5
Factores de innovación y sofisticación (9.4%)	56	3.5
11. Sofisticación de los negocios	55	4.1
12. Innovación	91	2.9

FUENTE: World Economic Forum. Reporte de la Competitividad Global 2011-2012.

De acuerdo a un análisis realizado por la Fundación para el Desarrollo de Guatemala (FUNDESA), institución socia del Foro en la elaboración de las encuestas en el país; Guatemala mejoró en el pilar de eficiencia del mercado laboral en la variable de pago por productividad, que mejoró 15 posiciones y en el pilar de innovación en cuanto a la cantidad de marcas registradas, que mejoró 10 posiciones.

No obstante, Guatemala continúa en el último lugar por los costos asociados al crimen y la violencia, colocándolo en la posición 142 de 142 países evaluados.

3.2 Facilitación del Comercio

Para beneficiarse del comercio, los países deben crear las condiciones que disminuyan los obstáculos para que las empresas, tanto nacionales como extranjeras, ingresen al mercado. En ese sentido, la política comercial de un país, debe tomar en cuenta un conjunto amplio de factores que hacen posible el comercio.

Estos factores son analizados por el Foro Económico Mundial, en el Informe Global de Facilitación del Comercio (IFC); el cual analiza en cada uno de los mercados que forman parte del informe, cuatro categorías de factores que tienen incidencia en el comercio: acceso al mercado, administración aduanera, transporte e infraestructura de telecomunicaciones, y, clima de negocios.

Según el Informe de 2010, Guatemala ocupa el lugar 69 de 125 países analizados, con una disminución de 9 puestos con respecto al año 2009. Con respecto al resto de países de Centroamérica, incluyendo Panamá; Guatemala se encuentra en una de las posiciones más bajas de la región, sólo superando a Nicaragua. (Ver cuadro 5).

Cuadro 5. Índice Facilitación del Comercio de los países de Centroamérica

	IFC 2010		IFC 2009	Variación 2009-2010
País	Posición	Calificación	Posición	
Costa Rica	44	4.45	43	-1
El Salvador	57	4.16	56	-1
Panamá	61	4.12	53	-8
Honduras	66	3.98	66	0
Guatemala	69	3.97	58	-9
Nicaragua	79	3.85	77	-2

FUENTE: World Economic Forum, The Global Enabling Trade Report, 2010.

Las cuatro categorías anteriores, se dividen en los siguientes pilares:

- Condiciones de acceso a los mercados interno y externo.
- Eficiencia de la administración aduanera.
- Eficiencia en los procedimientos de exportación e importación.
- Transparencia en la administración en frontera.
- Disponibilidad y calidad de la infraestructura de transporte.
- Disponibilidad y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs).
- Entorno normativo.
- Seguridad física.

En cuadro 6 se muestran las posiciones que Guatemala ocupó en cada una de las categorías y los pilares, con respecto al resto de países analizados; 125 en total y su puntuación sobre 7 puntos.

Cuadro 6. Índice de Facilitación del Comercio de Guatemala

Índice de Facilitación del Comercio	Rango (de 125)	Calificación (1-7)
Índice 2010	69	4.0
Índice 2009	58	4.0
Acceso al mercado	13	5.2
1er. Pilar: Acceso al mercado interno y externo	13	5.2
Administración en frontera	62	4.1
2o. Pilar: Eficiencia de la administración aduanera	37	4.7
3er. Pilar: Eficiencia de los procedimientos de exportación e importación	95	4.0
4o. Pilar: Transparencia en la administración en frontera	63	3.5
Infraestructura de transporte y comunicaciones	82	3.3
5o. Pilar: Disponibilidad y calidad de la infraestructura de transporte	89	3.5
6o. Pilar: Disponibilidad y calidad de los servicios de transporte	82	3.4
7o. Pilar: Disponibilidad y uso de la TICs	72	3.0
Clima de negocios	119	3.3
8o. Pilar: Entorno normativo	84	3.5
9o. pilar: Seguridad física	124	3.1

FUENTE: World Economic Forum, The Global Enabling Trade Report, 2010.

El cuadro muestra que Guatemala tiene una clara ventaja en acceso al mercado; el cual mide aspectos como aranceles y medidas no arancelarias. También está bien ubicado en la eficiencia de la administración aduanera, pero tiene una baja calificación en la eficiencia de los procedimientos de exportación e importación. Los índices más bajos están en el clima de negocios, donde ocupa el lugar 119 de 125 países analizados, y que mide el entorno normativo y la seguridad física; y, la infraestructura de transporte y comunicaciones.

Con respecto a la disponibilidad y uso de las TICs, Guatemala tiene ventajas en la suscripción a teléfonos móviles y el uso de Internet en los Negocios, pero todavía hay algunas limitaciones en el desarrollo de banda ancha, los servicios gubernamentales en línea y el uso generalizado de Internet en la población.

En el caso del entorno normativo, Guatemala no presenta mayores restricciones al flujo de la IED y en la apertura a la participación de capital extranjero. Los índices más bajos están en la corrupción, la influencia indebida, y, los derechos de propiedad intelectual. Calificaciones medias se obtienen en eficiencia gubernamental, facilidad de mano de obra y eficiencia de los mercados financieros.

ANEXO 2. ANTECEDENTES

1. El Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones

La Constitución Política de la República de Guatemala establece como obligaciones fundamentales del Estado "(...) promover el desarrollo ordenado y eficiente del comercio exterior del país", fomentando la inserción de los productos nacionales en los mercados internacionales; así como "proteger la formación de capital, el ahorro y la inversión y crear las condiciones adecuadas para promover la inversión de capitales nacionales y extranjeros".

Por su parte, la Ley del Organismo Ejecutivo, Decreto 114-97 del Congreso de la República, designa al Ministerio de Economía, la responsabilidad de hacer cumplir el régimen jurídico relativo al desarrollo del comercio exterior, la promoción de la competitividad y la inversión nacional y extranjera. En materia de productos agropecuarios, la política comercial se diseña de manera conjunta con el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

El Ministerio de Economía, como institución responsable de las políticas relacionadas con el comercio exterior, la competitividad y las inversiones; ejerce la función de coordinación y facilitación, con las instituciones públicas y privadas, relacionadas con dichos temas. La coordinación se lleva a cabo en el Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones (CONAPEX), creado en el año 1986, mediante el Acuerdo Gubernativo 367-86, modificado por el Acuerdo Gubernativo 399-90.

El CONAPEX es un Consejo Público- Privado, que funciona al más alto nivel y tiene como objetivo proponer al Presidente de la República, la política nacional de "...promoción, diversificación e incremento de las exportaciones, y velar por la instrumentación y ejecución de la misma".

Está integrado por:

- El Ministro de Economía, quien lo preside;
- El Ministro de Agricultura, Ganadería y Alimentación;
- El Ministro de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda;
- El Ministro de Finanzas Públicas;
- El Ministro de Relaciones Exteriores; y,
- El Presidente del Banco de Guatemala.

Participan como observadores del sector público:

- El Ministerio de Trabajo, el Ministerio de Energía y Minas, la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), la Secretaría de Planificación y Programación, y, el Comisionado Presidencial para la Competitividad.

Por parte del sector privado, integran el CONAPEX:

- El Presidente de la Cámara Empresarial de Guatemala;
- El Presidente de la Cámara del Agro;
- El Presidente de la Asociación de Azucareros de Guatemala;
- El Presidente de la Cámara de Comercio de Guatemala;
- El Presidente de la Cámara de Finanzas;
- El Presidente de la Cámara de Industria de Guatemala;
- El Presidente de la Asociación Guatemalteca de Exportadores; y,
- El Presidente de la Confederación Guatemalteca de Federaciones de Cooperativas.

Participan como Observadores del sector privado:

- La Cámara Guatemalteca de la Construcción, la Asociación Nacional del Café, la Federación de la Pequeña y Mediana Empresa, y, la Cámara Empresarial de Comercio y Servicios.

Cerrar Documento

Para la ejecución y seguimiento de las políticas y decisiones emanadas del Consejo, se conformó la Comisión Nacional Coordinadora de Exportaciones (CONACOEX), la cual está integrada por funcionarios de alto nivel técnico y ejecutivo, de las entidades públicas y privadas representadas en CONAPEX.

Desde su creación, el CONAPEX ha tenido logros importantes en materia de comercio y promoción de las exportaciones; con medidas tales como, la creación de la Ventanilla Única para las Exportaciones (VUPE), el Comité de Operación de la Bodega de Carga Aérea (COMBEX) y el Programa Integral de Protección Agrícola y Ambiental (PIPAA); así como la aprobación de la Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila (Decreto 29-89) y la Ley de Zonas Francas (Decreto 65-89). Asimismo, resalta la creación del Programa de Agregados Comerciales de Inversión y Turismo (PACIT), que cuenta con oficinas en el exterior, ubicadas en ciudades de importancia para promover el comercio y la atracción de inversiones.

En el año 1997, en el marco del CONAPEX, se formuló y aprobó la "Política Integrada de Comercio Exterior", la cual establece un concepto integrado que contempla las exportaciones, las importaciones y las inversiones; combinando elementos generales de la economía del país, su ambiente para las inversiones, la infraestructura, el comercio de servicios, el rol del sector privado como productor y comercializador eficiente, la aplicación de las reglas mundiales de comercio, la negociación de los tratados comerciales, y la incorporación a los bloques regionales.

2. La Política Integrada de Comercio Exterior

La Política Integrada de Comercio Exterior, aprobada en el año 1997; fue formulada con el objetivo de promover la competitividad y el comercio exterior, y contribuir al desarrollo económico y social del país y está definida como "(...) el conjunto de acciones coherentes y armonizadas, ejecutadas tanto por el sector público como privado, destinadas a lograr la inserción exitosa de Guatemala en el comercio internacional".

Actualmente, las áreas de la Política Integrada de Comercio Exterior son:

- Desarrollo de la competitividad, con énfasis en el incremento de la productividad y la reconversión productiva; y,
- La apertura comercial, a través del acceso a nuevos mercados y la correcta aplicación y aprovechamiento de los mismos.

El objetivo de la Política Integrada de Comercio Exterior es apoyar en la disminución de la pobreza, promoviendo el desarrollo económico, a través de la creación de las condiciones necesarias para la producción y el acceso a los mercados internacionales.

En el área 1: Desarrollo de la Competitividad, se definieron los niveles meta (conciencia colectiva sobre la importancia del comercio exterior), macro (política monetaria, cambiaria, crediticia, fiscal, arancelaria, infraestructura y servicios), meso (desarrollo institucional de organizaciones públicas y privadas) y micro (estrategias empresariales para la inserción en los mercados internacionales). Esta área se dividió en tres ejes:

i. Condiciones para el fomento del comercio y las inversiones;
ii. Modernización productiva; y,
iii. Promoción de exportaciones, inversiones y mercadeo.

En el área 2: Negociaciones Comerciales, el objetivo fue lograr el acceso de la producción guatemalteca competitiva a los mercados internacionales prioritarios, en coordinación entre el sector público y privado, en tres planos:

- Multilateral, a través de una participación activa en la Organización Mundial del Comercio (OMC), a la cual Guatemala ingresó desde su formación en 1995;
- Regional, a través del perfeccionamiento del proceso de integración económica centroamericana, iniciado en 1960 y que tomó un nuevo impulso a partir del año 1993, con la suscripción del Protocolo de Guatemala al Tratado General de Integración Económica Centroamericana; y,
- Bilateral, mediante la negociación, suscripción y administración de acuerdos comerciales de libre comercio; y, los acuerdos para la promoción y protección recíproca de las inversiones (APPRI).

2.1 Evolución de la Política Integrada de Comercio Exterior

2.1.1 ÁREA 1: Competitividad y Reconversión Productiva

Guatemala ha mantenido un manejo macroeconómico estable, con un nivel de endeudamiento en relación al PIB de los más bajos de América Latina y un déficit del Gobierno relativamente bajo, que según datos del FMI en el 2009 fue del 3.4 %.

De acuerdo al Análisis de la Política de Inversión de Guatemala, realizado por la UNCTAD (2011), el crecimiento promedio real del PIB durante el período 1996-2006 fue del 3.5%, mientras que en el 2009 se redujo al 0.6, como consecuencia de la reducción del crecimiento de los Estados Unidos, principal socio comercial del país y el origen de la mayor parte de las remesas que ingresan al país.

Según la Agencia de Promoción de Inversión Extranjera Directa (Invest in Guatemala), la estabilidad macroeconómica de Guatemala permitió cerrar el 2010 con un crecimiento económico proyectado de 2,8%, esperando un crecimiento superior al 3,0% para el 2011. De acuerdo con la Agencia, el crecimiento económico de Guatemala ha sido constante y estable, con la volatilidad en crecimiento del PIB más baja de América Latina entre 1990 y 2007.

En el marco del eje de Competitividad, en 1999 fue creado el Programa Nacional de la Competitividad (PRONACOM), que trabaja las áreas de: clima de negocios, clúster, agendas de desarrollo local y promoción de las inversiones. Se trata de un programa mixto que incorpora al sector público, el sector privado y la sociedad civil (centros de investigación, universidades, grupos sociales).

En el 2004 se conformó la Oficina del Comisionado Presidencial para la Inversión y Competitividad, con dos entidades ejecutoras para alcanzar sus planes en esta materia: el Programa Nacional de Competitividad (PRONACOM) y la Agencia de Promoción de Inversión Extranjera Directa "Invest in Guatemala".

En el año 2005, el PRONACOM lanzó la Agenda Nacional de Competitividad de Guatemala 2005-2015, la cual fue el resultado del consenso entre los diferentes sectores que integran el PRONACOM. La Agenda se planteó como meta una Guatemala próspera, solidaria y equitativa y se basó en seis ejes estratégicos: (i) sociedad sana, educada, capacitada e incluyente; (ii) modernización y fortalecimiento institucional; (iii) balance y sostenibilidad ambiental; (iv) descentralización y desarrollo local; (v) fortalecimiento de infraestructura productiva y tecnológica; y, (vi) fortalecimiento del aparato productivo y exportador.

Cerrar Documento

Otras medidas adoptadas partir de la aprobación de la Política fueron:

- Ley de Inversión Extranjera, Decreto 9-98 del Congreso de la República en 1998. Esta Ley permite a los inversionistas extranjeros, participar en cualquier actividad económica en Guatemala; con algunas limitaciones en el sector de silvicultura.

- Ley de Libre Negociación de Divisas, Decreto 94-2000 en el 2001; permite la libre disposición, tenencia, contratación, remesa, transferencia, compra, venta, cobro y pago de y con divisas.

- Ley del Sistema Nacional de la Calidad (SNC), Decreto 78-2005. Esta Ley tiene entre sus objetivos promover la adopción de prácticas de gestión de la calidad de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado nacional e internacional. El SNC está conformado por la Comisión Guatemalteca de Normas (COGUANOR), la Oficina Guatemalteca de Acreditación (OGA), el Centro Nacional de Metrología (CENAME), la Comisión Nacional de Reglamentación Técnica (CRETEC), el Centro de Información (CEINFORMA), y, la Dirección del Sistema Nacional de la Calidad, del Ministerio de Economía. La Ley creó un Consejo Nacional de Calidad, integrado por los Ministerios y entidades del sector privado, relacionadas con la calidad, así como el sector académico y los colegios profesionales.

- Aprobación de la "Política Nacional para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (2006)", para desarrollar MIPYMES competitivas en los mercados locales, regionales e internacionales, de cara a la globalización. La política incluyó siete áreas de actuación: Fortalecimiento del marco institucional; acceso y consolidación de mercados; acceso a servicios financieros, y de desarrollo empresarial; ampliación de la base empresarial; acceso a tecnología y promoción de la innovación; desarrollo de encadenamientos productivos y sistemas locales; información sectorial, monitoreo y evaluación de impacto.

- Creación del Comité Nacional de Promoción del Comercio en el año 2006, coordinado por el Ministerio de Economía, e integrado por instituciones del sector empresarial y cámaras binacionales. El Comité, fue conformado para planificar las actividades de promoción del comercio exterior, en apoyo a las pequeñas y medianas empresas, las cuales comprenden misiones comerciales y participación en ferias internacionales. Por su parte, las diferentes organizaciones del sector empresarial, han llevado a cabo una serie de ferias y convenciones internacionales; asimismo, promueven la internacionalización de las empresas, a través de misiones comerciales, participación en ferias especializadas, así como actividades permanentes de formación y capacitación.

- Ley de Alianzas para el Desarrollo de Infraestructura Económica, Decreto 16-2010, que pone a Guatemala al nivel de muchos otros con legislaciones similares de otros países, que les ha permitido el desarrollo de infraestructura productiva. Esta Ley promueve la inversión, tanto nacional como extranjera, lo que permitirá destinar recursos privados para la construcción y modernización de infraestructura, en proyectos de interés público en las áreas de carreteras, puertos, aeropuertos, proyectos eléctricos o de desarrollo urbano, en alianza público-privada. El Reglamento fue aprobado en octubre de 2011, el cual crea la Agencia Nacional de Desarrollo de la Infraestructura Económica (ANADIE).

Otras medidas adoptadas partir de la aprobación de la Política fueron:

2.1.2 ÁREA 2: Negociaciones Comerciales Internacionales

Durante los últimos 15 años, Guatemala ha tenido una estrategia de apertura de mercados, con el propósito de consolidar la inserción en los mercados externos y ampliar las oportunidades económicas para los sectores productivos nacionales; en tres líneas de acción:

i. Instalación de la Misión Permanente ante la Organización Mundial del Comercio en 1998; lo que le ha permitido un rol activo en el ámbito multilateral, particularmente a partir del inicio de la Ronda Doha de Negociaciones, en el año 2001.

ii. Promoción del avance y consolidación del proceso de integración regional y la Unión Aduanera Centroamericana (UAC).

iii. Negociación de acuerdos comerciales y de inversión bilaterales, con los principales socios comerciales del país.

Para coordinar el área de las negociaciones comerciales, la Política creó la Comisión Nacional de Negociaciones Internacionales (CONEI). Este foro fue presidido por el Viceministro de Integración y Comercio Exterior y, en el marco del mismo, se trataron los temas relacionados con las negociaciones comerciales y la priorización de los frentes de negociación. La CONEI fue conformada por representantes de las instituciones del sector público, vinculadas al comercio exterior, y por parte del sector privado, por la Comisión Empresarial de Negociaciones y Comercio Internacional (CENCIT). Actualmente el CONEI no está activo.

Con respecto a los temas vinculados a la integración regional, además del libre comercio para la mayor parte de los bienes originarios de la región y la existencia del arancel externo común en un 95.7%; se han dado avances en el establecimiento del CA4, que permite el libre movimiento de personas entre Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua y en el ámbito normativo se han registrado logros con el Reglamento de Origen, las reformas al Código Aduanero Centroamericano y su Reglamento, la aprobación del Código de Valoración Aduanera, el avance en la armonización de registros, el mecanismo de solución de diferencias y el Acuerdo Centroamericano de Servicios e Inversión, entre otros.

Aunque hay una importante agenda pendiente en materia de integración económica, en diciembre de 2007 se firmó el Convenio Marco para el Establecimiento de la Unión Aduanera Centroamericana, el cual contiene los lineamientos para el desarrollo de las disposiciones jurídicas que consolidan los objetivos y principios necesarios para alcanzar la unión aduanera, y establece el compromiso de creación del marco institucional para administrar el proceso. El Convenio Marco ya fue ratificado por El Salvador, Honduras y Guatemala.

En el campo de las negociaciones comerciales bilaterales, a partir de 1996, de forma individual o conjuntamente con los países centroamericanos, Guatemala ha negociado y puesto en vigencia siete tratados de libre comercio con México, República Dominicana, Taiwán, Estados Unidos, Colombia, Panamá y Chile; así como tres acuerdos de alcance parcial, con Belice, Cuba y Venezuela. De igual forma, conjuntamente con Centroamérica y Panamá, se han concluido las negociaciones de un Acuerdo de Asociación con la Unión Europea (ADA), que incluye una zona de libre comercio entre ambas regiones.

Cerrar Documento

Recientemente se concluyeron las negociaciones para un Acuerdo de Alcance Parcial con Ecuador y un Tratado de Libre Comercio con Perú; y se unificaron y ampliaron los acuerdos comerciales que los países centroamericanos tenían con México.

Como lo muestra el siguiente cuadro, los acuerdos comerciales vigentes en Guatemala, cubren cerca del 80% de las exportaciones y el 67% de las importaciones del país. Cuando entre en vigencia el ADA y los acuerdos que están en proceso de suscripción o en negociación; el 88% de las exportaciones y el 76% de las importaciones se realizarán con países con acuerdos preferenciales de comercio.

Cuadro 7. GUATEMALA: Comercio abarcado con países/regiones con Acuerdos Comerciales vigentes, suscritos o en negociación (Año 2010)

Acuerdo	Contrapartes	Fecha entrada en vigencia	Exportaciones		Importaciones	
Total Comercio Guatemala (Año 2010)			Valor en miles US$	% del Total	Valor en miles US$	% del Total
Comercio con Países/Regiones con Acuerdos vigentes**			8,466,206.40	100	13,836,305.80	100
Tratado General de Integración	El Salvador, Honduras,	15/06/1961	2,394,624.60	28.28	1,494,171.30	10.80
Económica Centroamericana	Nicaragua, Costa Rica	15/03/2001	448,492.30	5.30	1,542,578.60	11.15
TLC Triángulo Norte -México	México	15/10/2001	134,038.20	1.58	39,492.30	0.29
TLC Centroamérica - República Dominicana	República Dominicana	01/07/2006	43,733.40	0.52	93,340.00	0.67
TLC Guatemala - Taiwán	Taiwán	01/07/2006	3,258,622.40	38.49	5,123,981.30	37.03
TLC Centroamérica, Rep. Dominicana, Estados Unidos	Estados Unidos, República Dominicana, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua,					
TLC Centroamérica - Panamá	Panamá	22/06/2009	221,972.60	2.62	440,376.50	3.18
TLC Triángulo Norte -Colombia	Colombia	13/11/2009	54,487.00	0.64	393,961.50	2.85
Chile	Chile	23/11/2009	91,594.10	1.08	93,924.40	0.68
Cuba*	Cuba	18/05/2001	16,731.60	0.20	1,449.70	0.01
Belice*	Belice	07/10/2009	48,080.20	0.57	7,110.40	0.05
Subtotal Acuerdos de Comercio vigentes**			6,712,376.40	79.28	9,230,386.00	66.71
Comercio con Países/Regiones con Acuerdos suscritos /negociados						
Unión Europea	27 países Miembros	Pendiente firma	491,945.20	5.81	953,224.80	6.89
Ecuador*	Ecuador	15/04/2011***	29,516.20	0.35	178,183.30	1.29
Perú	Perú	Pendiente firma	79,885.50	0.94	67,439.80	0.49
Subtotal Acuerdos suscritos/negociados**			601,346.90	7.10	1,198,847.90	8.67
Comercio con Países/Regiones con Acuerdos en negociación						
Canadá	Canadá		135,973.00	1.61	103,881.90	0.75
Subtotal Acuerdos en negociación**			135,973.00	1.61	103,881.90	0.75
Total comercio con países con acuerdos vigentes, suscritos o en negociación**			7,449,696.30	87.99	10,533,115.80	76.13

Fuente: Elaboración propia con cifras del BANGUAT
* Acuerdos de Alcance Parcial.
** Se refiere al flujo comercial con los países
*** Fecha de suscripción

Como parte del proceso de apertura negociada, la Política incorporó la negociación de Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI), con el objetivo de promover los flujos de inversión extranjera directa, de los países con los que hay interés de mejorar la relación comercial. Guatemala ha suscrito y puesto en vigencia 17 tratados bilaterales sobre inversiones, con 18 socios comerciales. El Mercado Común Centroamericano y el CAFTA-DR también contienen normativa relacionada con las garantías para las inversiones. Por su parte, el reciente finalizado Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, contempla un capítulo especial para las inversiones, que incluirá a los 27 Estados Miembros.

Cuadro 8. GUATEMALA: Acuerdos de Inversión Suscritos y en Vigencia

Países	Suscripción	Vigencia
Alemania	17-10-2003	19-01-2005
Argentina	21-04-1998	07-12-2002
Austria	16-01-2006	Pendiente
Bélgica y Luxemburgo	14-04-2005	01-09-2007
Chile	08-11-1996	13-10-2001
República de Corea	01-08-2000	17-08-2002
Cuba	20-08-1999	10-08-2002
República Checa	08-07-2003	29-04-2005
España	09-12-2002	21-05-2004
Finlandia	14-04-2005	06-01-2004
Francia	27-05-1998	28-10-2001
Israel	07-11-2006	15-01-2009
Italia	08-09-2003	03-03-2008
Países Bajos	18-05-2001	01-09-2002
Suecia	12-02-2004	01-07-2005
Suiza	09-09-2002	03-05-2005
República China (Taiwán)	02-11-1999	01-12-2001

FUENTE: OMC, Examen de las Políticas Comerciales de Guatemala, 2009.

En el campo de la administración de los acuerdos en vigencia, incluidos los acuerdos de inversiones, no se ha desarrollado una estrategia integral, por lo que el reto es entonces, la optimización de los mismos, a través de su correcta implementación y administración. Sin embargo, se han realizado acciones puntuales como la creación de los Comités Técnicos de Administración de Tratados, integrados por representantes de las instituciones públicas y privadas relacionadas con la temática de los Acuerdos; así como el impulsó de un Plan de Acción Nacional para el Fortalecimiento de las Capacidades Comerciales. Asimismo, se ha iniciado el proceso para la elaboración y puesta en vigencia de un Plan de Administración de Acuerdos Comerciales, que incluirá medidas relacionadas con la defensa de la producción nacional, entre otros.

Cerrar Documento

REFERENCIAS

- Asociación Guatemalteca de Exportadores, Duplicando Exportaciones y Empleos en Guatemala. Estrategia renovada para el 2012-2015. Guatemala, julio 2011.
- Bovenschulte, Marc, Estrategia de Sistemas Nacionales de Innovación para Honduras y Guatemala. Hacia una Agenda de Innovación Regional. Programa Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica DESCA/GTZ. Berlín, junio 2010.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Análisis de la Política de Inversión: Guatemala, Nueva york y Ginebra, 2011.
- Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones (CONAPEX), Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala. Diciembre, 1997.
- FOGUAMI (Proyecto de Fortalecimiento de la Posición de Guatemala en los mercados internacionales), Análisis sectorial para la atracción de inversiones. Guatemala 2011.
- FOGUAMI (Proyecto de Fortalecimiento de la Posición de Guatemala en los mercados internacionales), Diagnóstico de comercio exterior e inversiones. Guatemala 2011.
- FOGUAMI (Proyecto de Fortalecimiento de la Posición de Guatemala en los mercados internacionales), Diagnóstico de los Servicios de Exportación. Las 10 principales ramas de servicios con mayor potencial de exportación. Guatemala 2011.
- FOGUAMI (Proyecto de Fortalecimiento de la Posición de Guatemala en los mercados internacionales), Mejores Prácticas en Inteligencia de Mercados. Guatemala 2011.
- FOGUAMI (Proyecto de Fortalecimiento de la Posición de Guatemala en los mercados internacionales), Mejores Prácticas para la Promoción del Comercio Exterior y la Atracción de Inversiones. Guatemala 2011.
- Fundación para el Desarrollo de Guatemala (FUNDESA), Lanzamiento del Informe de Competitividad Global 2011-2012. Guatemala, 7 septiembre 2011.
- Ministerio de Economía, Política Nacional para el desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
- Organización Mundial del Comercio, Examen de las Políticas Comerciales, Guatemala. Informe de la Secretaría. Diciembre, 2008.
- World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2011-2012. Ginebra, Suiza, 2011.
- World Economic Forum, The Global Enabling Trade Report 2010. Ginebra, Suiza, 2010.

LEGISLACIÓN Y NORMATIVA

- Constitución Política de la República de Guatemala. 1985.
- Ley de Alianzas para el Desarrollo de Infraestructura Económica. Decreto 16-2010, del Congreso de la República.
- Ley del Sistema Nacional de la Calidad. Decreto 78-2005, del Congreso de la República.
- Acuerdo Gubernativo 367-86. Creación del Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones (CONAPEX).
- Acuerdo Gubernativo 399-906. Modificación de la integración del Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones (CONAPEX).

ESTADÍSTICAS

- Banco de Guatemala. www.banguat.gob.gt
- Secretaría de Integración Económica Centroamericana. www.sieca.int
- Centro de Comercio Internacional (CCI). www.trademap.org

Cerrar Documento

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA GUATEMALA
MINISTERIO DE ECONOMÍA

UNIÓN EUROPEA

USAID | GUATEMALA
FROM THE AMERICAN PEOPLE

PROYECTO DE APOYO A POLÍTICAS Y REGULACIONES PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO